

TREIBER + PARTNER

CINEMA COMMERCIAL CHECK:

"AIDS-KINO-AUFKLÄRUNG"

IM KONTEXT
AKTUELLER KINOWERBUNG

DURCHGEFÜHRT
IM AUFTRAG VON:

BUNDESZENTRALE
FÜR GESUNDHEITLICHE AUFKLÄRUNG
KÖLN

MAI 1989

I n h a l t

1	Projektbeschreibung
4	Stichprobenstruktur
5a	Ergebnisse
6	Testfilme im Vergleich
19a	Nachbesprechung
38a	Zusammenfassung
Anhang:	Beurteilungsprofile der Testfilme: Teilgruppenvergleiche

P r o j e k t b e s c h r e i b u n g

TestMaterial	AIDS-Kino-Informationsfilme: "Bel Ami" "Sicherheit" "Disco" "Strand" "Treue" im Umfeld aktueller Kino-Werbung, u.a. für: MARLBORO SPARKASSEN McDONALD's SOUTHERN COMFORT LORD FIAT Tipo E-Dry (Disco) DIEBELS PEPSI COLA BECK's OTTO HB LANGNESE
TestZiel	Vergleichende Analyse der kommunikativen Leistungsfähigkeit der 5 Testfilme in ihrem Umfeld durch: <ul style="list-style-type: none">• Verbale Filmbeurteilung durch offene und geschlossene Fragen (u.a. am Bildschirm computergestützt erfaßt)• Emotionale Spontanbeurteilung während der Werbevorführung• Exploratives Nachbesprechen kritischer Profilstellen der Spontanbeurteilung in der Testgruppe
TestDesign	monadischer Kinotheater-Test unter realistischen Cinema-Bedingungen mit dem video-unter computergestützten CINEMA COMMERCIAL System in Testgruppen à 20 Teilnehmer
Stichprobe	5 x 60 = 300 zufällig ausgewählte Kinobesucher im Alter zwischen 16 und 30 Jahren

DurchführungsOrt Filmtheater "Gloria", Neuss-City

Durchführungsdauer jeweils während sowie unmittelbar im Anschluß an die übliche Kino-Programm-Vorführung mit dem aktuellen Hauptfilm "Angeklagt"
Erhebungsdauer: ca. 90 min

Durchführungs Termine 9. - 14.3.1989

Durchführungs Verlauf s. VerlaufsScript

Ergebnisse liegen in folgender Form vor:

- als Video-Report: Einblende der Profile der Spontanbeurteilung in die Testfilme
- als Print-Report: auf den folgenden Seiten

	Werbe-Ereignis	Test-Ereignis	
0 - 10	KINO-VORSCHAU		KINO
10 - 30	KINO-WERBUNG (Erst-Kontakt)		
30 - 120	KINO-HAUPTFILM		
Pause ca. 5 min			
0 - 10		WERBE-RECALL	STUDIO
10 - 20	KINO-WERBUNG (Zweit-Kontakt)	dabei SPONTANBEURTEILUNG	
20 - 45		OFFENE FRAGEN ZUR FILM- BEURTEILUNG: Likes + Dislikes Hauptaussage GESCHLOSSENE FRAGEN ZUR FILM BEURTEILUNG: Statement-Liste	
45 - 90	KINO-WERBUNG (Dritt-Kontakt)	NACHBESPRECHUNG der Spontanbeurteilung in der Testgruppe	

