



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

**Visuelle Kommunikation -
Bildanalyse amerikanischer Filmplakate mit
besonderem Fokus auf die Darstellung der
Protagonisten und den Medienwandel**

verfasst von

Jil Theis, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 066/841

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung	1
II	Theoretischer Teil	3
II.1	Das Bild	3
II.2	Bild und Text	4
II.3	Die Semiotik	5
II.4	Das Kino	10
II.4.1	Die Ursprünge des Kinos	10
II.4.2	Die Entstehung des Starsystems	13
II.4.3	Neue Innovationen setzten sich durch: der Ton- und der Farbfilm	14
II.4.4	Die Majors	15
II.4.5	Das Starsystem von 1910 bis 1960	17
II.4.6	Entstehung der kalifornischen Gewerkschaften	18
II.4.7	Das Ende des Studiosystems.....	19
II.4.8	Konkurrenz durch das Massenmedium Fernseher.....	20
II.4.9	New Hollywood.....	21
II.4.10	Der 3D-Film.....	22
II.5	Die Auszeichnungen	23
II.5.1	Die Golden Globes.....	24
II.5.2	Die Academy Awards.....	25
II.6	Der Soziale Wandel	28
II.7	Das Filmplakat	29
II.7.1	Geschichte des Filmplakats	29
II.7.2	Merkmale und Aufbau eines Filmplakats.....	32
II.8	Die Filmzensur	33
II.9	Die Filmgenres	35
II.9.1	Der Western	36
II.9.2	Der Liebesfilm	36
II.9.3	Die Komödie.....	37
II.9.4	Der Kriminalfilm	37
II.9.5	Der phantastische Film	38
II.9.6	Der Abenteuerfilm	39
II.9.7	Der Musical-Film (Musikfilm)	39

II.9.8 Der Actionfilm.....	40
II.9.9 Der Erotikfilm.....	40
II.9.10 Subgenres.....	40
III Forschungsfrage und Hypothesen	42
IV Methode	43
V Analyse	45
V.1 Bildanalyse	45
V.2 Inhaltsanalyse.....	152
VI Schlussbemerkung.....	171
VII Literaturverzeichnis	173
VIII Abbildungsverzeichnis.....	177
IX Anhang	178
IX.1 Codebuch.....	178
IX.2 Tabellen	182

I Einleitung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse von Filmplakaten. Der Fokus liegt auf der Darstellung der Protagonisten und auf dem Medienwandel im Bereich der Filmindustrie. Da es kaum Literatur über die Kommunikation von Filmplakaten gibt, wird sich anhand theoretischer Ansätze des Bildes und der Semiotik an das Thema herangenhört. Außerdem wird die Geschichte des Kinos genauer erläutert. Diese wird mehr über den Medienwandel und die Schauspieler, sowie über den sozialen Wandel, verraten. Danach folgt eine Überleitung zu der Geschichte sowie den Merkmalen der Filmplakate. Die Verleihung von Auszeichnungen, die Filmzensur und die verschiedenen Filmgenres werden ebenfalls genauer erörtert, um dann bei der Analyse berücksichtigt zu werden. Die Qualitätsmerkmale, die auf einem Plakat vermerkt sind, werden schließlich anhand einer kurzen Bildanalyse und einer Inhaltsanalyse untersucht.

Filmplakate gibt es schon so lange wie es Filme in den Kinos gibt. Interessanter als jeder Trailer – ein kurzer Spot aus zusammengesetzten Szenen des Films – ist, wie der Inhalt eines 90-minütigen Streifens anhand eines Bildes kommuniziert wird.¹ Denn „Plakate dürfen hemmungslos versprechen, aufbauschen und ihren Film zur unvorstellbaren Bündelung von *thrills* machen.“² Plakate sind als Repräsentation eines Films nicht mehr wegzudenken, auch wenn sie an Bedeutung verloren haben und von anderen Werbemitteln abgelöst wurden.

In wie weit hat sich die Gestaltung der Filmplakate seit den 30^{er} Jahren bis heute verändert? Um auf das Erkenntnisinteresse der Arbeit einzugehen, werden die 100 erfolgreichsten Hollywoodproduktionen analysiert. Der Anteil eines Plakats am Erfolg oder Misserfolg eines Films ist schwer nachweisbar.³ Die Auswahl des Ranking hat also weniger mit dem Kassenerfolg der Filme zu tun, als vielmehr mit der Vielfalt an Genres, Jahrzehnten und die damit verbundenen historischen Veränderungen, die vertreten sind.

¹ Der Trailer. In: Duden. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Trailer> (download: 15.07.13).

² Widmer, Rudi: Legenden. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 192-193.

³ Pantel, Volker (1984): Das Buch der Filmplakate (1945 bis 1965). Günter Albert Ulmer Verlag, Schönaich. Seite 11.

An dieser Stelle soll angemerkt werden, dass es sich innerhalb dieser Arbeit nicht um eine Wirkungsanalyse handelt. Es steht hauptsächlich die visuelle Kommunikation durch die Gestaltung der Filmplakate im Vordergrund der Analyse.

Alle personenbezogenen Formulierungen, auch wenn sie im Text nicht explizit ausgeschrieben werden, beziehen sich sowohl auf weibliche als auch männliche Personen. So wird die Lektüre vereinfacht.

II Theoretischer Teil

Mittelpunkt dieser Arbeit ist das Filmplakat, dessen Zweck es ist einen Film zu repräsentieren. Um sich an die Analyse der Filmplakate annähern zu können, ist es notwendig als Erstes das Bild als solches genauer zu betrachten.

II.1 Das Bild

Es ist schwer den Begriff des Bildes zu definieren, da er so weit gefasst werden kann.

Der Versuch einer Definition von Kroeber-Riel für konkrete Bilder lautet: „Ein Bild ist die Aufzeichnung eines realen oder fiktiven Gegenstandes, die dem Gegenstand ähnlich ist und deswegen wie der Gegenstand wahrgenommen werden kann.“⁴

Präziser ist die Definition von Friedrich/Schweppenhäuser: „Ein Bild ist stets etwas zweidimensional Gestaltetes, das etwas auf piktorale Weise repräsentiert, das heißt: darstellt oder bezeichnet.“⁵

Friedrich/Schweppenhäuser, wie auch Doelker beziehen sich in ihren Werken bei der Frage „Was ist ein Bild?“ auf den Vorschlag von W.J.T. Mitchell. Dieser unterscheidet fünf Typen von Bildern:^{6 7}

- Grafische Bilder: Gemälde, Zeichnungen, Fotos, Statuen, Pläne.
- Optische Bilder: Spiegelungen, Projektionen.
- Perzeptuelle Bilder: Sinnesdaten, „Formen“, Erscheinungen.
- Geistige Bilder: Träume, Erinnerungen, Ideen, Vorstellungen.
- Sprachliche Bilder: Metaphern, bildhafte Beschreibungen.⁸

Mitchell ist der Ansicht das „Bilder als eine Art Sprache verstanden werden müssen“.⁹ Das Wort Sprache muss hierbei als Kommunikationsform verstanden werden.¹⁰

⁴ Kroeber-Riel, Werner (1996): Bildkommunikation: The new science of imagination. Verlag Vahlen, München. Seite 35.

⁵ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010): Bildsemiotik. Grundlagen und exemplarische Analysen visueller Kommunikation. Birkhäuser, Basel, Boston, Berlin. Seite 24-25.

⁶ Doelker, Christian (2002): Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Klett-Cotta Verlag, Stuttgart, Zürich. Seite 177-178.

⁷ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 23-24.

⁸ Mitchell, W.J.T. (1990): Was ist ein Bild? In: Bohn, Volker (Hrsg.): Bildlichkeit. Internationale Beiträge zur Poetik. Suhrkamp. Frankfurt am Main. Seite 19-24.

Dass es keine einheitliche Definition des Begriffes Bild gibt, zeigt sich bei der Typen-Beschreibung von Pierre Noël in seinem *Dictionnaire de l'image*. Er führt die folgenden vier Kategorien von Bildbereichen an. Diese sind nicht deckungsgleich mit denen von Mitchell:

- Wahrnehmungsbilder: Bilder, die sich aus den Sinnesdaten zusammensetzen.
- Interface: Schematische, analoge Wiedergaben der Welt.
- Symbolbilder: Visuelle Bezeichnungen der Dinge und visuelle Begriffe.
- Ausdrucksbilder: Freie Bildschöpfung.¹¹

Zum besseren Verständnis, werden Bilder im Bereich der Werbung, in der Regel in Zusammenhang mit Texten, dargestellt.

II.2 Bild und Text

„Im Alltagsverständnis ist ein Bild ein Abbild, zum Beispiel eine Fotografie oder eine Zeichnung, und ein Text ist geschriebene Sprache.“¹²

Eine bekannte [Redensart](#) lautet: Bilder sagen mehr als tausend Worte. In der Tat vermittelt ein Bild mehr Information als ein Text in der gleichen Wahrnehmungszeit. Bild und Text können dabei komplementär sein. Bilder illustrieren Texte, Texte kommentieren Bilder. Dabei kann sowohl die Information des Textes als auch die des Bildes wichtiger sein.¹³ Ein Bild informiert auf andere Weise als ein Text. Es kann sprachlich schwer darstellbares zeigen, vereinfacht aber auch abstrakte Informationen.¹⁴ Ein Bild kann besser Emotionen wiedergeben, denn es kann mit großer Detailtreue die Realität wiedergeben, oder aber nur vorgaukeln.¹⁵

⁹ Mitchell, W.J.T. (1990). Seite 18.

¹⁰ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 24-25.

¹¹ Doelker, Christian (2002). Seite 177-178.

¹² Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 19-20.

¹³ Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar. Seite 481-486.

¹⁴ Titzmann, Michael (1990): Theoretisch-methodologische Probleme einer Semiotik der Text-Bild-Relationen. Seite 380. In: Nöth, Winfried (2000). Seite 481-486.

¹⁵ Doelker, Christian (2002). Seite 23.

Friedrich/Schweppenhäuser behaupten man müsse Text und Bild als kommunikative Einheit sehen. Beim Weglassen des einen oder anderen kann eine bestimmte Botschaft so nicht mehr vermittelt werden.¹⁶

Watzlawick hat bereits 1980 behauptet, dass „man nicht nicht kommunizieren kann“ und damit den Ansatzpunkt zur Semiotik gegeben¹⁷.

II.3 Die Semiotik

Die Semiotik ist „die Lehre der Zeichen“.¹⁸ Zuerst einmal sollte also geklärt werden, was ein Zeichen eigentlich ist. „Ein Zeichen ist etwas, das für ein anderes Etwas steht.“ Dabei ist wichtig, dass ein Zeichen für *jemanden* für ein anderes Etwas steht. Das Zeichen hat eine Bedeutung, einen Sinn. Es überträgt eine Nachricht als Code, der von Sender und Empfänger verstanden wird.¹⁹

Zeichen sind nötig um kommunizieren zu können. Sie sind allgemeingültig, können dabei aber auch für individuelle Vorstellungen stehen.²⁰

Die Definition des Zeichenbegriffs löst noch immer Kontroversen unter den Semiotiker aus. Um die Semiotik zu erklären, [sollen hier](#) die bekanntesten Modelle [vorgestellt werden](#).

Die Semiotik im heutigen Sinne entstand im 19. Jahrhundert. Der amerikanische Philosoph Charles Sanders Peirce und der Schweizer Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure gelten als Gründungsväter der Zeichentheorie.²¹

Peirce gilt als Hauptbegründer; für ihn ist die Semiotik die Grundlage des Denkens. Dabei steht die Semiose, der Zeichenprozess, im Mittelpunkt. Er entwickelte das dreigliedrige Semiosemodell. Saussure beschäftigte sich fast zur gleichen Zeit mit

¹⁶ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 15-17.

¹⁷ Watzlawick, Paul, et al. (1980): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Huber, Bern. In: Volli, Ugo (2002): Semiotik. Eine Einführung in die Grundbegriffe. A. Francke Verlag, Thübingen, Basel. Seite 5.

¹⁸ Withalm, Gloria: Zeichentheorien der Medien. In: Weber, Stefan (2003): Theorien der Medien. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz. Seite 133.

¹⁹ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 27.

²⁰ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 26.

²¹ Withalm, Gloria: Zeichentheorien der Medien. In: Weber, Stefan (2003). Seite 133-134.

„der modernen Sprachwissenschaft als Teil einer umfassenden Semiologie“. Er entwickelte das zweigliedrige Zeichenmodell.²²

Ein weiterer wichtiger Vertreter der Semiotik ist Charles William Morris. Er teilt die Bildsemiotik in die drei Teilgebiete, in denen ein Zeichen generell stehen kann:

- Syntaktik: Eigenschaften und Beziehungen der Zeichen selbst,
- Semantik: Bedeutung der Zeichen (was durch die Zeichen mitgeteilt wird) – diese hängt vom kulturellen Umfeld ab,²³
- Pragmatik: Wirkung der Zeichen auf die, die sie benutzen (Sender und Empfänger).²⁴

Dabei sind alle drei Relationen für eine Bildanalyse gleich wichtig.

Als nächstes soll die Theorie von Saussure genauer erläutert werden.

Jedes Zeichen charakterisiert sich durch Zweiseitigkeit. Ferdinand de Saussure bezeichnet das Zeichen als „das Ganze, das den Signifikanten und das Signifikat als seine zwei Teile enthält“.²⁵ Laut Saussure besteht also eine dyadische Struktur aus einem Signifikat (Bezeichnetes) und einem Signifikant (Bezeichnendes). Das Signifikat bezeichnet er als Vorstellung, der Signifikant als Lautbild.²⁶



Abb. 1: Der Redekreislauf von Saussure²⁷

Das Zeichenmodell von Saussure bezieht sich vor allem auf sprachliche Zeichen. Das Signifikat bezeichnet die Inhaltsebene und der Signifikant die Ausdrucksebene des

²² Withalm, Gloria: Zeichentheorien der Medien. In: Weber, Stefan (2010). Seite 134.

²³ Kroeber-Riel, Werner (1996). Seite 28-31.

²⁴ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 29.

²⁵ Nöth, Winfried (2000). Seite 73-74.

²⁶ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 28.

²⁷ Withalm, Gloria: Zeichentheorien der Medien. In: Weber, Stefan (2010). Seite 132.

Zeichens. Nach Saussure ist die Beziehung zwischen Vorstellung und Lautbild (bei sprachlichen Zeichen) beliebig und unmotiviert.²⁸

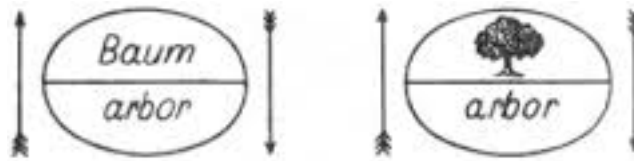


Abb. 2: Saussures Modell des sprachlichen Zeichens²⁹

Es gibt keine natürliche Beziehung zwischen dem Signifikanten, der Buchstabenfolge B A U M, die im oberen Teil der linken Ellipse zu sehen ist, und dem Signifikat, der Vorstellung „Baum“, die bildlich in der rechten Ellipse dargestellt ist. Diese Beziehung kommt durch Übereinkunft (Konvention) zustande. So hat die Vorstellung „Baum“ ja auch in jeder Sprache eine andere Lautsequenz.³⁰ Die Pfeile deuten an dass beide Seiten des Sprachzeichens mental miteinander verbunden sind.³¹

Charles Sanders Peirce entwickelte hingegen das bereits erwähnte dreigliedrige Semiosemodell. Der Semiotiker Umberto Eco stellt klar, dass Peirce aber ebenfalls von dem Begriff des Zeichens als Vereinigung eines Signifikanten und eines Signifikats redet.³² Sein dreigliedriges Modell ist die am weitesten verbreitete Klassifizierung der Zeichen, wenn auch eine umstrittene.³³ Er unterteilt das Zeichen in:

- Zeichen (Repräsentamen): Zeichen als solche,
- Objekt: Beziehung zwischen Zeichen und dem gezeichneten Gegenstand und
- Interpretant: Wirkung der Zeichen.³⁴

²⁸ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 28.

²⁹ Nöth, Winfried (2000). Seite 74.

³⁰ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 28.

³¹ Nöth, Winfried (2000). Seite 73-74.

³² Eco, Umberto (1991): Einführung in die Semiotik. Wilhelm Fink Verlag, München. Seite 30.

³³ Volli, Ugo (2002): Semiotik. Eine Einführung in die Grundbegriffe. A. Francke Verlag, Tübingen, Basel. Seite 33.

³⁴ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 30.

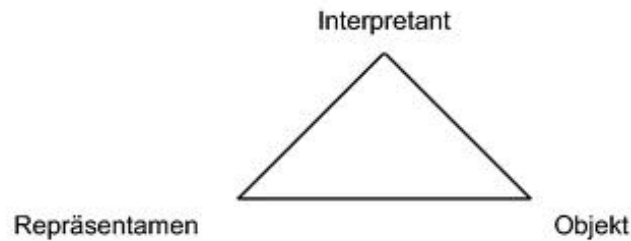


Abb. 3: Die Semiose nach Peirce³⁵

Peirce [spricht](#) dabei auch von den drei Zeichentrichotomien³⁶.

Erste Trichotomie: Zeichen

Die erste Trichotomie bestimmt das „Zeichen als solches“. Jedes Zeichen ist also zunächst einmal „ein materielles Objekt mit bestimmten Eigenschaften“. Peirce unterscheidet bei den Zeichen als solche zwischen den Aspekten:

- Qualizeichen,
- Sinzeichen und
- Legizeichen.

Ein Qualizeichen steht für das, was wir mit unseren Sinnen wahrnehmen können und bildet somit die erste Wahrnehmungskategorie. Peirce nennt diese auch noch einfach Erstheit: „Etwas ist wie es ist.“ Ein Sinzeichen steht dafür, wie ein Zeichen auftritt und wie es von einer bestimmten Person wahrgenommen wird. Diese zweite Wahrnehmungskategorie nennt er Zweitheit: „Ein Zeichen steht im Kontext mit etwas anderem; es steht in Bezug zu Handlung, Reaktion, Realität.“ Ein Legizeichen steht dafür, was ein Zeichen bedeutet und wie es im Allgemeinen verwendet wird. Diese dritte Wahrnehmungskategorie heißt Drittheit: „Ein zweites Zeichen steht im Kontext mit einem dritten. Hier geht es um Vermittlung, Erinnerung, Gewohnheit, Kontinuität, Kommunikation und Repräsentation der Zeichen.“³⁷

³⁵ Volli, Ugo (2002). Seite 28.

³⁶ Nöth, Winfried (2000). Seite 65.

³⁷ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 30-31.

Zweite Trichotomie: Objekt

Die zweite Trichotomie bestimmt das Zeichen in Bezug auf sein Objekt. Für Peirce stellt sie die „grundlegendste Einteilung der Zeichen“ dar³⁸. Peirce nennt hierbei drei Klassen des Zeichens:

- Ikonische Zeichen oder Ikon: das Zeichen ist dem Gegenstand ähnlich. Es hat Merkmale oder Eigenschaften, die auch dem Gegenstand eigen sind. Ein Ikon ist ein abbildendes Zeichen.
- Indexikalische Zeichen oder Index: zwischen Zeichen und Gegenstand besteht eine reale, kausale Beziehung, eine natürliche Verbindung. Sie bilden die Gegenstände nicht ab, stehen aber in einer realen Beziehung zu den Dingen, die sie darstellen. Ein Index ist ein hinweisendes Zeichen.³⁹
- Symbolische Zeichen oder Symbol: das Zeichen hat keine Ähnlichkeit und keine reale Beziehung zu dem Gegenstand für den es steht. Ein Symbol hat lediglich ein willkürliches Verhältnis zu dem Gegenstand. Durch ein Gesetz, Gewohnheit oder Einstellung hat das Zeichen eine konventionell festgelegte Beziehung zu dem Gegenstand.^{40 41}

Ein Zeichen verbindet meistens mehrere dieser Aspekte, es handelt sich also um Mischformen. Heutzutage tendieren ikonische Zeichen immer häufiger dazu symbolische Zeichen zu werden.⁴² Dies ist beispielsweise bei Logos der Fall.

Dritte Trichotomie: Interpretant

Die dritte Trichotomie bestimmt die Wirkung die ein Zeichen auf den Betrachter hat. Peirce nennt dies Interpretant. „Es ist das was jemand wahrnimmt und als Zeichen für etwas interpretiert.“⁴³ Die drei Klassen der Interpretantenrelation sind:

- Rhema: einfaches Zeichen, das nur ein mögliches, kein konkretes Objekt repräsentiert. Es lässt also viele Möglichkeiten der Interpretation zu.

³⁸ Nöth, Winfried (2000). Seite 66.

³⁹ Nöth, Winfried (2000). Seite 178.

⁴⁰ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 31-33.

⁴¹ Volli, Ugo (2002). Seite 33.

⁴² Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 31-33.

⁴³ Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010). Seite 33.

- Dicient: informatives Zeichen, das nichts behauptet aber zur Behauptung fähig ist. Es ist „ein in seinem Objektzug bereit bestimmtes, im Interpretantenbezug aber noch offenes Zeichen“.
- Argument: komplexes Zeichen, dessen Elemente (Rhemata und Dicients) von allgemeinen Regeln bestimmt sind.⁴⁴

Es gibt weitere Vertreter der Semiotik die [an dieser Stelle](#) nicht genauer erläutert werden. So hat zum Beispiel Umberto Eco Peirces interpretative Semiotik weiterentwickelt.

Die Arbeit beschäftigt sich mit den Qualitätsmerkmalen auf einem Filmplakat. Bevor auf Letztere näher eingegangen wird, soll geklärt werden, was diese Qualitätsmerkmale sind und wie sie sich in Laufe der Zeit verändert haben. Dies ist am besten möglich, indem die Geschichte des Kinos, sowie der Mythos Hollywood erleuchtet werden. Aspekte wie den Medienwandel im Bereich des Kinos und gesellschaftliche Veränderungen, welche die Filmbranche prägen, werden erläutert.

II.4 Das Kino

Hollywood ist ein Stadtteil von Los Angeles, Kalifornien. Heutzutage ist der Begriff vor allem [aber auch](#) ein Synonym für die amerikanische Filmindustrie. Es ist zur Hauptstadt der Unterhaltungsbranche geworden. Dies war aber nicht immer so.

II.4.1 Die Ursprünge des Kinos

1895 gilt als das Geburtsjahr des Kinos. Damals wurden zum ersten Mal Filme auf eine Leinwand projiziert, in einem sogenannten „Kino der Attraktionen“.⁴⁵ Die erste öffentliche Filmvorführung war *Die Ankunft des Zuges im Bahnhof von La Ciotat* der Gebrüder Lumière in Paris und dauerte eine Minute.⁴⁶ Ab [diesem Zeitpunkt](#) wurden kurze Stummfilme (mit Dokumentar- oder Spielcharakter) zu einem vielseitigen Programm zusammengestellt. Diese „kurzen filmischen Sensationen“ wurden in der Regel als Schlussnummer von Varieté-Programmen oder in Wanderkinos

⁴⁴ Nöth, Winfried (2000). Seite 66.

⁴⁵ Hick, Ulricke: Kino. In: Koebner, Thomas (2002): Reclams Sachlexikon des Films. Philipp Reclam jun., Stuttgart. Seite 297-299.

⁴⁶ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010): Hollywood in den 30^{er} Jahren. Gerstenberg Verlag, Hildesheim. Seite 12.

vorgeführt.⁴⁷ Noch bevor es feste Lichtspieltheater gab, wurden Filme in kleinen Geschäftslokalen in Städten gezeigt. 1905 entstand das erste Ladenkino, ein sogenanntes Nickelodeon, in Pittsburgh.⁴⁸ Da die „Kinos“ nun nicht mehr herumreisten, musste auch das Programm regelmäßig wechseln. Die Stummfilme wurden allerdings seit jeher mit musikalischer Begleitung vorgeführt.⁴⁹

Die Geschichte des zeitgenössischen Kinos beginnt aber schon im Jahr 1883, als Thomas Alva Edison den Kinetographen, ein Gerät das zur Aufzeichnung von Bildern dient, erfand. Im Jahr 1887 wurde der Zelluloid-Rollfilm erfunden. 1891 ließ Edison eine verbesserte Version des Kinetographen, namens Kinetoskop, patentieren. Es handelt sich bei dieser Erfindung um abblätternde Papierbilder, die in einer Guckkasten-Apparatur gezeigt wurden. 1893 [fand](#) die erste Vorführung in diesem Guckloch-Kino [statt](#). Im Jahr 1894 errichtete Edison [dann](#) die „Black Maria“, ein drehbares Haus in dem die Papierphotographien gezeigt wurden. Es gilt als erstes Filmstudio der Welt.⁵⁰

Bereits 1892 hatte Edison die Rechte am Vitaskop-Projektor, eine Erfindung von Thomas Armat und Francis Jenkins, gekauft und ließ sie unter seinem Namen patentieren. Allerdings vermarktete er dieser Erfindung nicht sofort, wodurch sich eine Chance für die Konkurrenz ergab. Edison hatte angenommen, dass er der einzige sei, der das Recht auf Erfindungen im Bereich des Kinos habe, weil er ja die Patente besaß. Nichtsdestotrotz hatte er die Mittel um seine Rivalen zu schikanieren, so dass ihre Unternehmen im Jahr 1907 zur *Motion Picture Patents Company* (MPPC) fusionierten, besser bekannt unter dem Namen *Trust Edison*. Der Versuch die Filmproduktion zu monopolisieren, hatte einen Aufstand der wohlhabendsten Unternehmer zur Folge. Letztere produzierten fortan ihre eigenen Filme, um dem *Trust* zu entkommen. Unter den ersten waren Carl Laemmle, Gründer der *Independant Motion Picture Company* (IMP), die seit 1912 als *Universal* bekannt ist, und William Fox, Gründer der *Fox Studios*. Dies war erneut inakzeptabel für Edison. Um dem *Trust Edison* zu entweichen, begannen die Film-Unternehmen sich von der

⁴⁷ Magener, Jörg: Kino vor dem Kino. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995): Das Filmplakat. Scalo Verlag, Zürich, Berlin, New York. Seite 9-10.

⁴⁸ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 12.

⁴⁹ Koebner, Thomas (2002): Reclams Sachlexikon des Films. Philipp Reclam jun., Stuttgart. Seite 602-605.

⁵⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 12.

bisherigen Filmhauptstadt New York, und damit dem Osten der Vereinigten Staaten, nach Westen zu verlagern. Es gab noch weitere Gründe um nach Kalifornien auszuwandern. Zum [einen](#) waren die klimatischen Bedingungen ideal, die Sonne scheint fast permanent, was Außenaufnahmen während des ganzen Jahres ermöglicht. Zum [anderen](#) war Los Angeles zu der Zeit eine Stadt, die keine historischen oder architektonischen Wahrzeichen, wie Hochhäuser oder Denkmäler, hatte. Sie repräsentierte also eine typische amerikanischen Stadt, in deren Umgebung sich zudem eine Vielzahl von Landschaften befand. Die Grundstücke für den Bau der großen Studios waren günstiger als im Osten. [Ebenso](#) waren auch die Arbeitskräfte billiger und Gewerkschaften waren in dieser Branche noch unbekannt. Die Kosten für eine Filmproduktion waren somit in Los Angeles etwa um die Hälfte billiger als in New York.^{51 52} Zu dieser Zeit war Hollywood aber noch nicht das Zentrum der Filmindustrie.

Die Vormachtstellung der amerikanischen Filmindustrie in den ausländischen Märkten begann während des ersten Weltkrieges. Bis dato war die Filmindustrie noch wegen seiner Anspruchslosigkeit, den ordinären Spielstätten und dem Arbeiterklasse-Publikum kritisch begutachtet worden. Nun bot sie die Möglichkeit der Öffentlichkeit Informationen zu liefern. Zudem unterstützte sie die Regierung dabei, anhand von Propagandafilmen, den Rückhalt der Bevölkerung während der Kriegsjahre zu gewinnen.⁵³

Die Filmindustrie war also von Anfang an auf Gewinn ausgerichtet.⁵⁴ So war zum Beispiel der HOLLYWOOD Schriftzug auf den Hügeln vor der Stadt, der heutzutage als ein Symbol gilt, bei seiner Errichtung 1923 zunächst nur ein Immobilien-Zeichen, um für den Verkauf von Grundstücken zu werben (HOLLYWOODLAND).⁵⁵

Die Anfänge des Images, das wir heutzutage mit Hollywood assoziieren, fanden ihren Ursprung erst im frühen 20. Jahrhundert, mit Beginn des Starsystems.

⁵¹ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009): L'économie du cinéma américain. Histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies. Armand Colin, Cinéma, Lassy-les-Châteaux. Seite 32-34.

⁵² Nacache, Jacqueline (2005): Le film hollywoodien classique. Armand Colin Cinéma, Paris. Seite 10.

⁵³ Latham, James: Der Kaiser, die Bestie von Berlin. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 110-123.

⁵⁴ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 17.

⁵⁵ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 33.

II.4.2 Die Entstehung des Starsystems

Um das Jahr 1909 entstand die sogenannte *picture personality*. Diese wurde entweder mit eigenem Namen oder dem Namen, der ihr in der Öffentlichkeit gegeben wurde, bekannt. Der *Star* begann eine wirtschaftliche Realität für die Studios zu werden.⁵⁶

Ab dem Jahr 1910, begannen die Filmgesellschaften ihre Akteure als Mittel der Vermarktung einzusetzen.⁵⁷ Der erste war Carl Laemmle. Um die Karriere seiner Schauspielerinnen anzukurbeln, hat der Gründer der *Independent Motion Picture Company* gegenüber Zeitungen das Gerücht in die Welt gesetzt, dass Florence Lawrence bei einem Autounfall ums Leben gekommen sei. Diese Nachricht hatte sich in Amerika wie ein Lauffeuer verbreitet. Am nächsten Tag dementierte Laemmle die Schlagzeilen, beschuldigte die Journalisten der Verleumdung und kündigte ganz nebenbei an, dass die kanadische Schauspielerin in seinem nächsten Film mitspielen würde. Nach dieser Aktion wurde die Stummfilm-Schauspielerin berühmt und gilt als erste Schauspielerin, die vom Publikum auf der Leinwand identifiziert wurde. Laemmles Film, *The Broken Oath* von 1910, war ein großer Erfolg. Florence Lawrence war der größte Filmstar ihrer Zeit und gilt als der erste Star überhaupt. Das war die Geburtsstunde des Starsystems.⁵⁸

Das Starsystem entwickelte sich also schon während der Stummfilmzeit, als „das amerikanische Kino mit dem wirtschaftlichen Wachstum auch eine einzigartige kulturelle Blüte erlebte“. Die Konjunktur führte zudem zu immer mehr und immer größeren Kinosälen.⁵⁹ Den großen Kassenmagneten, wie Charles Chaplin, Douglas Fairbanks und Mary Pickford, war es gelungen eine gewisse Unabhängigkeit zu erlangen. Sie gründeten 1919 zusammen mit dem Produzenten David Wark Griffith (*Die Geburt einer Nation*, 1915), den Vertrieb *United Artists*. So konnten sie dem drohenden Kartell der führenden Produzenten aus dem Weg gehen.⁶⁰

⁵⁶ DeCordova, Richard (2001): *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*. First paperback edition, University of Illinois. Seite 24.

⁵⁷ Zicken und Querulanten (1995). In: *Der Spiegel*. Ausgabe 14, Seite 200-206. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-9181064.html> (download: 10.01.2013)

⁵⁸ Airdrie K. (2009): Florence Lawrence – First Movie Star: Hollywood Star System Began with a Canadian Actress; In *Suite101*. URL: http://historicalbiographies.suite101.com/article.cfm/florence_lawrence_first_movie_star (download: 20.12.2012)

⁵⁹ Koebner, Thomas (2002). Seite 602-605.

⁶⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

Trotz dieser Blütezeit musste sich die Filmindustrie an die Erwartungen der Zeit anpassen und das technologische Niveau heben.

II.4.3 Neue Innovationen setzten sich durch: der Ton- und der Farbfilm

In den späten 20^{er} Jahren konnte sich das Kino nicht mehr gegen wettbewerbsfähige Innovationen wie dem Radio behaupten. Seit 1920 wurden regelmäßige Radiosendungen ausgestrahlt.⁶¹ Diese Neuheit hatte zur Folge, dass die Kinosäle immer weniger gefüllt waren. Nach mehr als drei Jahrzehnten der Epoche des Stummfilms, war dieser nicht mehr aktuell und das zuvor hohe Ansehen der Stars fiel. Nach bereits einigen Versuchen dem Film eine Tonspur beizufügen, erschien dann im Jahr 1927 der erste Tonfilm und markierte einen wichtigen Übergang in der Geschichte des Kinos.⁶²

Der Durchbruch des Tonfilms gelang am 6. Oktober 1927 als *The Jazz Singer (Der Jazzsänger)* im Warner's Theater in New York Premiere feierte. Der erste Satz des Films lautet „Wait a minute – you ain't heard nothing yet“. Dieser wurde zum Slogan der neuen Filmtechnik: des Tons.⁶³ Allerdings dauerte es noch bis 1929 bis sich der Tonfilm endgültig durchsetzen konnte, trotz Skepsis von vielen Seiten. Charlie Chaplin soll sich 1929 zu diesem Thema folgendermaßen in einem Zeitungsartikel geäußert haben: „Der Sprechfilm birgt eine große Gefahr in sich. Er könnte imstande sein, die älteste Kunst der Welt, die Kunst der Pantomime, zu zerstören.“⁶⁴

Mitte der 30^{er} Jahre setzte sich dann das Dreifarbverfahren von Technicolor durch, welches die Verbreitung des Farbfilms förderte.⁶⁵

Technicolor ist „ein Verfahren der Farbphotographie“. Bei diesem Farbfilm-Verfahren werden „die drei Primärfarben auf verschiedenen Filmen aufgenommen und danach kombiniert“.⁶⁶ Die Ingenieure Herbert T. Kalmus und Daniel F. Comstock haben 1912 einige Aufnahme- und Wiedergabeverfahren in Boston entwickelt. Sie sind die Gründer der *Technicolor Motion Picture Corporation*. Sie

⁶¹ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 12.

⁶² Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 51.

⁶³ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 18.

⁶⁴ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 20.

⁶⁵ Grob, Norbert: Farbe. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 156-157.

⁶⁶ FASK (1998): Amerikanische Warenzeichen und Verbraucherprodukte. URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/ze/term/wickert.html#AMT> (download: 02/06/13).

sind zwar nicht Erfinder des Farbfilms, allerdings war ihr Farbfilm-Verfahren das erste, das als technisch befriedigend und rentabel galt.⁶⁷

Anfangs wurde vor allem der Realitätseindruck durch die Farbe geschätzt, weswegen sie bei Hollywood-Produktionen zunächst nur bei Walt Disney Zeichentrickfilmen und ein paar wenigen Genres wie dem Melodram und dem Musical verwendet wurde.⁶⁸

Eine weitere große Veränderung in der Filmindustrie war die Entstehung der Majors. Die *leaders* der Produzenten haben sich auf dem Filmmarkt gebildet. Nach dem Monopol der MPPC bildete sich nun ein Oligopol von acht Filmstudios.

II.4.4 Die Majors

Das erste Filmstudio mit Produktions- und Vertriebsmöglichkeiten, als auch dem Betrieb von Kinosälen, wurde von den Brüdern Jesse und Zukor Lasky gegründet. Es handelt sich um das zukünftige Unternehmen *Paramount*, welches ab 1912 unter diesem Namen agiert. Um den Markt zu dominieren kauften sie mehr als tausend Kinosäle.⁶⁹ Die anderen Filmstudios folgten ihrem Beispiel.

Die acht Studios, die ab 1929 die Kontrolle der gesamten Filmbranche übernommen hatten, bildeten die *Major Companies*. Die Differenzierung der großen Hollywood-Studios wurde zwischen den *Big Five* und den *Little Three* gemacht. Die *Big Five* waren die fünf größten und wichtigsten Studios mit Produktions- und Distributionsstrukturen, sowie eigenen Kinosaal-Ketten:

- *Paramount*,
- *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM),
- *Warner Bros.*,
- *20th Century-Fox* und
- *Radio Keith Orpheum* (RKO).

Metro-Goldwyn-Mayer war das größte Studio von allen. 1924 kaufte Marcus Loew *Metro Pictures*. MGM-Chef und Studio-Mogul war Louis B. Mayer. Die Liste seiner

⁶⁷ Enzyklo: Online Enzyklopädie. URL: <http://www.enzyklo.de/suche.php?woord=technicolor> (download: 02/06/13).

⁶⁸ Grob, Norbert: Farbe. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 156-157.

⁶⁹ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 72.

festangestellten Stars war lang. Unter ihnen waren bekannte Namen wie Greta Garbo, Clark Gable, Ava Gardner, Joan Crawford usw.⁷⁰ RKO wurde vom Radiokonzern RCA gegründet und war das kleinste dieser fünf Studios.⁷¹

Die *Little Three* zählten auch zu den *Majors*, betrieben allerdings keine eigenen Kinosäle:

- *Universal*,
- *Columbia* und
- *United Artists*.^{72 73}

In den 30^{er} Jahren waren dann endgültig alle nachwachsenden Filmstars und Regisseure fest bei den großen Studios unter Vertrag. Sie waren, wie Nippoldt sie nennt, die „menschlichen, vielleicht übermenschlichen Aushängeschilder gewaltiger Unternehmen“.⁷⁴ Dies war der Beginn des Studiosystems, auf der Interdependenz zwischen den Tochtergesellschaften aufgebaut und mit der Kontrolle über die amerikanische Filmbranche. Diese Organisation sollte für fast 25 Jahre so verbleiben.⁷⁵

Die meisten Produzenten hatten den Börsencrash von 1929 gut überstanden. Ausnahme war das börsennotierte Studio *Fox*. Seine Aktien sind innerhalb von nur zwei Tagen von hundertneunzehn auf nur einen Dollar gefallen. *Fox* blieb nichts anderes übrig als sein Unternehmen 1930 an eine Bank zu verkaufen. 1935 fusionierte *Fox* mit der bis dahin unbedeutenden Filmgesellschaft *20th Century*. Dies war die Gründung von *20th Century-Fox*.

Während der ersten Krisenjahre konnte die Filmindustrie sogar noch wachsen, da ein Kinobesuch eine gute Ablenkung für die Amerikaner darstellte. Erst 1933 erreichte die Wirtschaftskrise dann auch die Filmbranche. Es mussten rund ein Viertel der 16.000 Kinos in den USA schließen. Ganze Kinoketten gingen in Konkurs. Durch die Wirtschafts-, und Sozialreformen des amerikanischen Präsidenten Roosevelt, ging es ab 1934 auch wieder in der Filmindustrie bergauf. 1937 ging es der amerikanischen

⁷⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 25.

⁷¹ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 27.

⁷² Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 72.

⁷³ Nacache, Jacqueline (2005). Seite 10-11.

⁷⁴ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

⁷⁵ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 71-72.

Filmwirtschaft dann besser als je zuvor.⁷⁶ Die Studios spezialisierten sich auf bestimmte Genres und Zielgruppen. So erschien bei MGM jede Woche mindestens ein Hauptfilm, in gediegener Ausstattung, der für die breite Mittelschicht bestimmt war. 1939 erwirtschafteten die acht großen Studios 96% des Filmprofits in den USA.⁷⁷ Die 30^{er} standen auch in der Filmbranche für die Industrialisierung.

Das Aufkommen neuer Innovationen, wie Ton- und Farbfilm, sowie das Entstehen der Majors waren die Grundlage für das Goldene Zeitalter der Studios. Dieser Zeitraum von 1930-1949, trug Augros zufolge, zu den ästhetischen Standards, sowie dem Image des heutigen Hollywoods bei.⁷⁸ Nach Übereinstimmung der meisten Filmhistoriker charakterisiert aber nichts das klassische Hollywood, die Ära der 30^{er} bis 50^{er} Jahre, mehr als sein Starsystem.⁷⁹ Deshalb folgen an dieser Stelle weitere Ausführungen zu diesem Phänomen.

II.4.5 Das Starsystem von 1910 bis 1960

Ab den 10^{er} Jahren, als noch die meisten amerikanischen Filme in New York produziert wurden, ist das Starsystem zusehends allgegenwärtiger geworden. Die Stars waren unter der absoluten Abhängigkeit von den Majors. Die mächtigen PR-Chefs erfanden ihre Biographie und stellten ihre Privatsphäre zur Schau. Andererseits, beherrschten sie ebenso gut die Kunst des „Vergessenmachens“.⁸⁰ Auch die äußerliche Erscheinung von einigen Akteuren wurde durch das Studio geändert, wenn sie es als notwendig empfanden. Die Studios suchten unentwegt nach Nachschub. Ein Schauspieler, der neu im Geschäft war, wurde zuerst von den Majors getestet, um zu sehen ob er oder sie das Potential eines Leinwandlieblings hat, d.h. ob er oder sie von der Öffentlichkeit gut aufgenommen wird. Dafür wurde der neue Darsteller neben Superstars oder als Protagonist in Produktionen von geringerer Bedeutung platziert. Wenn der Schauspieler erfolgreich war, wurde seine Karriere von diesem Augenblick an vom Studio verfolgt, welches dieses Engagement in der Regel mit einem Siebenjahresvertrag schriftlich festlegte. Der Schauspieler durfte ab diesem Zeitpunkt nichts mehr selbst entscheiden und bei der Weigerung eine Rolle anzunehmen, griff

⁷⁶ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 24.

⁷⁷ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 25.

⁷⁸ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 71.

⁷⁹ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

⁸⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

das Studio sogar zu Sanktionen wie Geldbußen, Suspensionen des Gehalts oder Vertragsverlängerungen ohne Bezahlung.⁸¹ Diese Klausel wurde gerne von den mächtigen Produzenten, wie beispielsweise Jack Warner, ausgenutzt. Indem er „wertvollen“ Schauspielern Rollen zuordnete, von denen er sich sicher sein konnte, dass diese sie ablehnen würden. Dann hatte er das Recht, den Vertrag und somit auch die Gehälter für ein halbes Jahr auszusetzen und die Verträge um einige Jahre in die Länge zu ziehen. So wurden große Einsparungen gemacht.^{82 83}

Die Stars wurden aber auch öfters zwischen den Studios ausgeliehen und sie mussten diese Bestimmungen hinnehmen.⁸⁴ So musste sich zum Beispiel David O. Selznick auf eine Koproduktion mit MGM einlassen und lieh Clark Gable, der bei dem Branchenriesen unter Vertrag war, für seinen Film *Vom Winde verweht* aus. Nachdem er selbst einige Zeit bei MGM gearbeitet hatte, gründete Selznick 1935 sein eigenes Studio, *Selznick International Pictures*. Er brachte es mit seinem kleinen Studio nur auf ein bis zwei Filme pro Jahr, gewann aber 1939 mit *Vom Winde verweht* zehn Oscars. Kein Film hatte bis dato mehr Preise gewonnen.⁸⁵

Dieses Starsystem war ideal für die großen Studios in Los Angeles. Allerdings hatte die Industrialisierung von Kalifornien in den 30^{er} Jahren nicht nur seine Vorteile für die Filmindustrie.

II.4.6 Entstehung der kalifornischen Gewerkschaften

Die Abwesenheit der Gewerkschaften war ein wesentlicher Grund für die unabhängigen Studios nach Los Angeles zu ziehen. Dieser Vorteil hielt jedoch nicht an. Die Entstehung der Gewerkschaften im Jahr 1935 hatte die Reformen des *National Labor Relations Act (Wagner Act)* zur Folge. Dieser Akt garantiert die Grundrechte der Beschäftigten im Privatsektor, sich in Gewerkschaften zu organisieren, bessere Arbeitsbedingungen und Bezahlungen kollektiv auszuhandeln und kollektive Maßnahmen, einschließlich Streiks, zu unternehmen, falls

⁸¹ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 81.

⁸² McDonald, Paul (2004): De nouveaux concepts pour l'étude des stars. In: Dyer, Richard: Le star-système hollywoodien : suivi de Marilyn Monroe et la sexualité. Editions L'Harmattan, Paris. Seite 139-140.

⁸³ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

⁸⁴ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 81.

⁸⁵ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 29.

erforderlich.⁸⁶ Ab den 40^{er} [Jahren](#) gewannen die Gewerkschaften an Einfluss, so dass die Zeit des herrschenden Oligopols langsam ablief.⁸⁷

Somit hat sich nicht nur das neue Land, sondern auch die Position der Studios im Laufe der Zeit verändert.

II.4.7 Das Ende des Studiosystems

In den 50^{er} Jahren haben die Majors ihre wichtigste Einnahmequelle in die Produktion von Filmen und Fernsehsendungen verlegt. Die Filmindustrie befand sich zu diesem Zeitpunkt erneut in einer Krise.⁸⁸

Den Anfang machte die Schauspielerin Olivia de Havilland (unter anderem bekannt durch den Film *Vom Winde verweht*), die zwischen 1943 und 1946 vor dem obersten Bundesgericht einen Rechtsstreit gegen *Warner* führte, bei dem sie unter Vertrag stand. Wie bereits erwähnt, waren in den frühen Jahrzehnten des Kinos die Schauspieler [wie](#) Besitz [für die](#) Studios und durch langfristige Verträge gebunden. Bei diesem Prozess wurde die Praxis der Siebenjahresverträge für rechtswidrig erklärt und führte somit zu einem Gesetz das die Filmstudios zwang, die Akteure pro Film zu bezahlen. Dies ermöglichte den Schauspielern, mehr zu verdienen und markierte die allmähliche Abschaffung von langfristigen Verträgen.^{89 90} Die Schauspieler gewannen an Autonomie. In den 50^{ern} wurde die Studioherrschaft dann komplett aufgelöst.

Diese Rechtsprechung hat nicht nur das Ende des Studiosystems markiert, sondern auch die Entstehung von Agenturen. Seit [dieser Zeit](#) werden Schauspieler pro Film bezahlt und Verträge sind auf einen Film beschränkt. Heutzutage üben Schauspieler einen freien Beruf aus und verwalten ihre Karriere selbst.^{91 92}

In den 50^{er} Jahren hatte die amerikanische Filmindustrie allerdings noch mit weiteren Bedrohungen zu kämpfen.

⁸⁶ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 89-90.

⁸⁷ Töteberg, Michael (2005): Metzler Film Lexikon, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar. Seite 262-263.

⁸⁸ Nacache, Jacqueline (2005). Seite 13-14.

⁸⁹ Garson, Charlotte (2008): Le cinéma hollywoodien. Cahiers du cinéma, Paris. Seite 36.

⁹⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 17.

⁹¹ Zicken und Querulanten (1995). In: Der Spiegel. Ausgabe 14, Seite 200-206. URL:

<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-9181064.html> (download: 10.01.13)

⁹² Nacache, Jacqueline (2005). Seite 47.

II.4.8 Konkurrenz durch das Massenmedium Fernseher

1939 wird das erste Fernsehgerät für den US-Markt auf der Weltausstellung in New York vorgestellt.⁹³ Anfang der 50^{er} Jahre hat sich der Fernseher rapide zum Massenmedium entwickelt. Bald hatte die Mehrzahl der amerikanischen Bevölkerung einen Apparat zu Hause stehen, was es wiederum unnötig machte ins Kino zu gehen. Die *Big Five* mussten sich von ihren Kinoketten trennen.⁹⁴ Die Filmindustrie musste mit neuen Attraktionen auf diese Bedrohung reagieren.

Die Produktionsfirmen in Hollywood versuchten neue Effekte mit Hilfe von überbreiten Bildformaten zu erlangen. Warner Bros. erprobten den Vitaskop. 1952 kam der erste Cinerama-Film in die Kinos. Dieses Breitwand-System wurde mit drei gekoppelten Kameras aufgenommen und mit drei Projektoren vorgeführt. Dieses aufwendige Verfahren führte aber häufig zu technischen Problemen. 1952 kauften Ingenieure der Hollywoodfirma *20th Century-Fox*, Henri Chrétien's Erfindung namens Hypergonar, ein Objektiv, und testeten es. Fox erwarb die Weltpatente und nannte das Aufnahme- und Projektionsverfahren für extreme Breitwand Cinemascope. In den 50^{er} Jahren waren Cinemascope-Filme das große Geschäft. Die Studios *MGM*, *United Artists*, *Columbia* und *Warner Bros.* folgten. Nur *Paramount* verwendete ein anderes System, namens Vista-Vision. Seit Ende der 60^{er} Jahre werden die Scope-Filme im Panavision-Verfahren hergestellt, das bis heute für Filme in Überbreite genutzt wird. Mit Cinemascope bezeichnet man heute generalisierend verschiedene Breitwandverfahren.⁹⁵ Der erste Scope-Film war *Das Gewand* aus dem Jahr 1953.⁹⁶

Die Nachkriegszeit in den 50^{ern} in den USA war ein Jahrzehnt voller Veränderungen, nicht nur in der Filmbranche. Vor allem kulturgeschichtliche Faktoren trugen dazu bei. Massenkultur und Kunst verschmalzen und bildeten die sogenannte Pop-Kultur, in Kunst (Pop-Art), Musik (Rock'n'Roll) und Literatur (Beat Generation). Stars, die nun nicht mehr von den allmächtigen Produzenten behütet wurden, büßten ihre

⁹³ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 13.

⁹⁴ Grob, Norbert: New Hollywood. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 418-423.

⁹⁵ Töteberg, Michael (2005). Seite 720-721.

⁹⁶ Grob, Norbert: Breitwand. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 83-86.

„Göttlichkeit“ ein, da sie durch die Vermarktung von Produkten des alltäglichen Konsums ihre Einzigartigkeit und Unantastbarkeit verloren hatten.⁹⁷

In den 60^{er} Jahren, nach Zerfall des Studiosystems, befand sich das klassische Hollywoodkino, dessen Modell sich in den 30^{er} Jahren etabliert hatte, in einer ökonomischen wie auch künstlerischen Krise. Laut Grob, „hatte Hollywood verloren, was einmal seine größte Stärke war: die Fähigkeit, den Erwartungen des Publikums stets gerecht zu werden.“ 1965 dann feierte das klassische Hollywood mit dem Musical *Meine Lieder – Meine Träume* den letzten kommerziellen Erfolg gegen den Fernseher. Seit den 50^{er} Jahren hatte die Filmindustrie durch dieses Massenmedium immer mehr Publikum verloren.⁹⁸

Die Gesellschaft veränderte sich. Das Wirtschaftswachstum fing Ende der 60^{er} Jahre an zu stocken. Es begann eine stärkere Bildungsbeteiligung. Die Beteiligung der USA am Vietnam-Krieg, sowie die Antikriegsdemonstrationen der 68er-Bewegung teilten die Nation. Obendrein war das Land schockiert durch die Attentate an Martin Luther King und Robert Kennedy im Jahr 1968. Auf diese Krise wusste Hollywood nicht mehr zu reagieren, es musste sich also verändern.⁹⁹

Die Goldene Ära Hollywoods endete zusammen mit der Macht der Studios nach drei Jahrzehnten, Anfang der 60^{er} Jahre. Dies war der Beginn neuer künstlerischer Möglichkeiten.¹⁰⁰

II.4.9 New Hollywood

New Hollywood bezeichnet das amerikanische Kino zwischen 1967 und 1976, eine als besonders kreativ geltende Produktions- und Stilepoche, die durch Experimente in der Branche geprägt war. Der Beginn dieser Ära wird von Experten oft mit drei Filmen verknüpft, die 1967 erschienen: *Die Reifeprüfung*, *Point Blank* und *Bonnie und Clyde*.¹⁰¹ Das New Hollywood charakterisiert sich außerdem durch eine Reihe

⁹⁷ Michel, Matthias, Köpfl, Isabelle: Apokalypse am Sunset Boulevard. Zur Generierung medialer Images: Das Starplakat. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 164 ff.

⁹⁸ Grob, Norbert: New Hollywood. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 418-423.

⁹⁹ Grob, Norbert: New Hollywood. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 418-423.

¹⁰⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 150.

¹⁰¹ Grob, Norbert: New Hollywood. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 418-423.

von jungen Regisseuren wie Steven Spielberg (*Der weiße Hai*), Francis Ford Coppola (*Der Pate*) oder George Lucas (*Krieg der Sterne*).¹⁰²

In den folgenden Jahren, gewannen die Schauspieler immer mehr an Autonomie. Stars wählen ihre Rollen selbst aus und sie schützen ihr Image durch die Einstellung von Agenten, Pressevertretern, Rechtsanwälten und Managern, die als Berater fungieren.¹⁰³ Es sind die Agenten und Anwälte, die nun die Kontrolle in Hollywood übernommen haben.¹⁰⁴ So hat Mel Gibson sein eigenes Geld in die Produktion von *Die Passion Christi* (2004) investiert, weil er kein Studio für die Finanzierung gefunden hatte, und es hat sich gelohnt, denn der Film gehört zu den erfolgreichsten Hollywood-Produktionen aller Zeiten.¹⁰⁵ Andere Stars besitzen selbst eine Produktionsfirma, was ihnen Anteile an den Gewinnen der Filme verschafft.¹⁰⁶

Auch im dritten Jahrtausend muss das Kino auf dem neuesten Stand bleiben, um sein Publikum nicht zu verlieren.

II.4.10 Der 3D-Film¹⁰⁷

In der Filmgeschichte gab es bereits mehrere Versuche das dreidimensionale Filmerlebnis zu etablieren. Allerdings ist der aktuelle 3D-Boom der erfolgreichste und aussichtsreichste. Den Durchbruch des 3D-Films brachte der riesige Erfolg des Weltraumepos *Avatar – Aufbruch nach Pandora* im Jahr 2009.

Im Laufe der Filmgeschichte wurde immer wieder versucht diese Technik einzuführen. Bereits in der Stummfilm-Ära wurde mit dem 3D-Effekt experimentiert. Doch alle Versuche in den 20^{er} und 30^{er} Jahren hatten keinen nachhaltigen Erfolg beim Publikum.

Als die Kinobranche in den 50^{er}n immer mehr Zuschauer an das preiswerte Fernsehen verlor, versuchte sie den Publikumsschwund mit neuen Techniken zu verhindern.

¹⁰² Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 150.

¹⁰³ Garson, Charlotte (2008). Seite 37.

¹⁰⁴ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 118.

¹⁰⁵ Giglio, Ernest (2005): Here's looking at you: Hollywood, Film & Politics, 2. Auflage. Peter Lang Publishing, New York. Seite 19.

¹⁰⁶ Garson, Charlotte (2008). Seite 38.

¹⁰⁷ Kleber, Reinhard (2010): 3D-Kino: Geschichte und Zukunft; in: kinofenster.de: Das Onlineportal für Filmbildung. URL: http://www.kinofenster.de/themen-dossiers/dossier_stereoskopie_die_dritte_dimension_im_kino/3d_kino_geschichte_und_zukunft/ (download: 05.06.13).

Allerdings wusste der 3D-Film auch damals noch nicht zu überzeugen weil es viele technische Probleme wie Unschärfe und Bildschwankungen gab und die 3D-Filme durch die Rot-Grün-Brillen nur in schwarz-weiß gesehen werden konnten. Zudem wurde vielen Zuschauern schwindelig und sie litten unter Kopfschmerzen auf Grund einer nicht richtig abgestimmten Abwechslung der projizierten Bilder. An diesen technischen Defiziten änderte sich auch nichts in den folgenden Jahrzehnten, wodurch sich die Technik nicht durchsetzen konnte.

Erst in diesem Jahrtausend gelang dem 3D-Film der Durchbruch. James Cameron's Großproduktion *Avatar – Aufbruch nach Pandora* (2009) wurde auf dem höchsten technischen Niveau entwickelt. Der Film lief weltweit in mehr als 17.000 Kinosälen an, knapp ein Drittel davon war mit 3D-Projektoren ausgestattet. Die Filmindustrie musste sich gegen verbessertes Heimkino-Equipment und Online-Raubkopien, die eine immer größere Konkurrenz für das klassische Kino darstellten, durchsetzen.

Die 3D-Herstellung birgt Mehrkosten gegenüber der konventionellen zweidimensionalen Produktion. Da die Eintrittskarten mehr kosten und die Zuschauer bereit sind den Preis zu zahlen, werden die Herstellungskosten gedeckt. Somit steigt die Zahl der 3D-Kinosäle kontinuierlich.

Neben den erwähnten technischen Qualitätsmerkmalen, wird der Vermerk von gewonnenen Auszeichnungen eines Films und seiner Schauspieler, allen voran der *Academy Award*, gerne auf Filmplakaten verwendet. Der Hinweis ist bei der ersten Auflage von Filmplakaten noch nicht möglich und wird, national wie international, nach der Verleihung hinzugefügt. Der wichtigste Preis gilt der Kategorie „Bester Film“. Aber selbst minder wichtige *Oscars* werden auf den Plakaten vermerkt. Dies gilt auch für die Nominierungen der wichtigsten Filmpreise.

II.5 Die Auszeichnungen

Es gibt zahlreiche Filmpreise, die für die Leistung der Schauspieler, Regisseure, Produzenten und anderen Mitwirkenden eines Films vergeben werden. Eine solche Auszeichnung zählt als Qualitätsmerkmal und erhöht somit den Wert eines Films.

Die beiden wichtigsten amerikanischen Filmpreise werden hier genauer erläutert. Der *Golden Globe* ist eine dieser begehrten Trophäen.

II.5.1 Die Golden Globes

The Hollywood Foreign Press Association (HFPA) verleiht jedes Jahr im Januar die *Golden Globes*. Es handelt sich um eine Non-Profit-Organisation, die Spenden für den guten Zweck im Bereich der Unterhaltungsbranche sammelt. Die Mission der HEPA ist es laut eigener Aussage, günstige Beziehungen zwischen den Vereinigten Staaten und anderen Ländern zu etablieren, hervorragende Leistungen zu würdigen, an wohltätigen Zwecken im Zusammenhang mit der Entertainment Industrie beizutragen und das Interesse an einem Studium im Bereich der Kunst zu fördern.¹⁰⁸

Die Ursprünge der Organisation reichen zurück bis 1943 und basieren auf dem Wunsch einer Gruppe von Journalisten alle Aspekte der Unterhaltung zusammenzutragen.

Im Jahr 1944 urteilte *The Hollywood Foreign Correspondant Association* zum ersten Mal und vergab Preise für herausragende Leistungen. Seit 1955 ist die Organisation unter dem Namen *The Hollywood Foreign Press Association* bekannt.¹⁰⁹

Heutzutage sind Mitglieder aus 55 Ländern in der Organisation vertreten. Ihre Artikel werden in Zeitungen und Zeitschriften auf der ganzen Welt veröffentlicht und sind somit für den Bekanntheitsgrad eines Films wichtig. Jedes Jahr werden von den Mitgliedern Interviews mit mehr als 400 Schauspielern, Regisseuren, Autoren und Produzenten geführt und Berichte über den Austragungsort der Dreharbeiten, dem sogenannten Filmset, geschrieben.

Die Verleihungszeremonie der *Golden Globes* ist eine der meist gesehene Preisverleihungen im Fernsehen. Das Ansehen der *Golden Globes* hat sich zudem in den letzten Jahren auf Grund der Zunahme der internationalen Präsenz erhöht.¹¹⁰

Heutzutage gilt der *Golden Globe* als einer der wichtigsten Filmpreise und wird als Indikator für den *Academy Award* gesehen.¹¹¹ Die Vergangenheit zeigt, dass der Gewinner eines *Academy Award* in der Regel bereits vorher mit einem *Golden Globe*

¹⁰⁸ HEPA (2010): About the HEPA. URL: <http://www.goldenglobes.org/about/> (download: 07.02.13).

¹⁰⁹ HEPA (2010): About the HEPA. URL: <http://www.goldenglobes.org/about/> (download: 07.02.13).

¹¹⁰ HEPA (2010): About the HEPA. URL: <http://www.goldenglobes.org/about/> (download: 07.02.13).

¹¹¹ Jungen, Christian: Der Journalist, ein Geschäftspartner der Studios. Starinterviews als Mittel der Filmproduktion. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009): Demnächst in ihrem Kino: Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung, 2. Auflage. Schüren Verlag, Marburg. Seite 300.

gewürdigt worden war. Der *Golden Globe* kann einem Schauspieler für die beste Leistung in einem Drama aber auch in einer Komödie oder einem Musical verliehen werden. Der *Academy Award* für die beste Haupt- oder Nebenrolle wird allerdings in nur *einem* (genrebeliebigen) Film vergeben, wodurch der größere Wert dieser Auszeichnung erklärt wäre.

II.5.2 Die Academy Awards

Die höchste und bekannteste Filmauszeichnung unserer Zeit ist der *Academy Award*, besser bekannt unter dem Namen *Oscar*. Die *Oscars* werden jedes Jahr im März in Los Angeles für hervorragende Leistungen in der Welt des Films verteilt.

Es gibt viele Geschichten über die Herkunft des Namens der 3,85 Kilo schweren Statuette aus vergoldetem Britanniametall. Die häufigste ist, dass als Margaret Herrick, eine Assistentin von Louis B. Mayer (Direktor der MGM-Studios) eine gewisse Ähnlichkeit zwischen seinen Zeichnungen von der Statue und ihrem Onkel Oscar erkannt und geäußert haben soll.¹¹² In den frühen 30^{er} Jahren soll Walt Disney der Erste gewesen sein, der in seiner Rede der Jury für seinen *Oscar* dankte.¹¹³ Der Name ist seitdem geblieben.

Heutzutage wird der *Academy Award* in 24 Kategorien verliehen. Die wichtigsten, die sogenannten Königsdisziplinen, sind „Bester Film“, „Beste Regie“, „Bester Hauptdarsteller“, „Beste Hauptdarstellerin“ und „Bestes Drehbuch“. Beim besten Drehbuch wird dabei nicht zwischen den Kategorien Originaldrehbuch und adaptiertes Drehbuch unterschieden. Bis jetzt konnten erst drei Filme in allen fünf Kategorien gewinnen: *Es geschah in einer Nacht* bei der Oscarverleihung im Jahr 1935, *Einer flog über das Kuckucksnest* im Jahr 1976 und *Das Schweigen der Lämmer* 1992.¹¹⁴ Die Kategorien haben sich im Lauf der Geschichte immer wieder verändert. Einige wurden dazu genommen, andere wieder weggelassen. Bei Bedarf, vor allem zu Anfang, wurden gerne *Spezialoscars* für noch nicht existierende Kategorien erfunden, so wie zum Beispiel für den Zeichentrickfilm *Schneewittchen und die Sieben Zwerge*.

¹¹² Der Oscar – The Academy Award (2010). In: MagazinUSA.Com. URL: <http://www.magazinusa.com/us/info/show.aspx?unit=originals&doc=300&dsc=Oscar> (download: 19.02.13).

¹¹³ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 99.

¹¹⁴ Oscar-Rekorde. URL: <http://www.film-lexikon.de/Oscar-Rekorde> (download: 20.02.13).

Aber zunächst einmal zur Geschichte der *Oscars*.

In den späten 20^{er} Jahren befand sich die amerikanische Filmindustrie in einer Krise. Die Zahl der Kinobesuche sank. Zudem stand der Film im Wettbewerb mit neuen Erfindungen wie dem Radio. Darüber hinaus gab es einen relativen Wohlstand und der Besitz eines Autos erlaubten es auf dem Land zu wohnen und damit fernab von Kinosälen, die bis dato nur in großen Städten errichtet wurden. Zu dieser Zeit waren die Stars noch mit Verträgen an die Studios gebunden. Die Filmstudios verzeichneten folglich eine starke Abnahme des Ansehens und der Berühmtheit ihrer Stars.¹¹⁵

Um eine Lösung für diese Bedrohungen zu finden, vereinbarte Louis B. Mayer ein Treffen mit dem US-amerikanischen Schauspieler Conrad Nagel, dem Regisseur Fred Niblo, der für seinen Film *Ben Hur* aus dem Jahr 1926 bekannt und mit 11 Oscars ausgezeichnet wurde, und dem Produzenten Fred Beetsen.^{116 117} Am 11. Januar 1927 wurde dann die *Academy of Motion Picture Arts and Sciences* gegründet. Unter den 33 Gründern waren auch Douglas Fairbanks (US-amerikanischer Schauspieler und erster Vorsitzende der Akademie), Jack L. Warner und Cecil B. DeMille (Regisseur und Produzent der *Paramount Studios*).¹¹⁸ Im Mai desselben Jahres verlieh der Staat der *Academy* den Status einer Non-Profit-Organisation.^{119 120}

Im Jahr 1928 wurde die Verleihung eines Preises beschlossen. Am 16. Mai 1929 wurde die Auszeichnung zum ersten Mal in Form eines festlichen Gala-Dinners verliehen. Die Preisträger wurden drei Monate im Voraus informiert.¹²¹

Um das Interesse an der Veranstaltung zu steigern, wurde ab 1930 nur noch die Los Angeles Times eingeweiht. Da sie aber die Sperrfrist verletzte, wurden ab 1941 die

¹¹⁵ Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009). Seite 51.

¹¹⁶ Conrad Nagel (1897-1970). In: Golden Silents. URL: <http://www.goldensilents.com/stars/conradnagel.html> (download: 20.02.13).

¹¹⁷ Niblo, Peter (2006): Remembering my father: Fred Niblo. In: Silents are Golden. Disponible sur <http://www.silentsaregolden.com/articles/frednibloarticle.html> (download 23.02.13).

¹¹⁸ Douglas Fairbanks. In: *Answers.com*. URL: <http://www.answers.com/topic/douglas-fairbanks> (download 23.02.13).

¹¹⁹ The Academy of Motion Picture, Arts and Sciences: History and Organization of the Academy. URL: <http://www.oscars.org/academy/history-organization/history.html> (download: 15.02.13).

¹²⁰ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 99.

¹²¹ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 99.

Gewinner nicht mehr im Vorhinein veröffentlicht. Seit 1930 wird die Zeremonie im Radio übertragen und seit 1953 auch im Fernsehen.¹²²

Laut der offiziellen Webseite geben heutzutage mehr als 6.000 Mitglieder der Akademie ihre Stimmen in den verschiedenen Kategorien ab und sind somit verantwortlich für die Nominierungen.¹²³ Die Zeremonie wird auf der ganzen Welt ausgestrahlt und von mehr als 800 Millionen Zuschauer in mehr als 200 Ländern angeschaut. Seit 2002 wird die Oscarverleihung im *Kodak Theatre* in Hollywood gefeiert.¹²⁴

Keine andere Preisverleihung, weder auf nationaler noch auf internationaler Ebene, ist so begehrt wie die dieses goldenen Mannes. Und kein anderer Preis erhöht so sehr die Bekanntheit eines Films.

Nach dem Filmkritiker Emanuel Levy bedeutet der Gewinn eines *Oscars* nicht nur Prestige für diesen und seine Mitwirkenden, sondern stellt sogleich einen Profit in Bezug auf die Ticketverkäufe dar. Ein *Oscar* bedeutet Ansehen in der amerikanischen Kino-Industrie, so wie auch außerhalb der Vereinigten Staaten.¹²⁵

Nach der Oscarverleihung kann sich das Gehalt eines Schauspielers für seine darauf folgenden Filme schon mal um ein paar Millionen Dollar erhöhen. Ein *Oscar* bedeutet für Schauspieler Gagen bis zu 20 Millionen Dollar pro Film, für Schauspielerinnen sind es bis zu 15 Millionen.

Die Produzenten lassen keine Gelegenheit aus, um zu erwähnen, dass ein Film oder Schauspieler mit dieser Auszeichnung geehrt wurde. So auch nicht bei der zweiten Auflage von Filmplakaten, die sich somit durch die Erwähnung der Oscarstatue vom Vorgängermodell unterscheiden. Diese Plakate werden gedruckt wenn der Film nach der Oscarverleihung noch in den Kinos läuft. Das gleiche zählt für jede bekannte Preisverleihung. Dies hat einen einfachen Grund: Menschen sind eher geneigt ins Kino zu gehen wenn sie gewisse Sicherheiten haben. In der Tat ist die Qualität einen

¹²² The Academy of Motion Picture, Arts and Sciences: History of the Academy Awards. URL: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/history.html> (download: 15.02.13).

¹²³ The Academy of Motion Picture, Arts and Sciences: History and Organization of the Academy. URL: <http://www.oscars.org/academy/history-organization/index.html> (download: 15.02.13).

¹²⁴ Kernan, Lisa: Hollywood auf einem Stecknadelpfad. Oscar-Verleihung und die Vermarktung von Filmgeschichte. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 161.

¹²⁵ Levy, Emanuel (1987): And the Winner is... The Historical and Politics of the Oscar Awards. Continuum, New York. Seite 45. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 164.

Films bereits von „Experten“ bejaht worden. Damit steigt das Vertrauen und man geht als Zuschauer ein geringeres Risiko ein, enttäuscht zu werden und sein Geld unnötig auszugeben.

Kritiker werfen der Akademie vor, dass sie „auch in der Wahl der Preisträger, seit ihren Anfängen, dazu tendiert, eher repräsentative und kassenträchtige Filme zu prämiieren als künstlerisch besonders Gewagtes.“¹²⁶ So werden in der Regel bei den amerikanischen Preisverleihungen andere Filme ausgezeichnet als bei den europäischen, wie beispielsweise das Filmfestival in Cannes, Frankreich.

In der Geschichte des Kinos haben sich also nicht nur die Medien, sondern auch die Gesellschaft gewandelt. An dieser Stelle sollen deshalb einige theoretische Ansätze des sozialen Wandels aufgegriffen werden.

II.6 Der Soziale Wandel¹²⁷

Sozialer Wandel bedeutet, dass ganze Gesellschaften oder Kulturen durch eine Entwicklung bleibende Veränderungen erleben. Diese Entwicklung ist nicht kontinuierlich. Die Theorien des sozialen Wandels befassen sich mit den Ursachen, dem Verlauf und den voraussagbaren Änderungen der sozialen Struktur von Gesellschaften; sie sind Gesichtsinterpretationen. Daher gibt es keine einheitliche Theorie.

Drei der klassischen Theorien des sozialen Wandels sollen nun kurz erläutert werden.

William F. Ogburn (1886-1959) führte den sozialen Wandel auf die Technik bzw. die angewandten Erfindungen zurück. In den 20^{er} Jahren war dies besonders für die USA eine zutreffende Diagnose. Ab Ende des 19. Jahrhunderts ermöglichten Entwicklungen wie Elektrizität, das Auto und das Telefon erstmals den Massenwohlstand. Die Situation hat sich seither verändert und Ogburns These bestätigt sich nicht mehr.

Vilfredo Pareto (1843-1923) sieht die Gesellschaft als ein System von Ungleichheiten, die durch eine herrschende Elite und deren Konkurrenten bestimmt

¹²⁶ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 99.

¹²⁷ Scheuch, Erwin K. (2003): Sozialer Wandel. Band 1: Theorien des sozialen Wandels. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. Seite 10-17.

wird. Durch den Druck der Bevölkerung und/oder die Gegensätze zwischen einer herrschenden und potentiellen Elite, gibt es eine Zirkulation dieser Kräfte.

Für Karl Marx (1818-1883) entsteht der soziale Wandel durch die Veränderung der gesellschaftlichen Arbeit. Die herrschende Klasse eignet sich die Arbeitsprodukte der unterdrückten Klassen an. Die dadurch ausgelösten Klassenkämpfe treten als periodisch auftretende Krisen, soziale Unruhen, und den daraus entstehenden revolutionären Umwälzungen auf.¹²⁸

Die bisherigen Kapitel haben sich mit den äußeren Faktoren, welche die Gestaltung eines Filmplakats direkt oder indirekt verändern können, beschäftigt. Im folgenden Abschnitt wird nun die Geschichte und die Merkmalen sowie der Aufbau des Plakats selbst erläutert.

II.7 Das Filmplakat

Die Filmtechnik hat sich seit ihren Anfängen bis zur Gegenwart enorm entwickelt hat. Der Film wurde vom einstigen Jahrmarktvergnügen zum Massenmedium. Plakate hingegen werben für Filme seit diese für ein breites Publikum hergestellt wurden. Dabei haben sie ihr Aussehen im Laufe der Zeit vergleichsmäßig nur leicht verändert.¹²⁹

Plakate und insbesondere Filmplakate sollen Aufmerksamkeit erregen und Überzeugungsarbeit leisten. Im Sachlexikon des Films wird das Filmplakat als eine Art Aushängeschild beschrieben.¹³⁰ Seine Aufgabe ist es zu informieren und bei den Passanten Interesse für das Produkt, in diesem Fall den Film, zu wecken. Dann ist es, Pantel zufolge, bereits erfolgreich.¹³¹

II.7.1 Geschichte des Filmplakats

Filmplakate gibt es bereits so lange wie es Filme gibt. Als das Kino entstand, wurde das Plakat eingesetzt um die damals noch neue Unterhaltungsform populär zu

¹²⁸ Kleining, Gerhard: Sozialer Wandel. Seite 196. URL: http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/3724/ssoar-1991-kleining-sozialer_wandel.pdf?sequence=1 (download 10.07.13).

¹²⁹ Pantel, Volker (1984): Das Buch der Filmplakate (1945 bis 1965). Günter Albert Ulmer Verlag, Schönaich. Seite 8.

¹³⁰ Grzeschik, Ilona: Filmplakat. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 199-200.

¹³¹ Pantel, Volker (1984). Seite 8.

machen. Anfangs war es sogar üblich die Zuschauer mit auf dem Plakat abzubilden, wie zum Beispiel beim ersten Film der Gebrüder Lumière: *Die Ankunft des Zuges* (*L'arrivée d'un train en gare de la ciotat*, 1895).¹³² Damals stand das Kino „als eine billige und für alle sozialen Schichten zugängliche technische Erfindung und visuelle Attraktion.“¹³³

Bis in die 20^{er} Jahre waren diese Filmankündigungen fast ausschließlich mit Informationstexten gestaltet. Erst mit der Industrialisierung der Filmbranche und der ansteigenden Konkurrenz der Kinosäle begann auch die Plakatgestaltung sich weiterzuentwickeln. Ab 1920, als fast nur noch Langfilme hergestellt wurden, sind die Kinoplakate aufwendig mit handgemachten Illustrationen oder mit Collagen gestaltet worden.¹³⁴ Dafür wurde meistens eine eindrucksvolle Szene des Films nachillustriert und mit Titelschriftzug und Darstellernamen ergänzt. Die Plakate wurden in der Regel farbig ausgemalt, obwohl der Film in Schwarz-Weiß war. Später wurden dann auch Bilder aus dem Film als Plakatmotiv verwendet.¹³⁵

Mit Aufkommen des Starsystems Ende der 20^{er} Jahre erschienen auch die ersten Starplakate. Dabei handelt es sich um ein Filmplakat, das den Publizitätswert eines Schauspielers nutzt und sein Star-Image inszeniert. Bei den meisten Hollywoodplakaten handelt es sich auch heute noch um Starplakate.¹³⁶ So gibt es bei Hollywoodproduktionen in der Regel mehrere Plakate, die für den gleichen Film werben, darunter die, welche nur mit Titel und einer Großaufnahme des Filmstars versehen sind.

Ab den 50^{er} wurden Filmplakate in Druckereien hergestellt. Allerdings war die Plakatgestaltung damals nicht allein dem Grafiker überlassen. Buchstabengröße für die Nennung der Stars, der Regisseure und der Produzenten, sowie die des Titels wurden vom Filmverleih vorgeschrieben. Auch die Pressechefs der Verleihe gaben Tipps und Direktiven an. Der Titel sollte so groß wie möglich sein, die Namen der

¹³² Grzeschik, Ilona: Filmplakat. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 199-200.

¹³³ Magener, Jörg: Kino vor dem Kino. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995): Das Filmplakat. Scalo Verlag, Zürich, Berlin, New York. Seite 9-10.

¹³⁴ Der Kult der Filmplakate. In: BITfilm-Festival. URL: <http://www.bitfilm-festival.org/filmplakate/> (download: 14.06.2013).

¹³⁵ Bognar, Alexander: Filmplakate. URL: <http://www.alexanderbognar.com/filmplakate.html> (download: 14.06.13).

¹³⁶ Michel, Matthias, Köpfl, Isabelle: Apokalypse am Sunset Boulevard. Zur Generierung medialer Images: Das Starplakat. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 170.

Hauptcharaktere durften dabei aber nicht minder auffällig sein.¹³⁷ Dies waren oftmals anonyme Grafiker, welche die Filme selbst nie gesehen hatten und daher nur nach den Vorgaben und Fotos des Verleihs arbeiteten. Durch den Zeitdruck variierte die Plakatgestaltung kaum. Die Entwürfe gelten als schnell und routiniert bearbeitet und das sieht man vor allem Plakaten aus den 70^{er} auch an. Diese Meinung vertreten Hans Helmut Prinzler, Direktor der Stiftung Deutsche Kinemathek Berlin und Dr. Hans Marte, Generaldirektor der österreichischen Nationalbibliothek Wien.¹³⁸

Ab den 60^{er} lässt sich die zunehmende Tendenz zu „fotographischen und pseudorealistischen Darstellungsformen“ erkennen, wodurch Filmplakate immer individueller und vielseitiger gestaltet wurden.¹³⁹

Seit den 80^{er} und 90^{er} Jahren sind zunehmend Logos auf Filmplakaten zu finden, beispielsweise bei *Jurassic Park* und *Ghostbusters*. Da ein Filmplakat eine „Genreetikette“ ist, gibt es kaum mehr reine Schriftplakate. Farbe und Schrifttyp können dabei typisch für ein Genre sein.¹⁴⁰ So weist die blutrote, zerlaufende Schrift des Titels von *The Rocky Horror Picture Show* (1975) auf einen Horrorfilm hin.

Auch heutzutage müssen sich Grafiker an die engen Vorgaben der juristischen Verträge bei der Plakatgestaltung halten. So wird festgelegt was in welcher Größe und Reihenfolge abgebildet wird. Die Schauspieler haben zudem auch noch ein Mitspracherecht. Die künstlerische Betrachtungsweise muss sich unterordnen.¹⁴¹

Auch die Größe der Filmplakate hat sich im Laufe der Geschichte verändert. Dies mag daran liegen, dass Filmplakate als Werbemittel an Bedeutung verloren haben. Bis in die 1950^{er} waren Plakate das wichtigste Medium um einen Film zu bewerben. Dementsprechend haben viele großformatige Plakate auf der Straße die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich gezogen.¹⁴² Zur Zeit des Stummfilms waren beispielsweise die Filmplakate in Österreich noch großformatiger als in anderen

¹³⁷ Pantel, Volker (1984). Seite 8.

¹³⁸ Mänz, Peter, Maryska, Christian (1998): Das UFA-Plakat. Filmpremieren 1918 bis 1943. Umschau Braus Verlag, Heidelberg. Seite 6-7.

¹³⁹ Michel, Matthias, Köpfl, Isabelle: Apokalypse am Sunset Boulevard. Zur Generierung medialer Images: Das Starplakat. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 170.

¹⁴⁰ Grzeschik, Ilona: Filmplakat. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 199-200.

¹⁴¹ Kohn, Daliah: Wie wird ein Film gemacht? In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 236-238

¹⁴² Bogner, Alexander: Filmplakate. URL: <http://www.alexanderbogner.com/filmplakate.html> (download: 14.06.13).

Ländern. Heutzutage haben Filmplakate neben anderen Medien wie TV, Radio, Internet und Werbemaßnahmen, wie dem *Trailer* und Zeitschrifteninseraten, nur noch eine untergeordnete Rolle.¹⁴³ Das Plakat ist ein Nebenprodukt im Prozess der Herstellung und Verbreitung des Kinofilms geworden, trotzdem ist es als Werbemittel nicht mehr wegzudenken.¹⁴⁴

II.7.2 Merkmale und Aufbau eines Filmplakats

Der Hauptteil eines Filmplakats wird in der Regel durch ein großes Foto, eine Illustration oder eine Collage eingenommen. Die Plakate werden oft durch einzelne Filmbilder, die Ausschnitte aus den Filmen zeigen, ergänzt. In der Vergangenheit hatten manche Filmverleihe untersagt bestimmte Filminhalte auf dem Filmplakat oder den Filmfotos zu zeigen.¹⁴⁵

Zu den Merkmalen eines Hollywoodplakats gehören, Haralovich zufolge „Filmtitel, Stars, Charakterzüge der Figuren, sowie die narrative Rätsel die um diese Figuren aufgebaut sind“. Im Gegensatz zum Produktionspersonal, zu dem Regisseur, Drehbuchautor und Produzent zählen, seien diese Merkmale von vorrangiger Bedeutung für die Vermarktung.¹⁴⁶ Allerdings werden Filme mit unbekanntem Darstellern oft mit dem Namen des bekannteren Regisseurs beworben, so wie die Filme *E.T. – Der Außerirdische* (1982) und *Jurassic Park* (1993) von Steven Spielberg.

Plakate stellen in der Regel den Bezug der Akteure zur Erzählung in den Vordergrund.¹⁴⁷ Sie geben genretypische Szenen des menschlichen Lebens wieder. Es handelt sich dabei oft um Konfliktsituationen, so wie beispielsweise eine Verfolgungsjagd zu Pferde bei Westernfilmen. Wegen Zeitknappheit und aus ökonomischen Gründen, wird oft ein Aushang- oder Pressefoto als Plakatmotiv verwendet. Dafür wurde das Foto früher mit dem Episkop auf das Papier projiziert

¹⁴³ Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 229.

¹⁴⁴ Mänz, Peter, Maryska, Christian (1998): Das UFA-Plakat. Filmpremieren 1918 bis 1943. Umschau Braus Verlag, Heidelberg. Seite 6-7.

¹⁴⁵ Bogner, Alexander: Filmplakate. URL: <http://www.alexanderbogner.com/filmplakate.html> (download: 14.06.13).

¹⁴⁶ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 127-128.

¹⁴⁷ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 125-126.

und ausgemalt. Dann wurde eine Szene aus dem Film hinzugefügt.¹⁴⁸ Die Charaktere werden auf dem Plakat innerhalb der Story des Films platziert. In der Regel an einem Punkt der offene Fragen aufwirft. Das Plakat stellt also ein Rätsel dar, das im Film beantwortet wird. Es werden nie Anfang oder Ende einer Geschichte wiedergegeben.¹⁴⁹ Meistens wurde der dramatische Höhepunkt des Films illustriert, wie das Wagerennen beim *Ben-Hur*-Plakat (1959). Dies ermöglicht dem potentiellen Publikum eine Genrezuordnung. Dabei sind Filmplakate frei von jeder festen räumlichen Positionierung.¹⁵⁰

Pantel ist der Meinung dass Filmplakate eine zeitgeschichtliche sowie psychologische Aussagekraft, über das was Menschen an Ängsten und Hoffnungen bewegt, besitzen, obwohl sie in erster Linie Werbeträger sind.¹⁵¹

Heutzutage hängen großformatige Plakate vor allem in den Schaukästen, in den Foyers und an den Fassaden der Kinos. Kohn zufolge werden Filmplakate, so wie andere Werbeplakate auch, nur noch in den seltensten Fällen bewusst zur Kenntnis genommen.¹⁵²

Die Plakatgestaltung hat sich also im Lauf der Geschichte geändert, die „Sprache der Filmplakate“ allerdings nicht grundlegend. Es sind „schnell erfassbare Motive, die Aufmerksamkeit erregen; Reduzierung und Stilisierung, um das Wesentliche pointiert und eindrucksvoll auf kleinstem Raum darzustellen; Einprägsamkeit durch formale Gestaltungsmittel wie Farbgebung und Typographie.“¹⁵³

II.8 Die Filmzensur

Ab 1953 mussten sich Grafiker in Deutschland neben den juristischen Vorgaben zudem noch nach der *Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft* (FSK), die ihre Entwürfe erst freigeben musste, richten. Änderungen einer zu brutalen Kampfszene oder zu knapper Kleidung wurden verlangt. Die FSK trat 1949 nach dem Vorbild des

¹⁴⁸ Pantel, Volker (1984). Seite 11.

¹⁴⁹ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 128.

¹⁵⁰ Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 49.

¹⁵¹ Pantel, Volker (1984). Seite 7.

¹⁵² Kohn, Daliah: Wie wird ein Film gemacht? In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 236-238

¹⁵³ Grzeschik, Ilona: Filmplakat. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 199-200.

in den USA geltenden *Hays Code* in Kraft.¹⁵⁴ In den USA wurden Filme seit den 20^{er} Jahren, die Filmwelt seit den frühen 30^{er} Jahren der Kontrolle unterzogen.

1922 wurde der Verband *der Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPPDA) zum Zweck der freiwilligen Selbstkontrolle eingerichtet. Die MPPDA war eine Organisation, deren Mitglieder aus den Managern der großen Filmfirmen bestanden. Ihr Präsident war Will Hays. Die MPPDA wurde als Reaktion auf die Empörung der Öffentlichkeit über die unmoralischen Vorgänge in Hollywood gegründet. Der auslösende Moment war der Mordprozess von dem Komiker Fatty Arbuckle, dem die Vergewaltigung und der Mord an einer Schauspielerin vorgeworfen wurden. Ihre Mitglieder verpflichteten sich einer freiwilligen, vom Staat unabhängigen, Selbstkontrolle zu unterziehen. Die Regeln der Selbstzensur trugen aber auch dazu bei, die gesamte Filmindustrie unter die Kontrolle des Studio-Oligopol zu bringen.¹⁵⁵

Die Filmzensur galt als eine Maßnahme um die Gesellschaft vor der hypothetischen Wirkung von Filmen zu schützen. Die Geschichte der Filmzensur durchlief dabei ähnliche Etappen in verschiedenen Ländern. In diktatorischen Regimes wie Deutschland von 1933-1945 wurde die Zensur als Vorzensur ausgeübt. In parlamentarischen Demokratien wurden fertige Werke einer Kommission zur Kontrolle vorgestellt.¹⁵⁶

Das *Hays Office* verschärfte die Zensur später noch. Der 1933 durch Franklin Roosevelt eingeführte *National Recovery Act* (NRA) bot der MPPDA die Gelegenheit einen strengen *Advertising Code* (auch *Hays Code* genannt) aufzustellen. Durch die Agentur *Advertising Advisory Council* (AAC) wollte die MPPDA die Durchsetzung des *Codes* sicherstellen. Der *Advertising Code* bestand aus Regeln die vorschrieben, was in der Filmwerbung zulässig war. Und so wurde dem AAC jedes Werbemittel, von Plakaten bis zu *Trailern* und Aushangfotos, vorgelegt bevor es eingesetzt werden konnte.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Pantel, Volker (1984). Seite 8.

¹⁵⁵ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 134-135.

¹⁵⁶ Bulgakow, Oskana: Zensur. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 673-676.

¹⁵⁷ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 134-135.

Die Zensur befasste sich zum Beispiel ständig mit Disney-Zeichentrickfilmen, weil die Figuren nicht proper gekleidet waren, so auch bei *Fantasia* (1940).¹⁵⁸ Liebesszenen wurden zu der Zeit diskret umgangen. So wurde nur eine innige Umarmung oder ein Kuss in der letzten Filmszene gezeigt.¹⁵⁹

Um 1940 wandelte sich das kulturelle Klima in den USA und die Vorschriften des *Advertising Code* passten nicht mehr mit den Vorstellungen der Vermarktung des Starsystems überein. So sah sich die AAC gezwungen weniger konservativ mit dem Umgang von Fotos weiblicher Stars umzugehen. Ab dem Zweiten Weltkrieg verstärkte sich der Trend der sogenannten Pin-up-Fotos. Sie zeigten weibliche Filmstars in aufreizenden Posen, welche die Moral der amerikanischen Soldaten stärken sollten. Die MPDDA hat sich diesen kulturellen Anforderungen zwar nie offiziell angepasst, sie gab ihnen dennoch nach, um die Interessen der Filmindustrie zu schützen.¹⁶⁰

Um bei der Analyse auf die unterschiedlichen Genres des Films einzugehen, werden diese nun genauer erörtert.

II.9 Die Filmgenres

Als Erstes stellt sich die Frage was ein Filmgenre ist. Töteberg (2009) definiert ein Genre als eine „Gruppe von Spielfilmen, die sich durch typische Merkmale in der Dramaturgie, der Typage, durch immer wiederkehrende Handlungsstereotypen und Schauplätze von anderen unterscheiden lassen.“¹⁶¹

Ein Genre kann sich durch den Ort, an dem der Film spielt, durch seine Handlungszeit oder durch die Wirkungsabsicht auf die Zuschauer definieren.¹⁶²

Genres sind veränderbar, somit entwickeln sich Subgenres, Unterkategorien.¹⁶³ Ein Film vereint fast immer mehrere Genres, was dem Publikum die Filmauswahl beim Kinobesuch erleichtert.

¹⁵⁸ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 97.

¹⁵⁹ Felix, Jürgen: Liebesfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 345-349.

¹⁶⁰ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 134-137.

¹⁶¹ Töteberg, Michael (2005): Metzler Film Lexikon, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar. Seite 722.

¹⁶² Filmgenres. In: film-lexikon.de. URL: <http://www.film-lexikon.de/Filmgenres> (download: 20/05/13).

Es gibt zahlreiche Filmgenres. Experten sind sich uneinig darüber, wie sich Genres und Subgenres aufteilen. Die wichtigsten Genres werden an dieser Stelle etwas genauer erläutert. Dafür wird sich hauptsächlich an das Sachlexikon des Films gehalten.