TESTABLAUF: Schematische Darstellung

T e s t a b l a u f

- Min 0** Besucher des Filmtheaters "Gloria" in der Fußgängerzone in Neuss-City werden an der Kasse für die Teilnahme an dem Kino-Spot-Test rekrutiert. Als Honorar erhalten sie DM 20.- sowie eine Gratis-Kinokarte.
- Sie nehmen im Balkon des Filmtheaters Platz, der für die Zwecke der Untersuchung eigens reserviert wurde. Dort finden sie an jedem Besucherplatz jeweils ein Eingabe-Terminal vor.
- Jede Testperson erhält ein kurzgefaßtes Instruktionsblatt zum Durchlesen in die Hand, und ein Testleiter erläutert der Testgruppe (jeweils 20-25 Teilnehmer pro Vorstellung) die Funktionsweise der Eingabe-Tastatur.
- 0 - 10** Lokal-Werbung (mit Dias)
- 10 - 20** Kino-Werbung
- Während die einzelnen Werbefilme aus dem Werbeblock auf der Kinoleinwand erscheinen, sind die Testpersonen angehalten, jeden Werbefilm direkt über ihre Eingabe-Tastatur kontinuierlich und spontan zu beurteilen.
- Das resultierende Beurteilungsprofil wird in ein mitlaufendes Videoband der einzelnen Werbefilme eingeblendet und für die nachfolgende Gruppen-Exploration aufgezeichnet.
- 20 - 30** Programm-Vorschau, "Langnese"- Pause
- 30 - 120** Hauptprogramm-Film
- 120 - 140** Die Testpersonen beantworten zunächst mehrere offene Fragen (nach Marken- und Copy-Recall, Likes + Dislikes etc.) in einem Schreibblock
- Alle geschlossene Fragen werden danach computergestützt über die Eingabe-Tastatur "papierlos" beantwortet
- 140 - 170** Die Testpersonen bekommen danach in einem benachbarten Studioraum die Einblende ihrer Spontanbeurteilung in den laufenden Testfilm zu sehen.
- An kritischen Stellen wird das Videoband angehalten und zum Anlaß für eine ausführliche Gruppenexploration genommen.
- Der Auftraggeber kann diese Exploration per Videoubertragung persönlich mit verfolgen.

Stichprobenstruktur (in % von n= 300)

Alter	16 - 17	31
	18 - 20	49
	21 - 25	18
	über 25	2
Geschlecht	weiblich	50
	männlich	50
Familienstand	ledig	98
	verheiratet	1
	getrennt lebend	1
Persönliche Situation	ohne festen Partner	51
	mit wechselnden Partnern	16
	mit festen Partnern	33
Religiosität	sehr	19
	nicht so sehr	49
	überhaupt nicht	32