II.9.1 Der Western

Ein Western definiert sich durch geographische und historische Merkmale. Es handelt sich um den amerikanischen Heimatfilm.¹⁶⁴ Der Western situiert sich in der Zeit zwischen der Gründung der USA 1776 und dem sich durchsetzenden Industriezeitalter Ende des 19. Jahrhunderts. Die meisten Westerngeschichten spielen zwischen 1865 und 1890. Im Wesentlichen kann man behaupten, dass ein Western entweder die Thematik um die Grenze zwischen Wildnis und Zivilisation im Zuge der Eroberung des amerikanischen Kontinents oder um den Kampf von Gut gegen Böse mit Hilfe von Gewalt, behandelt.¹⁶⁵

II.9.2 Der Liebesfilm

Es gibt kaum einen Film ohne Liebesgeschichte. Wenn die Liebesgeschichte sich im Mittelpunkt des Interesses befindet, entsteht eine neue Kategorisierung. Allerdings wird der Liebesfilm nicht als Genre an sich gesehen. Vielmehr ist es ein Ensemble um die Romanze und das Melodram. Ein Liebesfilm ist thematisch definiert: Was hindert die Liebenden einander in die Arme zu fallen? Bei jedem Film kommen die Standardsituationen Liebeserklärung und Liebesszene vor. Früher wurde die Liebesszene mit einer innigen Umarmung oder einem Kuss in der letzten Einstellung dargestellt.¹⁶⁶

¹⁶³ Faulstich, Werner (2008): Grundkurs Filmanalyse, 2. Auflage. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn. Seite 28-29.

¹⁶⁴ Faulstich, Werner (2008). Seite 30-31.

¹⁶⁵ Kiefer, Bernd: Western. In: Koebner, Thomas (2002): Reclams Sachlexikon des Films. Philipp Reclam jun., Stuttgart. Seite 664-669.

¹⁶⁶ Felix, Jürgen: Liebesfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 345-349.

- **Die Romanze**

Die Romanze erzählt vom Liebesglück. Das verliebte Paar findet nach schwierigen Umwegen zum Ziel. Die daraus resultierende Sehnsucht ist Hauptbestandteil der Geschichte.¹⁶⁷

- **Das Melodram**

Das Melodram hingegen erzählt von den Bedingungen der Unmöglichkeit des Liebesglücks. Das Melodram lässt die Liebenden sich vereinigen nur um sie dann unter größtem Kummer wieder zu trennen.¹⁶⁸ Damit erreicht das Melodram sein Ziel das Publikum emotional zu bewegen, indem es die Schicksalhaftigkeit des Lebens betont.¹⁶⁹ Die erfolgreichsten Melodramen wurden zur Zeit des klassischen Hollywoodkinos in den 30^{er}, 40^{er} und 50^{er} Jahren gedreht. Bei den meisten Melodramen handelt es sich um Literaturverfilmungen.¹⁷⁰

II.9.3 Die Komödie

Zur Komödie gehört die Abweichung von gewohnten Abläufen und Verhaltensweisen, die den Zuschauer zum Lachen bringen.¹⁷¹ Manche Experten zweifeln daran, dass es sich bei der Komödie um ein eigenes Genre handelt. Dabei gehört die Filmkomödie, neben dem Melodram und dem Western, zu den ältesten und populärsten Filmgenres. Sie findet ihren Ursprung in der *Slapstick*-Tradition von Vaudeville, Varieté und Wanderzirkus. Es wurden bereits komische Kurzfilme in der Übergangsphase vom Theater zum Film neben akrobatischer Kunst und Körperbeherrschung in den „Kinos der Attraktionen“ gezeigt.¹⁷²

II.9.4 Der Kriminalfilm

In einem Kriminalfilm dreht sich die Thematik um ein Verbrechen mit Gangstern und Polizisten oder Detektiven. Der Film zeigt die Aufklärung oder auch Verschleierung des Verbrechens und wie der Fall gelöst wird oder nicht. Die Geschichte wird dabei

¹⁶⁷ Felix, Jürgen: Liebesfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 345-349.

¹⁶⁸ Felix, Jürgen: Liebesfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 345-349.

¹⁶⁹ Töteberg, Michael (2005): Metzler Film Lexikon, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar. Seite 723.

¹⁷⁰ Vossen, Ursula: Melodram. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 377-381.

¹⁷¹ Faulstich, Werner (2008). Seite 49-52.

¹⁷² Marschall, Susanne: Komödie. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 306-313.

oft aus einer ungewöhnlichen Perspektive erzählt und legt somit falsche Fährten, die erst am Ende des Films aufgeklärt werden.¹⁷³

Subgenres des Kriminalfilms sind der Gangsterfilm, der Polizeifilm, der Detektivfilm, der Spionagefilm und der Thriller.

- **Der Thriller**

Der Thriller definiert sich vor allem durch seine anspannende Wirkung auf die Zuschauer. Die Geschichte handelt oft von einem Helden, der schuldlos in Gefahr, Not oder Verdacht gerät und dann seine Unschuld beweisen beziehungsweise sich aus der Lage befreien muss.¹⁷⁴ Die Handlung wird dabei eindeutig aus der Perspektive des Protagonisten gezeigt. So hat der Zuschauer den gleichen Informationsstand wie der Protagonist, wobei er bei anderen Kriminalgenres oftmals einen Überblick über die Situation hat.¹⁷⁵

II.9.5 Der phantastische Film

Zu den phantastischen Filmen gehören alle Filme, in denen übernatürliche Vorgänge und Gestalten vorkommen. Die Subgenres aus dem Bereich des phantastischen Films sind der Horrorfilm, der Science-Fiction-Film und der Fantasy-Film.¹⁷⁶

- **Der Horrorfilm**

In einem Horrorfilm ist das Phantastische in Form von Monstern, Dämonen oder Zombies zu sehen. Diese bedrohen den Protagonisten und sein Umfeld.¹⁷⁷ Der Horrorfilm definiert sich durch seine Wirkung auf den Zuschauer, indem es die Urängste stimuliert und in den Zuschauern somit Angst erweckt. Der Einzug des Horrorfilms ins populäre Kino in den 70^{ern} gilt Stiglegger zufolge, als Blütezeit des Horrorgenres.¹⁷⁸

¹⁷³ Grob, Norbert: Kriminalfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 325-330.

¹⁷⁴ Grob, Norbert: Kriminalfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 328.

¹⁷⁵ Wulff, Hans J.: Thriller. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 612-615.

¹⁷⁶ Will, Fabienne: Phantastischer Film. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 446-450.

¹⁷⁷ Will, Fabienne: Phantastischer Film. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 446-450.

¹⁷⁸ Stiglegger, Marcus: Horrorfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 263-267.

- **Der Science-Fiction-Film**

Im Science-Fiction-Film stellt das Phantastische eine meist negative Zukunftsvision infolge des technischen Fortschritts dar.¹⁷⁹ Science-Fiction bedeutet also technische Spekulation oder phantastische Zukunftswelt. Der Sci-Fi-Film lässt sich dabei besonders gut mit Elementen anderer Genres kombinieren.¹⁸⁰

- **Der Fantasy-Film**

Beim Fantasy-Film besteht das Phantastische aus dem Bereich der Sagen, Mythen und Märchen. In dieser Phantasiewelt, die oftmals eine Gegenkonstruktion zur Realität darstellt, existieren Fabelwesen, Heroengestalten und Magie.¹⁸¹

II.9.6 Der Abenteuerfilm

Im Mittelpunkt eines Abenteuerfilms steht der Held, der voller Tatendrang in die Welt hinauszieht und ehrenhafte Taten vollbringt. Der klassische Abenteurer, auch als *Swashbuckler* bezeichnet, gilt als ein positiver und aufrichtiger Mann. Die Frau wird überwiegend als *Love Interest* dargestellt. Sie ist der Preis, den der Held für seine mutigen Taten bekommt.¹⁸²

II.9.7 Der Musical-Film (Musikfilm)

In einem Musical-Film werden die drei Künste Schauspiel, Gesang und Tanz gezeigt. Im Mittelpunkt der Geschichte steht bei diesem Genre meistens ein romantisches Paar. Das gesungene Musikstück bildet den dramaturgischen Höhepunkt einer Szene und gehört zum Geschehen. Die Geschichte wird in den Gesangsstücken weitererzählt und somit nicht unterbrochen. Ergänzend wird meistens ein Tanz zum erzählenden Gesang eingesetzt. Seit den Fred Astaire und Ginger Rogers Filmen ist diese integrierte Form Standard bei Musical-Filmen.¹⁸³

¹⁷⁹ Will, Fabienne: Phantastischer Film. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 446-450.

¹⁸⁰ Rauscher, Andreas: Science-Fiction-Film. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 536-541.

¹⁸¹ Will, Fabienne: Phantastischer Film. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 446-450.

¹⁸² Klein, Thomas: Abenteuerfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 7-9.

¹⁸³ Ott, Dorothee: Musicalfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 398-403.

II.9.8 Der Actionfilm

Das Action-Genre hat sich in den 60^{er} Jahren aus dem Kriminalfilm entwickelt. Grund war Gruteser zufolge, das „generell gesteigerte Bedürfnis des Publikums nach physisch intensiveren Darstellungen“. *Action* bedeutet Bewegung, sei es nun die Fortbewegung des Körpers in Akrobatik oder Kampf, oder die Bewegung von Transportmitteln wie Pferde, Kutschen, Züge, Autos, Flugzeuge oder Raumschiffe oder die Bewegung einer Waffe (die Explosion mit der die Kugel aus dem Lauf der Waffe austritt sowie die Explosion des Einschlags).¹⁸⁴

II.9.9 Der Erotikfilm

„Der Erotikfilm ist das am meisten verbreitete und am häufigsten genutzte, aber am seltensten thematisierte Filmgenre.“¹⁸⁵ Die zentrale Thematisierung ist die Geschlechtlichkeit von Mann und Frau (oder nur eines Geschlechts). Subgenres sind der erotische Film, der Sexfilm und der Pornofilm. Der Unterschied liegt im Ausmaß und der Art der Darstellung von Körperlichkeit und Sexualität. Historisch wurde die Grenze dabei unterschiedlich gezogen.¹⁸⁶

II.9.10 Subgenres

Weitere wichtige Subgenres sind der Kriegsfilm, dieser wird thematisch definiert, der Familienfilm, für groß und klein, der Historienfilm, der (zu mindest zum Teil) auf wahren Begebenheiten basiert, und der Sportfilm mit der Sportthematik als Hauptstory.

- **Das Drama**

Das Drama (wörtlich übersetzt = Handlung) wird gerne als Filmgenre angeführt, obwohl es sich Experten zufolge um kein richtiges Genre handelt. Fast jeder Film beinhaltet auch Drama. Trotzdem scheint es, als würde auf den Film *Einer flog über das Kuckucksnest* (1975) kein anderes Genre zutreffen.

¹⁸⁴ Gruteser, Michael: Actionfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 13-15.

¹⁸⁵ Faulstich, Werner (2008). Seite 54-58.

¹⁸⁶ Faulstich, Werner (2008). Seite 54-58.

- **Der Animationsfilm/Zeichentrickfilm**

Auch der Animationsfilm stellt kein Genre dar, die Bezeichnung hilft aber Filme besser einzuordnen. Seit *Schneewittchen und die Sieben Zwerge* etablierte der Amerikaner Walt Disney den Zeichentrickfilm, der vorher nur als Beiprogramm diente, als abendfüllend. Zeichnerisch wurde in Produktionen wie *Bambi* ein fast fotografischer Realismus angestrebt. *Toy Story* und *Shrek* gelten als Meilensteine des computergenerierten Animationsfilms.¹⁸⁷

¹⁸⁷ Giesen, Rolf: Animationsfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 23-25.

III Forschungsfrage und Hypothesen

Um auf die Forschungsfrage: In wie weit hat sich die Gestaltung der Filmplakate seit den 30^{er} Jahren bis heute verändert? wurden Hypothesen aufgestellt, welche Bereiche des sozialen Wandels sowie die Qualitätsmerkmale der Plakate, den Medienwandel und die Darsteller, berücksichtigen.

Aus den bereits genannten Gründen werden keine Hypothesen über die gewonnenen Auszeichnungen erstellt. Die meisten deutschen Plakate wurden vor der Verleihung gedruckt, wodurch keine gültige Analyse durchgeführt werden kann.

Sozialer Wandel

Das Plakat lässt auf das Genre des Films deuten. Heutzutage tut es dies öfters als vor den 90^{er} Jahren.

Medienwandel

In allen Jahrzehnten werden die verwendete Technik und Innovationen auf den Plakaten angepriesen.

Die Visualisierung der Filmplakate verändert sich mit der Zeit.

Texte zum Inhalt des Films dienen auf Plakaten hauptsächlich als Ergänzung zum Bild.

Darstellung der Protagonisten

In der klassischen Hollywood-Ära (30^{er}-50^{er} Jahre) gibt es auf den Filmplakaten einen größeren Fokus auf die Darstellung von Liebespaaren als in der New Hollywood-Ära (Ende 60^{er}-Mitte 70^{er}).

Erotik und Liebesgeschichten werden eher auf Plakaten angedeutet zu Zeiten einer prüderen Gesellschaft.

Als wichtigstes Qualitätsmerkmal gelten die Namen der Darsteller.

Bei Abenteuer- und Action-Filmen werden keine *Credits* von Schauspielern vermerkt.

Das Plakat gibt die Rolle des Schauspielers im Film wieder.

Die Mimik der abgebildeten Darsteller ist überwiegend fröhlich, um ein positives Bild zu vermitteln.

Die abgebildeten Darsteller haben überwiegend Blickkontakt mit dem Betrachter des Plakats um eine Interaktion herzustellen.

IV Methode

Als Methode wird sich an erster Stelle der Bildanalyse bedient. Im folgenden Kapitel wird genauer darauf eingegangen, welche Aspekte für diese berücksichtigt werden. Danach wird sich anhand der durchgeführten Analyse des geschriebenen Textes, der empirischen Methode der Inhaltsanalyse bedient.¹⁸⁸ Die Inhaltsanalyse wird die Häufigkeiten mit Hilfe des Programms SPSS messen. So können die aufgestellten Hypothesen, die im vorigen Teil erläutert wurden, bestätigt respektiv widerlegt werden.

Die Inhaltsanalyse soll ermöglichen, Unterschiede einiger Merkmale über die verschiedenen Epochen festzuhalten.

Als Stichprobe dienen dafür Plakate der 100 erfolgreichsten Filme aller Zeiten in den USA. Dabei handelt es sich um ein Ranking, welches an die Inflation angepasst ist. Inflationäre Faktoren wie Ticketpreise und Wiederausstrahlungen werden berücksichtigt und reflektieren daher den eigentlichen Reiz einer Produktion. Die meisten Filme vor 1980, erreichten ihren Rang durch solche erneuten Ausstrahlungen. So kam zum Beispiel *Vom Winde verweht* im Jahr 1968 erneut in die Kinos und um dem technischen Niveau zu entsprechen, war der Film diesmal mit Stereoton versehen.¹⁸⁹

Das Ranking bietet eine große Vielfalt in dem alle Jahrzehnte seit der Goldenen Hollywood-Ära und (fast) alle Filmgenres vertreten sind. Rankings, die nicht an die Inflation angepasst sind, sind durch den immer steigenden Preis von Kinokarten kopflastig mit den jüngsten Veröffentlichungen. Diese Rankings können sich also

¹⁸⁸ Früh, Werner (2011): Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis, 7. Auflage. UTB, Stuttgart. Seite 27.

¹⁸⁹ Töteberg, Michael (2005). Seite 262-263.

theoretisch täglich mit jedem neuen *Blockbuster*-Film ändern. So gibt es nur sehr wenige Filme vor 1980 in dieser Liste.¹⁹⁰

Als Ergänzung sei zu erwähnen, dass ein *Blockbuster* für einen Film steht, der Neumann zufolge, „entweder extrem viel Geld einspielt, oder von dem man erwartet, dass er es tun wird (nachdem er extrem viel Geld gekostet hat)“.¹⁹¹ Im Fachjargon wird ein solches Ranking *Box Office* genannt. Es bezeichnet den Erfolg eines Films beim Publikum.¹⁹²

Es wurde versucht die Erstauflage der jeweiligen Plakate zu verwenden, allerdings sind viele Auflagen durch den strapazierenden Gebrauch in Schaukästen, an Litfasssäulen und Hauswänden zerstört worden. Andere Exemplare wurden vernichtet, sobald der Film aus dem Verleih verschwand.¹⁹³

Die erwähnte Liste stammt von Ende März 2013.¹⁹⁴ Die Bildanalyse der Filmplakate erfolgt in der Reihenfolge des Ranking. Sie beginnt also mit dem Film, der die meisten Ticketverkäufe seit seiner Premiere zu verbuchen hat.

¹⁹⁰ Dirks, Tim: All Time Box Office 100. In: Filmsite. URL: <http://www.filmsite.org/boxoffice.html> (download: 02.04.13).

¹⁹¹ Neumann, Kerstin-Luise: Blockbuster. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 82-83.

¹⁹² Neumann, Kerstin-Luise: Box Office. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 83.

¹⁹³ Pantel, Volker (1984). Seite 7.

¹⁹⁴ Dirks, Tim: All Time Box Office 100. In: Filmsite. URL: <http://www.filmsite.org/boxoffice.html> (download: 02.04.13).

V Analyse

V.1 Bildanalyse

In diesem Teil erfolgt eine kurze Bildanalyse von 100 Filmplakaten. Auf folgende Aspekte soll dabei besonders geachtet werden:

- Die Darstellung der Protagonisten: Welche Charakterzüge sind erkennbar? Aussehen, Mimik, Blickkontakt, Körperhaltung – die Bildbeschreibung erfolgt in logischer Reihenfolge vom Vordergrund zum Hintergrund.
- Verwendung von Qualitätsmerkmalen:
 - Technik: Auf welche Technik wird aufmerksam gemacht und wie?
 - Oscars: Da versucht wurde jeweils die erste Auflage eines Filmplakats zu finden, wird auf den meisten kein Oscar-Kommentar vorhanden sein, da dieser erst nach der Verleihung bei späteren Drucks beigefügt wurde. Um trotzdem einen Überblick zu behalten wird die Anzahl der gewonnenen Oscars jedes Films angezeigt werden. Diese wurden mit Hilfe der Seite <http://oscar.go.com/oscar-history/year/2012> ermittelt.
 - *Credit*: welche Namen werden wann im *Credit* aufgeführt? Der Begriff wird im nachfolgenden Text erklärt.
- Zusatzinformationen durch bildbeschreibende Texte: In welcher Beziehung steht der Text (*Copy*) des Bildes mit dem eigentlichen Bild? (Ergänzung, Wiederholung, Eingrenzung von Mehrfachbedeutungen)
- Weist das Abgebildete auf das Genre des Films hin? Die Filmgenres nach der offiziellen Beschreibung auf der Internetseite www.imdb.com werden zum Vergleich ebenfalls aufgelistet.
- Art der Kunst des Plakats: Fotografie, Zeichnung, Grafik.
- Ist das Bild eine Momentaufnahme (Portrait) oder eine Handlung?
- Was ist besonders auffällig? Dabei handelt es sich oft um die Farbe (Farbspektrum, Wirkungsabsicht) und/oder die Perspektive (Größenkontraste, Betrachtungsperspektive).

Im *Credit* werden die Namen der prominentesten Mitwirkenden in einem Film aufgeführt (Schauspieler, Regisseur und/oder Produzent). Im Prinzip wird der berühmteste Name als erster aufgelistet.

Das *Copy* sind Pressezitate oder Werbesprüche auf dem Plakat.

Das *Billing* ist die Auflistung der wichtigsten Mitwirkenden eines Films, welche heutzutage in juristisch festgelegter Ordnung und Darstellung erfolgt. Auf dem Plakat wirkt es untergeordnet (*Copy* und *Credit* sind größer dargestellt) und doch ist es nicht wegzudenken. Man kann das *Billing* mit dem Vor- und Abspann im Kino vergleichen.¹⁹⁵

Ein paar Merkmale sind auf fast jedem Plakat vorzufinden, Abweichungen werden erläutert. In der Regel sind auf dem Plakat die Hauptcharaktere des Films, den Titel, und die Namen der Schauspieler (*Credit*) verzeichnet.

Man unterscheidet zwischen Haupt- und Nebendarsteller. Der Protagonist ist dabei das Wahrnehmungszentrum im Film. Der Zuschauer identifiziert sich mit dieser Schlüsselfigur. Sein Status zeigt sich in der Art der Dominanz, in der er dargestellt wird. In der Regel handelt es sich um ein Protagonistenpaar, einen Mann und eine Frau oder zwei Freunde. Es kann also mehrere, gleichrangige Protagonisten in einem Film geben.¹⁹⁶

Es macht einen Unterschied ob unbekannte Darsteller eine Rolle übernehmen oder Schauspieler, die dem Publikum aus anderen Filmen und anderen Rollen bereits bekannt sind. Viele Protagonisten sind stark von vorherigen Rollen geprägt. Festgelegte Images auf einen bestimmten Typ waren während des Starsystems die Regel.¹⁹⁷ Bei der Identitätsbildung der Zuschauer spielt es eine große Rolle wie die Akteure sich selbst positionieren.¹⁹⁸

Der Filmtitel ist ebenfalls teil der Bildkommunikation des Plakats. Bei der Bildanalyse wird dieser aber nicht genauer analysiert. Stattdessen wird sich auf das

¹⁹⁵ Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 239.

¹⁹⁶ Faulstich, Werner (2008): Grundkurs Filmanalyse, 2. Auflage. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn. Seite 97-98.

¹⁹⁷ Faulstich, Werner (2008). Seite 98-102.

¹⁹⁸ Mikos, Lothar (2008): Film- und Fernsehanalyse, 2. Auflage. UKV Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz. Seite 51.

dargestellte Bild konzentriert, obwohl der Text (*Copy*), der als Ergänzung oder Wiederholung dient, durchaus berücksichtigt wird. Bei den Plakaten ist das Logo des jeweiligen Filmstudios unten in einer Ecke klein abgebildet und gehört zum *Billing*.

Die Bildanalyse wird hauptsächlich aus einer Beschreibung dessen, was zu erkennen ist bestehen. Eine Interpretation dessen erfolgt in der Inhaltsanalyse. Es sei kurz angemerkt, dass eine Bildanalyse immer interpretative Elemente enthält und somit subjektiv ist. In diesem Fall wird das Hintergrundwissen über die Filme bei der Analyse durchaus beeinflussend sein, denn ein Filmplakat dient nun mal auch der Erinnerung eines bereits gesehenen Films. Dies ergibt eine andere Deutung, als wenn man nichts über den Inhalt weiß.

Bei der Darstellung der Hauptcharaktere wird vor allem auf ihren Gesichtsausdruck und die Blickkommunikation geachtet. Angedeutete Handlungen und Kleidung werden ebenfalls beschrieben, da man sich durch diese charakterisiert.¹⁹⁹ Personenabbildungen werden als Bildmotive bevorzugt, da sie die Betrachtungszeit erhöhen, so Kroeber-Riel.²⁰⁰

Nöth bezeichnet das Gesicht als „zentraler Ort der Wahrnehmung und Übermittlung nonverbaler Signale in der menschlichen Kommunikation.“ Der Gesichtsausdruck, auch als Mimik bezeichnet, ist demnach ein nonverbales Kommunikationsmittel. Diese Ausdrucksform gehört zur *Sprache des Gesichts* sowie auch die Blickkommunikation. Sie „umfasst die Ausdrucksbewegungen des Gesichts sowie die aus ihnen resultierende Haltungen der Gesichtszüge des Menschen“. Dazu gehören Stirn, Augen wie Augenbrauen, Nase, Lippen, Wangen und der Kiefer.²⁰¹

Das Auge ist dabei wohl das Vielsagendste. Es wird nicht ohne Grund als Spiegel zur Seele bezeichnet. Diese Vorstellung erklärt die Bedeutung des Blickverhaltens. Vielmehr ist das Blickverhalten im sozialen Miteinander ein Beispiel für die „Unmöglichkeit nicht zu kommunizieren“.²⁰² Bei der zwischenmenschlichen Kommunikation können sowohl der Blickkontakt als auch der fehlende (das

¹⁹⁹ Faulstich, Werner (2008). Seite 100.

²⁰⁰ Kroeber-Riel, Werner (1996). Seite 10.

²⁰¹ Nöth, Winfried (2000). Seite 308-309.

²⁰² Watzlawick, Paul, et al. (1980): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Huber, Bern. In: Volli, Ugo (2002). Seite 5.

Nichtanblicken) und der vermiedene Blickkontakt (das Wegblicken) gleichermaßen viel aussagen.²⁰³

Trotzdem sei daran erinnert, dass, ob das Plakat nun fotografiert oder in malerischem Realismus sei, Grafiker sich an juristische Verträge halten müssen und auch die Stars ein Mitspracherecht bei der Auswahl der Vorlagen haben. So werden zum Beispiel die Gesichter der Hauptdarsteller alle gleich groß abgebildet.²⁰⁴

Im Zeitraum von 1949-1990, als Deutschland in Deutsche Demokratische Republik (DDR) und Bundesrepublik Deutschland geteilt war, wurden die Erscheinungsdaten letzteres angegeben.

Alle verwendeten Plakate stammen von den Internetseiten www.imdb.com und www.filmposter-archiv.de.

²⁰³ Nöth, Winfried (2000). Seite 311.

²⁰⁴ Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 239.



1.

Originaltitel	Gone with the Wind	Erscheinungsjahr USA	1939
Deutscher Titel	Vom Winde verweht	Erscheinungsjahr Deutschland	1953 ²⁰⁵
Genre	Melodrama		
Oscars	10		
Credit	Metro-Goldwyn-Mayer zeigt David O. Selznick's Produktion		
Copy	Neu auf der Grossbildwand		
	Nach Margaret Mitchell's Roman		
Billing	Clark Gable – Vivien Leigh – Leslie Howard – Olivia de Havilland		

Als Erstes fällt der Blick auf die beiden Protagonisten des Films (Clark Gable als Rhett Butler und Vivien Leigh als Scarlet O'Hara). Der Mann trägt seine Angebetete auf Händen und wirft ihr einen leidenschaftlichen Blick zu der den Anschein erweckt, als wolle er sie küssen. Sie liegt ohnmächtig in seinen Armen, trotzdem wirkt es so als würden ihre Blicke sich treffen. Gable war als bekennender Macho bekannt und sein Männlichkeitsbild war ihm stets auch in seinen Filmen sehr wichtig²⁰⁶. Im Hintergrund ist eine Pferdekutsche zu erkennen.

Das grafisch dargestellte Plakat wirkt als hätte man die Szene vom Film aufs Papier projiziert und dann ausgemalt. Besonders auffällig sind die grellen Farbkontraste von rot und gelb im Hintergrund. Sie wirken wie ein Feuer, was andeutet dass er sie aus

²⁰⁵ Das deutsche Erscheinungsjahr des jeweiligen Films wurde auf der Internetseite www.imdb.com gefunden.

²⁰⁶ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 142ff.

einer gefährlichen Situation rettet. Die Farbe hilft die emotionalen Effekte zu steigern²⁰⁷.

Im Billing ist eine Oscarstatue abgebildet. Da der Film erst 14 Jahre nach dem Erscheinungsjahr in den USA in Deutschland erschien, konnte dieses Qualitätsmerkmal auf dem Plakat vermerkt werden. Unten rechts im Plakat ist vermerkt dass der Film in Metrocolor gedreht wurde. Die Vermerkung ist zwar relativ klein, allerdings durch die Wahl einer anderen Farbe leicht hervorgehoben. Die Hauptdarstellernamen sind ebenfalls hervorgehoben. Der Film basiert auf dem Bestseller von Margaret Mitchell aus dem Jahr 1936.



2.

Originaltitel	Star Wars: Episode IV – A New Hope	Erscheinungsjahr USA	1977
Deutscher Titel	Krieg der Sterne/Star Wars: Episode IV – Eine neue Hoffnung	Erscheinungsjahr Deutschland	1978
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	6		
Credit	/		
Copy	Es war einmal in ferner Zukunft...		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Allem voran soll angemerkt werden, dass sich die Poster der sechs *Krieg der Sterne* Filme vom Aufbau alle sehr stark ähneln.

²⁰⁷ Grob, Norbert: Farbe. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 158.

Die Hauptdarsteller des Films sind alle in Kampfposition dargestellt. Der Protagonist richtet seine Waffe gegen den Betrachter. Rechts und links hinter ihm stehen eine Frau und ein Mann, die ihre Waffen gerade abzufeuern scheinen. Sie sind alle drei weiß gekleidet was im Kontrast zu dem schwarzen Hintergrund sowie dem Kopf der schwarz maskierten Figur (Darth Vader), die über ihnen ragt, steht. Etwas kleiner abgebildet sind die Roboter an der Seite des Protagonisten abgebildet. Das Übernatürliche erkennt man vor allem in den Raumschiffe, Explosionen und einem Planeten, welche im Hintergrund zu sehen sind. Sie implizieren die Weiten des Alls sowie die Technik der Zukunft.²⁰⁸ Das Abgebildete wiederholt sich im Copy „Es war einmal in ferner Zukunft...“. Das Lichtschwert, die abgefeuerten Waffen und die Explosion stechen durch die rot-gelben Farben hervor.

Es gibt keine Credits, allerdings sind die Namen der Schauspieler im Billing gut lesbar. Das Plakat des ersten Star Wars Films ist grafisch gestaltet.



Originaltitel	The Sound of Music	Erscheinungsjahr USA	1965
Deutscher Titel	Meine Lieder – Meine Träume	Erscheinungsjahr Deutschland	1965
Genre	Musical, Familienfilm		
Oscars	5		
Credit	Eine Robert Wise Produktion		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

²⁰⁸ Klein, Thomas: Abenteuerfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 7-9.

Im Vordergrund sieht man eine tanzende und fröhlich singende junge Frau, die sich auf den Betrachter zu bewegt. Es sind die Musiknoten, sowie ihr leicht geöffneter Mund, die den Anschein des Singens vermitteln. Sie hält einen Gitarrenkoffer und eine kleine Tasche in jeweils einer Hand. Es gibt keine direkte Interaktion zwischen den Darstellern auf diesem Plakat, allerdings scheinen die Kinder im Hintergrund ihr zu folgen. Und auch der strenge Blick des Mannes, der rechts weiter abseits steht, ist auf die Frau gerichtet. Seine Hände sind in die Hüften gestützt. Im Hintergrund sind eine Berglandschaft und ein Dorf zu sehen.

Auffällig an dem grafisch gestalteten Plakat sind die Farben der Kleidung. Die Protagonistin, sowie die Kinder tragen ein leuchtendes Rosa respektiv Gelb. Die strenge Haltung des Mannes hingegen wird durch die dunkle Kleidung unterstrichen.

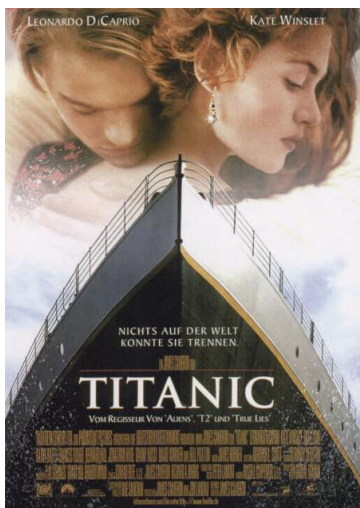


4.

Originaltitel	E.T. – The Extra-Terrestrial	Erscheinungsjahr USA	1982
Deutscher Titel	E.T. – Der Außerirdische	Erscheinungsjahr Deutschland	1982
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Familienfilm		
Oscars	4		
Credit	Ein Steven Spielberg Film		
Copy	Er hat Angst. Er ist allein. Er ist 3000000 Lichtjahre von Zuhause entfernt.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt zwei sich berührende Zeigefinger und ein dadurch entstehender Lichtfunken. Die rechte Hand ist die eines Kindes (Elliot), die linke die eines Außerirdischen (E.T.). Das kleine grelle Licht lässt auf etwas Übernatürliches deuten. Unten im Bild ist die Halbkugel der Erde zu sehen. Der Hintergrund zeigt das All mit den Sternen. Die blaue Farbe der Erdkugel unterstreicht die mystische Spannung.²⁰⁹

Das Copy „Er hat Angst. Er ist allein. Er ist 3000000 Lichtjahre von Zuhause entfernt.“ bestätigt die außerirdische Präsenz. Das Credit „Ein Steven Spielberg Film“ hat in den 80^{er}n eine gewisse Aussagekraft, denn der Regisseur der New Hollywood Generation war bereits mit Filmen wie *Der weiße Hai*, *Unheimliche Begegnung der dritten Art* oder auch *Jäger des verlorenen Schatzes*, um nur die zu nennen die in diesem Ranking vorhanden sind, weltberühmt.



5.

Originaltitel	Titanic	Erscheinungsjahr USA	1997
Deutscher Titel	Titanic	Erscheinungsjahr Deutschland	1998
Genre	Romanze		
Oscars	11		
Credit	Leonardo DiCaprio – Kate Winslet		
	Ein James Cameron Film		
Copy	Nichts auf der Welt konnte sie trennen		
	Vom Regisseur von <i>Alien</i> , <i>T2</i> und <i>True Lies</i>		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

²⁰⁹ Mikunda, Christian (2002): Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. WUV Universitätsverlag, Wien. Seite 249.

Der Blick wandert zuerst auf die große Momentaufnahme des Liebespaares im oberen Teil des Plakats. Die Frau ist im Profil abgebildet. Sie hat den Kopf leicht gesenkt und die Augen halb geschlossen. Der Mann steht hinter ihr und umarmt sie. Sein Kopf ruht auf ihrer Schulter, während sein Blick nach unten gerichtet ist. Im unteren Teil erkennt man das Bug eines Schiffes – die am 14. April 1912 gesunkene Titanic. Der Schriftzug „Nichts auf der Welt konnte sie trennen“ ergänzt das Bild. Man assoziiert sofort den tragischen Untergang der Titanic. Die Titanic war zu ihrer Zeit ein „Symbol, das Fortschrittoptimismus und Technikgläubigkeit der Moderne in Frage stellt“.²¹⁰

Über den Köpfen des jeweiligen Protagonisten steht sein Credit. Das zweite Credit steht über dem, das Copy „Vom Regisseur von *Aliens*, *T2* und *True Lies*“ unter dem Titel. So wurde abgedeckt, dass das Publikum einen von diesen bis dato eher unbekannt Namen wiedererkennt.

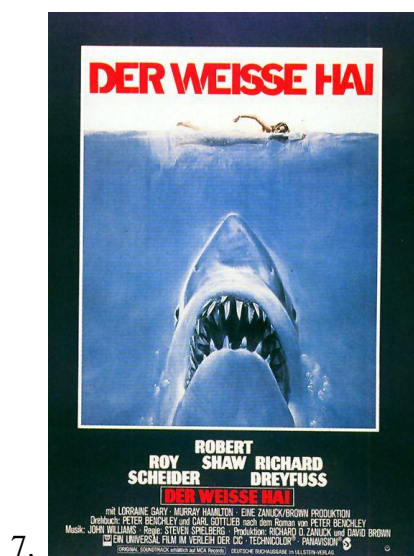


Originaltitel	The Ten Commandments	Erscheinungsjahr USA	1956
Deutscher Titel	Die zehn Gebote	Erscheinungsjahr Deutschland	1958
Genre	Historienfilm, Abenteuerfilm		
Oscars	1		
Credit	Paramount zeigt Cecil B. DeMille's Produktion		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

²¹⁰ Töteberg, Michael (2005). Seite 632.

Das grafische Plakat ist in drei Teile aufgeteilt. Das Besondere ist, dass sich das Billing nicht wie üblich horizontal unten, sondern vertikal und in der Mitte befindet. Die Portraits der beiden Hauptdarsteller sind rechts und links vom Billing abgebildet. Obwohl der Protagonist (Moses) und der Antagonist (Ramses) durch das Billing getrennt sind, scheinen sie zu interagieren. Sie stehen sich als Gegner gegenüber. Ihre feindlichen Blicke scheinen sich zu treffen. Im unteren Drittel des Plakats sieht man eine nachgezeichnete Szene des Films, in der Moses das Rote Meer teilt. Außerdem erkennt man die Menschen die ihm folgen.

Die damalige Neuheit VistaVision sowie die Tatsache, dass der Film mit Technicolor gedreht wurde, werden im Billing durch die rote Schrift und Größe hervorgehoben. So wird gleich beim Betrachten des Plakates klar, dass es sich bei dem Film um ein Spektakel handeln muss.²¹¹



Originaltitel	Jaws	Erscheinungsjahr USA	1975
Deutscher Titel	Der weiße Hai	Erscheinungsjahr Deutschland	1975
Genre	Horror, Thriller		
Oscars	3		
Credit	Roy Schneider – Robert Shaw – Richard Dreyfuss		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

²¹¹ Koebner, Thomas (1995): Filmklassiker: Band 2: 1947-1964. Philipp Reclam jun., Stuttgart. Seite 277-280.

Das grafisch eingerahmte Bild zeigt den Kopf eines weißen Hais. Besonders sein aufgerissenes Maul oder Kiefer Kieger (eng. Jaws) sticht hervor. Er befindet sich unter Wasser und schwimmt aus der Tiefe des Meeres hoch. Er sieht bedrohlich und angriffslustig aus. Über ihm krault eine Frau, die jedoch noch nichts von seiner Präsenz bemerkt zu haben scheint. Das Plakat weist den Betrachter also bereits auf eine lebensgefährliche Situation hin. Damit spielt bereits das Plakat mit den Urängsten des Menschen, die Angst vor dem Unbekannten und Verborgenen.²¹²

Im Billing wird angeführt dass es sich um eine Produktion in Technicolor und Panavision handelt. Anders als bei älteren Filmen wie *Die zehn Gebote* wird dieser Vermerk aber nicht besonders hervorgehoben, so dass er kaum sichtbar ist. Steven Spielberg wird auch nur im Billing als Regisseur aufgelistet (anders bei *E.T.* oder *Jurassic Park*), da er erst durch diesen Film bekannt geworden ist. Credits der Schauspieler sind vorhanden, allerdings sind diese nicht auf dem Plakat abgebildet.



8.

Originaltitel	Doctor Zhivago	Erscheinungsjahr USA	1965
Deutscher Titel	Doktor Schiwago	Erscheinungsjahr Deutschland	1966
Genre	Romanze, Kriegsfilm		
Oscars	5		
Credit	Geraldine Chaplin – Julie Christie – Tom Courtenay – Alec Guinness – Shiohan McKenna – Ralph Richardson – Omar Sharif – Rod Steiger – Rita Tushingham		

²¹² Töteberg, Michael (2005). Seite 329-330.

	David Leans Film
	Metro-Goldwyn-Mayer zeigt eine Carlo Ponti Produktion
Copy	Nach dem Roman des Nobelpreisträgers Boris Pasternak
Billing	Drehbuch, Regie, Panavision, Metrocolor

Das grafische Plakat zeigt eine Frau die sich an einen Mann lehnt. Ihr Blick ist leicht nach unten gerichtet und sieht traurig aus, während der Mann, im Profil gezeigt, seinen Blick geradeaus richtet. Etwas weiter im Hintergrund ist eine weitere Frau zu erkennen, die ihren Blick über die Schulter wirft und auf das Paar richtet. Ihr Blick lässt auf Eifersucht deuten. Dass es sich im Film allerdings nicht ausschließlich um eine Dreiecksbeziehung handelt, zeigt sich durch die auf Pferden reitende abgebildete Armee. Die russisch-orthodoxe Kirche im Hintergrund deutet auf einen Handlungsstrang in Russland hin.

Auf dem Plakat wurde vermerkt dass der Film mit fünf *Oscars* und fünf *Golden Globes* ausgezeichnet wurde. Außerdem wird im Billing auf die Panavision- und Metrocolor-Verfahren aufmerksam gemacht. Es wird jedoch nicht erwähnt dass es sich um einen Cinemascope-Film handelt. Beim Film handelt es sich um eine Literaturverfilmung. Auffällig ist, dass so viele Namen im Credit stehen und dass der Name des Schauspielers dessen Rolle der Namensgeber des Films ist, erst als siebter aufgelistet wird. Er war zu der Zeit wohl noch nicht bekannt genug.



9.

Originaltitel	The Exorcist	Erscheinungsjahr USA	1973
Deutscher Titel	Der Exorzist	Erscheinungsjahr Deutschland	1974

Genre	Horror, Thriller
Oscars	2
Credit	Regie: William Friedkin
Copy	William Peter Blatty's
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films

Bei diesem grafisch gestalteten Plakat fällt der Blick als Erstes auf den gelben Bereich der von Schwarz umrundet ist. Erst bei genauerem Hinsehen erkennt man die vom Licht des Hauses erleuchtete Gestalt eines Mannes der auf der Straße steht. Der Mann trägt einen Hut und hält eine Art Koffer in der Hand. Das Plakat hat etwas Geheimnisvolles an sich.

Das Besessenheitsdrama basiert auf dem Roman von William Peter Blatty. Er fungierte zudem als Drehbuchschreiber und Produzent.²¹³ 1974 hat der Horrorfilm durch die beiden Filme *Der weiße Hai* und *Der Exorzist* den Einzug ins populäre Kino geschafft.²¹⁴



10.

Originaltitel	Snow White and the Seven Dwarfs	Erscheinungsjahr USA	1937
Deutscher Titel	Schneewittchen und die sieben Zwerge	Erscheinungsjahr Deutschland	1950
Genre	Fantasy, Familienfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	1		
Credit	/		

²¹³ Stiglegger, Marcus: Horrorfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 263-267.

²¹⁴ Stiglegger, Marcus: Horrorfilm. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 263-267.

Copy	Walt Disney's bezauberndes Farbfilm-Wunder
	Nach dem schönsten Märchen der Brüder Grimm
Billing	Verleih

Auf dem Plakat ist Schneewittchen, die Hauptfigur des gleichnamigen Filmes, abgebildet. Sie verkörpert die mädchenhafte Unschuld und soll dem damaligen Star Janet Garbor nachempfunden sein. Das Mädchen sieht recht fröhlich aus und winkt jemandem zu. Mit der anderen Hand hält sie ihr Kleid. An ihrer Seite sind ein Reh und zwei Hasen zu erkennen. Oben im Hintergrund marschieren die sieben Zwerge in einer Reihe über einen umgefallenen Baumstamm und singen ein Lied.

Bei dem ältesten Film des vorgestellten Ranking handelt es sich um den ersten abendfüllenden Zeichentrickfilm. Zudem handelt es sich um den ersten Zeichentrickfilm in Farbe. Darauf wird im Copy auch explizit hingewiesen. Der Film fand so viel Gefallen, dass man ihm sogar einen *Spezialoscar* vergab. Adolf Hitler soll der Film so gut gefallen haben, dass er ihn verbieten ließ und lediglich eine Kopie für seine Gäste aufbewahrte.²¹⁵ Deshalb kam er erst 13 Jahre später in die deutschen Kinos. Das Billing ist nicht so ausführlich wie sonst bei Filmen, Credits der Synchronsprecher sind nicht aufgelistet.

Wie die meisten Disney-Zeichentrickfilme basiert auch dieser auf einem bereits existierenden Märchen der Brüder Grimm. Allerdings hat Disney aus ein paar wenigen Seiten einen abendfüllenden Film ausgearbeitet. Die sieben Zwerge haben verschiedene Persönlichkeiten und für jeden bekam Disney einen kleinen symbolischen Oscar.²¹⁶ Da im Ranking weitere Animationsfilme vorkommen, werden diese Plakate nach den gleichen Kriterien beschrieben.

²¹⁵ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 96.

²¹⁶ Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010). Seite 94.



11.

Originaltitel	101 Dalmatians	Erscheinungsjahr USA	1961
Deutscher Titel	101 Dalmatiner	Erscheinungsjahr Deutschland	1961
Genre	Komödie, Abenteuerfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Walt Disney's Meisterwerk		
	Die Abenteuer einer Hundefamilie		
Billing	/		

Das Plakat zeigt die 101 Dalmatiner; davon sind zwei ausgewachsen, die anderen sind Welpen. Über den Hunden ragt Cruella de Vil, eine Frau mit schwarz-weißen Haaren. Sie trägt einen blauen Pelzmantel und hat eine Zigarette in ihrer Hand. Sie schaut mit einem fieses Grinsen auf die Hunde. Ihre Haltung deutet eine Bedrohung für die Hunde an.

Es ist kein Billing angeführt. Und da es sich um einen Zeichentrickfilm handelt, existieren auch keine Credits. Man nennt den Film bereits im Copy ein „Meisterwerk“. „Die Abenteuer einer Hundefamilie“ wirkt als Untertitel des Films.



12.

Originaltitel	Star Wars: Episode V – The Empire strikes back	Erscheinungsjahr USA	1980
Deutscher Titel	Star Wars: Episode V – Das Imperium schlägt zurück	Erscheinungsjahr Deutschland	1980
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Der Krieg der Sterne geht weiter		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Es handelt sich um den zweiten Film der *Star Wars*-Saga. Im Vordergrund sind die gleichen drei Hauptdarsteller wie auf dem Plakat auf Rang 2 zu sehen.

Der Protagonist (Luke Skywalker) steht im Vordergrund. Er ist bewaffnet, sein Blick wirkt leicht erschrocken und ist direkt auf den Betrachter gerichtet. Seiner Haltung zufolge scheint er auf der Hut zu sein. Auf seiner Schulter sitzt eine grüne unbekannte Spezies (Yoda). Dieser richtet sein Blick auf den Protagonisten. Zu ihrer Rechten sind die Oberkörper eines Mannes (Han Solo) und einer Frau (Prinzessin Leia) abgebildet. Die beiden sehen erschrocken aus. Die Roboter an ihrer Seite sind wieder ganz klein dargestellt. Auf der linken Seite sind ein kamelartiges Tier und sein Reiter, dessen Gesicht durch eine Mütze verdeckt wird, abgebildet. Im Hintergrund ist das Weltall mit Sternen, mehreren Raumschiffen, Robotern sowie abgefeuerten Raketen und Explosionen zu erkennen.

Es scheint als habe der Grafiker verschiedene Szenen aus dem Film genommen und diese dann zusammen auf einem Plakat abgebildet. Die fehlenden Credits sind im Billing gut zu erkennen. Das Copy „Der Krieg der Sterne geht weiter“ wiederholt das, was sich durch das Abgebildete bereits erahnen lässt.



13.

Originaltitel	Ben-Hur	Erscheinungsjahr USA	1959
Deutscher Titel	Ben Hur	Erscheinungsjahr Deutschland	1960
Genre	Historienfilm, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	11		
Credit	Regie: William Wyler		
Copy	Das größte Werk der Filmgeschichte		
	Preisgekrönt wie kein Film zuvor		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Dieses grafische Plakat bricht mit der Regel, indem die Schrift des Plakats dominiert. Zu sehen ist der Titel des Films in monumentaler Buchstabenarchitektur, der beinahe das gesamte Plakat einnimmt. Der Titel sieht aus, als sei er in Stein gemeißelt und wirkt deshalb auf den ersten Blick wie ein Bild. Die Schrift entsteht links aus einer hockenden Person heraus und geht auf der rechten Seite über ins Kolosseum in Rom. Erst danach fällt der Blick auf ein Wagengespann vor diesem, wie eine Filmkulisse wirkenden Titel. Das Plakat weist auf das Wagenrennen, eine der spektakulärsten und am meist aufwendig gedrehten Szenen des Films, an. Bei genauerem Hinsehen erkennt man zudem Menschen die antike römische Kleidung tragen. Allerdings lassen sich keinerlei Gesichter von Personen erkennen. Auffällig ist zudem der gelbe

Hintergrund, der auf eine Wüste schließen lässt.²¹⁷

Die Großproduktion von MGM wurde mit der Camera 65 und im Technicolor-Verfahren gedreht. Dies wird ganz klein im Billing erwähnt. Neben dem Copy, der auf die gewonnenen Auszeichnungen hinweist, ist zudem eine Oscarstatue abgebildet.



14.

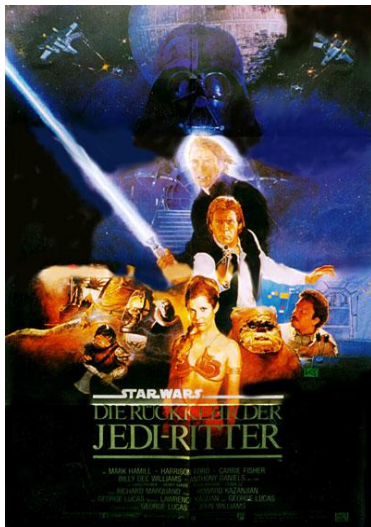
Originaltitel	Avatar	Erscheinungsjahr USA	2009
Deutscher Titel	Avatar – Aufbruch nach Pandora	Erscheinungsjahr Deutschland	2009
Genre	Fantasy, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	3		
Credit	/		
Copy	Vom Regisseur von Titanic		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat wird von zwei Gesichtern dominiert die sich im oberen bis mittleren Teil befinden. Diese wirken als ob sie in den Himmel übergehen würden. Der Mann scheint in die Leere zu schauen, während die sich hinter ihm befindende weibliche, nicht menschliche, Figur hinter ihm den Betrachter direkt anstarrt. Sie hat große gelbe Augen und den Kopf leicht gesenkt. Blautöne beherrschen das Plakat, selbst die Gesichter sind blau. Im unteren Teil erkennt man eine Art Waldlandschaft, sowie eine Art Flugdinosaurier.

²¹⁷ Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (1995). Seite 16-17.

Das Copy „Vom Regisseur von *Titanic*“ deutet auf den letzten großen Erfolg des Regisseurs hin. Allerdings sind keine Credits angeführt; weder vom Regisseur, der Name *Titanic* mehr Menschen vertraut ist als James Cameron, noch von den Darstellern, da die Rollen der Protagonisten von bis dato unbekannten Schauspielern übernommen wurden.

Es wird darauf aufmerksam gemacht, dass der Film in ausgewählten Kinos auch in Digital 3D läuft.



15.

Originaltitel	Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi	Erscheinungsjahr USA	1983
Deutscher Titel	Star Wars: Episode VI – Die Rückkehr der Jedi-Ritter	Erscheinungsjahr Deutschland	1983
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der Blick fällt erst auf die drei Hauptdarsteller, die auch schon bei den Plakaten auf Rang 2 und 12 im Vordergrund standen. Das grafisch gestaltete Plakat zeigt die drei Personen diesmal jedoch hinter- und übereinander abgebildet. Ganz vorne steht die Frau (Leia), sie hat ihren Kopf leicht nach unten gesenkt, doch ihr Blick ist direkt auf den Betrachter gerichtet. In Kombination mit ihrer knappen Kleidung wirkt dieser verführerisch. Hinter ihr befindet sich Han Solo, der seine Waffe direkt auf den Betrachter zu richten scheint. Sein Blick geht in die gleiche Richtung, dabei wirkt er

sehr entschlossen. Hinter ihm in der Mitte des Plakats befindet sich Luke Skywalker, der sein Lichtschwert kampfbereit hält. Er sieht leicht ängstlich aus. Rechts und links dieser drei Figuren befinden sich weitere Darsteller, welche aber kleiner abgebildet sind. Im Hintergrund ist wieder die schwarz maskierte Gestalt zu erkennen, die fast mit dem Dunkel des Alls, von dem das Bild umgeben ist, zu verschmelzen scheint. Nur die Darsteller sind in kräftigeren Warmtönen abgebildet und stechen so heraus. Im Hintergrund sind außerdem noch Raumschiffe zu erkennen.

Es wirkt als habe der Grafiker verschiedene Szenen aus dem Film auf dem Plakat zusammengefügt. Es sind wieder keine Credits und kein Copy angeführt.



16.

Originaltitel	Star Wars: Episode I – The Phantom Menace	Erscheinungsjahr USA	1999
Deutscher Titel	Star Wars: Episode I – Die dunkle Bedrohung	Erscheinungsjahr Deutschland	1999
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Jede Saga hat einen Anfang		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt die Hauptdarsteller des Films im Porträt. Es handelt sich zwar eigentlich um den ersten Teil der *Star Wars*-Saga, wie auch das Copy andeutet, trotzdem ist dieser Film erst als Vierter erschienen. Deshalb ist der Film mit anderen Schauspielern besetzt. Es sind allerdings keine Credits vorhanden. Auch die Grafik des Plakats hat sich im Vergleich zu den Vorgängern verändert.

Im Vordergrund sieht man einen Jungen, sein Blick ist leicht seitlich gerichtet. Es schaut leicht verwundert drein. Links über ihm ist der Kopf eines Mannes abgebildet der den Betrachter direkt anschaut. Neben letzterem ist eine Frau im Halbprofil abgebildet, ihre Mimik ist ernst. Ihr Gesicht ist weiß geschminkt und sie trägt einen außergewöhnlichen Kopfschmuck. An der rechten Seite des Jungen sind ein Mann mit einem Lichtschwert sowie eine nicht irdische Gestalt, an seiner linken Seite sind Roboter abgebildet. Der gesamte Hintergrund wird von dem rot-schwarzen Gesicht einer sehr finster wirkenden Figur eingenommen, die einen mit den gelben Augen regelrecht anstarrt. Die Größenverhältnisse der Darsteller sind sehr unterschiedlich. Obwohl der Kopf des Mannes sehr viel größer abgebildet ist, fällt der Blick als Erstes auf den Jungen, da sich direkt hinter ihm ein Licht befindet, das den Blick auf dem sonst eher düsteren Plakat sofort anzieht.



17.

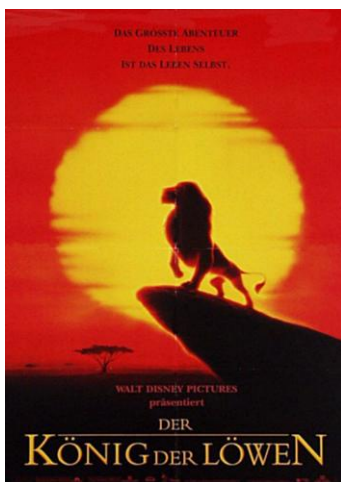
Originaltitel	The Sting	Erscheinungsjahr USA	1973
Deutscher Titel	Der Clou	Erscheinungsjahr Deutschland	1974
Genre	Komödie, Kriminalfilm		
Oscars	7		
Credit	Paul Newman – Robert Redford – Robert Shaw In einer Bill/Phillips Produktion – Eines George Roy Hill Filmes		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat ist grafisch gestaltet. Es zeigt die beiden männlichen Protagonisten, die nebeneinander sitzen und zusammen lachen. Sie wirken wie gute Freunde. Der eine

sitzt auf einem Schreibtisch mit einer Zigarette im Mund und einem breiten Lächeln im Gesicht. Sein Gesicht ist im Profil abgebildet. Sein Blick ist auf seinen Freund, der hinter ihm steht gerichtet. Dieser hat seinen Arm auf seine Schulter gelegt und lächelt ebenfalls. Sein Blick erwidert den des anderen. In ihren Händen und Taschen befindet sich überall Geld, was die beiden wie Ganoven wirken lässt.

Wie das Plakat bereits deutlich zeigt, handelt es sich bei dem Film um einen sogenannten *Buddy-Film*. Der *Buddy-Film* ist ein Subgenre, das vor allem von Männerfreundschaften handelt. Diese stehen gemeinsam Krisen durch und können sich bei größter Gefahr und Not aufeinander verlassen. Selbst die Liebe zu einer Frau kann sie nicht trennen. Dieses Subgenre tritt vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg im amerikanischen Kino auf.²¹⁸

Die Credits der Schauspieler über ihnen sind deutlich erkennbar. Im Billing wird angeführt, dass der Film in Technicolor gedreht wurde. Diese Angabe ist aber kaum zu sehen.



18.

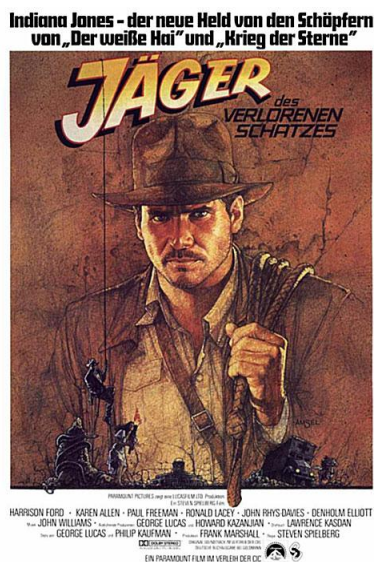
Originaltitel	The Lion King	Erscheinungsjahr USA	1994
Deutscher Titel	Der König der Löwen	Erscheinungsjahr Deutschland	1994
Genre	Abenteuerfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Das größte Abenteuer des Lebens ist das Leben selbst.		
	Walt Disney Pictures präsentiert		

²¹⁸ Koebner, Thomas (2002). Seite 86-87.

Billing	Logos
---------	-------

Auf dem Plakat ist die (gezeichnete) Gestalt eines Löwen auf einem Felsvorsprung im Licht der untergehenden Sonne, zu erkennen. Er sieht sehr würdevoll aus. Die warmen Farben des roten Himmel und der gelben Sonne stehen dabei im Kontrast zu dem Schwarz des abgebildeten Löwen.

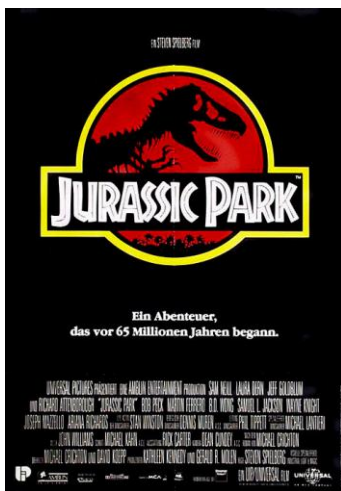
„Das größte Abenteuer des Lebens ist das Leben selbst.“ Dieses Copy lässt auf einen Abenteuerfilm schließen. Credits sind keine vorhanden und auch das Billing besteht nur aus den Logos der Produktions- und Verleihunternehmen. Wie bereits bei den vorigen Plakaten der Disney-Zeichentrickfilme wird auch bei diesem kein Handlungsstrang gezeigt.



Originaltitel	Raiders of the Lost Ark	Erscheinungsjahr USA	1981
Deutscher Titel	Jäger des verlorenen Schatzes	Erscheinungsjahr Deutschland	1981
Genre	Abenteuerfilm, Action		
Oscars	5		
Credit	/		
Copy	Indiana Jones – der neue Held von den Schöpfern von <i>Der weiße Hai</i> und <i>Krieg der Sterne</i>		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch gestaltete Plakat wird von einem Mann, der direkten Blickkontakt mit dem Betrachter hat, ausgefüllt. Er hat einen ernsten Gesichtsausdruck, trägt einen Hut und hält in der linken Hand ein Seil, das er über die Schulter geworfen hat. Seine Kleidung hat die gleiche braune Farbe wie der Hintergrund. Er wirkt wie ein typischer Abenteurer. Im unteren Teil stehen weitere Figuren, die im Größenkontrast sehr viel kleiner dargestellt sind und somit nicht genau erkennbar sind. Der Kleidung und Gestalt zufolge könnte es nochmal der Protagonist sein, der ein Seil hinunterkletternd sowie eine Frau, die eine Fackel hält. Außerdem sind Schlangen, ein Reiter sowie ein Militärkrankswagen zu erkennen.

Das Plakat hat eine Art Rahmen. Im oberen Teil liest man das Copy „Indiana Jones – der neue Held von den Schöpfern von *Der weiße Hai* und *Krieg der Sterne*“. Der Name des Protagonisten (Harrison Ford) wird nur im Billing erwähnt, ebenso wie die, in diesem Fall bekannte Namen vom Regisseur und Drehbuchautor, Steven Spielberg und George Lucas.



20.

Originaltitel	Jurassic Park	Erscheinungsjahr USA	1993
Deutscher Titel	Jurassic Park	Erscheinungsjahr Deutschland	1993
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm		
Oscars	3		
Credit	Ein Steven Spielberg Film		
Copy	Ein Abenteuer, das vor 65 Millionen Jahren begann.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt ein schwarzes Saurierskelett im Profil vor einem roten Hintergrund. Das Logo besticht durch klare Formen, kräftige Farben, Nüchternheit und Einprägsamkeit.²¹⁹ Der Titel ist Teil des Logos, welches neongelb umrandet ist.

Das Copy unter dem Saurier-Logo lautet: „Ein Abenteuer, das vor 65 Millionen Jahren begann.“ Dass auch Schauspieler mitwirken, kann man nur erahnen, wenn man sich das Billing genauer anschaut. Als einziger Credit ist nämlich der Regisseur angeführt, weil dieser bereits Erfolge mit Filmen wie *E.T.* oder *Der weiße Hai* feiern konnte.



Originaltitel	The Graduate	Erscheinungsjahr USA	1967
Deutscher Titel	Die Reifeprüfung	Erscheinungsjahr Deutschland	1968
Genre	Komödie, Romanze		
Oscars	1		
Credit	Joseph Levine – Mike Nichols – Lawrence Turman		
Copy	Das ist Benjamin. Er sorgt sich ein bisschen um seine Zukunft.		
	Oscar für beste Regie: Mike Nichols		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat ist so gestaltet, als ob man durch ein Guck- oder Schlüsselloch schauen würde. Der Blick fällt als Erstes auf diesen Kreis, da er heller ist und auf dem Rest des Plakates nur Text zu sehen ist. In dem Kreis sieht man im Vordergrund das Bein einer sitzenden Frau, die sich gerade eine Strumpfhose anzieht. Mehr ist von ihr

²¹⁹ Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 232-233.

nicht zu sehen. Weiter hinten im Bild steht ein junger Mann, der ihr dabei zuschaut. Er hat seine Hände in den Hosentaschen. Das Copy neben dem Guckloch „Das ist Benjamin. Er sorgt sich ein bisschen um seine Zukunft“ ergänzt das Bild.

Im Copy wird explizit auf den Gewinn des Oscars aufmerksam gemacht, zudem ist eine Oscarstatue auf dem Plakat abgebildet. Ebenfalls angeführt sind die Credits von Regisseur und Produzenten angeführt, die der Schauspieler hingegen nicht. Allerdings fällt das Billing verhältnismäßig groß ausgefallen (fast ein Drittel des Plakats), so dass die Namen der Darsteller direkt lesbar sind. Im recht großen Billing befindet sich ebenfalls der Vermerk über Technicolor- und Panavision-Verfahren. Das Plakat wird vom Text und nicht wie sonst üblich von Bild dominiert.



22.

Originaltitel	Fantasia	Erscheinungsjahr USA	1940
Deutscher Titel	Fantasia	Erscheinungsjahr Deutschland	1952
Genre	Fantasy, Familienfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Technicolor		
	Walt Disney's		
Billing	/		

Es scheint, als sei das Plakat dieses Zeichentrickfilms nur darauf ausgerichtet die Farbenvielfalt zu zeigen. Damit suggeriert es automatisch eine Fantasiewelt, die von den abgebildeten fliegenden Pferden und Feen unterstützt wird. Das Ungeheuer am

Kopf des feuerspuckenden Vulkans hat seine Arme und Flügel weit ausgebreitet wodurch es bedrohlich wirkt.

Das Plakat enthält weder Billing noch Credit. Das Technicolor-Verfahren wird in diesem Plakat sehr deutlich als Qualitätsmerkmal genutzt. Der Film galt als kreatives Experiment von Disney. Doch die technisch aufwendige, „phantasmagorische Farborgel“ hat den Zeitgeist getroffen.²²⁰

Wie auch schon *Schneewittchen* kam auch *Fantasia* erst zwölf Jahre nach seiner Premiere in die deutschen Kinos.



23.

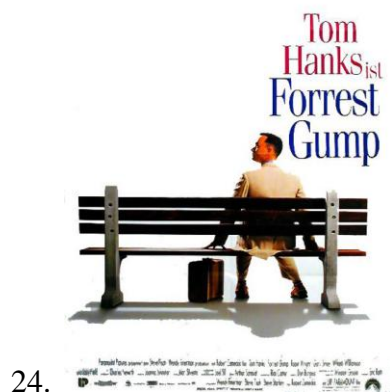
Originaltitel	The Godfather	Erscheinungsjahr USA	1972
Deutscher Titel	Der Pate	Erscheinungsjahr Deutschland	1972
Genre	Kriminalfilm		
Oscars	3		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt den Kopf eines Mannes im Profil. Das Gesicht ist ganz rot, wie von einer Lampe erleuchtet. Sein Kopf ist leicht gesenkt, die Augen sind durch die schwarzen Schattierungen nicht erkennbar und sein Ausdruck wirkt traurig. Der

²²⁰ Töteberg, Michael (2005). Seite 210-212.

Hintergrund dieses Porträtfotos ist schwarz. Unter seinem Kopf befindet sich der Titel mit dem Logo der Marionette spielenden Hand. Das restliche Plakat ist in einem hellen Grau.

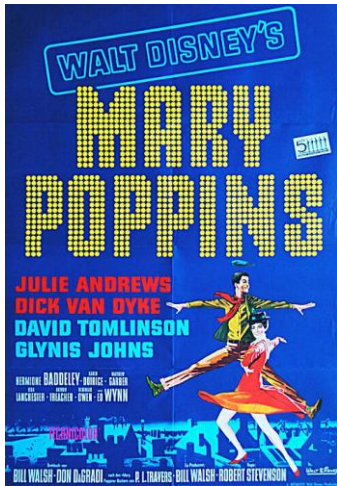
Im Billing sind die Namen der Darsteller und des Regisseurs groß und deutlich aufgedruckt, da kein Credit vorhanden ist. Der Name des abgebildeten Protagonisten beansprucht dabei sogar eine Reihe für sich.



Originaltitel	Forrest Gump	Erscheinungsjahr USA	1994
Deutscher Titel	Forrest Gump	Erscheinungsjahr Deutschland	1994
Genre	Romanze, Komödie		
Oscars	6		
Credit	Tom Hanks		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Auf dem Plakat sieht man einen auf einer Parkbank sitzenden Mann von hinten. Er schaut seitlich, so dass man sein Gesicht im Profil erkennt. Er scheint etwas Bestimmtes anzusehen, was sich jedoch nicht mehr im Blickfeld des Betrachters befindet. Er trägt einen beigefarbenden Anzug. Er sitzt aufrecht, seine Hände stützt er neben sich auf die Bank. Neben ihm auf dem Boden steht ein Koffer. Bis auf den ganz weißen Hintergrund wirkt das Plakat wie eine Fotografie.

Credit und Titel befinden sich gleich neben dem Kopf des Protagonisten. Sie verraten: Tom Hanks ist Forrest Gump. Das Plakat ist sehr simpel gehalten.



25.

Originaltitel	Mary Poppins	Erscheinungsjahr USA	1964
Deutscher Titel	Mary Poppins	Erscheinungsjahr Deutschland	1965
Genre	Musical, Romanze, Familienfilm		
Oscars	5		
Credit	Julie Andrews – Dick van Dyke		
	David Tomlinson – Glynis Johns		
Copy	5 Oscars		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch gestaltete Filmplakat wird durch die blaue Farbe des Hintergrunds und den wie eine Leuchtreklame wirkenden Titel, welcher die Hälfte des Plakats einnimmt, dominiert. Im unteren rechten Teil erkennt man zwei tanzende Personen. Es handelt sich dabei um einen Mann und eine Frau. Sie schaut in die Richtung des Betrachters, während er zur Seite schaut und dabei in die Luft springt. Sie tragen leuchtende Farben. Neben ihnen befinden sich die Credits, welche fast die gleiche Größe der Protagonisten einnehmen. Unten im Hintergrund sieht man die Dächer einer Stadt.

Technicolor und die fünf gewonnen Oscars werden als Qualitätsmerkmale aufgelistet.

Im Gegensatz zu dem heutzutage bekannteren Poster von späteren Wiedervorführungen, das Mary Poppins schwebend mit ihrem Regenschirm zeigt, gibt diese deutsche Erstauflage des Plakats die Handlung des Films nicht wieder.

26.



Originaltitel	Grease	Erscheinungsjahr USA	1978
Deutscher Titel	Grease	Erscheinungsjahr Deutschland	1978
Genre	Musical, Romanze		
Oscars	/		
Credit	John Travolta – Olivia Newton-John		
Copy	Der Kino-Hit der Saison		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat besteht aus zwei Teilen. Als obere Teil, welcher beide Protagonisten eng umschlungen und mit Blickkontakt zum Betrachter zeigt, zieht den Blick als Erstes an. Sie lächelt, er hat einen lässig coolen Blick drauf. Der untere Teil zeigt eine Filmszene in der die beiden Darsteller auf einer Tanzveranstaltung eine Choreographie tanzen. Im Hintergrund sind weitere Menschen zu sehen.

Auffällig ist, dass das Billing sich in der Mitte des Plakats befindet und das Plakat somit teilt. Unter dem Filmtitel steht sogar die Übersetzung für *Grease* – Schmiere – obwohl der Titel für die deutsche Version nicht übersetzt wurde. Die Credits stehen über dem Kopf des jeweils anderen, da der Name des bekanntesten Schauspielers im Prinzip immer an erster Stelle steht.

27.

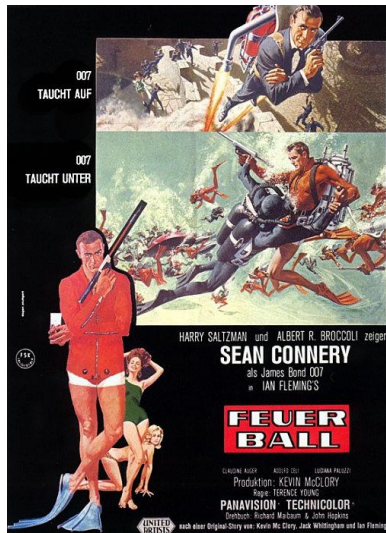


Originaltitel	The Avengers	Erscheinungsjahr USA	2012
Deutscher Titel	Marvel's The Avengers	Erscheinungsjahr Deutschland	2012
Genre	Action		
Oscars	/		
Credit	Robert Downey Jr. – Chris Evans – Mark Ruffalo – Chris Hemsworth – Scarlett Johansson – Jeremy Renner – Tom Hiddleston – Samuel L. Jackson		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt die Hauptdarsteller des Films. Alle Charaktere, bekannt als Superhelden aus verschiedenen Comicreihen tragen ihre „Kostüme“ und wirken durch ihre Haltung, als würden sie sich mitten in einem Kampf befinden. Im Vordergrund steht ein Mann mit rotem Kostüm (Iron Man). Er hält seine Hand hoch, um eine Art Lichtstrahl abzuschießen. Sein Blick ist darauf konzentriert. Neben ihm steht ein Mann mit einem Hammer (Thor). Auch er scheint sich auf etwas Bestimmtes zu konzentrieren. Des Weiteren sind ein grünes Ungetüm (Hulk), ein mit Bogen und Pfeil bewaffneter Mann (Hawkeye), eine schwarz gekleidete und bewaffnete Frau (Black Widow), ein Mann mit einem riesigen Schild, welches der Flagge Amerikas ähnlich sieht (Captain America) und ein Mann mit Waffe und Augenklappe zu erkennen. Im Hintergrund sieht man Explosionen und Wolkenkratzer, welche bombardiert und zerstört werden. Alle Darsteller sind unterschiedlich platziert und

auch die Größenkontraste sind verschieden. Sie haben keinen Blickkontakt und schauen alle mit ernstem Ausdruck in eine jeweils andere Richtung.

Die 3D-Fassung bringt die Action im Film noch besser zur Geltung. Die Credits sind oben im Plakat aufgeführt.



28.

Originaltitel	Thunderball	Erscheinungsjahr USA	1965
Deutscher Titel	Feuerball	Erscheinungsjahr Deutschland	1965
Genre	Thriller, Action		
Oscars	1		
Credit	Sean Connery		
	Harry Saltzman und Alber R. Broccoli zeigen		
	Ian Fleming's		
Copy	007 taucht auf – 007 taucht unter		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Dieses grafisch gestaltete Plakat ist eine Ansammlung von drei Szenendarstellungen und erzählt damit schon fast eine Geschichte. Die Copys „007 taucht auf“ mit einer Art Düsenrakete auf dem Rücken und „007 taucht unter“ beim Unterwasserkampf mit dem Feind wiederholen das Abgebildete. Dabei handelt es sich allerdings um ein Wortspiel, da „auftauchen“ und „untertauchen“ auch anders verstanden werden können.

Allerdings enthält das Plakat keine grafische Ordnung. Die beiden benannten Filmszenen haben jeweils einen Hintergrund – Felslandschaft und

Unterwasserlandschaft – die dritte, in der James Bond mit seinem lässigen Blick, Harpune, Schwimmflossen und gekreuzten Armen auf der linken Seite des Plakats dargestellt ist, hat hingegen keinen richtigen Hintergrund. In diesem Fall sieht es aus als hätte man ihn ausgeschnitten und auf die schwarze Farbe des Plakats geklebt, ebenso die beiden Frauen, die sich hinter ihm in ihren Badeanzügen räkelnd.

Es handelt sich um den fünften Film der James Bond Reihe. Der Film wurde in Panavision und Technicolor gedreht.



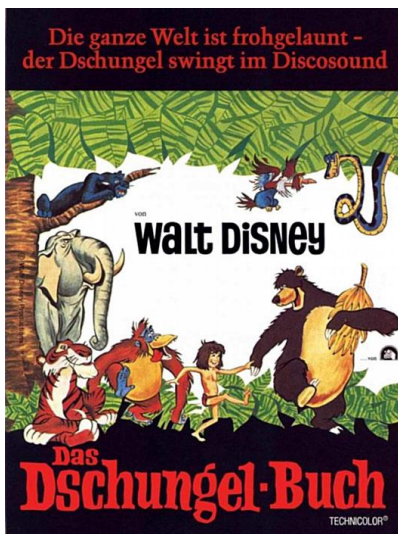
29.

Originaltitel	The Dark Knight	Erscheinungsjahr USA	2008
Deutscher Titel	The Dark Knight	Erscheinungsjahr Deutschland	2008
Genre	Kriminalfilm, Action		
Oscars	2		
Credit	Christian Bale – Michael Cane – Heath Ledger - Gary Oldman – Aaron Eckhart – Maggie Gyllenhall – Morgan Freeman		
	Ein Film von Christopher Nolan		
Copy	Welcome to a world without rules.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt Batman, *The Dark Knight*. Er steht entschlossen da, sein Blick leicht nach oben gerichtet und mit geballten Fäusten. Da er eine Maske trägt, lässt sich sein Gesichtsausdruck nicht erkennen. Im Hintergrund ragt ein Wolkenkratzer in dem das *Batman*-Logo wie nach einer Explosion brennt. Auffällig ist, dass das, wie eine Aufnahme wirkende Plakat aus der Froschperspektive gemacht wurde. Bis auf das

brennende Logo, das den Blick gleich auf sich zieht, beherrschen Schwarz- und Grautöne das Plakat. Das *Batman*-Logo ist ein weiteres Mal, kleiner, hinter dem Titel abgebildet.

Obwohl nur ein Darsteller zu sehen ist, sind die wichtigsten aber alle aufgelistet. Das englischsprachige Copy „Welcome to a world without rules“ soll die Mehrfachbedeutung der Explosion eingrenzen. Es handelt sich um den zweiten Teil einer Trilogie.



30.

Originaltitel	The Jungle Book	Erscheinungsjahr USA	1967
Deutscher Titel	Das Dschungel-Buch	Erscheinungsjahr Deutschland	1968
Genre	Abenteuerfilm, Familienfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Die ganze Welt ist frohgelaunt – der Dschungel swingt den Discosound		
	Walt Disney		
Billing	/		

Die abgebildeten Figuren tanzen und singen und sind gut gelaunt. Mogli, das Menschenkind, und der Bär Balu halten sich an der Hand, während sie das Tanzbein schwingen. Außerdem zu sehen, sind der Orang-Utan King Louie, der Tiger Shir Khan, der Elefant Colonel Hathi, der Puma Baghira und die Schlange Kaa. Sie alle schauen den beiden hinterher. So werden nicht mal die „Bösen“ des Films, als solche

dargestellt, sondern haben sich zu den anderen dazugesellt. Im Hintergrund wird der Urwald mit einem Baumstamm und Blättern angedeutet. Der Rest des Plakats ist einfach nur weiß.

„Die ganze Welt ist frohgelaut – der Dschungel swingt den Discosound“ – dem Plakat zufolge ist dies das Motto des Zeichentrickfilms. Das Copy wiederholt, was das Bild uns zeigt. Es gibt kein Billing oder Credits, allerdings wird auf das Technicolor-Verfahren aufmerksam gemacht. Das Dschungel-Buch stammt ursprünglich von Rudyard Kipling.



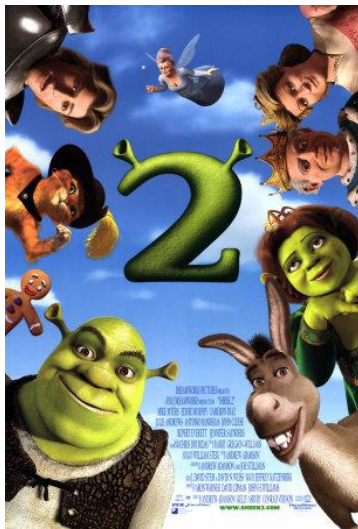
31.

Originaltitel	Sleeping Beauty	Erscheinungsjahr USA	1959
Deutscher Titel	Dornröschen	Erscheinungsjahr Deutschland	1959
Genre	Fantasy, Familienfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Walt Disney Productions		
Billing	/		

Das Plakat zeigt mehrere Szenen aus dem Zeichentrickfilm, allerdings grafisch unstrukturiert. Das heißt in diesem Fall, dass die Größe der Figuren angepasst wurde und sie sich auf dem Plakat alle am gleichen Ort befinden. Im Vordergrund erkennt man Aurora (Dornröschen), die mit den, als Prinz verkleideten Tieren tanzt. Es handelt sich dabei um eine Eule, zwei Hasen und einen Vogel, die einen roten

Umgang umgelegt haben. Im Hintergrund sind noch einmal Dornröschen und der echte Prinz (Phillip) zu sehen, sowie ihre Eltern, die drei guten Feen und die böse Hexe Malefiz in der Gestalt des feuerspuckenden Drachen. Weiter im Hintergrund sind ein Wald und ein Schloss zu erkennen.

Das Märchen *La belle au bois dormant* ist ursprünglich von dem französischen Schriftsteller Charles Perrault. Es wurde von den Gebrüder Grimm neu geschrieben und dann von Disney kindergerecht adaptiert.



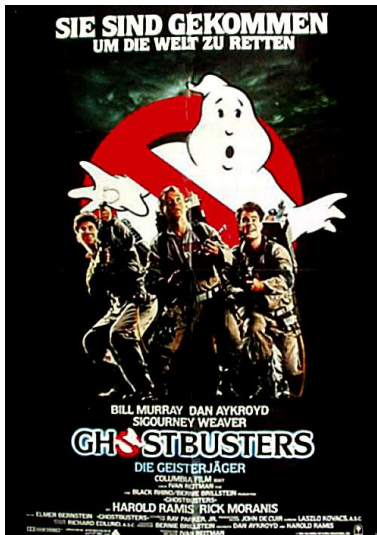
32.

Originaltitel	Shrek 2	Erscheinungsjahr USA	2004
Deutscher Titel	Shrek 2 – Der tollkühne Held kehrt zurück	Erscheinungsjahr Deutschland	2004
Genre	Komödie, Abenteuerfilm (Animationsfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Bei diesem Computeranimationsfilm handelt sich um den zweiten Teil der Shrek-Filmreihe. Als Titel ist nur eine grüne 2 mit den gleichen Ohren wie der Hauptfigur Shrek in der Mitte des Plakats platziert. Es ist zugleich ein Logo, da es einen großen Wiedererkennungswert hat.

Alle Hauptfiguren des Films geben den Eindruck, als würden sie auf den Betrachter blicken und sind um den „Titel“ herum platziert. Dem Uhrzeigersinn folgend handelt

es sich dabei um die Gute Fee, eine Königin und König, um Fiona (weiblicher Oger), Esel, Shrek (männlicher Oger), einen Lebkuchenmann, der gestiefelten Kater und Prinz Charming. Sie haben alle ein Lächeln im Gesicht.



33.

Originaltitel	Ghostbusters	Erscheinungsjahr USA	1984
Deutscher Titel	Ghostbusters – Die Geisterjäger	Erscheinungsjahr Deutschland	1985
Genre	Komödie, Fantasy, Familienfilm		
Oscars	/		
Credit	Bill Murray – Dan Aykroyd – Sigourney Weaver		
Copy	Sie sind gekommen um die Welt zu retten		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt die drei Hauptdarsteller des Films. Sie tragen eine Art Uniform und sind mit ungewöhnlichen Waffen ausgestattet. Sie schauen alle in die gleiche Richtung leicht nach oben. Ihrer Haltung zufolge sind sie jeden Moment bereit zu schießen. Viel auffälliger ist allerdings der Hintergrund. Dort sieht man das Logo des Films, ein rotes Verbotsschild aus dem ein Geist herausragt. Das Logo findet sich auch im O des Titels wieder findet und hat einen weltweiten Wiedererkennungswert hat. Da der Rest des Plakats eher dunkel gestaltet ist, fällt der Blick sofort auf dieses rote Zeichen.

Das Copy „Sie sind gekommen um die Welt zu retten“ kann als eine Art Ergänzung gesehen werden. Die Credits passen nicht mit den abgebildeten Darsteller überein, da

sich unter ihnen keine Frau befindet. Allerdings war Sigourney Weaver, die im Film zwar nur eine Nebenrolle hat, bekannter als die männlichen Schauspieler.



34.

Originaltitel	Butch Cassidy and the Sundance Kid	Erscheinungsjahr USA	1969
Deutscher Titel	Zwei Banditen	Erscheinungsjahr Deutschland	1969
Genre	Abenteuerfilm, Kriminalfilm		
Oscars	4		
Credit	Paul Newman – Robert Redford – Katherine Ross		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch gestaltete Plakat zeigt die beiden männlichen Protagonisten des Films wie sie mit jeweils zwei Revolvern bewaffnet hintereinanderher laufen. Sie scheinen etwas zu verfolgen da ihre Waffen nach vorn gerichtet sind. Ihre Blicke sind ebenfalls nach vorne gerichtet. Es gibt lediglich einen weiß-blauen Hintergrund, wodurch man nicht erkennt, was genau sie verfolgen.

Es handelt sich um einen so genannten *Buddy-Film*. Die Credits sind gleich groß wie der Titel. Auf dem Plakat findet sich zudem der Credit einer Schauspielerin. Dies lässt auf eine Liebesgeschichte deuten. Im Billing ist kaum sichtbar vermerkt, dass der Film mit Panavision gedreht wurde.



35.

Originaltitel	Love Story	Erscheinungsjahr USA	1970
Deutscher Titel	Love Story	Erscheinungsjahr Deutschland	1971
Genre	Melodram		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Liebe heißt, niemals um Verzeihung bitten zu müssen.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Auf dem schwarz-weißen Plakat sind die beiden noch recht jungen Protagonisten dargestellt. Das Mädchen lehnt sich mit dem Rücken an ihren Liebsten. Ihr Blick trifft direkt den des Betrachters. Der verträumter Blick des Jungen ist nach unten gerichtet, während er seinen Kopf an ihren lehnt. Sie scheinen sich wohl zu fühlen. Das grafisch realistisch nachgezeichnete Bild sieht aus wie eine Momentaufnahme. Ein Hintergrund ist nicht vorhanden.

Das Copy „Liebe heißt, niemals um Verzeihung bitten zu müssen“ unterstreicht, dass es sich um eine Liebesgeschichte handelt. Ein Credit ist nicht angeführt, allerdings stechen die Namen der beiden Protagonisten im Billing heraus. Sehr deutlich zu erkennen ist zudem dass der Film auf dem Bestseller von Erich Segal basiert, der auch das Drehbuch geschrieben hat.



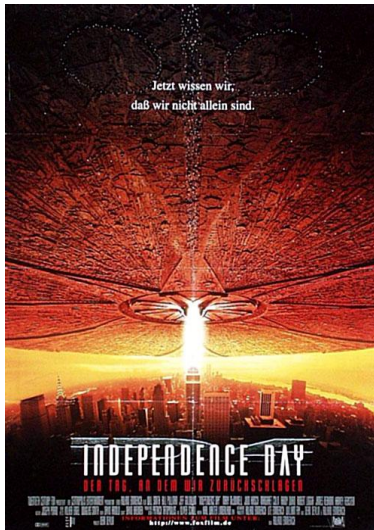
36.

Originaltitel	Spider-Man	Erscheinungsjahr USA	2002
Deutscher Titel	Spider-Man	Erscheinungsjahr Deutschland	2002
Genre	Action, Fantasy		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt Spider-Man, einen Mann in einem rot-blauen Spinnenkostüm, wie er ohne Hilfsmittel die Glaswand eines Wolkenkratzers hochklettert, in der er sich spiegelt. Da seine Maske das Gesicht komplett verdeckt, lässt sich keinerlei Mimik feststellen. Allerdings ist sein Blick direkt auf den Betrachter gerichtet. Das Bild wurde in der Vogelperspektive aufgenommen, dadurch erweckt es den Eindruck, als würde Spider-Man sich einem nähern. Unten im Hintergrund ist die Straße zu sehen.

Beim Film handelt es sich um die Comicverfilmung eines Superhelden. Für das Plakat wurden keine Credits oder Copy verwendet. Der Titel und das Billing sind verhältnismäßig klein abgedruckt.

37.



Originaltitel	Independence Day	Erscheinungsjahr USA	1996
Deutscher Titel	Independence Day	Erscheinungsjahr Deutschland	1996
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Jetzt wissen wir, dass wir nicht alleine sind.		
	Der Tag an dem wir zurückschlügen		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt ein riesiges UFO, das direkt über einer Metropole schwebt. Das ganze UFO ist nicht zu erkennen, aber es wirkt als hätte es eine runde Form. Der Blick fällt erst auf den grellen Lichtstrahl, der von der Mitte dieses UFOs ausgeht und auf die Erde strahlt. Allein dieses Licht lässt bereits etwas Übernatürliches erahnen. Das Licht erleuchtet auch den Rest des Bildes. Was nicht vom Lichtstrahl eingefangen wird, bleibt im Dunkeln.

Das Copy „Jetzt wissen wir, dass wir nicht alleine sind“ unterstreicht noch einmal die Plakatgrafik, welches die Ankunft eines UFOs zeigt. Das zweite Copy „Der Tag an dem wir zurückschlügen“ deutet auf die Reaktion der Menschen hin. Das Plakat zeigt weder Schauspieler noch irgendwelche Credits, da Will Smith (Protagonist) und Roland Emmerich (Regisseur) mit dem Film erst bekannt geworden sind.

38.



Originaltitel	Home Alone	Erscheinungsjahr USA	1990
Deutscher Titel	Kevin – Allein zu Haus	Erscheinungsjahr Deutschland	1991
Genre	Komödie, Familienfilm		
Oscars	/		
Credit	Von John Hughes		
Copy	Kevins Familie ist auf großer Reise, doch sie haben etwas Wichtiges vergessen, Kevin.		
	Aber keine Sorge: Er kocht, er putzt. Und er heizt allen ganz schön ein.		
	Eine Familien-Komödie ohne Familie		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt einen Jungen der ganz erschrocken und voller Angst in Richtung des Betrachters schaut. Seine Augen sind weit aufgerissen, seine Hände hält er vors Gesicht und sein Mund steht weit offen, so als würde er schreien. Im Hintergrund erkennt man zwei Männer, die durch ein Fenster hineinblicken. Der eine macht ein grimmiges Gesicht, während der andere schelmisch lacht. Ihre Blicke sind ebenfalls geradeaus gerichtet.

Das Copy „Kevins Familie ist auf großer Reise, doch sie haben etwas Wichtiges vergessen, Kevin. Aber keine Sorge: Er kocht, er putzt. Und er heizt allen ganz schön ein“ unterstreicht einerseits Kevins ängstlichen Gesichtsausdruck – er ist allein – und deutet doch auch Amüsanter an. Der Film ist von John Hughes. Die Credits der Schauspieler werden auf dem Filmplakat nicht erwähnt.

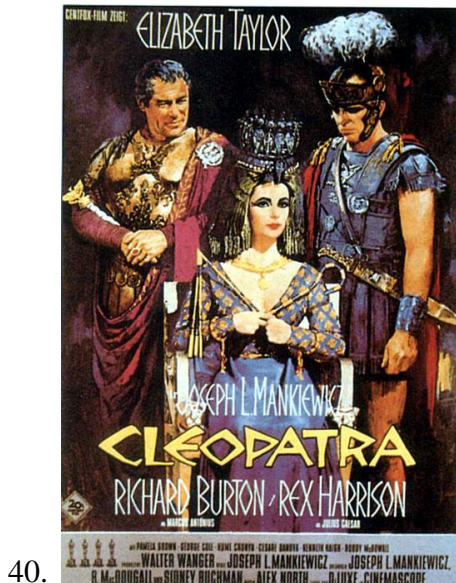
39.



Originaltitel	Pinocchio	Erscheinungsjahr USA	1940
Deutscher Titel	Pinocchio	Erscheinungsjahr Deutschland	1951
Genre	Abenteuerfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Walt Disney's		
	Ein Farbfilm		
Billing	/		

Das Plakat zeigt die Holzpuppe Pinocchio. Sein fröhlicher Blick und sein Zeigefinger sind auf Jiminy Grille gerichtet. Dieser reitet auf einem Seepferdchen und erwidert Pinocchios Blick. Das Bild mit dem Seepferdchen, dem Fisch und den Luftblasen deuten eine Unterwasserszene an. Der blau-grüne Hintergrund zeigt allerdings nicht, wo genau sie sich befinden.

Es handelt sich um einen Farbfilm. Andere Informationen, abgesehen vom Titel und Studio, sind auf dem Plakat nicht enthalten. Der Film erschien erst elf Jahre nach seiner Erstaussstrahlung in den USA in Deutschland.