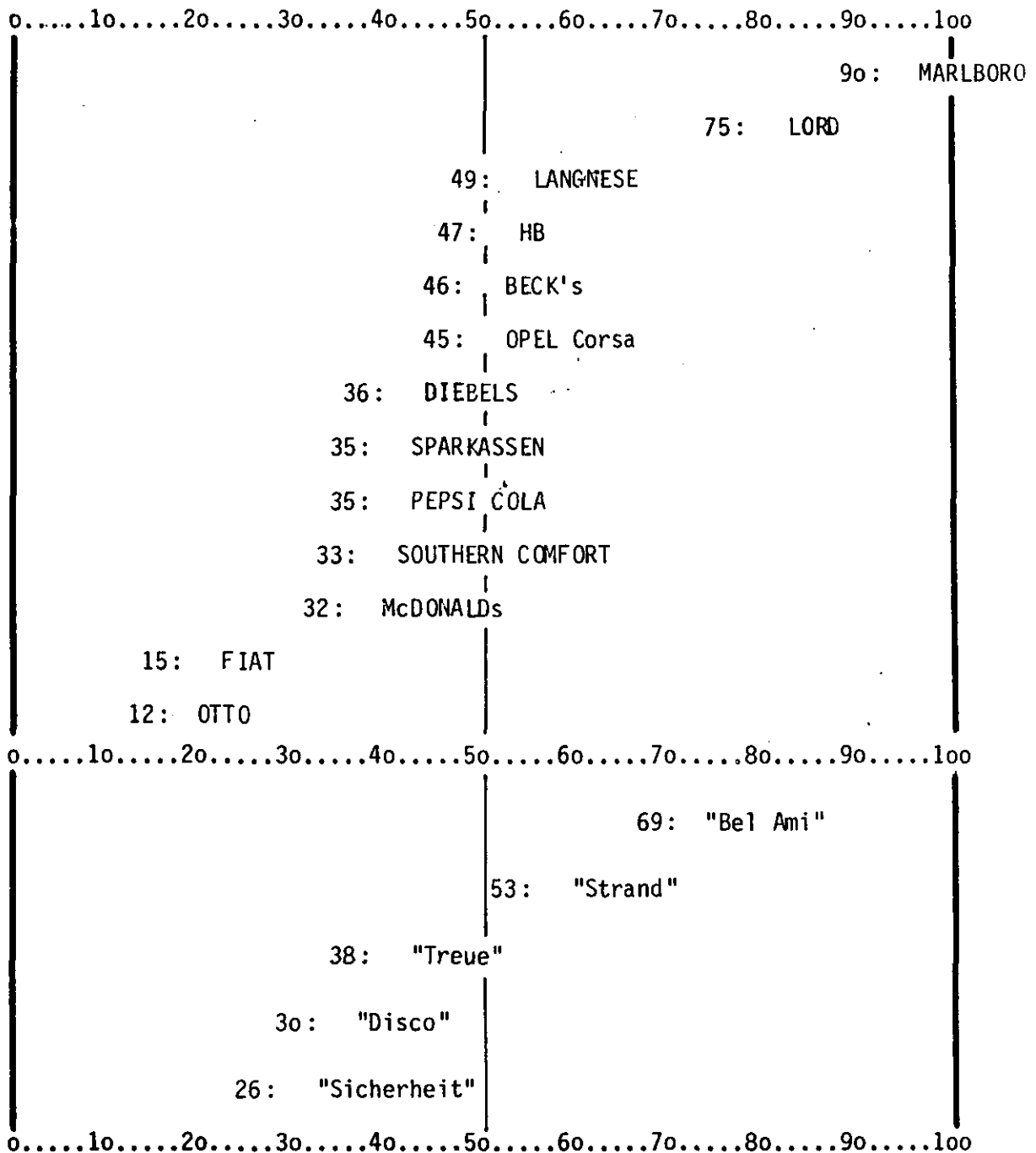
Bei AIDS-Aufklärung schalte ich gleich ab (Zustimmung ++ und + auf 5er-Skala)	7	
Regelmäßige AIDS-Aufklärung finde ich wichtig (Zustimmung ++ und + auf 5er-Skala)	73	
Persönliches Informiertsein über AIDS (++ und +werte summiert auf 5er-Skala)	94	
Können Sie sich vorstellen, in den nächsten Monaten jemanden kennenzulernen, mit dem Sie intim werden ?		
ja	58	
vielleicht	25	
weiß nicht	6	
nein	10	
Hatten Sie in den letzten 12 Monaten wechselnde Intimpartner ?		
Ja	17	(= n= 57)
Haben Sie da Kondome verwendet ?		
Ja, immer	31	(in % von n=57)
gelegentlich	42	
nein	26	
Haben Sie selbst Erfahrung im Umgang mit Kondomen ?		
Ja	53	

INDIVIDUAL-ERHEBUNG	GRUPPEN-ERHEBUNG	
<p>OFFENE FRAGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> . Recall . Hauptaussage . Likes + Dislikes 		1
<p>GESCHLOSSENE FRAGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> . Skalierte Einzelaussagen zur Filmbeurteilung . Global-Benotung 		2
<p>SPONTANERLEBEN</p> <p>kontinuierliche computergestützte Filmbeurteilung während der Vorführung</p>		3
	<p>GRUPPEN-BEFRAGUNG</p> <p>Selbstkommentierung der Verlaufsmuster der Spontanbeurteilung</p>	4

BEURTEILUNGSINSTANZEN UND INFORMATIONSENQUELLEN IM "COMMERCIAL CHECK"-SYSTEM:
ÜBERSICHT

<u>EINZELKRITERIUM DER WERBEWIRKSAMKEIT</u>	<u>EINZELINDIKATOR</u>	<u>Seite</u>
DURCHSETZUNGSFÄHIGKEIT	Ungestützter Recall auf offene Frage	6
AKZEPTANZ	Skalierte Benotung auf 5er-Skala	7
	Likes + Dislikes auf offene Frage	11-15
EMOTIONALES SPONTANERLEBEN	kontinuierliche computer- gestützte Filmbeurteilung während der Vorführung und ihre Nachbesprechung	8 19-38
KOMMUNIKATIVE LEISTUNG	Hauptaussage auf offene Frage	18
PERSUASION	Zustimmung zu vorgegebenen skalierten Einzelaussagen	10