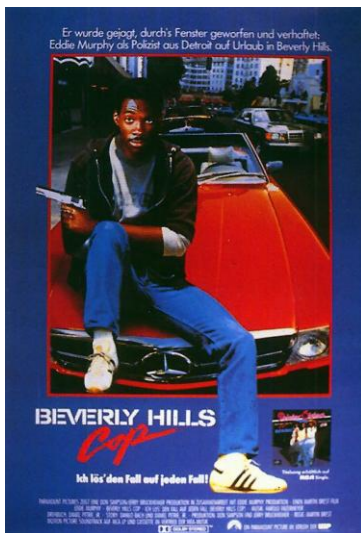


Originaltitel	Cleopatra	Erscheinungsjahr USA	1963
Deutscher Titel	Cleopatra	Erscheinungsjahr Deutschland	1963
Genre	Historienfilm		
Oscars	4		
Credit	Elisabeth Taylor		
	Richard Burton – Rex Harrison		
	Joseph L. Mankiewicz		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat stellt das Beziehungsverhältnis der drei Hauptdarsteller grafisch dar: Cleopatra zwischen Julius Cäsar und Marcus Aurelius. Cleopatra, die Protagonistin des Films, sitzt in der Mitte auf ihrem Thron. Ihren Blick richtet sie auf den Betrachter des Plakats. Sie trägt eine Krone und hält ihre beiden Zepter vor der Brust übers Kreuz. Dabei sieht sie sehr würdevoll aus. Eine richtige Emotion lässt sich aber nicht erkennen. Die beiden Männer in antik römischer Kleidung stehen rechts und links hinter ihr, den Blick fordernd nach unten gesenkt und auf sie gerichtet.

Unten im Billing sind deutlich die vier gewonnenen Oscarstatuen des Films zu erkennen. Unter den Credits steht jeweils, welche Rolle der jeweilige Schauspieler übernommen hat.

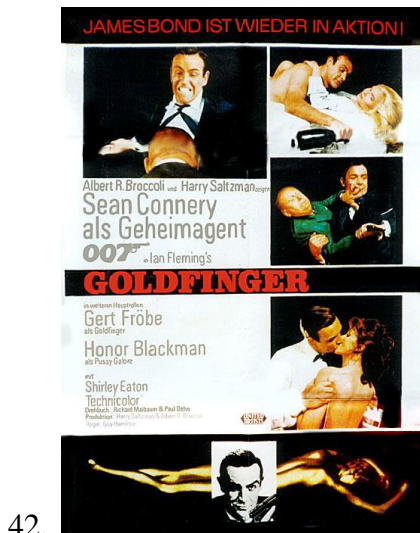
41.



Originaltitel	Beverly Hills Cop	Erscheinungsjahr USA	1984
Deutscher Titel	Beverly Hills Cop – Ich lös' den Fall auf jeden Fall	Erscheinungsjahr Deutschland	1985
Genre	Komödie, Kriminalfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Er wurde gejagt, durch's Fenster geworfen und verhaftet: Eddie Murphy als Polizist aus Detroit auf Urlaub in Beverly Hills.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt einen dunkelhäutigen Mann, der lässig auf der Motorhaube eines roten Mercedes sitzt. In der linken Hand hält er eine Pistole. Sie ist auf niemanden gerichtet. Sein Blick wirkt ernst und ist direkt auf den Betrachter gerichtet. Er trägt leichte Alltagskleidung (Jeans, Sneakers, Kapuzenjacke). Man würde ihn nicht als Polizisten identifizieren, wenn es nicht im Titel und im oben stehenden Text erwähnt. Im Hintergrund ist die Straße mit fahrenden Autos zu sehen. Das Plakat wirkt wie eine Momentaufnahme, die eingerahmt ist. Allerdings ragen der Lauf der Waffe und ein Fuß über den Rahmen heraus.

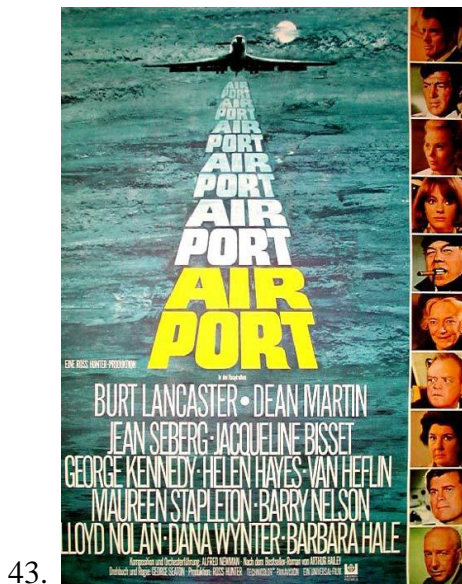
Das Copy „Er wurde gejagt, durch's Fenster geworfen und verhaftet: Eddie Murphy als Polizist aus Detroit auf Urlaub in Beverly Hills.“ verrät die Handlung der Geschichte, somit ergänzt es das Bild. Die Waffe und das Auto deuten auf eine Actionhandlung im Film hin.



Originaltitel	Goldfinger	Erscheinungsjahr USA	1964
Deutscher Titel	Goldfinger	Erscheinungsjahr Deutschland	1965
Genre	Kriminalfilm, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	1		
Credit	Sean Connery		
	Ian Fleming's		
	Albert R. Broccoli und Harry Saltzman zeigen		
Copy	James Bond ist wieder in Aktion!		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat enthält eine Ansammlung von fünf Szenendarstellungen und erzählt so eine Geschichte. Im Uhrzeigersinn stellen sie folgendes dar: James Bond, wie er mit einem kahlköpfigen Mann kämpft; der Geheimagent, wie er sich mit einer blonden Frau im Bett betrinkt, während sie sich ihm um den Hals wirft; Bond, wie er einen weiteren Gegner bekämpft, wobei er ihm die Waffe zu entreißen versucht; der Frauenheld (mit Hemd und Fliege), wie er eine nackte, brünette Frau küsst. Auf dem letzten, untersten Bild ist wiederum eine nackte, auf dem Bauch liegende Frau zu erkennen. Ein darüber geklebtes schwarz-weißes Porträtfoto von Bond mit Pistole bedeckt ihren Hintern.

Das Billing befindet sich auf der linken Seite des Plakats, direkt unter Credits und Titel. In diesem wird deutlich auf das Technicolor-Verfahren hingewiesen. „James Bond ist wieder in Aktion!“ verspricht das Copy des sechsten Films der Reihe.



Originaltitel	Airport	Erscheinungsjahr USA	1970
Deutscher Titel	Airport	Erscheinungsjahr Deutschland	1970
Genre	Thriller		
Oscars	1		
Credit	Burt Lancaster – Dean Martin – Jean Seberg – Jacqueline Bisset – George Kennedy – Helen Hayes – Van Heflin – Maureen Stapleton – Barry Nelson – Lloyd Nolan – Dana Wynter – Barbara Hale		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der Blick fällt sofort auf die sechsfache, perspektivisch angelegte Wiederholung des Titels, der wie eine Landebahn wirkt.²²¹ Die durch den Titel dargestellte Landebahn führt von der Mitte des Plakats nach oben und wird dort immer kleiner. Darüber erkennt man ein Flugzeug. Der türkise Hintergrund wirkt, als würden Wasser und Himmel direkt ineinander übergehen.

Die Credits der Schauspieler sind unter dem Titel aufgelistet und nehmen ein Drittel des Plakats ein. Die Köpfe von zehn Darstellern sind in einer Randliste, die an einen Filmstreifen erinnert, entlang der rechten Seite aufgereiht. Bei den Porträts handelt sich um sechs Männer und vier Frauen. Im Billing erkennt man bei genauerem Hinsehen den Vermerk zu Technicolor und Panavision. Die Namen der Darsteller werden nicht noch einmal erwähnt.

²²¹ Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (1995). Seite 19-20.



44.

Originaltitel	American Graffiti	Erscheinungsjahr USA	1973
Deutscher Titel	American Graffiti	Erscheinungsjahr Deutschland	1974
Genre	Komödie		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat im Pop-Art-Stil zeigt eine Kellnerin eines amerikanischen Drive-In im Stil der 70^{er} Jahre. Sie lächelt den Betrachter an und neigt den Kopf dabei leicht zur Seite. Sie trägt Rollerblades, eine weiße Bluse und schwarze Leggings. In der rechten Hand hält sie ein Tablett mit Essen und Getränke (Burger und Coca-Cola), die linke Hand stemmt sie in ihrer Hüfte. Im Hintergrund sieht man das Lokal mit davor parkenden Autos.

Der Titel erinnert an einen Lichtschriftzug eines Schnellrestaurants. Das Billing befindet sich zwischen ihren weit auseinanderstehenden Füßen. Die kräftigen Farben des grafischen Plakats lassen es wie eine Reklame wirken.



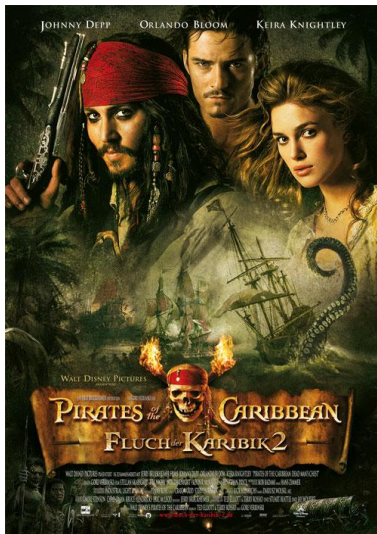
45.

Originaltitel	The Robe	Erscheinungsjahr USA	1953
Deutscher Titel	Das Gewand	Erscheinungsjahr Deutschland	1953
Genre	Historienfilm		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Der erste Film in Cinemascope – Plastische Wirkung ohne Brille		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch gestaltete Plakat enthält drei Teile. Im Vordergrund sieht man einen Mann der seinen Blick leicht gen Himmel hebt. Seine Mundwinkel sind leicht angehoben, als würde er lächeln. Dazu trägt er einfache Kleidung. Direkt hinter ihm befindet sich eine Frau, deren Blick auf den Betrachter gerichtet ist. Hinter ihr steht ein Mann in römischer Uniform. Er macht ein ernstes Gesicht. Sein Blick wandert zur Seite. Im mittleren Teil des Plakats ist eine Kampfszene mit Schwertern zwischen zwei Männern zu sehen. Im Hintergrund sieht man die Kreuzigung Jesu, wobei nur die Beine eines am Kreuz hängenden Mannes und die, vor ihm am Boden knienden Menschen zu erkennen sind. Auch im Film wird Jesus immer nur von hinten oder unscharf im Hintergrund gezeigt.

Das Copy verspricht eine plastische Wirkung ohne Brille. Der Film war die erste abendfüllende Spielfilmproduktion in dem Filmformat Cinema-Scope. Im Billing wird noch angeführt, dass Farbe von Technicolor verwendet wurde. Es sind keine

Credits vorhanden. Allerdings sind die Namen der Hauptdarsteller im Billing gut lesbar.



46.

Originaltitel	Pirates of the Caribbean: Dead Man's Chest	Erscheinungsjahr USA	2006
Deutscher Titel	Pirates of the Caribbean – Fluch der Karibik 2	Erscheinungsjahr Deutschland	2006
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	1		
Credit	Johnny Depp – Orlando Bloom – Keira Knightley		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt im oberen Teil die drei Hauptdarsteller des Films, zwei Männer und eine Frau. Ihre Blicke sind alle auf den Betrachter gerichtet. Erst fällt der Blick auf den Mann auf der linken Seite des Plakats – er sieht aus wie ein Pirat. Er trägt ein breites rotes Stirnband und hält eine Pistole hoch. Dann wandert der Blick zu der Frau auf der rechten Seite. Hinter ihr und in der Mitte befindet sich ein weiterer Mann. Die separat aufgenommenen und dann am Computer zusammengefügte Aufnahmen stellen eine Art Porträt dar. Dass die Aufnahmen separat aufgenommen werden, ist üblich. In diesem Fall erkennt man es daran, dass das Haar der Darstellerin im Wind weht, das des Piraten jedoch nicht. Im mittleren Teil des Plakats kann man die Tentakel eines Riesenkraken erkennen, die scheinbar ein Schiff unter Wasser zieht. Durch die Verwendung von dunklen Farben erkennt man diesen Teil des Plakats aber erst auf den zweiten Blick.

Die Credits der drei Darsteller sind jeweils über ihrem Kopf platziert. Bei dem Film handelt es sich um die Fortsetzung eines bereits sehr erfolgreichen ersten Teils.

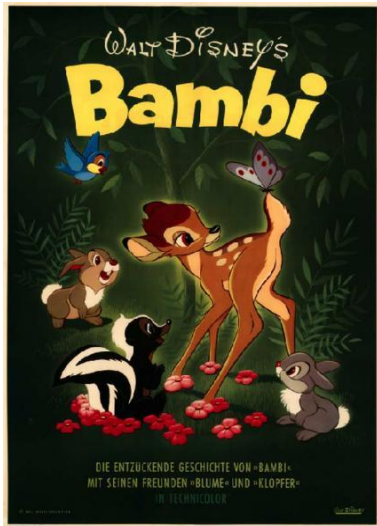


47.

Originaltitel	Around the World in 80 Days	Erscheinungsjahr USA	1956
Deutscher Titel	In 80 Tagen um die Welt	Erscheinungsjahr Deutschland	1957
Genre	Abenteuerfilm, Komödie, Familienfilm		
Oscars	5		
Credit	David Niven – Cantinflas – Robert Newton – Shirley McLaine und 44 Weltstars		
Copy	Michael Todd's triumphale Schau		
	Nach Jules Verne		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch gestaltete Plakat zeigt im oberen linken Teil einen Heißluftballon. In diesem befinden sich Phileas Fogg und sein Diener Passepartout, der über dem Korb auf dem Gerüst des Ballons steht. Im rechten unteren Teil sieht man ein Stück der Erdkugel mit Land und Wasser. Auf der Erdoberfläche sind vom Einrad bis zur Pferdekutschen, vom Elefanten zum Schiff bis hin zum Zug alle möglichen Fortbewegungsmittel der verschiedenen Kontinente abgebildet.

Es handelt sich um eine Buchadaption von Jules Verne. Der Film wurde mit Technicolor gedreht. Bei den Credits wird behauptet dass weitere 44 Weltstars im Film mitwirken, die jedoch nicht namentlich auf dem Plakat erwähnt werden.



48.

Originaltitel	Bambi	Erscheinungsjahr USA	1942
Deutscher Titel	Bambi	Erscheinungsjahr Deutschland	1959
Genre	Familienfilm (Zeichentrickfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Die entzückende Geschichte von Bambi mit seinen Freunden Blume und Klopfer.		
	Walt Disney's		
Billing	/		

Das Plakat zeigt ein Rehkitz, das auf einer Blumenwiese steht. Es hat den Kopf nach hinten gedreht und beobachtet den Schmetterling der sich auf seinem Schwanz niedergelassen hat. Um das Kitz herum sind seine „Freunde“ zu sehen: zwei junge Hasen und ein Stinktief. Die dunkelgrüne Farbe des Hintergrunds deutet ein Wald an.

Das Copy „Die entzückende Geschichte von *Bambi* mit seinen Freunden *Blume* und *Klopfer*.“ wiederholt eigentlich nur das, was man bereits auf dem Bild sieht. Außerdem ist noch vermerkt, dass der Film in Technicolor gedreht wurde.



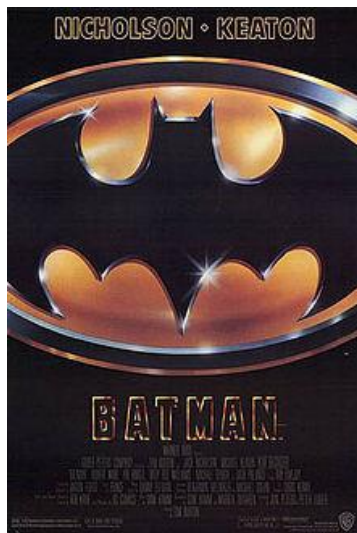
49.

Originaltitel	Blazing Saddles	Erscheinungsjahr USA	1974
Deutscher Titel	Der wilde wilde Westen	Erscheinungsjahr Deutschland	1974
Genre	Komödie, Western		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Ein total verrückter Filmspass!		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Im Vordergrund steht ein dunkelhäutiger Mann mit einer Pistole in jeder Hand. Er trägt eine Sonnenbrille, Cowboy-Kleidung sowie einen Sheriff-Stern. Er lacht und schaut gerade aus in Richtung des Betrachters. An sein Bein klammert sich eine leicht bekleidete Frau. Ihrem Outfit zufolge ist sie eine Tänzerin. Hinter ihm steht ein weiterer bewaffneter Cowboy. Dieser ist hellhäutig und schaut ebenfalls geradeaus. Im Hintergrund sind diverse kleine Szenen abgebildet: mehrere Reiter, ein sich umarmendes Liebespaar und eine Guillotine. Auf der rechten und linken Seite sind die Köpfe eines Geschäftsmannes und eines Indianers abgebildet. Beide Porträts sind von einem Stern eingerahmt.

Durch die handlungstragenden Figuren spezifiziert das graphische Plakat das Genre des Films. Allerdings deuten Bild und Copy darauf hin, dass es sich um eine Parodie handelt. Im Billing werden die Namen der Darsteller hervorgehoben da keine Credit abgebildet sind.

50.



Originaltitel	Batman	Erscheinungsjahr USA	1989
Deutscher Titel	Batman	Erscheinungsjahr Deutschland	1989
Genre	Action		
Oscars	1		
Credit	Nicholson - Keaton		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt lediglich das Fledermaus-Logo – „Batmans metallisch glitzerndes Fledermaussignet“²²².

Beim Film handelt es sich um eine Comicverfilmung. Der kurze Titel besteht nur aus einem Eigennamen, so dass er einfach und einprägsam ist, was sich auch im Schriftzug widerspiegelt.²²³ Auffällig an den Credits ist, dass sie nur aus den Nachnamen der beiden Hauptdarsteller bestehen. Allerdings wird so das Thema der Einfachheit und Einprägsamkeit weitergeführt. Außerdem sind die Schauspieler bekannt genug um zu wissen, dass vor Nicholson der Vorname Jack gehört und vor Keaton der Name Michael.

²²² Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 251.

²²³ Dschen, Meili: Der flüchtige Blick. Momentaufnahmen aktueller Filmplakate. In: Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995). Seite 250-251.



51.

Originaltitel	The Bells of St. Mary's	Erscheinungsjahr USA	1945
Deutscher Titel	Die Glocken von St. Marien	Erscheinungsjahr Deutschland	1947
Genre	Familienfilm		
Oscars	1		
Credit	Bing Crosby – Ingrid Bergman		
	Regie: Leo McCarey		
Copy	/		
Billing	Verleih		

Das graphische Plakat zeigt die Gesichter der beiden Protagonisten des Films im Profil. Sie stehen nebeneinander und schauen beide in die gleiche Richtung. Sie wirken fröhlich. Die Frau hat den Mund leicht geöffnet und lächelt. Der Mann hat die Mundwinkel leicht angezogen, was ebenfalls auf ein Lächeln deuten lässt. Im blau dominierten Hintergrund scheint ein Licht durch ein Kirchenfenster und beleuchtet die beiden Darsteller.

Vom Bild her könnte man annehmen, dass es sich bei den beiden um ein Liebespaar handelt. Die Kleidung der beiden ist nicht zu erkennen.

52.



Originaltitel	The Lord of the Rings: The Return of the King	Erscheinungsjahr USA	2003
Deutscher Titel	Der Herr der Ringe: Die Rückkehr des Königs	Erscheinungsjahr Deutschland	2003
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	11		
Credit	/		
Copy	Die Reise endet am 17. Dezember.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der Blick fällt erst auf den Darsteller (den König) links oben, der im Vergleich zu den anderen Charakteren groß abgebildet ist. Sein ernster Blick ist zur Seite gerichtet. Er hält sein Schwert angriffsbereit und wirkt daher wie in einem Kampf. Danach wandert das Auge zu einem weiteren Darsteller in die rechte untere Ecke. Dieser hält einen leuchtenden Gegenstand in die Luft. Sein Blick ist auf diesen Gegenstand fokussiert. Es sind noch drei weitere Darsteller und eine phantastische Figur (Gollum), der auf einem Felsen hockt, zu erkennen. Die Darsteller sind alle in verschiedenen Größen abgebildet: eine Frau im Profil mit gesenktem Kopf gesenkt und ihre Arme vor dem Bauch zusammen gefaltet, ein ganz in weiß gekleideter älterer Mann, der einen Stab hält und sich zu verteidigen scheint und ein wandernder Mann, der seinen Blick nach oben richtet. Alle Darsteller scheinen aus einer unterschiedlichen Filmszene ausgeschnitten und auf dem Plakat zusammengefügt worden zu sein. Das Plakat wird durch Felsgebirge in zwei Teile geteilt. Im Hintergrund ist eine Art Vulkan zu erkennen.

Auf dem Plakat sind keine Credits zu finden. Wie das Copy anmerkt, handelt es sich um den letzten Teil der Trilogie.



Originaltitel	Finding Nemo	Erscheinungsjahr USA	2003
Deutscher Titel	Findet Nemo	Erscheinungsjahr Deutschland	2003
Genre	Abenteuerfilm, Komödie (Animationsfilm)		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Von den Machern von Die Monster AG		
	Meer Spaß im Kino.		
Billing	/		

Das Plakat zeigt eine Unterwasserszene in der dem Betrachter erst ein weißer Hai ins Auge springt. Er hat ein schelmisches Grinsen und zeigt dabei seine Reißzähne. Sein Blick ist auf die beiden kleinen und kaum erkennbaren Fische vor ihm gerichtet. Auch die beiden Haie zu seiner Rechten (Hammerhai) und Linken (Kurzflossen-Mako) fixieren den Clownfisch und den Paletten-Doktorfisch ab. Um sie herum sind alle möglichen Unterwasserbewohner wie Schildkröten, einen Rochen, Quallen und diverse Fischarten zu erkennen. Bei genauerem Hinsehen erkennt man hinter den Haien einen Blauwal, der die gleiche Farbe wie das Wasser hat. Im oberen Teil des Plakats ist die australische Stadt Sydney mit ihrem bekannten Wahrzeichen, der Oper, abgebildet.

Das Copy „Von den Machern von *Die Monster AG*“, deutet auf einen ebenfalls erfolgreichen Animationsfilm hin.



54.

Originaltitel	The Towering Inferno	Erscheinungsjahr USA	1974
Deutscher Titel	Flammendes Inferno	Erscheinungsjahr Deutschland	1975
Genre	Action, Thriller		
Oscars	3		
Credit	Steve McQueen – Paul Newman – William Holden – Faye Dunaway		
	Erwin Allen Production		
Copy	Wer wird der lodernden Hölle entkommen?		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt einen riesigen Wolkenkratzer, der unter Flammen steht. Das ganze Gebäude scheint von den Flammen eingenommen zu sein. Löschaktionen finden vom Boden und von einem anderen (halb so großen) Hochhaus aus statt. Hubschrauber sind ebenfalls im Einsatz. Menschen fliehen aufs Dach, von wo aus weitere Helikopter sie in Sicherheit zu bringen. Es scheint, als würde sogar der Hintergrund, der die Straße und weitere Häuser zeigt, brennen. Die Szene wurde aus der Vogelperspektive aufgenommen. Auf der linken Seite, abseits der beschriebenen Szene, befinden sich zwei gerahmte Porträts der männlichen Hauptdarsteller. Sie haben ihren Mund leicht geöffnet und sehen schockiert aus. Ihre Blicke sind wie erstarrt.

Das Copy „Wer wird der lodernen Hölle entkommen?“ unterstreicht noch einmal die Bedrohung die von den Flammen ausgehen.



55.

Originaltitel	Spider-Man 2	Erscheinungsjahr USA	2004
Deutscher Titel	Spider-Man 2	Erscheinungsjahr Deutschland	2004
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Logos		

Das Plakat zeigt die beiden Protagonisten des Films: Spider-Man (Peter Parker) und seine Angebetete Mary-Jane. Sie sind beide ab dem Oberkörper im Halbprofil abgebildet und füllen das ganze Bild aus. Ihre Blicke sind nach vorn gerichtet. Er trägt sein rot-blaues Kostüm. Sein Gesicht ist komplett mit der Maske verdeckt. Seiner ausgestreckten Hand und seiner Haltung zufolge, schwingt er sich von einem Spinnenfaden zum nächsten. Sie klammert sich an ihm fest und sieht leicht verängstigt aus. Ihr Haar weht ihr ins Gesicht. Bei genauerem Hinsehen erkennt man, dass sich im Auge von Spider-Man ein Mann mit Greifarmen spiegelt. Im Hintergrund erkennt man eine Stadt und den Sonnenuntergang.

Es handelt sich um den zweiten Teil der Spider-Man-Reihe. Wie bereits beim Plakat des ersten Teils sind keine Credits angeführt. Sogar das Billing fällt hier sogar noch knapper aus.



56.

Originaltitel	My Fair Lady	Erscheinungsjahr USA	1964
Deutscher Titel	My Fair Lady	Erscheinungsjahr Deutschland	1964
Genre	Musical, Romanze		
Oscars	8		
Credit	Audrey Hepburn – Rex Harrison		
Copy	Als bester Film des Jahres mit 8 Oscars ausgezeichnet!		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt die Protagonisten des Films. In der Mitte des Plakats richtet eine junge Frau ihren Blick auf den Betrachter. Ihre hochgezogenen Mundwinkel deuten ein Lächeln an. Vor ihrem Gesicht hält sie mit beiden Händen einen Sonnenschirm, sie trägt weiße Handschuhe und einen sehr großen Hut. Hinter ihr steht ein deutlich älterer Mann, der sie lachend betrachtet. Er trägt Hemd und Krawatte. Die Kleider der beiden verschwimmen mit dem Hintergrund, da der Graphiker für beides die gleiche rote Farbe benutzt, aber keine Linien gezeichnet hat, um die Kleider vom Hintergrund abzugrenzen. Der Hut und Schirm des Mädchens sind ebenfalls in den gleichen Farbtönen gezeichnet.

Auf dem Plakat wird angemerkt dass der Film mit acht Oscars ausgezeichnet wurde. Im Billing sind die Verwendung von Technicolor und Panavision vermerkt.



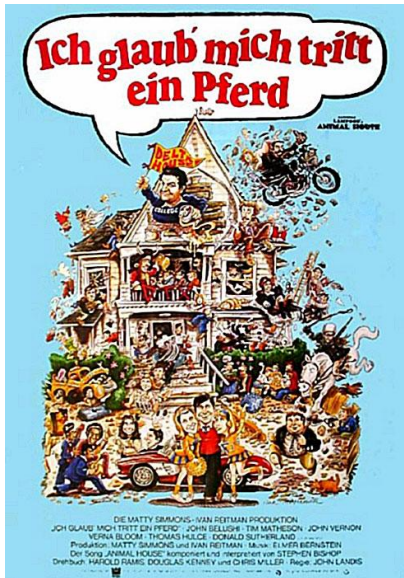
57.

Originaltitel	The Greatest Show on Earth	Erscheinungsjahr USA	1952
Deutscher Titel	Die größte Schau der Welt	Erscheinungsjahr Deutschland	1952
Genre	Romanze, Familienfilm		
Oscars	2		
Credit	Cecil B. DeMille's		
Copy	In Technicolor		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Bei dem grafisch gestalteten, bunten Plakat fällt der Blick zunächst in die Mitte auf den großen Clown mit rot-gelb kariierter Kleidung. Er hält seinen linken Daumen hoch. Im rechten Arm hält er ein kleines weißes katzenartiges Tier. Durch das typische Clowns-Make-up scheint es, als grinse er über das ganze Gesicht. Des Weiteren sind Elefanten, ein Dompteur, Akrobaten und weitere Zirkusartisten zu erkennen. Diese sind allerdings im Größenverhältnis sehr viel kleiner dargestellt, so dass der Clown geradezu überdimensional wirkt. Durch die Sterne an den Seiten und die Farbwahl des Hintergrunds wirkt es so, als befänden sie sich in einem Zirkuszelt.

Der Film wurde in Technicolor gedreht. Die Namen der Schauspieler stechen im Billing besonders deutlich hervor, so dass ansonsten keine Credits vorhanden sind.

58.

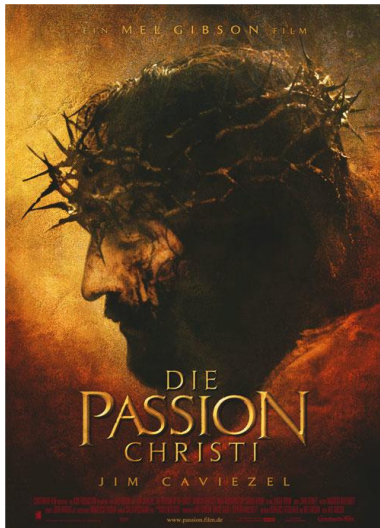


Originaltitel	National Lampoon's Animal House	Erscheinungsjahr USA	1978
Deutscher Titel	Ich glaub' mich tritt ein Pferd	Erscheinungsjahr Deutschland	1978
Genre	Komödie, Romanze		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Bei dem grafisch entworfenen Plakat weiß der Betrachter zunächst nicht, wohin er schauen soll. Die wie Comicfiguren aussehenden Figuren befinden sich in einem Haus als auch im Garten drum herum. Es handelt sich dabei um die Studentenverbindung *Delta House*, wie die Fahne am Dach zu erkennen gibt. Das Plakat vermittelt gleichzeitig Chaos und Spaß. Vor dem Haus, gut zu erkennen, steht eine männliche Figur Mann vor seinem Auto mit zwei Cheerleader in seinen Armen. Aus dem Fenster des Dachgeschosses lehnt sich eine weitere Figur heraus und weht mit der Fahne. Auch noch zu erkennen sind ein Reiter auf seinem Pferd, eine umfallende Leiter, Musiker sowie ein Motorradfahrer, der über das Haus zu fliegen scheint. Die Szene wirkt wie ausgeschnitten und vor einen hellblauen Hintergrund platziert. Es handelt sich offensichtlich um keine Szene, die so im Film vorkommt.

Der Titel befindet sich in einer Sprechblase. Credits sind keine angegeben. Die *Lampoon*-Filmreihe ist sehr populär in den USA.

59.



Originaltitel	The Passion of the Christ	Erscheinungsjahr USA	2004
Deutscher Titel	Die Passion Christi	Erscheinungsjahr Deutschland	2004
Genre	Historienfilm		
Oscars	/		
Credit	Jim Caviezel		
	Ein Mel Gibson Film		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt den Kopf eines Mannes im Profil. Er trägt einen Dornenkranz auf dem Haupt. Mit dem Bild verbindet man sofort Jesus Christus. Sein Kopf ist leicht gesenkt, sein Blick ist nach vorne gerichtet, die Augen sind fast geschlossen. Er macht einen traurigen Eindruck. Sein Gesicht ist übersät mit Verletzungen, aus denen Blut tritt. Seine Haltung lässt darauf schließen, dass er einen schweren Gegenstand auf dem Rücken trägt. Da man weiß, dass Jesus sein Kreuz tragen musste, und deshalb macht man sofort diese Verbindung, obwohl auf dem Plakat kein Kreuz zu sehen ist. Der Hintergrund ist in den gleichen düsteren Farben wie auch die Person gestaltet.

Mel Gibson führte bei dem Film Regie. Der Hauptdarsteller, Jim Caviezel, war bis dato unbekannt. Sein Credit ist trotzdem Bestandteil des Plakats.

60.



Originaltitel	Star Wars: Episode III – Revenge of the Sith	Erscheinungsjahr USA	2005
Deutscher Titel	Star Wars: Episode III – Die Rache der Sith	Erscheinungsjahr Deutschland	2005
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Bei dem grafischen Plakat fällt der Blick erst auf den in der Mitte abgebildeten jungen Darsteller. Sein Blick ist nach vorne gerichtet und trifft den des Betrachters. Seine Stirn ist in Falten gelegt, wodurch er sehr ernst und besorgt wirkt. Rechts von ihm ist der Kopf eines weiteren Mannes abgebildet. Dieser hat den Kopf nach rechts gedreht mit dem Blick nach vorne. Auch er hat die Stirn in Falten gelegt und hat einen ernsten Ausdruck im Gesicht. Links vom jungen Mann ist eine junge Frau im Halbprofil abgebildet. Ihr Blick ist ebenfalls nach vorne gerichtet, wobei sie ein bedrücktes Gesicht macht. Diese drei bilden einen Halbkreis um eine Kampfszene zwischen zwei Schwarzgekleideten Männern mit Lichtschwertern. Die Schwerter treffen sich über ihren Köpfen und erzeugen ein auffallendes Licht, das die Gesichter der drei eben beschriebenen Hauptdarsteller erleuchtet. Um die Lichtquelle herum sind weitere Krieger mit Lichtschwertern sowie Raumschiffe und eine finster aussehende Gestalt mit vernarbtem Gesicht und einem schwarzen Umhang zu erkennen. Im Hintergrund ist wie auch schon bei anderen Plakaten dieser Saga der Kopf der schwarz maskierten Gestalt zu sehen.

Es handelt sich beim Film um den dritten Teil der *Star Wars* Saga, der aber als letzter erschienen ist.



61.

Originaltitel	Back to the Future	Erscheinungsjahr USA	1985
Deutscher Titel	Zurück in die Zukunft	Erscheinungsjahr Deutschland	1985
Genre	Abenteuerfilm, Komödie, Science-Fiction		
Oscars	1		
Credit	Steven Spielberg präsentiert		
	Ein Robert Zemeckis Film		
Copy	Er kam nie pünktlich zur Schule. Und immer zu spät zum Essen. Doch eines Tages kam er ein paar Jahre zu früh...		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt den jugendlichen Protagonisten des Films, der gerade in ein Auto ein- oder aussteigt. Er scheint in Eile zu sein, da er auf seine Armbanduhr schaut und ein erschrockenes Gesicht macht. Mit der anderen Hand fasst er sich an die Schutzbrille auf seinem Kopf. Er trägt außerdem Jeans, Turnschuhe und eine Weste. Die Tür des roten Wagens ist nach oben hin geöffnet. Neben dem Auto verläuft eine Feuerspur, die vom letzteren stammen könnte. Aus dem Inneren des Wagens heraus scheint ein grelles Licht, was darauf hindeuten lässt, dass mehr dahinter steckt als ein einfaches Auto. Der Hintergrund zeigt eine Straße. Das Dunkelblau deutet den Nachthimmel an.

Das Copy „Er kam nie pünktlich zur Schule. Und immer zu spät zum Essen. Doch eines Tages kam er ein paar Jahre zu früh...“ ergänzt das Bild. Beim Auto könnte es

sich also um eine Zeitmaschine handeln. Der Protagonist wird nur im Billing erwähnt. Credits haben nur der Regisseur (Robert Zemeckis) und Steven Spielberg, der zwar nur an der Produktion beteiligt war, aber aufgrund seines bekannten Namen genannt wird.



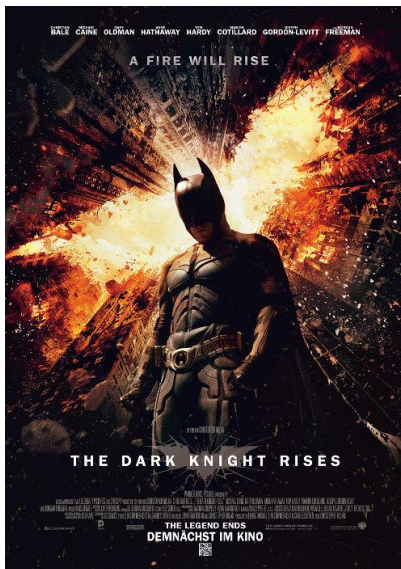
62.

Originaltitel	The Lord of the Rings: The Two Towers	Erscheinungsjahr USA	2002
Deutscher Titel	Der Herr der Ringe: Die zwei Türme	Erscheinungsjahr Deutschland	2002
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Die Reise geht am 18. Dezember weiter.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Auf dem Plakat sind die Köpfe von vier Hauptdarstellern im Halbprofil versetzt übereinander gereiht. Es sind die gleichen Charaktere wie auch schon auf dem Plakat auf Rang 52. Im Uhrzeigersinn handelt es sich dabei um einen jungen Mann, der leicht erschrocken wirkt, eine Frau, die mit betrübttem Blick über die Schulter schaut, ein ernst wirkender langhaariger Mann und ein älterer Mann mit weißem Bart und weißer Kleidung, der den Kopf leicht gesenkt hat. Hinter ihnen steht der Mond. Sie schauen alle in verschiedene Richtungen. Unter ihnen stehen sechs weitere Charaktere, die sehr viel kleiner abgebildet sind – vier Männer, eine Frau und eine hockende Kreatur (Gollum). Ihre Gesichtsausdrücke sind nicht genau erkennbar, aber sie scheinen alle in Richtung des Betrachters zu schauen. Im Gegensatz zum anderen Plakat scheinen die Figuren hier keinerlei Handlung nachzugehen. Trotzdem wirken

sie als seien sie aus einer Filmszene ausgeschnitten und dann auf dem Plakat zusammengefügt worden. Sie sind von Nebel umgeben. Bei genauerem Hinsehen deutet sich unten im Bild ein riesiges Heer an. Im Hintergrund sind zwei schwarze Türme zu erkennen.

Es handelt sich um den zweiten Teil der Trilogie. Erneut sind keine Credits auf dem Plakat vermerkt.



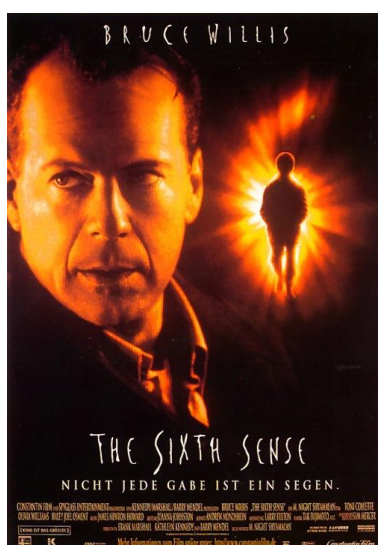
63.

Originaltitel	The Dark Knight Rises	Erscheinungsjahr USA	2012
Deutscher Titel	The Dark Knight Rises	Erscheinungsjahr Deutschland	2012
Genre	Thriller, Action		
Oscars	/		
Credit	Christian Bale – Michael Caine – Gary Oldman – Anne Hathaway – Tom Hardy – Marion Cotillard – Joseph Gordon-Lewitt – Morgan Freeman		
	Ein Film von Christopher Nolan		
Copy	A fire will rise		
	The Legend ends.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt den Protagonisten des Films: ein schwarz gekleideter, maskierter Mann – Batman oder auch *The Dark Knight*. Er hat seine Hände zu Fäusten geballt und sieht entschlossen aus. Sein Blick ist nach unten gesenkt. Seine verdeckt den oberen Teil des Gesichts. Sein Mund lässt auf eine ernste Mimik deuten. Im

Hintergrund sind mehrere brennende und zerstörte Wolkenkratzer zu erkennen. Über den kreisförmig platzierten Hochhäusern in Form des *Batman*-Logos erkennt man eine Explosion. Da das Bild aus der Froschperspektive aufgenommen wurde, wirkt der Darsteller sehr groß. Die Explosion befindet sich direkt über ihm.

Das Plakat ähnelt dem auf Rang 29 sehr stark. „The Legend ends“ deutet darauf hin dass es sich um den letzten Teil der Trilogie handelt. Das Copy „A fire will rise“ lässt einen annehmen, dass das Feuer sich ausbreiten wird. Auch in diesem Fall wurden die Copys nicht ins Deutsche übersetzt. Die Credits aller Hauptdarsteller sind aufgelistet, obwohl das Bild nur einen Darsteller zeigt.



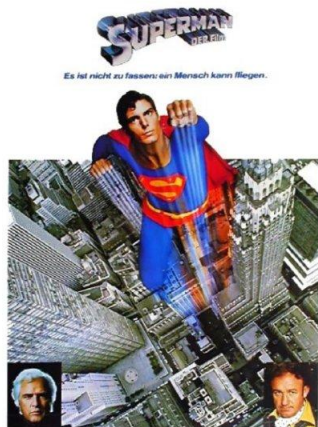
64.

Originaltitel	The Sixth Sense	Erscheinungsjahr USA	1999
Deutscher Titel	The Sixth Sense	Erscheinungsjahr Deutschland	1999
Genre	Thriller, Fantasy		
Oscars	/		
Credit	Bruce Willis		
Copy	Nicht jede Gabe ist ein Segen.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der Blick fällt als zunächst auf die linke Seite des Plakats, die den Protagonisten des Films (Bruce Willis) zeigt. Sein Blick ist nach rechts gerichtet. Allerdings zeigt das Plakat nicht worauf. Er hat den Mund leicht geöffnet und sieht leicht überrascht aus., Im Hintergrund auf der rechten Seite sieht man von hinten die Gestalt eines Kindes,

welches im Größenvergleich sehr viel kleiner dargestellt, auf ein gelb-oranges Licht zugeht. Das Licht hat die Form der Zahl 6 und erleuchtet das Gesicht des Protagonisten. Zwischen den dargestellten Personen gibt es keinerlei Interaktion. Das restliche Plakat ist schwarz, so wie die Kleidung des Mannes.

Das Copy „Nicht jede Gabe ist ein Segen“ klingt mysteriös. Es ist auch nur ein Credit angeführt, obwohl zwei Darsteller erkennbar sind.



65.

Originaltitel	Superman	Erscheinungsjahr USA	1978
Deutscher Titel	Superman	Erscheinungsjahr Deutschland	1979
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Es ist nicht zu fassen: Ein Mensch kann fliegen.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt einen Mann in rot-blauem Kostüm mit einem S auf der Brust – Superman. Er fliegt in Richtung Himmel. Da das Bild in der Vogelperspektive aufgenommen wurde, scheint es, als würde er auf einen zufliegen. Sein Blick ist nach oben gerichtet, sein Ziel fixierend, seine linke Hand hat er ebenfalls nach oben gestreckt. Seine Füße und Beine sind unklar und verwischt dargestellt, um zu zeigen, dass er sich mit Lichtgeschwindigkeit fortbewegt. Im Hintergrund sieht man die Straße und Hochhäuser einer Metropole. Jeweils rechts und links unten im Plakat sind

die Köpfe von zwei Männern abgebildet. Sie wirken wie Porträtfotos, die auf das Bild geklebt wurden. Ihre Blicke wandern in Richtung des Betrachters.

Es handelt sich um eine Comicverfilmung. Das Copy „Es ist nicht zu fassen: Ein Mensch kann fliegen“ wiederholt das Gesehene. Es gibt keine Credits.



66.

Originaltitel	Tootsie	Erscheinungsjahr USA	1982
Deutscher Titel	Tootsie	Erscheinungsjahr Deutschland	1983
Genre	Komödie, Romanze		
Oscars	1		
Credit	Dustin Hoffman		
Copy	Er ist Tootsie... Sie ist Dustin Hoffman		
	Verzweifelt nahm er eine weibliche Rolle an und wurde zum Star. Könnte er dies nur der Frau erklären, in die er verliebt ist.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt zwei Personen. Auf der linken Seite steht ein Mann und auf der rechten Seite eine Frau. Bei genauerem Hinsehen erkennt man allerdings, dass es sich bei Letzterem um einen als Frau verkleideten Mann handelt. Durch das gut sichtbare obere Copy „Er ist Tootsie... Sie ist Dustin Hoffman“ wird klar, dass es sich bei beiden Charakteren um ein und dieselbe Person handelt. Die beiden Personen schauen den Betrachter an. Als Mann trägt der Darsteller einen braunen Pullover und eine beigefarbene Hose. Er verschränkt seine Arme und sieht gut gelaunt aus. Als Frau trägt er ein langes rotes Kleid, lacht und scheint der Bewegung nach zu tanzen.

Die Copys dominieren das Bild, sie ergänzen das was man durch die Momentaufnahmen des Darstellers nicht erkennen kann. Zudem gibt es keinen Hintergrund. „Verzweifelt nahm er eine weibliche Rolle an und wurde zum Star. Könnte er dies nur der Frau erklären, in die er verliebt ist.“ ist die Kurzbeschreibung des Travestiestücks. Dustin Hoffman wird als Credit und im Copy erwähnt.



67.

Originaltitel	Smokey and the Bandit	Erscheinungsjahr USA	1977
Deutscher Titel	Ein ausgekochtes Schlitzohr	Erscheinungsjahr Deutschland	1978
Genre	Komödie, Kriminalfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt die drei Hauptdarsteller. Als Erstes fällt der Blick auf den Mann im roten Hemd in der Mitte des Plakats. Er sitzt auf einem nicht genau erkennbaren Gegenstand. Es könnte sich dabei um eine Kiste oder einen Lastwagen handeln. Er hat ein breites Grinsen und wirft seinen Kopf über die Schulter und schaut die Frau im weißen Brautkleid auf seinem Rücken an. Ihr Blick gilt ihm und sie lächelt. Er trägt einen Cowboyhut, Jeans und Stiefel und wirkt somit nicht wie ein Bräutigam. An seiner Seite sitzt ein Hund. Hinter den beiden steht ein Sheriff der mit seinem Zeigefinger droht und die beiden mit grimmigem Gesicht betrachtet. Seine andere Hand ist warnend zu einer Faust geballt.

Unten im Bild sind ein Lastwagen, zwei Autos und ein Motorrad abgebildet. Allerdings sind diese viel kleiner als die Charaktere. Der in der Mitte abgebildete Darsteller steckt sein Bein über den Lastwagen hinweg.

Technicolor wird ganz klein im Billing erwähnt, die Namen der Schauspieler werden hervorgehoben, allerdings gibt es keine Credits.



68.

Originaltitel	West Side Story	Erscheinungsjahr USA	1961
Deutscher Titel	West Side Story	Erscheinungsjahr Deutschland	1962
Genre	Musical, Kriminalfilm, Romanze		
Oscars	10		
Credit	/		
Copy	Bester Film des Jahres – 10 Oscars		
	Prädikat: Besonders wertvoll		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt die beiden Protagonisten die sich an der Hand halten. Die Frau zieht den männlichen Hauptdarsteller hinter sich her. Sie trägt ein rotes Kleid (wodurch der erste Blick auf sie fällt), lacht übers ganze Gesicht und hat ihre freie Hand nach vorne ausgestreckt, wohin auch ihr Blick folgt. Sein Blick wiederum ist auf sie gerichtet und er lächelt, während er sich von ihr ziehen lässt. Er trägt eine schwarze Hose, ein weißes Hemd und eine gelbe Jacke. Im Hintergrund ist eine Kampfszene zwischen zwei männlichen Charakteren und um sie herum stehende,

festlich gekleidete Menschen zu erkennen. Außerdem sieht man noch Hochhäuser und die Lichter, die eine Hauptstraße beleuchten.

Der Titel verbunden durch drei Leitern und zwei tanzenden Figuren wirkt wie ein Logo. Es gibt keine Credits, besonders der Name der Protagonistin wird im Billing hervorgehoben. Das Copy weist darauf hin, dass der Film viele Auszeichnungen gewonnen hat („Bester Film des Jahres – 10 Oscars“).



69.

Originaltitel	Harry Potter and the Sorcerer's Stone	Erscheinungsjahr USA	2001
Deutscher Titel	Harry Potter und der Stein der Weisen	Erscheinungsjahr Deutschland	2001
Genre	Abenteuerfilm, Fantasy, Familienfilm		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Eine Reise jenseits deiner Phantasie		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt die wichtigsten Darsteller des Films als Momentaufnahmen. In der Mitte und am größten ist der Protagonist des Films, ein Kind namens Harry Potter, abgebildet. Er schaut mit ernstem, etwas betrubtem Ausdruck über seine Schulter. Sein Blick verläuft ins Leere. Um ihn herum sind weitere Darsteller abgebildet. Im Uhrzeigersinn handelt es sich bei ihnen um einen bärtigen und dunkel gekleideter Mann der eine Laterne hält, eine Frau mit Hexenhut, einen schwarz gekleideter Mann, einen rothaariger Jungen, ein Mädchen in Schuluniform sowie um einen älteren Mann

mit weißem Bart. Ihre Blicke richten sich auf den Betrachter. Der Rauch des fahrenden Zuges legt eine Art Nebel über das Bild. Im Hintergrund erkennt man ein Schloss mit Lichter davor, eine weiße Eule und einen Wald.

Das Copy „Eine Reise jenseits deiner Phantasie“ deutet ein phantastisches Abenteuer an. Es sind keine Credits aufgelistet.



70.

Originaltitel	Lady and the Tramp	Erscheinungsjahr USA	1955
Deutscher Titel	Susi und Strolch	Erscheinungsjahr Deutschland	1956
Genre	Abenteuerfilm, Komödie (Zeichentrickfilm)		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Walt Disney's Meisterwerk		
Billing	/		

Das Plakat zeigt zwei Hunde unterschiedlicher Rasse, die sich einen Teller Spaghetti mit Fleischbällchen teilen. Sie sitzen an einem gedeckten Tisch. Links handelt es sich um einen männlichen grauen Hund, rechts eine braunfarbige Hündin mit einem blauen Halsband. Beide sehen sich gegenseitig verliebt in die Augen, während sie ein einer Spaghetti knabbern. Im blau-grünen Hintergrund sind Häuser zu erkennen.

Wie bereits bei anderen Disney-Filmen wird auch hier der Name als Copy eingesetzt und zudem von einem Meisterwerk gesprochen.

71.



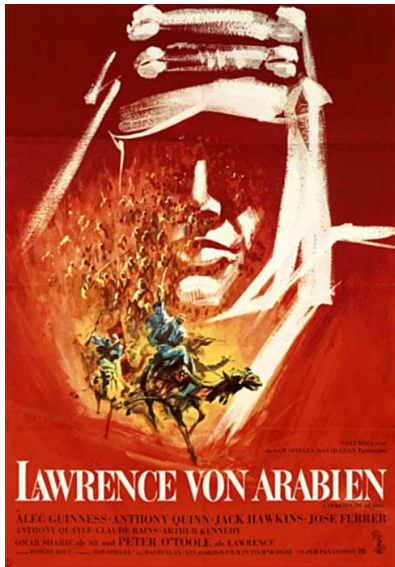
Originaltitel	Close Encounters of the Third Kind	Erscheinungsjahr USA	1977
Deutscher Titel	Unheimliche Begegnung der dritten Art	Erscheinungsjahr Deutschland	1978
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Wir sind nicht allein		
	Unheimliche Begegnung der ersten Art: Sehen eines UFOs		
	Unheimliche Begegnung der zweiten Art: Landung eines UFOs		
	Unheimliche Begegnung der dritten Art: Kontakt mit einem UFO		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der Blick fällt zunächst auf ein sehr helles Licht am Horizont. Eine dunkle Straße führt geradeaus darauf zu. Das Licht geht nach oben in ein leuchtendes Blau über. Ansonsten ist das Plakat schwarz wie die Nacht und man erkennt lediglich die Sterne am Nachthimmel. Es sind keinerlei Personen auf dem grafischen Plakat abgebildet.

Dafür besticht das Plakat mit viel Text. „Wir sind nicht allein.“ unterstreicht die Annahme einer Begegnung mit Außerirdischen, die einem das Licht vermittelt.²²⁴

Der Titel lautet *Unheimliche Begegnung der dritten Art*. Das Copy „Unheimliche Begegnung der ersten Art: Sehen eines UFOs. Unheimliche Begegnung der zweiten Art: Landung eines UFOs. Unheimliche Begegnung der dritten Art: Kontakt mit einem UFO.“ führt aus was genau unter dem Titel zu verstehen ist.

²²⁴ Mikunda, Christian (2002). Seite 253ff.



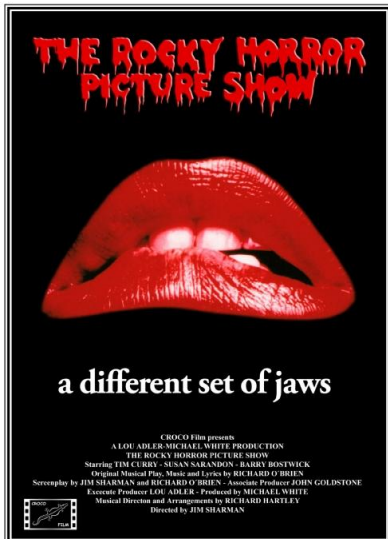
72.

Originaltitel	Lawrence of Arabia	Erscheinungsjahr USA	1962
Deutscher Titel	Lawrence von Arabien	Erscheinungsjahr Deutschland	1963
Genre	Abenteuerfilm		
Oscars	7		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Filmplakat wird von dem Kopf eines Mannes (Lawrence) mit geradem, ernstem Blick eingenommen. Die Augen des Mannes sind allerdings nicht zu erkennen, da sie durch die Kufiya, die traditionelle arabische Kopfbedeckung, beschattet sind und von einem auf Kamelen reitenden Heer überdeckt sind. Die Reiter scheinen aus den Augen „herauszuströmen“. Das Heer ist im Augenbereich noch nicht klar zu erkennen. Die vorderen Reiter hingegen lassen sich zweifellos als solch erkennen. Das Heer deutet eine Schlacht an. Auffällig ist die rote Farbe vom Hintergrund und von der Kleidung, welche nur durch die weißen Linien der Kopfbedeckung und die Kamele unterbrochen wird.

Der Film beruht auf historischen Begebenheiten und der Autobiographie von T.E. Lawrence²²⁵.

²²⁵ Töteberg, Michael (2005). Seite 375.



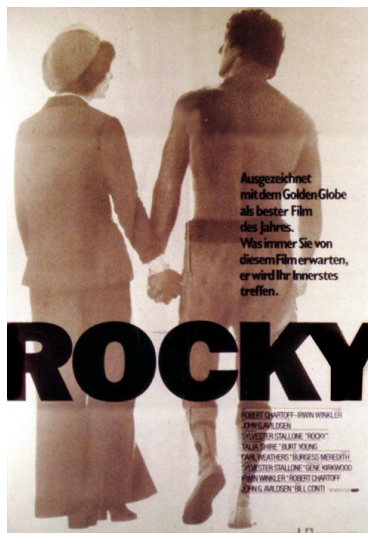
73.

Originaltitel	The Rocky Horror Picture Show	Erscheinungsjahr USA	1975
Deutscher Titel	The Rocky Horror Picture Show	Erscheinungsjahr Deutschland	1977
Genre	Musical, Komödie		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	A different set of jaws		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Poster zeigt einen knallroten Mund, der sich auf die untere Lippe beißt oder wie das Copy sagt „a differnet set of jaws“ (eine andere Art von Kiefer). Es wirkt wie ein Logo. Es ist eine Anspielung auf den drei Monate vorher erschienen und sehr erfolgreichen Film *Jaws* (*Der weiße Hai*, 7.) von Steven Spielberg. Auf jenem Plakat war wiederum das riesige Maul – der Kiefer – des Hais zu sehen. Dies erklärt auch, warum das deutsche Poster die englische Sprache beibehalten hat. Anders hätte das Wortspiel nicht funktioniert. Der Hintergrund ist schwarz.

Der blutrote Titel scheint zu verlaufen und wirkt schaurig. Credits sind keine angegeben.

74.



Originaltitel	Rocky	Erscheinungsjahr USA	1976
Deutscher Titel	Rocky	Erscheinungsjahr Deutschland	1977
Genre	Sportfilm		
Oscars	3		
Credit	/		
Copy	Ausgezeichnet mit dem Golden Globe als bester Film des Jahres.		
	Was immer sie von einem Film erwarten, er wird ihr Innerstes treffen.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt ein Händchen haltendes Paar von hinten. Es bewegt sich vom Betrachter weg, dabei sehen sie sich gegenseitig an. Das Ganze wirkt wie eine Filmszene. Er trägt eine kurze (Boxer-) Hose, sie ist hingegen elegant gekleidet. Das Plakat hat eine braun-grau Tönung und deutet mit dieser, wie eine Photographie wirkende Darstellung zwei Handlungsstränge an: eine Liebesgeschichte und den Sport, in diesem Fall das Boxen.

Das Copy „Was immer sie von einem Film erwarten, er wird ihr Innerstes treffen“ deutet große Emotionen an. Auf dem Plakat ebenfalls vermerkt ist die Tatsache, dass der Film den Golden Globe bekommen hat. Die Oscars werden allerdings nicht erwähnt: aus dem Grund, dass das Plakat vor der Überreichung erschienen ist. Es sind keine Credits vorhanden.



75.

Originaltitel	The best Years of Our Lives	Erscheinungsjahr USA	1946
Deutscher Titel	Die besten Jahre unseres Lebens	Erscheinungsjahr Deutschland	1948
Genre	Melodram, Kriegsfilm		
Oscars	9		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt vier Porträtfotos von zwei Männern und zwei Frauen. Man nimmt gleich an dass sie als Paare angeordnet sind. Der Mann oben links hält seinen Kopf leicht nach hinten und schaut lächelnd in die „Kamera“. Die Frau die neben ihm abgebildet ist, schaut ebenfalls auf den Betrachter de Plakats. Sie hat den Mund leicht geöffnet, als wolle sie etwas sagen. Unter ihr befindet sich ein Mann im Profil. Er hat den Kopf leicht gesenkt, wobei sein grimmiger Blick auf die Frau neben ihm fällt. Diese lächelt den Betrachter an. Die Fotos „liegen“ nebeneinander auf einem neutralen Hintergrund.

Im Billing stechen drei Darstellernamen hervor, obwohl alle vier Schauspieler auf dem Plakat den gleichen Stellenwert zu haben scheinen. Diese drei waren allerdings die bis dato bekanntesten Schauspieler. Weitere aufgeführte Namen sind kleiner abgebildet.



76.

Originaltitel	The Poseidon Adventure	Erscheinungsjahr USA	1972
Deutscher Titel	Poseidon Inferno	Erscheinungsjahr Deutschland	1973
Genre	Abenteuerfilm, Action		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Katastrophe auf hoher See! Wer wird überleben?		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt eine Katastrophenszene auf hoher See, bei der das Wasser in den Speisesaal (erkennbar an den Tischen und der vornehmen Kleidung der Passagiere) eindringt. Die in Panik geratenen Menschen versuchen sich vor dem Wasser in Sicherheit zu bringen. Dabei befinden sich zwei Männer und eine Frau im Vordergrund. Bei genauerem Hinsehen erkennt man, dass der obere Teil des Plakats, grafisch vom Wasser getrennt ist und eine andere Szene darstellt. In dieser kommt es zum Kippen des Schiffs. Die Menschen werden durch die Luft geschleudert und versuchen sich festzuhalten.

Das gekippte und sinkende Schiff ist auch noch einmal ganz in Weiß über dem Titel dargestellt. So kann man die oben beschriebene Szene gut einordnen. Der Titel scheint optisch mit zu sinken. Es sind keine Credits abgedruckt. Das Copy „Katastrophe auf hoher See! Wer wird überleben?“ vermittelt dem Betrachter des Plakats, dass Action

und Katastrophe einen wichtigen Stellenwert haben. Es stellt noch einmal die gleiche Frage wie das Bild auch.



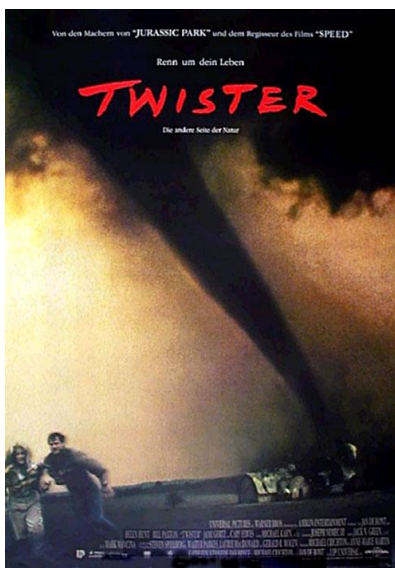
77.

Originaltitel	The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring	Erscheinungsjahr USA	2001
Deutscher Titel	Der Herr der Ringe: Die Gefährten	Erscheinungsjahr Deutschland	2001
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	4		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Die Hauptdarsteller des Films sind hintereinander aufgereiht. Im Vordergrund sind wieder die vier gleichen Charaktere wie auf den Plakaten auf Rang 52 und 62 zu sehen. Ganz vorne steht ein junger Mann. Er schaut mit entschlossenem Gesichtsausdruck geradeaus in die Kamera. An seiner Kleidung befinden sich in einem Halbkreis angereihte, nicht lesbare Zeichen. Rechts hinter ihm erkennt man einen älteren Mann mit weißem Bart, eine Frau mit langen blonden Haaren und einem weißen Umhang, einen Bogenschützen, der sein Pfeil in Richtung des Betrachters richtet und ein Mann mit einer Axt. Links hinter dem jungen Mann befinden sich ein Krieger, der sein Schwert hochhält, eine Frau und drei nebeneinander stehende Männer. Im Größenkontrast werden die Abbildungen der Darsteller auf beiden Seiten nach hinten hin immer kleiner. Alle Charaktere machen einen ernsten

Gesichtsausdruck. Es wirkt, als wären die Momentaufnahmen der Gefährten auf dem Plakat zusammengefügt worden. Vor der Menschengruppe sieht man weiter unten im Bild eine Truppe Reiter. Sie wirken mysteriös und bedrohlich, da sie komplett schwarz gekleidet sind und ihre Gesichter durch die Kapuzen der Umhänge verdeckt sind. Ihre Pferde sind ebenfalls schwarz. Außerdem sind sie von einer Art Nebel umgeben. Im Hintergrund deutet sich ein Wald an.

Es handelt sich um den ersten Teil der Trilogie. Vom Aufbau ähneln sich die drei Plakate sehr. Auch bei diesem gibt es weder Credit noch Copy.



78.

Originaltitel	Twister	Erscheinungsjahr USA	1996
Deutscher Titel	Twister	Erscheinungsjahr Deutschland	1996
Genre	Abenteuerfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Von den Machern von <i>Jurassic Park</i> und dem Regisseur von <i>Speed</i>		
	Renn um dein Leben		
	Eine andere Seite der Natur		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt einen riesigen Tornado, der über das Land wütet und gerade einen Bauernhof mit sich reißt. Nach oben wird er breiter und wirkt dort wie eine riesige schwarze Wolke. In der unteren linken Partie des Plakats sieht man einen Mann und

eine Frau, die vor dem Tornado davonrennen. Sie packt ihn dabei am Arm. Ihre Mimik ist aber nicht zu erkennen. Das Bild wirkt düster.

Die Copys „Renn um dein Leben“ und „Eine andere Seite der Natur“ wiederholen das was auf dem Plakat abgebildet ist. Anstatt sich der Credits von Produzent und Regisseur zu bedienen, wird auch hier die gern verwendete Formulierung „Von den Machern von *Jurassic Park* und dem Regisseur von *Speed*“ verwendet. Es spielen keine Stars in dem Film mit.



79.

Originaltitel	Men in Black	Erscheinungsjahr USA	1997
Deutscher Titel	Men in Black	Erscheinungsjahr Deutschland	1997
Genre	Komödie, Science-Fiction		
Oscars	1		
Credit	Tommy Lee Jones – Will Smith		
Copy	Sie schützen die Erde vor dem Abschaum des Universums		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Bereits am Plakat zeigt die beiden nebeneinanderstehenden männlichen Protagonisten, einen weiß- und einen dunkelhäutigen Mann, in Frontalansicht. Sie tragen beide einen schwarzen Anzug und eine Sonnenbrille und sind beide mit einer großen Waffe ausgestattet. Sie schauen mit ernster Miene geradeaus auf den Betrachter des Plakats. Der Hintergrund zeigt eine beleuchtete Stadt bei Nacht sowie den Sternenhimmel.

Es handelt sich deutlich um einen so genannten *Buddy*-Film. Das Copy „Sie schützen die Erde vor dem Abschaum des Universums“ erklärt die Waffen und grenzt die Mehrfachbedeutung des Textes ein. Die Credits der beiden dargestellten Protagonisten sind aufgelistet.



Originaltitel	The Bridge on the River Kwai	Erscheinungsjahr USA	1957
Deutscher Titel	Die Brück am Kwai	Erscheinungsjahr Deutschland	1958
Genre	Abenteuerfilm, Historienfilm		
Oscars	7		
Credit	William Holden – Alec Guinness – Jack Hawkins		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt mehrere Szenen des Films. Als Erstes fällt der Blick auf den im Vordergrund sitzenden Mann. Er sieht erschöpft aus und hat die Augen zusammengekniffen. Seine Kleider sind schmutzig und zerrissen. Er scheint sich mit dem Kopf an einen Felsen zu lehnen. Neben ihm steht ein Gewehr. Im mittleren Teil sieht man zwei Männer, die hintereinander stehen, wobei der eine den anderen von hinten am Nacken fasst. Ihre Kleider sind ebenfalls schmutzig und zerrissen. Fast hinter ihnen, aber eindeutig nicht zu der Szene gehörend, steht ein Mann in Uniform, der scheinbar jemanden erschlägt. Er hebt einen Knüppel über seinem Kopf um weit auszuholen. Im Hintergrund sieht man, wie gerade eine Brücke gesprengt wird. Teile fliegen durch die Luft und fallen ins Wasser. Diese Szene ist in Schwarz-Weiß gehalten.

Im Billing ist vermerkt, dass es sich um eine Literaturverfilmung handelt. Die Namen einiger Schauspieler stechen ebenfalls hervor. Zudem wurde der Film mit dem Cinemascope-Verfahren gedreht.



81.

Originaltitel	Transformers: Revenge of the Fallen	Erscheinungsjahr USA	2009
Deutscher Titel	Transformers: Die Rache	Erscheinungsjahr Deutschland	2009
Genre	Abenteuerfilm, Science-Fiction, Action		
Oscars	/		
Credit	Ein Michael Bay Film		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat ist in drei Abschnitte geteilt, die in einander übergehen. Der Vordergrund im unteren Teil zeigt die beiden Protagonisten. Der Mann hält die Frau in seinen Armen. Sie sind sehr klein abgebildet, wodurch sich keine Mimik erkennen lässt. Sie stehen vor einer Pyramide, hinter der gerade die Sonne aufgeht. Das Licht der aufgehenden Sonne im sonst eher dunklen Plakat zieht den Blick als Erstes auf sich, bevor er zu der vorher beschriebenen Szene wandert. Im mittleren Teil sieht man die Köpfe zweier gigantischer Roboter – die *Transformers*. Einer ist schwarz, der andere gelb. Im oberen Teil im Hintergrund sind eine Art Fabrik und zwei Helikopter zu erkennen.

Es handelt sich um den zweiten Film der Reihe. Es sind keine Credits von Schauspielern angeführt; nur das des Regisseurs.



Originaltitel	It's a mad, mad, mad, mad World	Erscheinungsjahr USA	1963
Deutscher Titel	Eine total total verrückte Welt	Erscheinungsjahr Deutschland	1963
Genre	Abenteuerfilm, Komödie, Action		
Oscars	1		
Credit	Stanley Kramer		
	Spencer Tracy – und in weiteren Hauptrollen in alphabetischen Folge ...		
Copy	Zum ersten Mal... das revolutionierende Cinerama-Einlinsen-System		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch entworfene Plakat zeigt eine Gruppe von Comicfiguren, die sich von der Mitte des Plakats bis hin zu einer Weltkugel im Hintergrund zieht. Erst bei genauerem Hinsehen erkennt man, dass die Figuren aus dem Loch in einem herausspringen um einen auf Füßen laufenden Geldkoffer, der einige Scheine verliert, zu verfolgen. Dabei werden viele über den Haufen gerannt. Eine männliche Figur ist dem Koffer am Nächsten. Er streckt seine Arme nach dem Koffer aus. Ihm folgen unzählige andere Figuren zu Fuß oder auch per Transportmittel, darunter Autos, ein Flugzeug, aber auch eine Rakete. Die ganze Szene wirkt wie eine Schatzsuche in Form eines Rennens. Gesichtszüge oder andere Charakteristiken lassen sich bei keiner der abgebildeten Figuren erkennen.

Der weiße Hintergrund des chaotischen Plakats ist vollgeschrieben mit Credits, Copy und Billing. Zudem wird auf die neue Technik des Cinerama-Einlinsen-Systems

aufmerksam gemacht. Außerdem scheint es, als seien die Credits aller mitspielenden Darsteller aufgeführt.



Originaltitel	Swiss Family Robinson	Erscheinungsjahr USA	1960
Deutscher Titel	Dschungel der Tausend Gefahren	Erscheinungsjahr Deutschland	1962
Genre	Abenteuerfilm, Familienfilm		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	The greatest Adventure Story of them all!		
	Technicolor – filmed in Panavision		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

In deutscher Version war nur das aktuelle Bild zu finden, welches für die DVD verwendet wird. Der strapazierende Einsatz der Verbrauchsplakate an Litfaßsäulen, öffentlichen Verkehrsmittel, Fassaden, Schaukästen oder in den Kinofoyers verringerte die Anzahl der erhalten gebliebenen Filmplakate.²²⁶

Der Blick fällt erst auf den oberen Teil (Himmel), in dem die Gesichter einer typischen Familie, ein Elternpaar mit ihren beiden Söhnen, abgebildet sind. Die Eltern befinden sich in der Mitte, jeweils rechts und links von ihnen ein Kind. Sie schmiegen sich alle eng aneinander. Sie schauen alle in die gleiche Richtung. Danach wandert der Blick in den unteren Teil des Plakats, in der die Familie nach einem Schiffsbruch

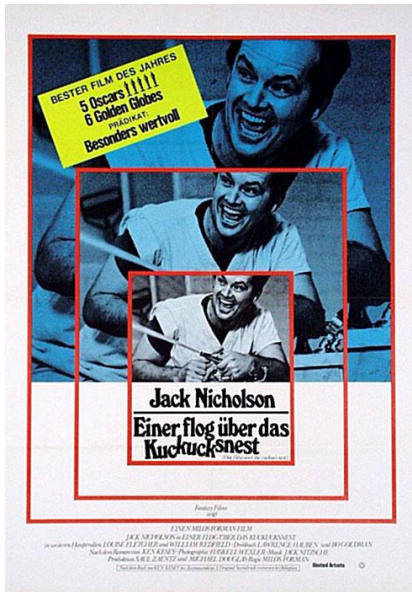
²²⁶ Der Kult der Filmplakate. In: BITfilm-Festival. URL: <http://www.bitfilm-festival.org/filmplakate/> (download: 14.06.2013).

versucht mit einem selbst gebauten Floß Proviant aus dem Schiff an Land zu transportieren. Die Darstellung wirkt wie eine Filmszene. Der Hintergrund zeigt das Meer und den orangefarbenden Himmel.

Die amerikanische wie auch die französische Version des Plakats der 60^{er} Jahre waren grafisch gestaltet worden. Da sich Filmplakate oft nicht grundlegend voneinander unterscheiden, nehme ich an, dass das Deutsche im selben Stil gestaltet war und übernehme deshalb diese Daten für die Statistik. Technicolor und Panavision werden angepriesen. Ein Billing ist vorhanden. Die Darstellernamen werden hervorgehoben und das Copy "The Greatest Adventure Story of them all" erklärt, was mit dem Abgebildeten gemeint ist.

Das amerikanische Plakat zeigt nachgezeichnete Szenen aus dem Film, die sich in einem Kreis um den Titel reihen. Im Uhrzeigersinn sieht man Kinder (ein Mädchen und zwei Jungen), die lachend auf exotischen Tieren reiten – ein Vogelstrauß, ein Zebra und ein Elefanten. Begleitet werden sie von einem kleinen Äffchen, das auf einem Schäferhund reitet. Desweiteren erkennt man Kampfszenen sowie Explosionen, Männer mit Gewehren, eine Familie auf einem Floß, die versucht gegen die Wellen anzukämpfen, sowie ein explodierendes Schiff. Außerdem erkennt man ein sich umarmendes Paar, einen Krieger, der sein Schwert schwingt sowie ein Baumhaus. Der Hintergrund besticht durch ein grelles Gelb.

Unter dem Billing sind gezeichnete Porträtfotos der sieben wichtigsten Darsteller aufgereiht.



84.

Originaltitel	One Flew Over the Cuckoo's Nest	Erscheinungsjahr USA	1975
Deutscher Titel	Einer flog über das Kuckucksnest	Erscheinungsjahr Deutschland	1976
Genre	<i>Drama</i>		
Oscars	5		
Credit	Jack Nicholson		
Copy	Bester Film des Jahres 5 Oscars 6 Golden Globes – Prädikat: Besonders wertvoll		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt dreimal das gleiche Foto des Protagonisten des Films. Dabei handelt es sich um Jack Nicholson, wie das Credit deutlich verrät. Die drei Bilder werden aufeinanderfolgend immer kleiner und gehen dabei in immer dunkler werdende Blautöne über. Sie sind übereinander gelegt und rot gerahmt. Man erkennt einen Mann, der einen Wasserstrahl auf jemanden oder etwas richtet. Sein Blick ist ebenfalls auf das Ziel des Wasserstrahls gerichtet. Dabei hat er ein irres Lachen im Gesicht. Es scheint, als trage er einen weißen Kittel. Man erkennt jeweils nur den oberen Teil der drei Rahmungen, der untere Teil ist weiß.

Nach der Oscarverleihung wurde scheinbar eine Art gelber Sticker auf das Plakat geklebt, welcher über die gewonnenen Oscars und Golden Globes informiert. Zudem wurde das Prädikat „Besonders wertvoll“ beigefügt. Der Film hat die fünf wichtigsten Oscars gewonnen.



85.

Originaltitel	M*A*S*H	Erscheinungsjahr USA	1970
Deutscher Titel	M*A*S*H	Erscheinungsjahr Deutschland	1970
Genre	Komödie, Kriegsfilm		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Die tollen Medizinmänner mit ihren blutigen Skalpellen Die höchste Auszeichnung: Goldene Palme – Bester Film in Cannes		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Poster zeigt eine Hand, die das Peace-Zeichen zeigt. Der Zeigefinger und der Mittelfinger sind nach oben gestreckt. Der Rest der Hand ist zu einer Faust geballt. Es sieht so aus, als hätte die Hand Frauenbeine mit Absatzschuhen. Am Zeigefinger hängt der Hut eines Armeefliegers auf dem die amerikanische Flagge abgebildet ist.

Das Copy „Die tollen Medizinmänner mit ihren blutigen Skalpellen“ hat eine komplett andere Aussage als das Bild selber. Der Titel M.A.S.H. ist die Abkürzung für Mobile Army Surgery Hospital²²⁷. Der Titel und das Copy ergänzen sich und man kann erahnen, dass es sich um eine Medizinstation in einem Kriegsgebiet handelt. Töteberg bezeichnet den Antikriegsfilm als „schwarze Satire auf den American Way of War“²²⁸, was im Plakat widergespiegelt wird. Im Billing ist nur sehr klein zu

²²⁷ Töteberg, Michael (2005). Seite 375.

²²⁸ Töteberg, Michael (2005). Seite 410-411.

erkennen, dass er in Panavision gefilmt wurde. Die Hauptdarsteller werden hingegen etwas deutlicher hervorgehoben.

Hierbei handelt es sich um den einzigen Film im Ranking, der die Goldene Palme beim Cannes Festival in Frankreich gewonnen hat. Dies ist die wichtigste europäische Filmauszeichnung. Erst im darauf folgenden Jahr gewann er einen Oscar. Daher wurde dieser im Plakat noch nicht vermerkt.



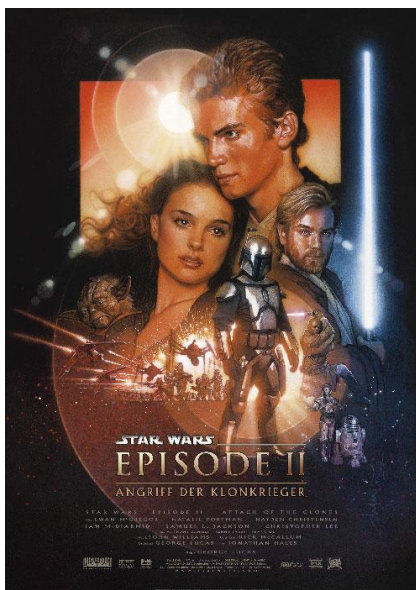
86.

Originaltitel	Indiana Jones and the Temple of Doom	Erscheinungsjahr USA	1984
Deutscher Titel	Indiana Jones und der Tempel des Todes	Erscheinungsjahr Deutschland	1984
Genre	Abenteuerfilm, Action		
Oscars	1		
Credit	Ein Steven Spielberg-George Lucas Film		
Copy	Das Abenteuer hat viele Gesichter. Indiana Jones zeigt sie alle.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt in der linken unteren Ecke einen Mann, der lächelnd geradeaus auf den Betrachter schaut, während er mit seiner rechten Hand eine Peitsche schwingt. Er trägt einen Hut, ein halbaufgeknöpftes Hemd und eine Lederjacke. Das Seil der Peitsche formt einen Kreis, indem weitere Darsteller aus verschiedenen Szenen des Films wie auf einem Bild dargestellt sind. Auf der rechten Seite dieses Kreises sind dies ein Junge, ein Mann und eine Frau abgebildet. Letztere anschauen sich an, wobei er sie mit der Hand am Kinn fasst. Zudem sind ein Mann in einem weißen Anzug, ein

Indianer und eine lächelnde Frau im Halbprofil abgebildet. Auf der linken Seite des Kreises sind weitere Szenen abgebildet. Zu erkennen sind ein Elefant, eine Frau und ein Junge, die über eine Mauer schauen, ein Mann der eine Leiter hochklettert und ein Mann auf einer Brücke. Die sind aber alle zu klein dargestellt, als dass man eine Mimik erkennen würde. Die Ansammlung all dieser Szenen und Gesichter lässt einen auf ein Abenteuer schließen.

Es handelt sich um den zweiten Teil der Filmreihe. Da die Figur Indiana Jones seit dem ersten Teil (Rang 19) sehr bekannt ist, wird diese nun nicht nur mehr im Copy, sondern zusätzlich auch im Titel verwendet. Das Copy „Das Abenteuer hat viele Gesichter. Indiana Jones zeigt sie alle.“ unterstreicht noch einmal, dass es sich um einen Abenteuerfilm handelt. Diesmal werden die Namen der Macher „Ein Steven Spielberg – George Lucas Film“ als Credits und nicht mehr als Copy eingesetzt. Das Credit des Protagonisten ist allerdings immer noch nicht vermerkt.

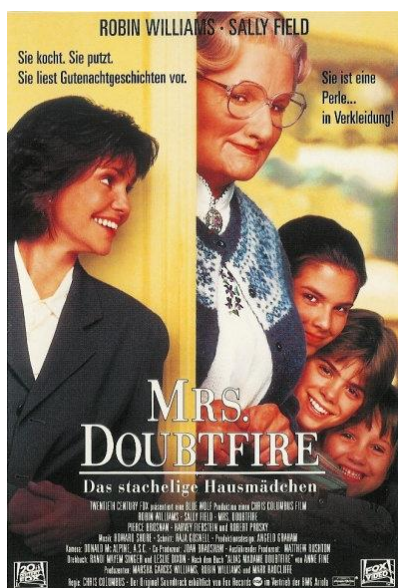


87.

Originaltitel	Star Wars: Episode II – Attack of the Clones	Erscheinungsjahr USA	2002
Deutscher Titel	Star Wars: Episode II – Angriff der Klonkrieger	Erscheinungsjahr Deutschland	2002
Genre	Science-Fiction, Abenteuerfilm, Action		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt die Hauptdarsteller des Films. Erst fällt der Blick auf den leicht gesenkten Kopf eines jungen Mannes im Profil. Sein Blick ist gehoben und geradeaus gerichtet. Er wirkt ernst. Hinter seinem Kopf befindet sich ein Licht, welches den Blick anzieht. Es könnte sich dabei womöglich um die Sonne handeln. An seiner Brust lehnt eine junge Frau. Ihr Blick geht geradeaus und scheinbar ins Leere. Auch sie wirkt ernst, fast besorgt. Vor ihnen ist ein Mann in einer Art Kampfanzug mit Helm zu sehen – ein sogenannter Klonkrieger – sowie ein Mann der sein Lichtschwert hoch hält. Bei genauerem Hinsehen erkennt man außerdem einen weiteren sehr viel kleiner dargestellt Krieger, der sein Lichtschwert schwingt, zwei Roboter, eine grüne Gestalt sowie eine Kampfszene zwischen Raumschiffen, die Raketen abfeuern. Das Plakat hat keinen wirklichen Hintergrund.

Es handelt sich um den vorletzten Teil der Saga. Wie bei allen anderen Filmen gibt es keine Credits.

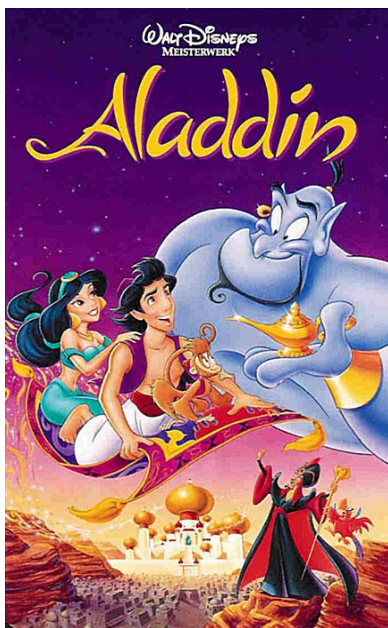


88.

Originaltitel	Mrs. Doubtfire	Erscheinungsjahr USA	1993
Deutscher Titel	Mrs. Doubtfire – Das stachelige Hausmädchen	Erscheinungsjahr Deutschland	1994
Genre	Komödie		
Oscars	1		
Credit	Robin Williams – Sally Field		
Copy	Sie kocht. Sie putzt. Sie liest Gutenachtgeschichten vor. Sie ist eine Perle... in Verkleidung!		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Als Erstes fällt der Blick auf eine Frau mit sehr männlichen Gesichtszügen im Halbprofil in der Mitte des Plakats. Es handelt sich um einen als Frau verkleideten Mann. Er trägt eine Brille, roten Lippenstift, eine Bluse und eine Strickjacke. Er steht hinter einer Wand oder Tür, lächelt, wobei sein Blick auf die Frau vor dieser Wand gerichtet ist. Diese wiederum schaut lächelnd zu ihm hinauf (da er größer ist als sie). Hinter dem verkleideten Mann lächeln drei Kinder, ein Mädchen und zwei Jungen, der Kamera entgegen, während sie sich an ihn lehnen und hinter ihm verstecken. Allgemein wirkt das Bild, als würden sie suchen und verstecken spielen. Der Hintergrund ist verschwommen und deshalb nicht genau zu erkennen. Trotzdem könnte man annehmen, dass sich die beschriebene Szene in einem Haus abspielt.

Das Copy „Sie kocht. Sie putzt. Sie liest Gutenachtgeschichten vor. Sie ist eine Perle... in Verkleidung!“ bestätigt die Annahme, dass es sich um eine Verkleidung handelt. Die Credits verraten dies auch.



89.

Originaltitel	Aladdin	Erscheinungsjahr USA	1992
Deutscher Titel	Aladdin	Erscheinungsjahr Deutschland	1993
Genre	Abenteuerfilm, Komödie (Zeichentrickfilm)		
Oscars	2		
Credit	/		
Copy	Walt Disney's Meisterwerk		
Billing	/		

Das Poster zeigt die Hauptfiguren des Zeichentrickfilms. Aladdin sitzt auf einem fliegenden Teppich. Hinter ihm sitzt seine angebetete Prinzessin Jasmin, vor ihm ein Affe (Abu). Ihre Blicke richten sich auf den blauen Flaschengeist Dschinni, der diese wiederum erwidert. Sie sehen allesamt sehr fröhlich aus und lachen über das ganze Gesicht. Einzig der böse Magier Dschafar und sein roter Papagei (Jago), beide vorne im Bild auf einem Felsvorsprung etwas kleiner abgebildet, wirken angespannt. Dschafar streckt seine Faust geballt drohend in ihre Richtung. Im Hintergrund ist ein orientalischer Palast zu sehen.

Das Copy spricht wieder von einem Meisterwerk.



90.

Originaltitel	Toy Story 3	Erscheinungsjahr USA	2010
Deutscher Titel	Toy Story 3	Erscheinungsjahr Deutschland	2010
Genre	Abenteuerfilm, Komödie (Animationsfilm)		
Oscars	2		
Credit	Mit den Stimmen von Michael Bully Herbig, Christian Tramitz und Rick Kavanian		
Copy	Auf der Flucht		
	Von den Machern von Nemo & Ratatouille		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Poster zeigt fröhlich aussehende Spielsachen, die scheinbar auf den Betrachter zugerannt kommen. Allen voran läuft ein Astronaut. Ihm folgen ein Cowboy, zwei

„Kartoffeln“, ein Sparschwein, ein Dinosaurier, ein Cowgirl, Barbie und Ken, drei Marsmännchen, ein Pferd, ein Hund und ein Spielzeugauto mit Stofftieren. Alle Figuren lachen. Der Hintergrund zeigt, dass sie einen Gartenweg entlanglaufen.

Das Copy „Auf der Flucht“ grenzt die Bedeutungsmöglichkeiten des Herumlauftens ein. Es handelt sich um den dritten *Toy Story* Film. Es ist der einzige Animationsfilm im Ranking, welcher Credits, in diesem Fall die Synchronsprecher, anführt. Das Copy „Von den Machern von *Nemo & Ratatouille*“ soll eine Referenz bilden. Den Film kann man sich auch in der 3D-Version anschauen.



91.

Originaltitel	Ghost	Erscheinungsjahr USA	1990
Deutscher Titel	Ghost – Nachricht von Sam	Erscheinungsjahr Deutschland	1990
Genre	Fantasy, Romanze		
Oscars	2		
Credit	Patrick Swayze – Demi Moore – Whoopi Goldberg		
Copy	Vertrauen		
	Bevor Sam ermordet wurde versprach er Molly, dass er sie immer lieben und beschützen würde.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das erotische schwarz-weiße Plakat zeigt die beiden Protagonisten des Films im Profil. Das Paar hält sich eng umschlungen. Der Mann küsst den Hals der Frau leidenschaftlich. Seine Hand berührt ihren Rücken. Seine Augen sind geschlossen. Ihre Arme verdecken den Rest des Gesichts. Sie hat ihren Kopf zurück geworfen und

scheint die Liebkosungen zu genießen. Ihr Mund ist leicht geöffnet. Sie hat kurze Haare. Beide abgebildeten Oberkörper sind nackt. Der Hintergrund ist schwarz.

Erst das Copy in der Mitte des Plakats „Bevor Sam ermordet wurde versprach er Molly, dass er sie immer lieben und beschützen würde.“ gibt einem eine Idee, worüber der Film handelt. Das Bild führt einen auf eine falsche Spur. Es handelt sich nicht um einen Erotikfilm. Das obere Copy „Vertrauen“ ist eine weitere Ergänzung. Der Credit eines dritten Darstellers, der nicht auf dem Plakat abgebildet ist, ist ebenfalls aufgelistet.



92.

Originaltitel	Duel in the Sun	Erscheinungsjahr USA	1946
Deutscher Titel	Duell in der Sonne	Erscheinungsjahr Deutschland	1952
Genre	Western, Romanze		
Oscars	/		
Credit	Jennifer Jones – Gregory Peck – Joseph Cotton		
	Produktion: David O. Selznick		
Copy	Der Farbfilm		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das graphisch gestaltete Plakat zeigt eine Frau und zwei Männer. Die Frau befindet sich vorne im Bild. Sie hat den Kopf leicht nach hinten geworfen und die Augen halb geschlossen. Sie schaut nach unten. Ihr Mund ist leicht geöffnet. Hinter ihr steht ein

Mann, der sie auf die Wange küsst. Seine Augen sind geschlossen. Die beiden wirken sehr leidenschaftlich. Weiter hinten im Bild befindet sich ein Mann, dessen eifersüchtiger Blick den beiden folgt. Wie Pantel schon feststellte: „Eifersucht und Neid werden oft plakativ durch einen scheelen Blick aus der Distanz über die Schulter auf ein glückliches Paar angedeutet“.²²⁹ Der Hintergrund besticht durch seine gelbe Farbe.

Gut sichtbar im knapp ausfallenden Billing ist vermerkt, dass der Film in Technicolor gedreht wurde. Das Copy wiederholt noch einmal, dass es sich um einen Farbfilm handelt.



93.

Originaltitel	The Hunger Games	Erscheinungsjahr USA	2012
Deutscher Titel	The Hunger Games – Die Tribute von Panem	Erscheinungsjahr Deutschland	2012
Genre	Abenteuerfilm, Action, Science-Fiction		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Die Welt wird euch zusehen		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das Plakat zeigt eine junge Frau von hinten, die ihren Kopf leicht nach oben hebt. Es scheint, als würde sie direkt auf das flammende Logo im oberen Teil schauen. Dieses

²²⁹ Pantel, Volker (1984). Seite 14.

ist eine Art Vogel in einem Kreis, an dessen Flügel ein Pfeil hängt, dar. Auf der rechten und linken Seite hängen jeweils vier Leinwände. Diese zeigen die beiden Protagonisten im Profil nach oben blickend. Auf der linken Seite ist die junge Frau auf den vier Leinwänden zu sehen, auf der rechten Seite ein junger Mann. Beide haben einen ernsten Gesichtsausdruck. Der Hintergrund zeigt eine Art Arena mit einem breiten Mittelweg, dessen Rand beleuchtet ist. An der Seite sitzt das Publikum.

Das Copy „Die Welt wird euch zusehen“ unterstreicht die Leinwände und das Publikum. Die Credits der Darsteller sind auf dem Plakat nicht zu sehen.



94.

Originaltitel	Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl	Erscheinungsjahr USA	2003
Deutscher Titel	Fluch der Karibik	Erscheinungsjahr Deutschland	2003
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	/		
Credit	Johnny Depp – Geoffrey Rush – Orlando Bloom – Keira Knightley		
Copy	Vom Produzenten von <i>Armageddon</i> und <i>Pearl Harbor</i>		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Der obere Teil des Plakats zeigt die vier Hauptdarsteller des Films: drei Männer und eine Frau. Sie sind jeweils leicht versetzt nebeneinander platziert, den Blick auf den Betrachter gerichtet. Als Erstes fällt der Blick auf den zweiten Mann von links, der am weitesten im Vordergrund steht und aussieht wie ein Pirat. Er trägt ein breites rotes Stirnband und hält eine Pistole und ein Schwert über Kreuz vor seine Brust,

sodass die beiden Enden an seinem Kopf entlang führen. Dann wandert der Blick zu der Frau im Halbprofil an seiner rechten Seite. Mit der Hand fasst sie sich an ihre leuchtende Kette. An ihrer rechten Seite befindet sich ein weiterer Mann. Ganz links steht im Halbprofil ein älterer Mann, der sich mit einer Hand an seinen Bart fasst. Die separat aufgenommen und dann am Computer zusammengefügte Aufnahmen stellen eine Art Porträt dar. Der untere Teil zeigt ein großes Schiff mit schwarzen Segeln, von dem sich ein Boot mit einer aufrechtstehenden Person und einem Ruderer in Richtung der Felsen entfernt. Hinter dem Schiff erkennt man die untergehende Sonne, welche scheinbar die Gesichter der eben beschriebenen Darsteller beleuchtet.

Auch wenn die Credits sich direkt über ihren Köpfen der Schauspieler befinden, sind diese nach dem Bekanntheitsgrad der Schauspieler und nicht in der Reihenfolge ihrer Abbildung aufgelistet. Das Copy „Vom Produzenten von *Armageddon* und *Pearl Harbor*“ macht auf dessen vorherige Klassenschlager aufmerksam.



95.

Originaltitel	House of Wax	Erscheinungsjahr USA	1953
Deutscher Titel	Das Kabinett des Professor Bondi	Erscheinungsjahr Deutschland	1953
Genre	Horror		
Oscars	/		
Credit	Vincent Price – Frank Lovejoy – Phyllis Kirk		
Copy	Ein Farbfilm in Warnercolor		
Billing	Regie		

Das grafische Plakat zeigt einen Kinosaal. Auf der sehr groß dargestellten Leinwand sieht man den Oberkörper einer Frau, deren linker Arm allerdings aus der Leinwand herausragt. Ihre Augen sind weit aufgerissen. Sie sieht zu Recht sehr verängstigt aus, denn hinter ihr steht ein dunkel gekleideter Mann mit Hut und Umhang, dessen Gesicht nicht zu erkennen ist. Er trägt Handschuhe und hält seine Hände vor das Gesicht der Frau. Es sieht so aus, als wolle er ihr entweder den Mund zuhalten, damit sie nicht schreien kann oder als versuche er sie zu erwürgen. Sein Kopf und Umhang ragen ebenfalls aus der Leinwand heraus. Vor dieser sitzt das Publikum wie in einem Kinosaal.

Es ist kein richtiges Billing vermerkt, Warner Bros. deutet aber auf ihr eigenes Farbfilm-Verfahren (Warnercolor) hin.



96.

Originaltitel	Rear Window	Erscheinungsjahr USA	1954
Deutscher Titel	Das Fenster zum Hof	Erscheinungsjahr Deutschland	1955
Genre	Thriller		
Oscars	/		
Credit	James Stewart In Alfred Hitchcock's		
Copy	/		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafisch konzipierte Plakat zeigt den „an den Rollstuhl gefesselten Helden“ im Halbprofil.²³⁰ Er hat den Mund leicht geöffnet und sieht erschrocken aus. Er hält ein Fernglas und schaut geradeaus. Der Betrachter des Plakats kann nicht erkennen, was den Mann erschreckt. Hinter ihm steht eine Frau, sie hat den Kopf zur Seite gedreht und schaut in dieselbe Richtung. Ihr Blick wirkt eher suchend. Im Hintergrund erkennt den schwarzen Umriss eines Menschen mit Hut, in dem die Fassade eines Hochhauses sowie dessen Fenster und Feuerleitern zu sehen sind. Obwohl der Protagonist in eine andere Richtung schaut, wirkt es automatisch so, als könnte sein Blick auf dieses Hochhaus gerichtet sein und die abgebildete schwarze Gestalt durch das Fernglas erfassen.

Das Credit des Protagonisten wird angeführt, das der weiblichen Darstellerin findet sich deutlich im Billing. Der Vermerk „Farbe von Technicolor“ sticht ebenfalls sehr hervor.



97.

Originaltitel	The Lost World: Jurassic Park	Erscheinungsjahr USA	1997
Deutscher Titel	Vergessene Welt: Jurassic Park	Erscheinungsjahr Deutschland	1997
Genre	Abenteuerfilm, Science-Fiction, Action		
Oscars	/		
Credit	Ein Steven Spielberg Film		
Copy	Etwas hat überlebt		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

²³⁰ Wulff, Hans J.: Thriller. In: Koebner, Thomas (2002). Seite 612-615.

Das Plakat zeigt ein schwarzes Saurierskelett im Profil vor einem roten Hintergrund. Der Titel ist Teil dieses Logos, welches gelb umrandet ist. Auf den ersten Blick sieht das Plakat genau so aus wie das auf Rang 20. Es handelt sich um die Fortsetzung. Erst bei genauerem Hinsehen erkennt man, dass das Logo verzerrter ist. Außerdem sind die Farben nicht so grell wie beim Ersten.

Das Copy „Etwas hat überlebt“ weist auch auf eine Fortsetzung hin. Als einziges Credit ist wieder der Regisseur – Steven Spielberg – angeführt. Das Logo hat so einen großen Wiedererkennungswert, dass es beibehalten wurde.



98.

Originaltitel	Indiana Jones and the Last Crusade	Erscheinungsjahr USA	1989
Deutscher Titel	Indiana Jones und der letzte Kreuzzug	Erscheinungsjahr Deutschland	1989
Genre	Abenteuerfilm, Action		
Oscars	1		
Credit	Harrison Ford – Sean Connery		
Copy	Der Mann mit dem Hut ist zurück. Und dieses Mal bringt er seinen Vater mit.		
Billing	Liste der Mitwirkenden des Films		

Das grafische Plakat zeigt den Kopf eines lächelnden Mannes mit Hut, der in Richtung des Betrachters schaut. Hinter ihm steht ein älterer Mann, dessen Blick auf ersteren gerichtet ist. Sein Gesichtsausdruck wirkt ernster. Vor ihnen sieht man eine Szene, in der ein Mann auf einem Pferd reitet und mit einer Pistole schießt. Er

verfolgt jemanden oder wird von den Reiter hinter ihm verfolgt. Die Szene deutet Action an. In jeder Ecke des Plakats befindet sich ein weiterer Darsteller: drei Männer und eine Frau, die in Porträt-Format abgebildet sind. Ihre Blicke richten sich scheinbar auf die beiden Protagonisten in der Mitte. Zusammen bilden sie mit zwei Säulen eine Art Rahmen des vorhin beschriebenen Bildes.

Das Copy „Der Mann mit dem Hut ist zurück. Und dieses Mal bringt er seinen Vater mit.“ ergänzt das Bild, indem es die Beziehung zwischen den beiden Charakteren beschreibt. Zudem weiß man nun, dass es sich um eine Fortsetzung handelt. Es ist der dritte Teil der *Indiana-Jones*-Reihe. Zum ersten Mal wird das Credit des Protagonisten auf dem Plakat vermerkt, sowie auch das „seines Vaters“.

Wir erschrecken zu guten Zwecken!



99.

Originaltitel	Monsters, Inc.	Erscheinungsjahr USA	2001
Deutscher Titel	Die Monster AG	Erscheinungsjahr Deutschland	2002
Genre	Abenteuerfilm, Komödie (Animationsfilm)		
Oscars	1		
Credit	/		
Copy	Wir erschrecken zu guten Zwecken!		
Billing	/		

Das Plakat zeigt zwei sympathisch aussehende männliche „Monster“, die aber eher wie Kuscheltiere wirken. Das kleinere ist hellgrün, hat einen riesigen Kopf und nur

ein Auge. Es lacht über das ganze Gesicht, zeigt dabei seine Zähne und streckt seinen Daumen nach oben. Die andere Hand stützt es in seiner Hüfte. Auf seinem Kopf stützt sich das größere türkise Monster mit blauen Flecken ab und lächelt. Es hat kleine Hörner und Krallen. Seine andere Hand hat es ebenfalls in der Hüfte gestützt. Beide haben direkten Blickkontakt mit dem Betrachter des Plakats. Der Hintergrund ist weiß.

Das Copy „Wir erschrecken zu guten Zwecken!“ bestätigt den positiven Eindruck. Vor diesen „Monstern“ hat man nichts zu befürchten. Es handelt sich um die animierte Version eines *Buddy*-Films. Credits der Synchronsprecher oder ein Billing gibt es nicht.



100.

Originaltitel	Spider-Man 3	Erscheinungsjahr USA	2007
Deutscher Titel	Spider-Man 3	Erscheinungsjahr Deutschland	2007
Genre	Abenteuerfilm, Action, Fantasy		
Oscars	/		
Credit	/		
Copy	Der entscheidende Kampf ist der mit sich selbst.		
Billing	Logos		

Das Plakat zeigt einen schwarz gekleideten Spider-Man, der sich im Fenster eines Hochhauses spiegelt. Allerdings ist die Spiegelversion in dem üblichen rot-blauen Kostüm zu sehen. Sein Blick wendet sich ab, der seiner Spiegelversion schaut ihm

hinterher. Die Maske lässt keinen Gesichtsausdruck erkennen. Allerdings deuten seine in die Knie gebeugte Haltung und seine gespreizte Hand, die den Boden berührt, an, dass er sich vorsichtig auf dem schmalen Sims vorantastet. Im Hintergrund sind ein paar Hochhäuser sowie der Himmel abgebildet. Auch im Fenster spiegelt sich ein Hochhaus. Es scheint außerdem zu regnen.

Das Copy „Der entscheidende Kampf ist der mit sich selbst“ spiegelt das eben Beschriebene noch einmal wieder. Als Titel ist in der unteren Ecke nur eine 3 vermerkt. Der Name Spider-Man wird nirgendwo erwähnt. Allerdings hat sein Abbild nach zwei erfolgreichen Filmen und zahlreichen Comics genug Wiedererkennungswert. Credits sind auch im letzten Teil der Reihe noch nicht vorhanden. Das Billing besteht nur noch aus den wichtigsten Logos, so lenkt auch nichts von der Hauptfigur ab.

V.2 Inhaltsanalyse

In diesem Teil wird auf die Hypothesen eingegangen. Durch die Bildanalyse sind folgende allgemeine Bemerkungen festzustellen.

Zwei Filmplakate in dem Ranking haben keinen wirklichen Titel. *Shrek 2* (2004) und *Spider-Man 3* (2007) haben nur eine Zahl als Titel. Bei beiden handelt es sich um Fortsetzungen von erfolgreichen Vorgängerfilmen.

Die Zeichentrick- und Animationsfilme haben kein *Billing*. Das führt daher, dass keine Darsteller in dem Film mitspielen und auch niemand Regie führt. Es gilt eine andere Gesetzgebung. Kein anderes Studio setzt seinen Namen auf Filmplakaten so auffällig ein wie Walt Disney. Dies ist nicht nur bei den Zeichentrickfilmen der Fall, sondern zum Beispiel auch bei *Dschungel der Tausend Gefahren* (1960). Walt Disney ('s Meisterwerk) wirkt als Logo und wird als *Copy* verwendet.

Filme werden oft erst mit ein oder zwei Monaten Verzögerung in Deutschland ausgestrahlt. So kann es vorkommen, dass im Ranking eine andere Jahreszahl steht, da der Film beispielsweise im Dezember Premiere in den USA feierte und dann im Januar in Deutschland erschien. Allgemein fällt auf dass die Differenz zwischen den Erscheinungsdaten mit der Zeit kleiner geworden ist. Bei Disney-Filmen aus den 30^{er} und 40^{er} Jahren und bei *Vom Winde verweht* (1939) gibt es eine Differenz von über zehn Jahren wegen des Nazi-Regimes.

Die amerikanischen Spielfilme wurden aus den deutschen Kinos verbannt. Anfangs durften Disney-Kurz-Filme noch gezeigt werden. Die amerikanischen Studios produzierten Propaganda-Filme, die Deutschland verhöhnten und das Publikum dazu drängte sich am Krieg zu beteiligen.²³¹ Auch Disney hatte seinen Kriegsbeitrag zu leisten, um Einkünfte zu erzielen und zugleich Wohlwollen bei Regierung und Öffentlichkeit zu schaffen. Er setzte die Figur *Donald Duck* in dem Propagandafilm *The Fuehrer's Face* (1943) ein. Zuvor hatte das Reichsfilmarchiv sowohl *Schneewittchen und die Sieben Zwerge* (1937) als auch eine schwedische Kopie von *Fantasia* (1940) gekauft. Allerdings konnten nur Fachleute aus der Branche und die

²³¹ Latham, James: Der Kaiser, die Bestie von Berlin. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 110.

Nazi-Prominenz sich die Filme anschauen. Regulär kamen die Filme erst in den 50^{er} in die deutschen Kinos.²³²

Die Mehrzahl der deutschen Filmplakate sind in auch in deutscher Sprache gedruckt worden. Die Ausnahme sind die Filme *The Dark Knight*, *The Dark Knight Rises* und *The Rocky Picture Horror Show*. Die *Copys* sind Wortspielungen die im Deutschen nicht funktioniert hätten.

Die Diagramme, die mit dem Programms SPSS erstellt wurden, sollen helfen auf die Hypothesen einzugehen.

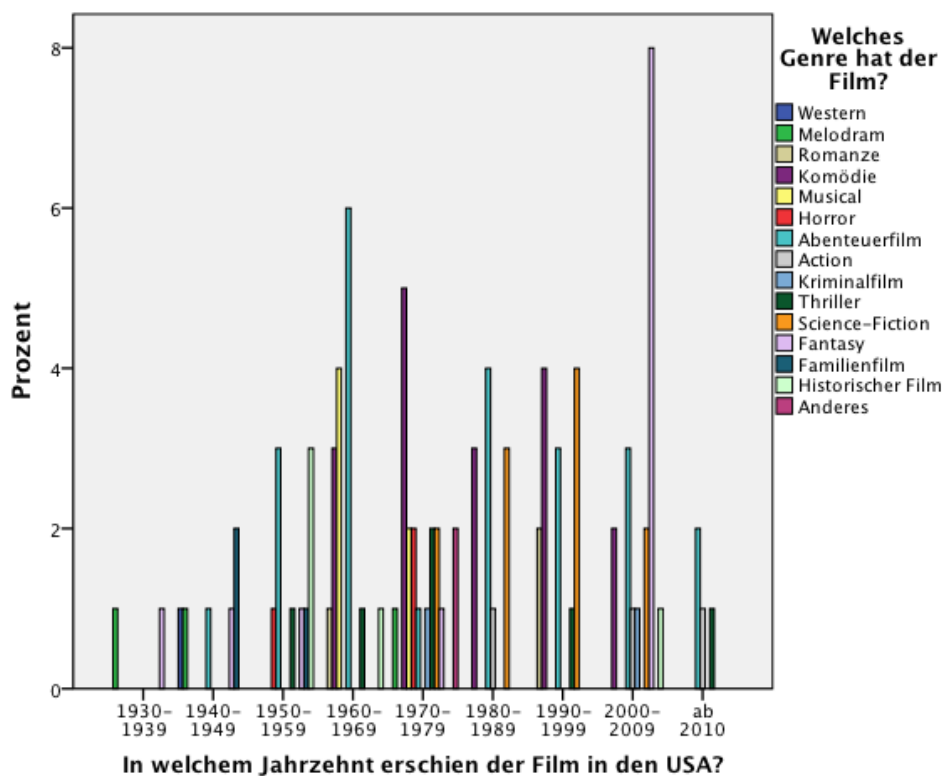


Abb. 4: Filmgenre-Jahrzehnt

Abenteuerfilme (23%) und Komödien (17%) sind am häufigsten im Ranking vertreten. Ab den 70^{er} lässt sich das Auftauchen des Science-Fiction-Genres beobachten. Musical-Filme waren in den 60^{er} und 70^{er} Jahren sehr beliebt. Und auch der Horrorfilm erlebte seine Blütezeit in den 70^{er}. Ab dem 21. Jahrhundert wird dieser vom Fantasy-Film abgelöst.

²³² Töteberg, Michael (2005). Seite 210-212.

Es sei kurz angemerkt, dass Science-Fiction- und Fantasy-Filme in der Regel auch immer ein Abenteuer beinhalten. Die Grafik zeigt allerdings jeweils nur das Genre, das den Film am meisten prägt. Um ein anderes Beispiel zu nennen: so steht bei Musicals fast immer eine Romanze im Vordergrund der Geschichte, durch den Gesang und Tanz etabliert sich der Film aber als Musikfilm. Das relativ neue Action-Genre findet sich vor allem heutzutage, zum Beispiel in Form einer Verfolgungsjagd, in Kriminalfilmen und Thrillern wieder. Der Kern der Geschichte dreht sich aber um die Auflösung des Verbrechens. Eine Ausnahme bildet der Thriller *Das Fenster zum Hof* aus dem Jahr 1954, in dem der Protagonist im Rollstuhl sitzt und zu keiner Verfolgungsjagd in der Lage ist.

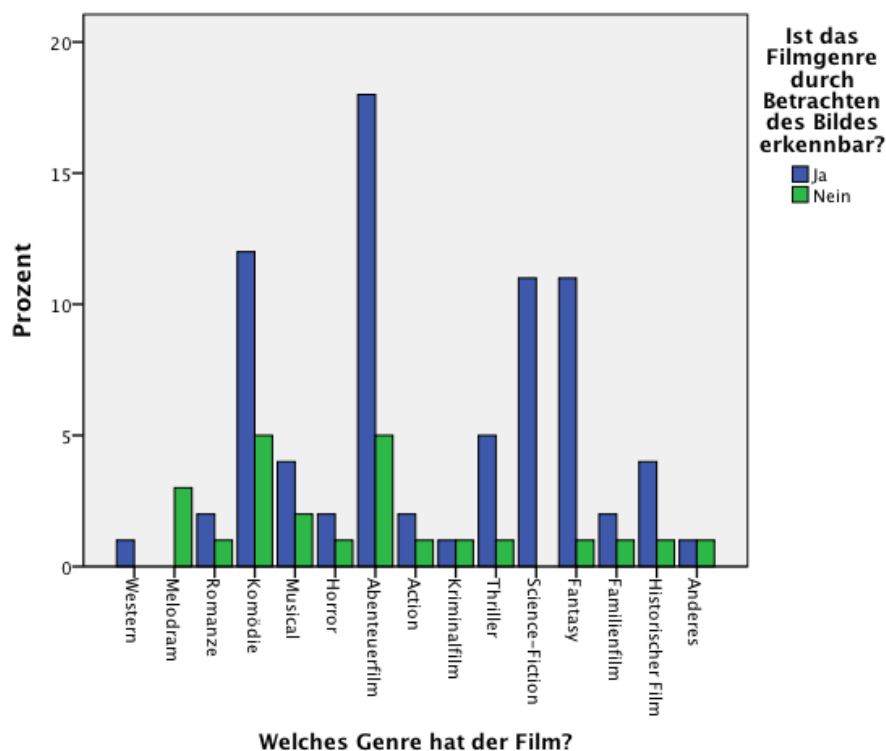


Abb. 5: Erkennbares Genre-Filmgenre

Dem Diagramm zufolge ist es möglich jedes Filmgenre auf einem Plakat grafisch darzustellen. Die einzige Ausnahme ist das Melodram. Die Liebesbeziehung kann angedeutet werden, wie beispielsweise bei den Filmen *Vom Winde verweht* (1939) oder *Love Story* (1970), die Unmöglichkeit der Liebenden auf ein glückliches Ende allerdings nicht. Science-Fiction- und Fantasy-Filme lassen sich in der Regel gut an einer Abbildung aus dem Übernatürlichen oder Futuristischen erkennen. Der

Abenteuerfilm und die Komödie weisen ebenfalls eine Mehrzahl an erkennbaren Filmgenres auf.

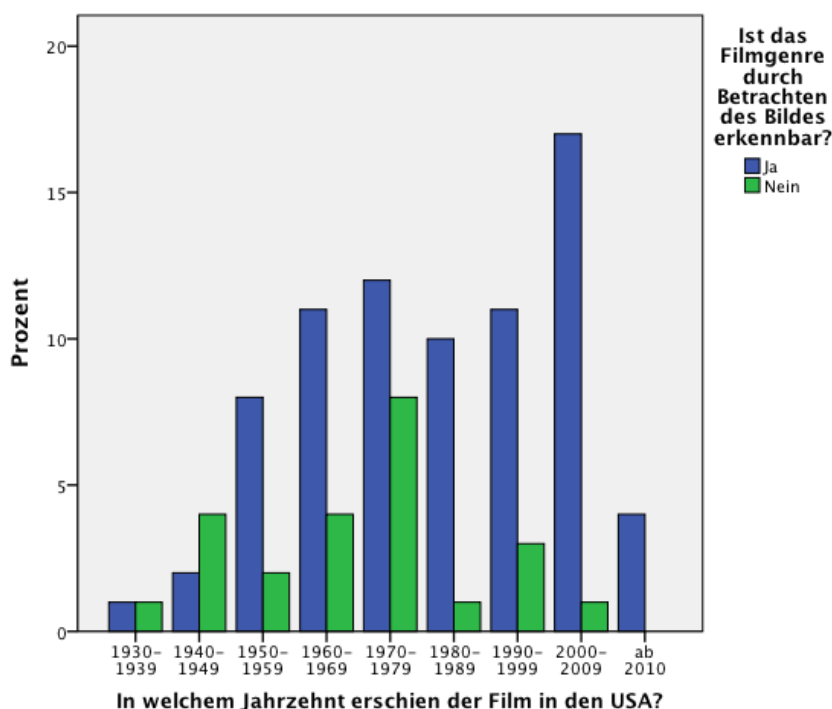


Abb. 6: Erkennbares Genre-Jahrzehnt

Die große Mehrheit der Filmgenres lassen sich durch Betrachten des Plakats erahnen (76%). Zu achten ist auf die Tatsache, dass aus jedem Jahrzehnt unterschiedlich viele Filme im Ranking vertreten sind. Deswegen macht es wenig Sinn sich die genauen Prozentsätze pro Jahrzehnt anzuschauen. Nichtsdestotrotz ist ab den 80^{er} Jahren eine steigende Tendenz des erkennbaren Genres zu beobachten. Sind in den 70^{er} Jahren noch fast gleich viele Genres beim Betrachten des Plakats erkennbar als solche die es nicht sind, so sind ab den 80^{er} Jahren kaum noch Plakate vertreten die es einem nicht verraten. Die 40^{er} sind das einzige Jahrzehnt in dem mehr Filme nicht zu deuten sind.

Die Hypothese, dass das Plakat heutzutage (ab den 90^{er} Jahren) deutlicher auf das Filmgenre deuten lässt, bestätigt sich also. Das Publikum ist kritischer und selektiver geworden. Es will den Inhalt im Kino zu sehen bekommen, der ihm in der Filmwerbung (Plakat) versprochen wird. Heutzutage wird in einem Kino zur gleichen Zeit eine größere Anzahl an Filmen gezeigt. Da will die Auswahl gut überlegt sein. Es wurde allerdings schon immer darauf aufgepasst, dass das Genre über das Plakat vermittelt wird.

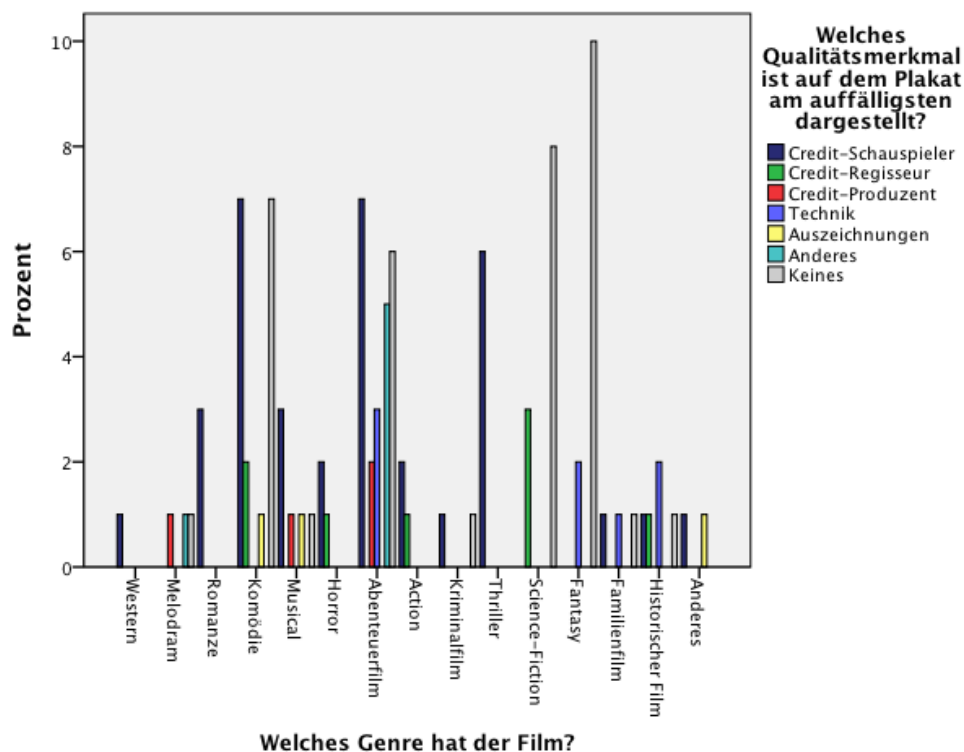


Abb. 7: Qualitätsmerkmale-Filmgenre

64% der Plakate weisen auf ein oder mehrere Qualitätsmerkmale hin. Das Diagramm zeigt jeweils das, welches am auffälligsten auf dem Plakat abgebildet ist. Über die Hälfte der Merkmale gelten dem *Credit* von Schauspielern (35%). Oder zumindest ist dieses am auffälligsten dargestellt. Das *Credit* von Regisseuren und die Erwähnung der Technik liegen bei jeweils 8%. Dies hat aber nicht zu bedeuten, dass die beiden auf nur 8% der Plakate erwähnt werden, sondern bei nur diesem Prozentsatz am deutlichsten abgebildet sind. 51% der Plakate verfügen über ein *Credit* (Vgl. Tabelle 1 im Anhang).

Die Technik wird bei einem weiteren Diagramm (Abb. 9) genauer untersucht.

Die These, dass bei Abenteuer- und Action-Filmen keine *Credits* von Schauspielern vermerkt werden, bestätigt sich nicht. Im Gegenteil, bei diesen Genres ist dieses *Credit* das wichtigste Qualitätsmerkmal. Bei Science-Fiction- und Fantasy-Filmen hingegen wird dieses Merkmal überhaupt nicht verwendet. Science-Fiction-Filme zählen auf das *Credit* des Regisseurs und Fantasy-Filme bewerben die Technik.

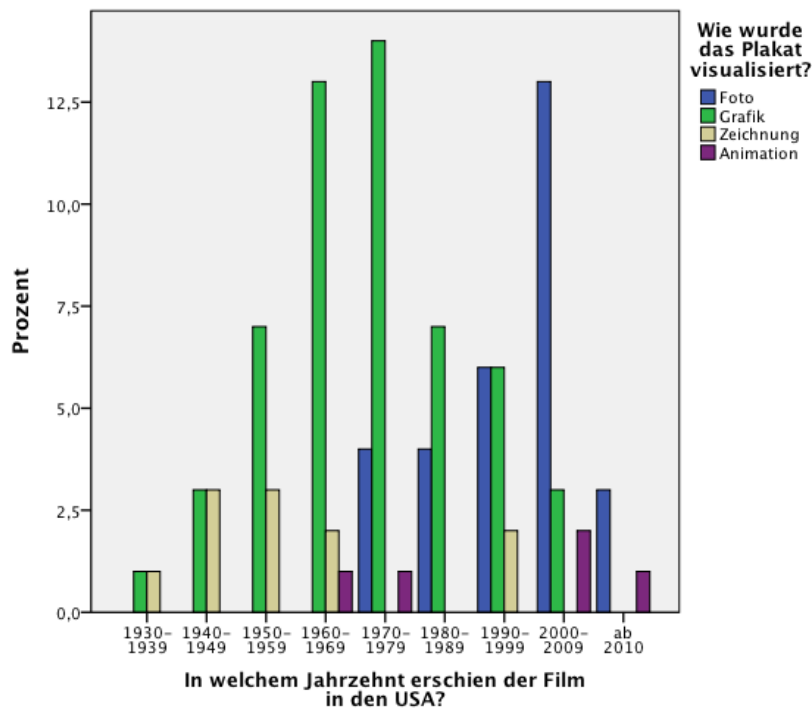


Abb. 8: Visualisierung-Jahrzehnt

In den 70^{ern} erschienen die ersten Plakate bei denen die Motive fotografiert wurden. Erst ab den 90^{ern} fing diese Technik an sich durchzusetzen. Ab dem 21. Jahrhundert dominiert die Fotografie als Visualisierungstechnik und löst die grafisch gestalteten Plakate ab. Die Plakate der Disney-Zeichentrickfilme sind die vertretenen gezeichneten Bilder im Diagramm. In den 60^{er} und 70^{er} Jahren sind mit Animation die Abbildungen der Darsteller als Comicfiguren, wie in den Filmen *Eine total verrückte Welt* (1963) und *Ich glaub' mich tritt ein Pferd* (1979), gemeint. Ab dem 21. Jahrhundert sind es die Figuren auf den Plakaten der Computer-Animationsfilme.

Also verändert sich die Visualisierung der Filmplakate tatsächlich mit der Zeit, wie in der Hypothese angenommen.

Mehr als die Hälfte der Plakate wurden grafisch dargestellt (54%).

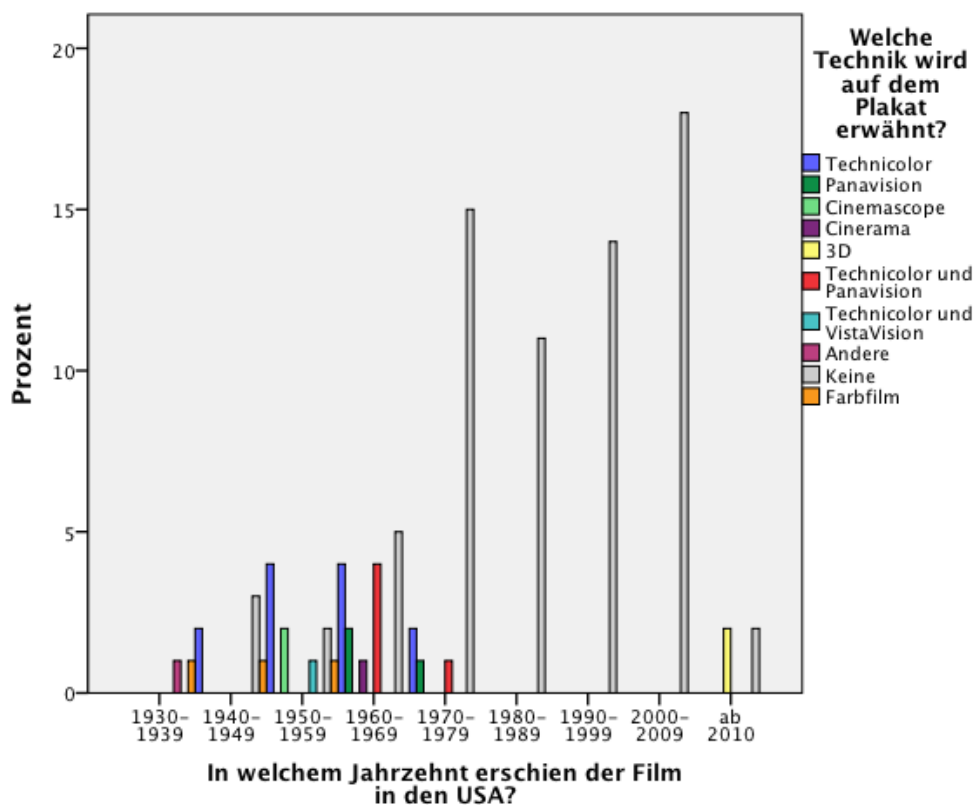


Abb. 9: Technik-Jahrzehnt

Als Erstes fällt auf, dass keine Techniken mehr ab den 80^{er} Jahren auf den Plakaten erwähnt werden. Damit ist klar, dass folgende Hypothese nicht stimmt: In allen Jahrzehnten wurden die verwendete Technik und Innovationen auf den Plakaten angepriesen.

Das Technicolor-Verfahren wurde zu seiner Anfangszeit in den 40^{er} und 50^{er} Jahren häufig als wichtigstes Merkmal des Films beworben. Das sind die 8% von Abb. 7. In den 60^{er} und 70^{er} gilt das gleiche für die Produktionen, die in Panavision gefilmt wurden. Diese beiden Qualitätsmerkmale waren zu der Zeit auf fast jedem Plakat deutlich als *Copy* zu lesen oder sie wurden gut erkennbar im *Billing* hervorgehoben. In den 60^{er} galt, nach Ende des Studiosystems, allerdings die Hervorhebung der *Credits* als wichtiger. Dadurch war der Vermerk zur Technik immer erst auf den zweiten Blick zu erkennen. Ab den 70^{er} waren das Technicolor- und das Panavision-Verfahren dann nur noch klein im *Billing* zu erkennen. In den 80^{er} verschwanden die Technik-Vermerke dann komplett von den Plakaten.

Erst ab dem Jahr 2010 beginnt die Vermarktung des 3D-Films auf den Plakaten, obwohl der Durchbruch dieser Technik bereits im Jahr 2009 mit *Avatar – Aufbruch nach Pandora* erfolgte. Das Plakat zu diesem Film wies jedoch nicht auf den 3D-Effekt hin.

Diese Entwicklung heißt nicht, dass Techniken nicht mehr als Qualitätsmerkmal gelten, was der 3D-Vermerk beweist. Allerdings ist eine 3D-Version das einzige, was zurzeit als Differenzierung dient.

Zu bemerken ist, dass die *Billings* vor den 80^{ern} anders aufgestellt waren. So sind zum Beispiel bei Filmen wie *Vom Winde verweht* (1939), *Meine Lieder – Meine Träume* (1965) und *Die zehn Gebote* (1956) die Namen der Protagonisten nur im *Billing* aufgelistet. Sie stechen allerdings durch ihre Größe und Farbe so hervor, dass sie als *Credit* durchgehen könnten. Heutzutage ist alles im *Billing* klein und unleserlich in gleicher Schrift, Form und Farbe abgedruckt, sowie es juristisch vorgelegt ist. Alles was hervorgehoben werden soll, muss dies an einer anderen Stelle des Plakats.

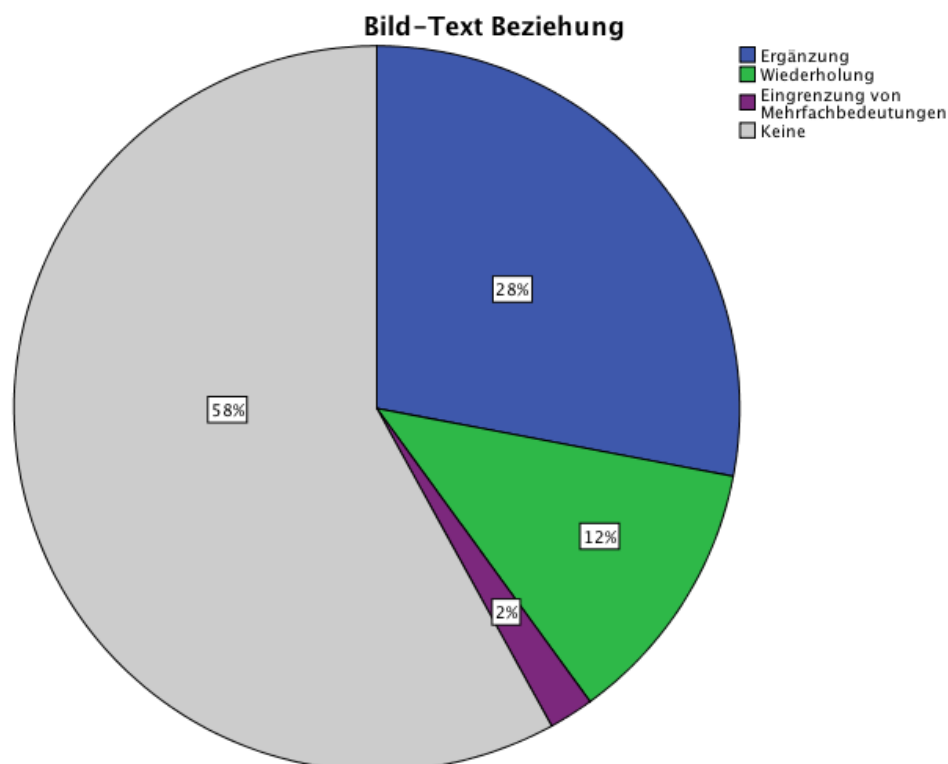


Abb. 10: Bild-Text Beziehung

Bei 42% der Fälle ist ein Text zum Inhalt des Bildes vorhanden. Bei der Mehrheit dient dieser als Ergänzung (28%). Damit erfüllt er seinen eigentlichen Sinn, indem er Aspekte erklärt die grafisch nicht so abgebildet werden können. In ein paar Fällen (12%) ist der Text allerdings nur eine Wiederholung dessen, was auf dem Bild bereits zu erkennen ist. So wird die gewollte *Message* mit Sicherheit übermittelt. Bei 2% der Plakate hat der Text geholfen das Bild richtig einzuordnen, da man sich nicht sicher sein konnte auf was die Abbildung anspielen würde.

Die Hypothese berichtigt sich also auch bei diesem Fall.

Bei den folgenden zehn Diagrammen wird sich die Analyse um die Darstellung der Protagonisten drehen. Hierbei wird der Fokus auf der Darstellung von Liebesgeschichten liegen.

Fast jeder Film enthält eine Liebesgeschichte, auch wenn diese nicht das Hauptgenre des Films darstellt. Die Analyse soll zeigen, in wiefern eine Liebesgeschichte auf Plakaten angedeutet wird, wenn sich die Geschichte im Film nicht hauptsächlich um diese Thematik dreht. Im Prinzip wird von einer Liebesgeschichte im Film ausgegangen, wenn eine Frau und ein Mann, etwa gleichen Alters, zusammen auf einem Plakat abgebildet sind. Dies ist selbst dann der Fall, wenn nur die Köpfe gezeigt werden und keine Interaktion zwischen den beiden zu erkennen ist. Ein Beispiel hierfür ist der Film *Die Glocken der St. Marien* (1945). Das Plakat zeigt die Köpfe eines Mann und einer Frau, die nebeneinander stehen und in dieselbe Richtung blicken. Automatisch wird angenommen, dass es sich um ein Liebespaar handelt, obwohl keine romantische Geste zu erkennen ist. Tatsächlich zeigt der Film, dass den Pfarrer und die Nonne nur Freundschaft verbindet. Ihre Kleidung hätte dies verraten, wenn sie abgebildet wäre.

In einer kurzen konservativen Periode von Mitte bis Ende der 30^{er} Jahre, in der die Filmzensur entstand, wurden Beziehungen verharmlost und idealisiert. In den frühen 30^{er} und in den 40^{er} Jahren hingegen wurden Frauen auf Filmplakaten in herausfordernder oder auch aufreizender Pose dargestellt. Die Frau wurde als Objekt männlicher Begierde gezeigt und das romantische Interesse bestand aus der sexuellen Leidenschaft. In der Kriegszeit sind auch die Pin-up-Fotos mit weiblichen Stars wie

Betty Grable und Rita Hayworth populär geworden.²³³ Ein Beispiel ist das Plakat zum Film *Duell in der Sonne* aus dem Jahr 1946. Die Protagonistin ist in leidenschaftlicher Pose mit leicht geöffnetem Mund und mit Blick auf den Betrachter, während sie sich an ihren Liebhaber lehnt, abgebildet. Diese Szene steht im Kontrast zu dem Plakat vom Film *Vom Winde verweht* (1939), indem der Darsteller seine Angebetete zwar auf Händen trägt, er aber eher als ihr Beschützer gezeigt wird.

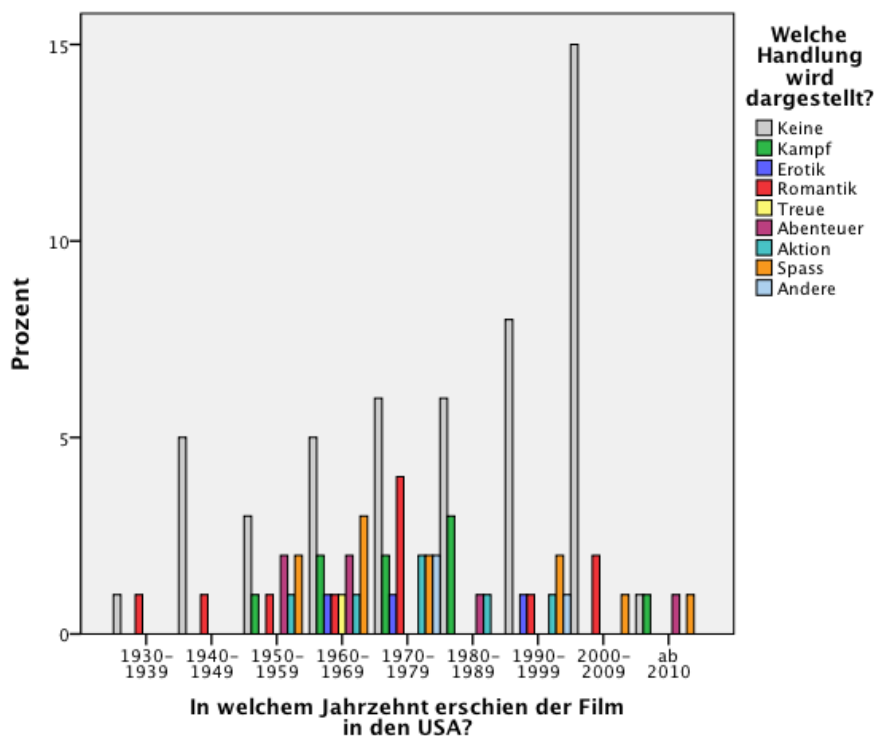


Abb. 11: Handlung-Jahrzehnt

Romantik und Erotik zusammengezählt sind das beliebteste Plakatmotiv (11%+3%). Dann folgt der Spaß mit ebenfalls 11%. Die Hälfte der Plakate zeigt keine Handlung, dabei handelt es sich um die Momentaufnahmen, die nur die Köpfe der Darsteller zeigen, beziehungsweise es sind keine Darsteller oder nur Logos abgebildet.

In den 30^{er} und 40^{er} ist es die Romantik die dargestellt wurde, wenn überhaupt eine Handlung angedeutet wurde. Allerdings ist in diesem Fall kein wirklicher Vergleich möglich, weil aus der Zeit viel weniger Filme im Ranking vertreten sind. Andererseits

²³³ Haralovich, Mary Beth: Wie Heterosexualität beworben wird. Liebesbeziehungen auf Plakaten der klassischen Hollywood-Ära. In: Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009). Seite 130-133.

sind es nun mal die Plakate mit den romantischen Gesten die vertreten sind, was vielleicht auf den Nerv der Zeit deuten lässt. Der Vergleich mit Abb. 4 zeigt, dass auch ein Western vertreten ist, der eine Liebesbeziehung auf dem Plakat in den Vordergrund stellt. Bei den Fantasy- und Familienfilmen aus diesen beiden Jahrzehnten handelt es sich um die Zeichentrickfilme von Walt Disney.

In der Nachkriegszeit, den 50^{er} und 60^{er} werden vor allem Spaß, sowie der Kampf von Gut gegen Böse und Action auf den Plakaten angedeutet. Die Menschen gingen ins Kino um sich abzulenken und zu amüsieren.

In den 70^{er} Jahren ist die größte Vielfalt an Plakatmotiven vertreten, die Romantik ist dennoch am häufigsten plakativ abgebildet. Die 80^{er} sind das einzige Jahrzehnt, in dem auf keinem einzigen Plakate eine Liebesbeziehung angedeutet wird. Die Plakate ab 2010 werden hierfür nicht berücksichtigt, da nur zwei Jahre vertreten sind.

Ab dem Jahr 2000 steigt die Anzahl der Momentaufnahmen rapide, schon ab den 90^{er} lässt sich ein Anstieg erkennen. Dieser erfolgt fast parallel zur Tendenz zu fotografischen Aufnahmen für die Plakate.

Die erhobenen Plakate bestätigen die Hypothese über die historischen Veränderungen also nicht. Erotik und Liebesgeschichten werden nicht nur zu Zeiten einer pruderen Gesellschaft angedeutet. Es stimmt aber, dass die Paarbildung im Mittelpunkt des Plakats zu Zeiten der Zensur durch den *Advertising Code* (ab 1933) ebenfalls sehr beliebt war. Das Motiv der Liebenden ist es auch noch heutzutage.

Allgemein kann man aber behaupten, dass das Publikum im Kino sehen will woran es in der Realität ein Manko gibt. Dies zeigen die beschriebenen Neigungen der 50^{er} und 60^{er} Jahre.

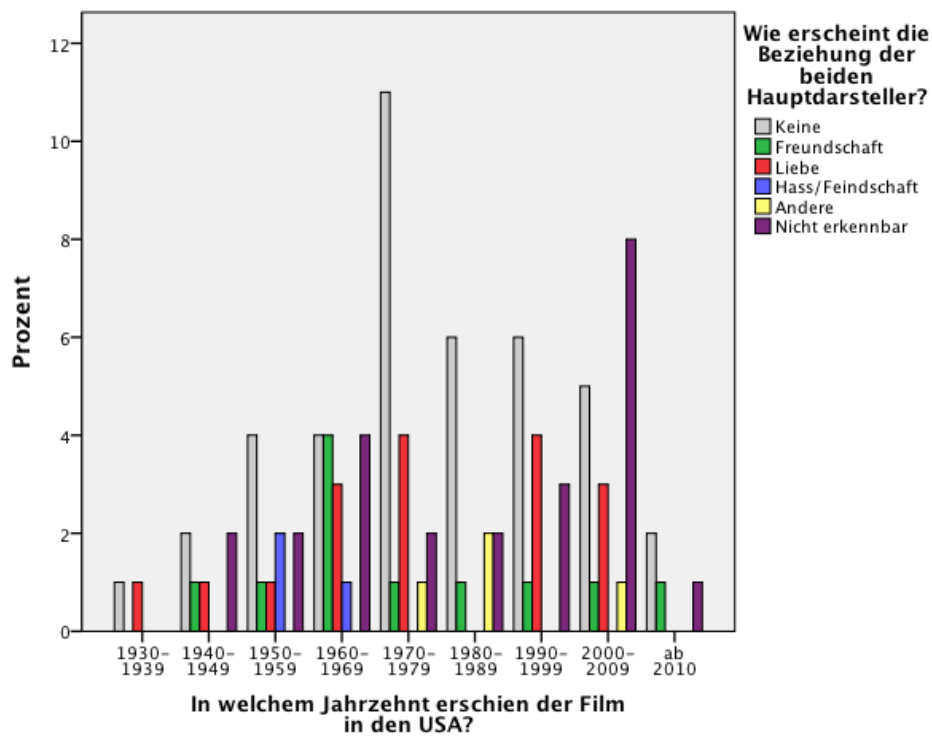


Abb. 12: Beziehung-Jahrzehnt

Auf den Filmplakaten gibt es in der klassischen Hollywood-Ära (30^{er}-50^{er} Jahre) keinen größeren Fokus auf die Darstellung von Liebespaaren als in der New Hollywood-Ära (Ende 60^{er}-Mitte 70^{er}). Wie schon bei der Handlung (Abb. 11), ist auch die Liebesbeziehung in jeder Periode gleichermaßen beliebt. Die Ausnahme bilden wieder die 80^{er} Jahre. Es ist der einzige Zeitabschnitt indem keine Liebesbeziehung zwischen den Protagonisten dargestellt wird.

Die folgenden Diagramme werden noch als Ergänzung dienen.

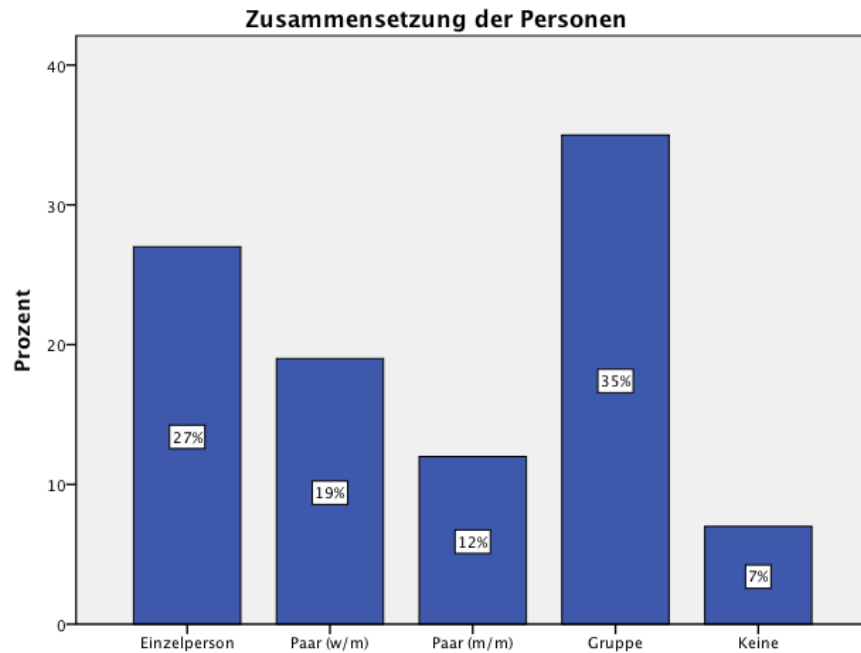


Abb. 13: Zusammensetzung der Personen

Am häufigsten sind Gruppen abgebildet, also Plakate, bei denen drei oder mehr Personen im Vordergrund abgebildet sind (35%). Gefolgt werden sie von den Plakaten, die nur eine Person zeigen (27%).

Wie bereits erwähnt, geht der Betrachter automatisch von einem Liebespaar aus wenn ein Mann und eine Frau abgebildet sind. Bei den erhobenen Plakaten beläuft sich die Anzahl auf 19%. Viele Poster zeigen aber auch nur eine Einzelperson im Vordergrund, den Helden beziehungsweise den Abenteurer, und die Frau ist nur im Hintergrund zu sehen. In dem Fall ist sie auf diesem Diagramm nicht dargestellt. Durch die Bildanalyse ist aufgefallen, dass auch bei Gruppen sehr oft ein Liebespaar angedeutet wird. Allerdings fällt der Blick in der Regel zunächst auf einen anderen Darsteller. Dies ist beispielsweise der Fall bei den sechs *Star Wars*, den drei *Herr der Ringe* und den zwei *Fluch der Karibik* Filmen.

Der Hauptdarsteller ist das wichtigste Element in einem Film, da sich der Zuschauer mit ihm identifiziert. Nur 7% der Plakate zeigen keine Personenabbildung und beschränken die Grafik auf ein Logo oder, wie es die Bildanalyse gezeigt hat, auf ein Ufo oder eine andere Andeutung des Übernatürlichen.

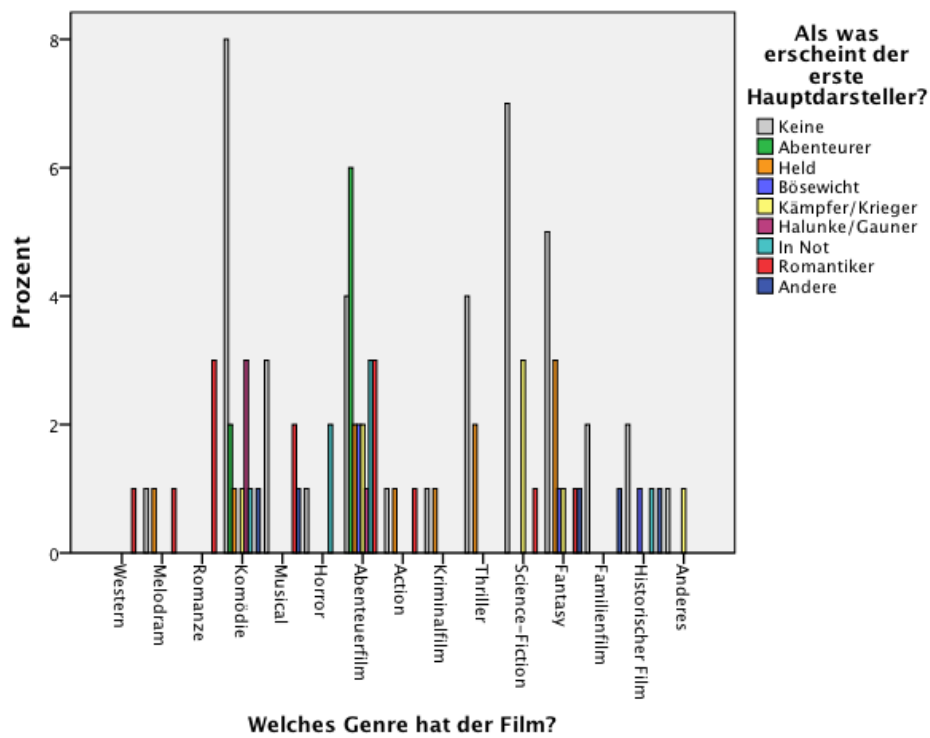


Abb. 14: Erscheinung erster Hauptdarsteller-Filmgenre

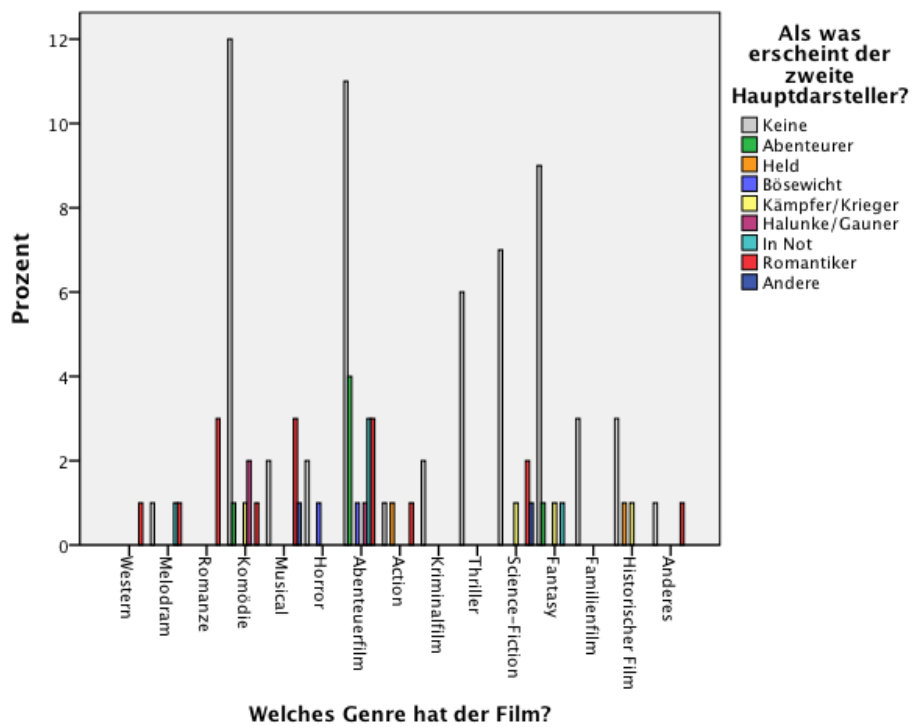


Abb. 15: Erscheinung zweiter Hauptdarsteller-Filmgenre

Oft lässt sich nicht zuordnen als was die Darsteller erscheinen. Dann sind nur eine Person und/oder nur der Kopf der Personen abgebildet. Schwierig ist es zudem wenn nur eine Momentaufnahme des Schauspielers (also keine Handlung) vorhanden ist. Beim zweiten Hauptdarsteller ist sogar öfters als beim ersten keine Zuordnung möglich.

Ansonsten erscheint am häufigsten ein Liebespaar. Als Romantiker wird der erste Hauptdarsteller bei 13% der Plakate dargestellt. Der zweite Hauptdarsteller kommt sogar auf 16%. Die Tabelle 2 und 3 mit diesen Werten befindet sich im Anhang. Plakativ werden Romantiker abgebildet, indem sie sich in den Armen liegen oder Blickkontakt halten. Damit wird vermittelt, dass die andere Person das Hauptinteresse darstellt.

Liebespaare sind, wie schon bei Abb. 13 erwähnt, öfters bei Gruppensamensetzungen abgebildet. Dabei handelt es sich allerdings nicht um die beiden Protagonisten, weshalb sie nicht in diesem Diagramm aufgeführt sind.

Die Abb. 14 und 15 zeigen, dass bei Abenteuerfilmen, neben den Abenteurern, viele als Romantiker dargestellt sind. Genauso viele befinden sich in Not und müssen vom Abenteurer/Held gerettet werden.

Ob das Plakat die Rolle des Schauspielers im Film wiedergibt ist genreabhängig. Dies hängt immer davon ab, welche Charakterzüge (Mimik, Blickkontakt, Kleidung) erkennbar sind. Auf diese Merkmale werden auch die folgenden Diagramme eingehen.

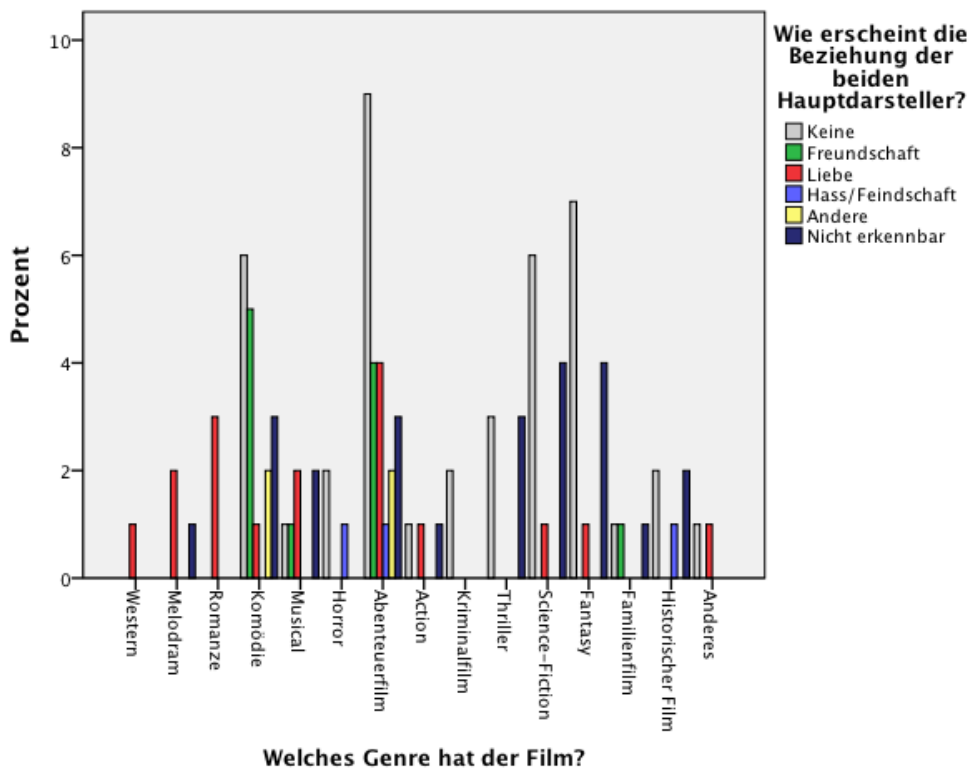


Abb. 16: Beziehung-Filmgenre

Liebe zwischen den beiden Protagonisten wird vor allem beim Abenteuerfilm und wie zu erwarten, bei den Liebesfilmen sowie dem Musical plakativ dargestellt. Sie wird aber auch bei der Komödie, dem Western, Action-, Science-Fiction- und Sportfilmen (in diesem Fall als Anderes notiert) dargestellt. Die Liebe ist die Beziehung die am häufigsten angedeutet wird.

Freundschaft wird vor allem bei Komödien, Abenteuerfilmen und Familienfilmen dargestellt. Feindschaften gibt es beim Horrorfilm, Abenteuerfilm und historischen Film.

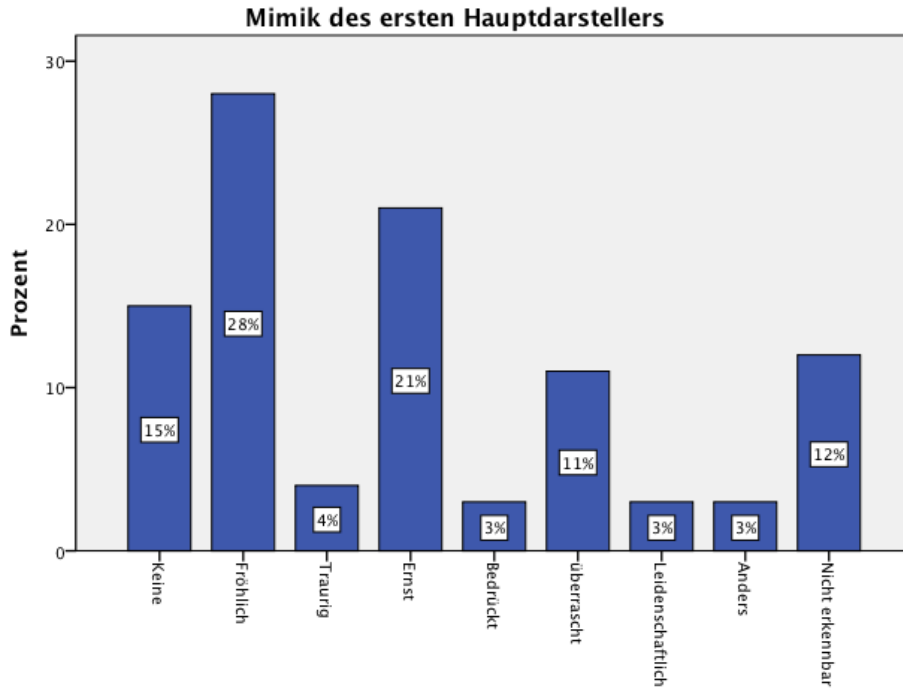


Abb. 17: Mimik erster Hauptdarsteller

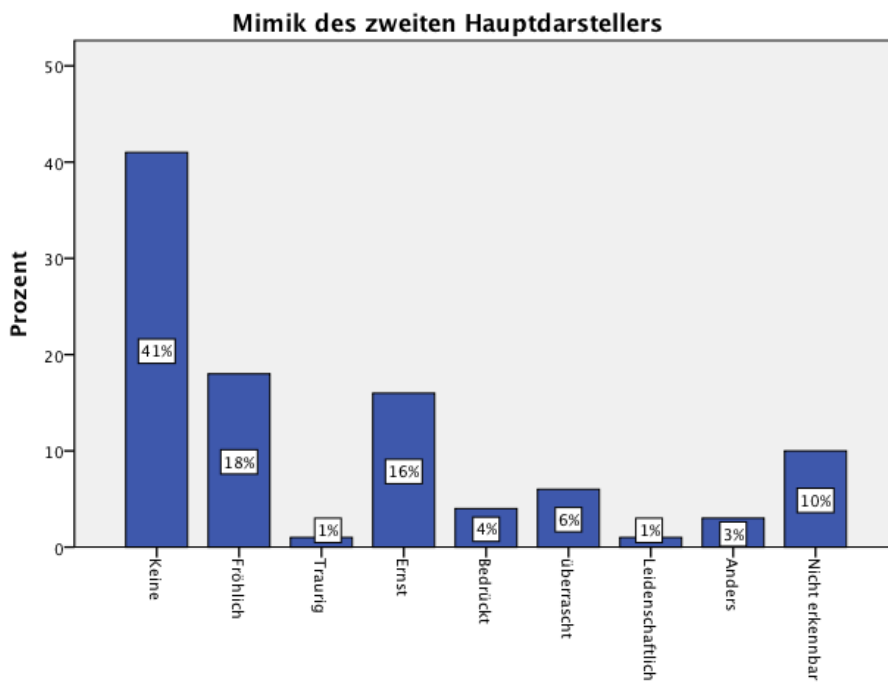


Abb. 18: Mimik zweiter Hauptdarsteller

Die Mimik der abgebildeten Darsteller ist überwiegend fröhlich, um ein positives Bild zu vermitteln. Allerdings machen jeweils fast so viele Darsteller einen ernsten Gesichtsausdruck.

Wenn die Charakterzüge (Gesichtsausdruck, Blickkontakt) nicht weiter erläutert wurden, dann aus dem Grund, dass sie nicht zu erkennen sind. Das deutet darauf hin, dass das Plakat andere Aspekte als die Protagonisten in den Vordergrund stellt. Ein Beispiel bietet der Film *Transformers – Die Rache* (2009), bei dem der Blick des Betrachters sich auf die Roboter richtet, die Sinnbild für technische Innovation im Bereich der *Special Effects* sind.

Eine gute Beschreibung der Darsteller ist immer einfacher wenn sie sich in einem Umfeld befinden, beziehungsweise wenn ein Hintergrund abgebildet ist. Sind allerdings keine Handlung und keine Interaktion abgebildet, ist es manchmal nicht möglich einen Gesichtsausdruck zu deuten.

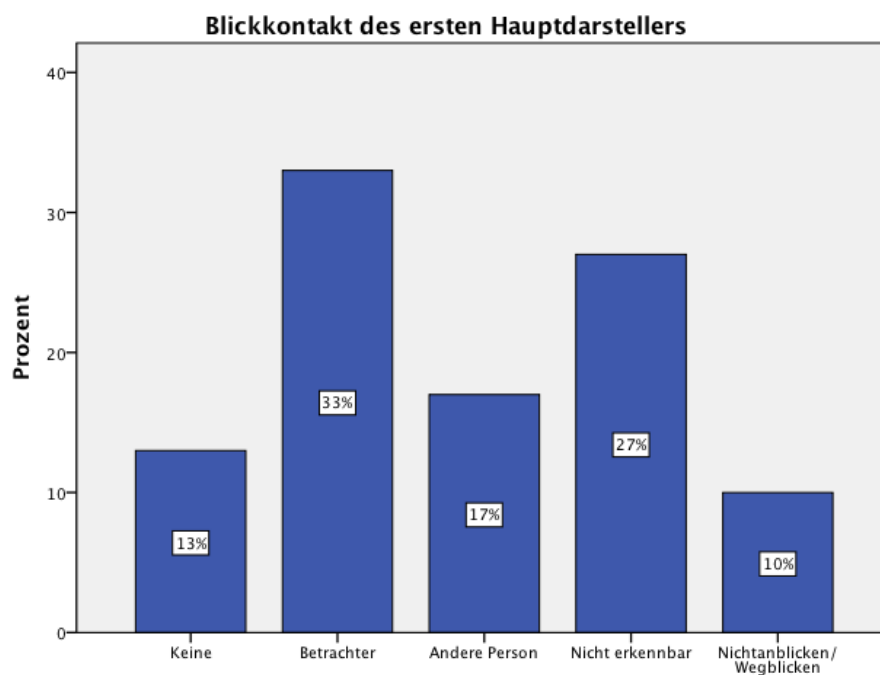


Abb. 19: Blickkontakt erster Hauptdarsteller

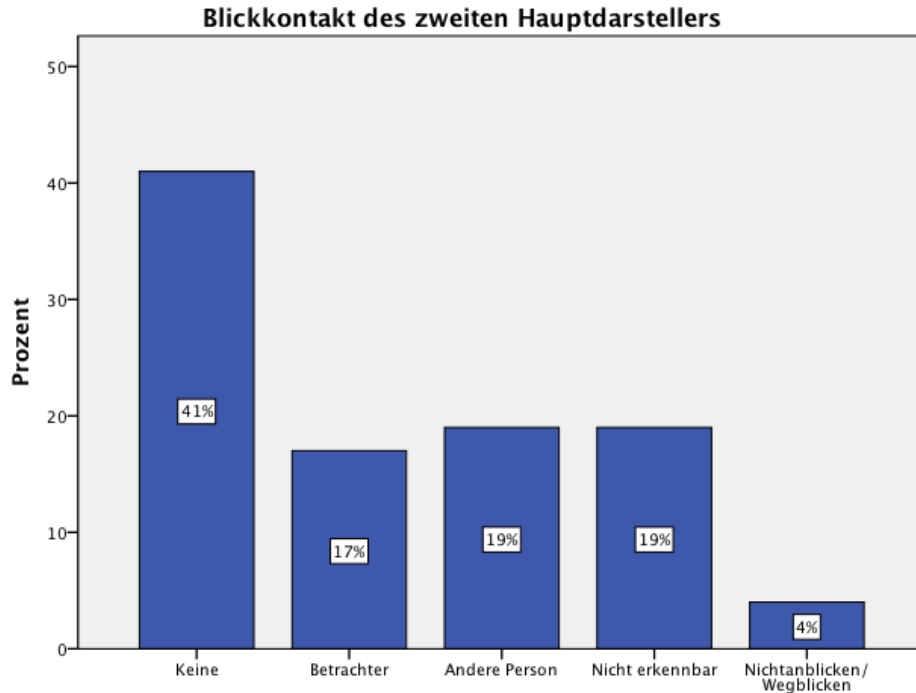


Abb. 20: Blickkontakt zweiter Hauptdarsteller

Der erste Hauptdarsteller, beziehungsweise die am deutlichsten abgebildete Person, hat in über einem Drittel der Plakate seinen Blick auf den Betrachter gerichtet. Dadurch entsteht eine Art Interaktion zum potentiellen Kinobesucher. Der zweite Hauptdarsteller hingegen sucht am häufigsten die Interaktion mit einer anderen abgebildeten Person. Dadurch wird eine Beziehung, sei es nun Freundschaft, Liebe oder auch Feindschaft, vermittelt. Bei 19% der Darsteller verläuft der Blick ins Leere oder das Plakat zeigt nicht wohin dieser führt.

VI Schlussbemerkung

In den 30^{er} Jahren erlebte das amerikanische Kino seine große Blüte. Die großen Hollywoodstudios prägten das Kino in der ganzen Welt. Der amerikanische Anteil an der Weltfilmproduktion betrug fast 90%. Die Schauspieler wurden zu Stars. Und Leinwandlegenden wurden geboren. Neue Genres sind entstanden. Die Goldene Ära begann mit dem Siegeszug des Tonfilms, dem Starsystem und dem Studiosystem. Die unterschiedlichsten Genres feierten große Erfolge. Der Mythos Hollywood entstand.

Im Laufe der Zeit hat die Filmindustrie große Veränderungen erfahren. Seither hat sich das Kino stets weiterentwickelt, bot immer neue innovative Techniken um das Kinoerlebnis noch spektakulärer zu gestalten. Diese Evolution fing beim Farbfilm an und zieht sich bis zum heutigen 3D-Boom durch. Dabei durchlief die Filmbranche einige Krisen, hervorgerufen durch gesellschaftliche Veränderungen, wie Wirtschaftskrisen und Kriege, sowie Innovationen anderer Medien, die drohten das Kino abzulösen, so wie das Radio und der Fernseher. Die Veränderungen führten ebenfalls dazu, dass das Studiosystem wieder verschwand. Das Starsystem hingegen ist auch heutzutage noch allgegenwärtig, wenn auch nicht mehr in seiner ursprünglichen Form. Im Laufe der Zeit hat Hollywood es immer wieder geschafft sich selbst neu zu definieren und somit seine Vormachtsstellung in der weltweiten Filmindustrie, die es seit den 20^{er} Jahren hat, zu verteidigen.

Das Filmplakat blieb seit den Anfängen den Kinos im 19. Jahrhundert bis heute konstanter Bestandteil der Werbemaßnahmen. Die Art der Gestaltung hat sich allerdings verändert. Ein Filmplakat hat einen klar definierten Zweck: es wirbt bei den Passanten für den Besuch eines Films. Dafür muss die Handlung eines Films und sein Genre auf ein charakteristisches Bild konzentriert werden. Plakate greifen dabei gerne auf übertriebene Darstellungen zurück.

Selbst die Filmzensur konnte ihren strengen Regeln, was die Werbemittel betraf, auf Dauer nicht durchsetzen, und musste den kulturellen Anforderungen der damaligen Zeit nachgeben.

Die Bildanalyse der hundert Kinoproduktionen bietet eine große Vielfalt an Genres, Jahrzehnten und Formen der Visualisierung. Trotzdem konnten alle Plakate nach den gleichen Kriterien beschrieben werden, um eine Inhaltsanalyse durchzuführen.

Die Analyse zeigt, welche Vorlieben des Publikums sich über die Jahrzehnte verändert haben und welche geblieben sind. In den verschiedenen Jahrzehnten sind es unterschiedliche Filmgenres, welche die meisten Kinobesucher anlocken. Die unterschiedlichen Plakatmotive, die bewegte Bilder in einem starren Kontext andeuten, sind im Laufe der Zeit die gleichen geblieben. Das Motiv der Liebesbeziehung blieb konstant sehr beliebt, unabhängig des eigentlichen Genres des Films. Aber auch Logos werden immer häufiger verwendet.

Die Darstellung des Protagonisten nimmt einen wichtigen Bestandteil der Filmplakate ein, da das Publikum sich mit den Schauspielern identifiziert. Mimik und Blickkontakt sind dabei von zentraler Bedeutung für das, was das Plakat vermitteln soll. Die *Credits* sind das meist verwendete Qualitätsmerkmal.

Die Technik als Qualitätsmerkmal durchlief ebenfalls eine Entwicklung. In der klassischen Hollywood-Ära wurden sie angepriesen, in der Periode des New Hollywood nur noch am Rande erwähnt, bevor sie dann ab den 80^{er} Jahre von den Plakaten verschwanden. Erst der 3D-Film änderte diese Neigung.

Das Filmplakat wirbt für ein Ereignis, indem es zeigt, was die Zuschauer erwarten wird. Dabei wird es selbst zum Ereignis.

VII Literaturverzeichnis

Augros, Joël, Kitsopanidou, Kira (2009): *L'économie du cinéma américain. Histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies*. Armand Colin, Cinéma, Lassay-les-Châteaux.

Beilenhoff, Wolfgang, Heller, Martin (Hrsg.) (1995): *Das Filmplakat*. Scalo Verlag, Zürich, Berlin, New York.

Bohn, Volker (Hrsg.): *Bildlichkeit. Internationale Beiträge zur Poetik*. Suhrkamp. Frankfurt am Main.

DeCordova, Richard (2001): *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*. First paperback edition, University of Illinois.

Doelker, Christian (2002): *Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Klett-Cotta Verlag, Stuttgart, Zürich.

Eco, Umberto (1991): *Einführung in die Semiotik*. Wilhelm Fink Verlag, München.

Faulstich, Werner (2008): *Grundkurs Filmanalyse, 2. Auflage*. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn.

Friedrich, Thomas, Schweppenhäuser, Gerhard (2010): *Bildsemiotik. Grundlagen und exemplarische Analysen visueller Kommunikation*. Birkhäuser, Basel, Boston, Berlin.

Garson, Charlotte (2008): *Le cinéma hollywoodien*. Cahiers du cinéma, Paris.

Giglio, Ernest (2005): *Here's looking at you: Hollywood, Film & Politics, 2. Auflage*. Peter Lang Publishing, New York.

Hedinger, Vinzenz, Vonderau, Patrick (2009): *Demnächst in ihrem Kino: Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung, 2. Auflage*. Schüren Verlag, Marburg.

Koebner, Thomas (1995): *Filmklassiker: Band 2: 1947-1964*. Philipp Reclam jun., Stuttgart.

- Koebner, Thomas (2002): Reclams Sachlexikon des Films. Philipp Reclam jun., Stuttgart.
- Kroeber-Riel, Werner (1996): Bildkommunikation: The new science of imagination. Verlag Vahlen, München.
- Mänz, Peter, Maryska, Christian (1998): Das UFA-Plakat. Filmpremieren 1918 bis 1943. Umschau Braus Verlag, Heidelberg.
- McDonald, Paul (2004): De nouveaux concepts pour l'étude des stars. In: Dyer, Richard: Le star-système hollywoodien : suivi de Marilyn Monroe et la sexualité. Editions L'Harmattan, Paris.
- Mikunda, Christian (2002): Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. WUV Universitätsverlag, Wien.
- Nacache, Jacqueline (2005): Le film hollywoodien classique. Armand Colin Cinéma, Paris.
- Nippoldt, Robert, Kothenschulte, Daniel (2010): Hollywood in den 30^{er} Jahren. Gerstenberg Verlag, Hildesheim.
- Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar.
- Pantel, Volker (1984): Das Buch der Filmplakate (1945 bis 1965). Günter Albert Ulmer Verlag, Schönaich.
- Scheuch, Erwin K. (2003): Sozialer Wandel. Band 1: Theorien des sozialen Wandels. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Töteberg, Michael (2005): Metzler Film Lexikon, 2. Auflage. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar.
- Volli, Ugo (2002): Semiotik. Eine Einführung in die Grundbegriffe. A. Francke Verlag, Thübingen, Basel.
- Weber, Stefan (2003): Theorien der Medien. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.

Internetadressen

Airdrie K. (2009): Florence Lawrence – First Movie Star: Hollywood Star System Began with a Canadian Actress. In: Suite101. URL: http://historicalbiographies.suite101.com/article.cfm/florence_lawrence_first_movie_star (download: 20.12.2012).

Bognar, Alexander: Filmplakate. URL: <http://www.alexanderbognar.com/fimplakate.html> (download: 14.06.13).

Conrad Nagel (1897-1970). In: Golden Silents. URL: <http://www.goldensilents.com/stars/conradnagel.html> (download: 20.02.13).

Der Kult der Filmplakate. In: BITfilm-Festival. URL: <http://www.bitfilm-festival.org/fimplakate/> (download: 14.06.2013).

Der Oscar – The Academy Award (2010). In: MagazinUSA.Com. URL: <http://www.magazinusa.com/us/info/show.aspx?unit=originals&doc=300&dsc=Oscar> (download: 19.02.13).

Der Trailer. In: Duden. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Trailer> (download: 15.07.13).

Dirks, Tim: All Time Box Office 100. In: Filmsite. URL: <http://www.filmsite.org/boxoffice.html> (download: 02.04.13).

Douglas Fairbanks. In: *Answers.com*. URL: <http://www.answers.com/topic/douglas-fairbanks> (download 23.02.13).

Enzyklo: Online Enzyklopädie. URL: <http://www.enzyklo.de/suche.php?woord=technicolor> (download: 02/06/13).

FASK (1998): Amerikanische Warenzeichen und Verbraucherprodukte. URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/ze/term/wickert.html#AMT> (download: 02/06/13).

Filmgenres. In: film-lexikon.de. URL: <http://www.film-lexikon.de/Filmgenres> (download: 20/05/13).

HEPA (2010): About the HEPA. URL: <http://www.goldenglobes.org/about/> (download: 07.02.13).

Kleber, Reinhard (2010): 3D-Kino: Geschichte und Zukunft; in: kinofenster.de: Das Onlineportal für Filmbildung. URL: http://www.kinofenster.de/themen-dossiers/dossier_stereoskopie_die_dritte_dimension_im_kino/3d_kino_geschichte_und_zukunft/ (download: 05.06.13).

Kleining, Gerhard: Sozialer Wandel. Seite 196. URL: http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/3724/ssoar-1991-kleining-sozialer_wandel.pdf?sequence=1 (download 10.07.13).

Niblo, Peter (2006): Remembering my father: Fred Niblo. In: Silents are Golden. Disponible sur <http://www.silentsaregolden.com/articles/frednibloarticle.html> (download 23.02.13).

Oscar-Rekorde. URL: <http://www.film-lexikon.de/Oscar-Rekorde> (download: 20.02.13).

The Academy of Motion Picture, Arts and Sciences: History and Organization of the Academy. URL: <http://www.oscars.org/academy/history-organization/history.html> (download: 15.02.13).

The Academy of Motion Picture, Arts and Sciences: History of the Academy Awards. URL: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/history.html> (download: 15.02.13).

The Oscars: Historical Timeline. URL: <http://oscar.go.com/oscar-history/year/2012> (download: 10.05.13).

Zicken und Querulanten (1995). In: Der Spiegel. Ausgabe 14, Seite 200-206. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-9181064.html> (download: 10.01.2013).

IMDb – Movies, TV and Celebrities. URL: www.imdb.com (download: 30.04.13).

Archiv für Filmposter. URL: www.filmposter-archiv.de (download: 03.05.13).

VIII Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Der Redekreislauf von Saussure	6
Abb. 2: Saussures Modell des sprachlichen Zeichens	7
Abb. 3: Die Semiose nach Peirce.....	8
Abb. 4: Filmgenre-Jahrzehnt	153
Abb. 5: Erkennbares Genre-Filmgenre	154
Abb. 6: Erkennbares Genre-Jahrzehnt	155
Abb. 7: Qualitätsmerkmale-Filmgenre	156
Abb. 8: Visualisierung-Jahrzehnt.....	157
Abb. 9: Technik-Jahrzehnt.....	158
Abb. 10: Bild-Text Beziehung	159
Abb. 11: Handlung-Jahrzehnt	161
Abb. 12: Beziehung-Jahrzehnt.....	163
Abb. 13: Zusammensetzung der Personen.....	164
Abb. 14: Erscheinung erster Hauptdarsteller-Filmgenre	165
Abb. 15: Erscheinung zweiter Hauptdarsteller-Filmgenre	165
Abb. 16: Beziehung-Filmgenre.....	167
Abb. 17: Mimik erster Hauptdarsteller	168
Abb. 18: Mimik zweiter Hauptdarsteller	168
Abb. 19: Blickkontakt erster Hauptdarsteller	169
Abb. 20: Blickkontakt zweiter Hauptdarsteller	170

IX Anhang

IX.1 Codebuch

SPSS	Name der Variablen	Code
0. ID Codierung		
C1	Name des Codierenden	Jil Theis
C2	Datum der Codierung	tt.mm.jj
1. ID Beitrag		
ID1	Nr. im Ranking.	
ID2	In welchem Land wurde das Plakat verwendet?	1. Deutschland 2. USA
ID3	In welchem Jahr erschien der Film in den USA?* ¹	jjjj
ID4	In welchem Jahrzehnt erschien der Film in den USA?	1. 1930er 2. 1940er 3. 1950er 4. 1960er 5. 1970er 6. 1980er 7. 1990er 8. 2000-2009 9. Ab 2010
ID5	In welchem Jahr erschien der Film in den Deutschland?	jjjj
2. Formale Variablen		
V1	Länge der Bildbeschreibung.	(in Wörtern)
V2	Welches Genre hat der Film?* ²	1. Western 2. Melodram 3. Romanze 4. Komödie 5. Musical 6. Horror 7. Abenteuerfilm 8. Action 9. Kriminalfilm 10. Thriller 11. Science-Fiction 12. Fantasy 13. Kriegsfilm 14. Familienfilm 15. Historischer Film 16. Anderes
V3	In welcher Sprache wurde das	1. Deutsch

	deutsche Plakat verfasst?	2. Englisch
V4	Verfügt das Plakat über einen Titel?	1. Ja 2. Nein
V5	Verfügt das Plakat über einen credit?*	1. Ja 2. Nein
V6	Verfügt das Plakat über einen copy (Pressezitate/Weresprüche)?	1. Ja 2. Nein
V7	Verfügt das Plakat über einen copy (Text zum Filminhalt)?*	1. Ja 2. Nein
V8	Verfügt das Plakat über einen billing?	1. Ja 2. Nein
V9	Welche Technik wird auf dem Plakat erwähnt?	1. Technicolor 2. Panavision 3. Cinemascope 4. Cinerama 5. 3D 6. Technicolor und Panavision 7. Technicolor und VistaVision 8. Andere 9. Keine 10. Farbfilm
V10	Wo wird die Technik im Plakat angeführt?	1. Copy 2. Billing 3. Andere 4. Keine
3. Inhaltliche Variablen		
V11	Wie wurde das Plakat visualisiert?	1. Foto 2. Grafik 3. Zeichnung 4. Animation
V12	Was wird auf dem Plakat im Vordergrund dargestellt?	1. Momentaufnahme 2. Handlung 3. Logo 4. Andere
V13	Welche Handlung wird dargestellt? (falls V12=2)	0. Keine 1. Kampf 2. Erotik 3. Liebesbeweis* ⁵ 4. Treue 5. Abenteuer 6. Action 7. Spaß 8. Andere
V14	Sind sichtbare Details im Hintergrund zu erkennen?	1. Ja 2. Nein
V15	Ist das Filmgenre durch Betrachten	1. Ja

	des Bildes zu erkennen?	2. Nein
V16	Was ist besonders auffällig auf dem Plakat?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Farbe 2. Perspektive (der Aufnahme) 3. Positionierung/Größe Titel 4. Positionierung/Größe Credit 5. Positionierung/Größe Copy 6. Positionierung/Größe Billing 7. Anderes 8. Nichts
V17	Welches Qualitätsmerkmal ist auf dem Plakat am auffälligsten dargestellt?*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credit - Schauspieler 2. Credit - Regisseur 3. Credit - Produzent 4. Technik 5. Auszeichnungen* 6. Andere 7. Keine
V18	Wie ist die Bild-Text Beziehung? (V7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ergänzung 2. Wiederholung 3. Eingrenzung von Mehrfachbedeutungen 4. Andere 5. Keine
V19	Sind Charaktere (Personen) auf dem Plakat abgebildet?*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ja 2. Nein
V20	Falls ja, in welcher Zusammensetzung?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einzelperson 2. Paar (w/m) 3. Paar (m/m) 4. Paar (w/w) 5. Gruppe (3+) 6. Andere 7. Keine (falls nein)
Hauptdarsteller 1*		
V21	Welches Geschlecht hat der Darsteller?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Männlich 2. Weiblich 3. Keine
V22	Welche Altersgruppe gehört der Darsteller an?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kind 2. Jugendliche/r 3. Junge/r Frau/Mann 4. Frau/Mann mittleren Alters 5. Ältere/r Frau/Mann 6. Nicht erkennbar 7. Keine
V23	Als was erscheint der Darsteller?	<ol style="list-style-type: none"> 0. Keine 1. Abenteurer 2. Held 3. Bösewicht 4. Kämpfer/Krieger

		<ul style="list-style-type: none"> 5. Halunke/Gauner 6. In Not 7. Romantiker 8. Andere
V24	Wie wirkt der Darsteller (Mimik)?	<ul style="list-style-type: none"> 0. Keine 1. Fröhlich 2. Traurig 3. Ernst 4. Bedrückt 5. Überrascht/erschrocken 6. Leidenschaftlich 7. Andere 8. Nicht erkennbar
V25	Mit wem hat der Darsteller Blickkontakt?	<ul style="list-style-type: none"> 0. Keinem 1. Betrachter 2. Andere Person 3. Nicht erkennbar/ins Leere 4. Nichtanblicken/Wegblicken
V26-V30 Hauptdarsteller 2		
V31	Wie erscheint die Beziehung der beiden Hauptdarsteller?	<ul style="list-style-type: none"> 0. Keine 1. Freundschaft 2. Liebe 3. Hass/Feindschaft 4. Andere 5. Nicht erkennbar
V32-V36 Nebendarsteller 1		
V37-V41 Nebendarsteller 2		

IX.2 Tabellen

Tabelle 1: Kreuztabelle Genre/Credit

		Verfügt das Plakat über einen credit?		Gesamt
		Ja	Nein	
Welches Genre hat der Film?	Western	1	0	1
	Melodram	1	2	3
	Romanze	3	0	3
	Komödie	9	8	17
	Musical	4	2	6
	Horror	3	0	3
	Abenteuerfilm	10	13	23
	Action	3	0	3
	Kriminalfilm	1	1	2
	Thriller	6	0	6
	Science-Fiction	3	8	11
	Fantasy	0	12	12
	Familienfilm	2	1	3
	Historischer Film	4	1	5
	Anderes	1	1	2
Gesamt	51	49	100	

Tabelle 2: Als was erscheint der erste Hauptdarsteller?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Keine	40	40,0
	Abenteurer	8	8,0
	Held	11	11,0
	Bösewicht	4	4,0
	Kämpfer/Krieger	8	8,0
	Halunke/Gauner	4	4,0
	In Not	7	7,0
	Romantiker	13	13,0
	Andere	5	5,0
	Gesamt	100	100,0

Tabelle 3: Als was erscheint der zweite Hauptdarsteller?

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Keine	60	60,0
	Abenteurer	6	6,0
	Held	2	2,0
	Bösewicht	2	2,0
	Kämpfer/Krieger	4	4,0
	Halunke/Gauner	3	3,0
	In Not	5	5,0
	Romantiker	16	16,0
	Andere	2	2,0
	Gesamt	100	100,0

LEBENS LAUF

Jil Theis

ZUR PERSON

Geburtsdaten 16. Oktober 1987

in Ettelbrück (Luxemburg)

Staatsbürgerschaft

luxemburgisch

Kontakt

jiltheis@gmail.com

STUDIUM

Seit Oktober 2010

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft an der
Universität Wien

September 2007 bis Juni 2010

Bakkalaureatsstudium Marketing an der
Haute École Lucia de Brouckère in
Brüssel (Belgien)

SCHULE

September 2000 bis Juni 2007

Lycée Classique de Diekirch in
Luxemburg
Schwerpunkt: Geistes- und
Sozialwissenschaften.

PRAKTIKA UND BERUFSERFAHRUNGEN

Seit Jänner 2011

Assistentin der personalisierten
Kommunikation und Eventmarketing
Médiation S.A. in Luxemburg

Jänner 2010 bis Mai 2010

Praktikantin im Verkauf und Marketing
Goodyear Dunlop Tires Operations S.A.

Juli 2008

Praktikantin für Marketing und
Öffentlichkeitsarbeit
Banque de Luxembourg

KENNTNISSE

Luxemburgisch – Muttersprache
Deutsch – fließend in Wort und Schrift
Englisch – fließend in Wort und Schrift
Französisch – fließend in Wort und Schrift
Microsoft Office
SPSS

15. Juli 2013