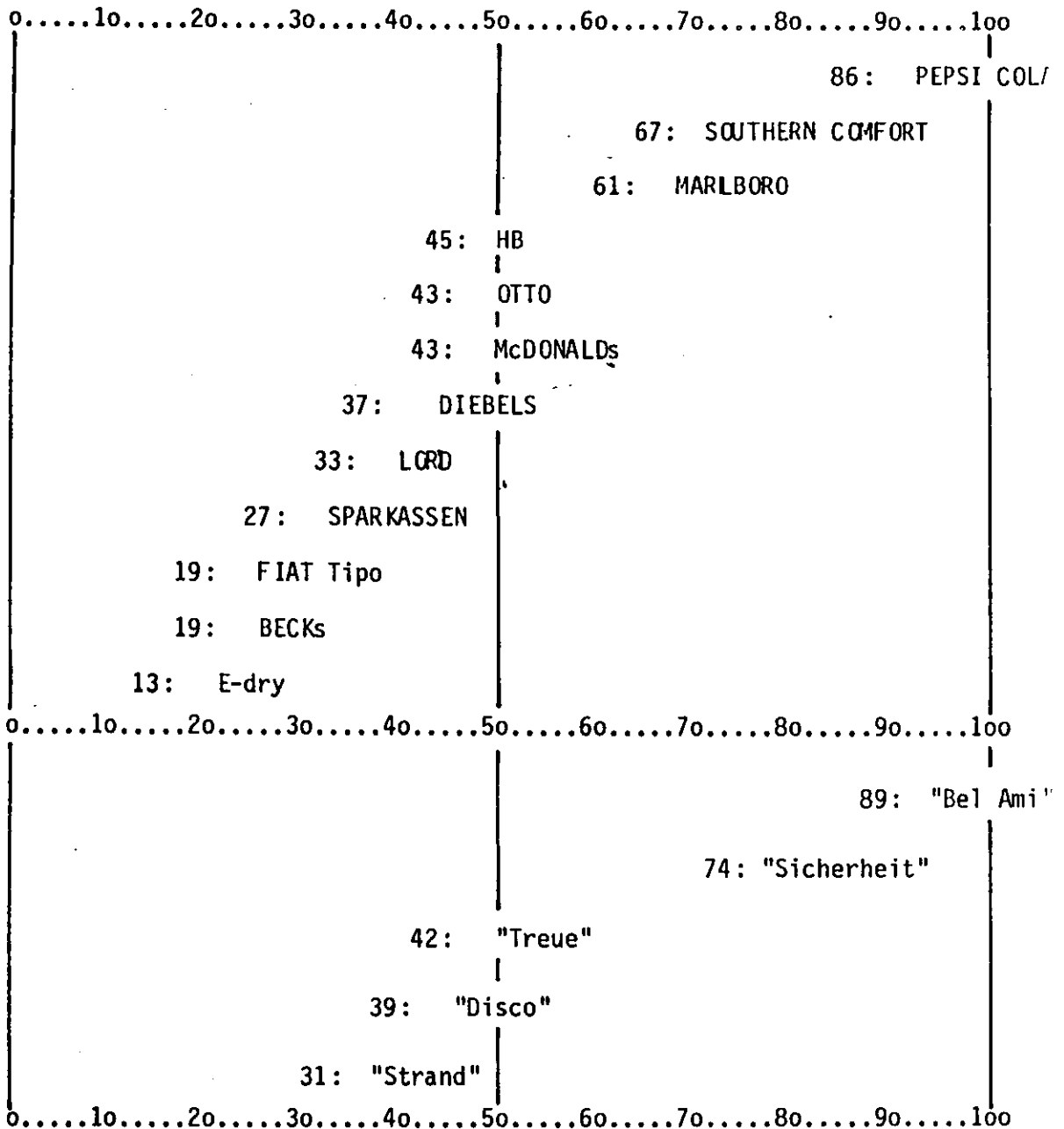
WEGWEISER: ARBEITSMODELL DER
WERBEWIRKSAMKEIT:
Einzelkriterien und
- indikatoren



KOMMUNIKATIVE DURCHSETZUNGSFÄHIGKEIT:

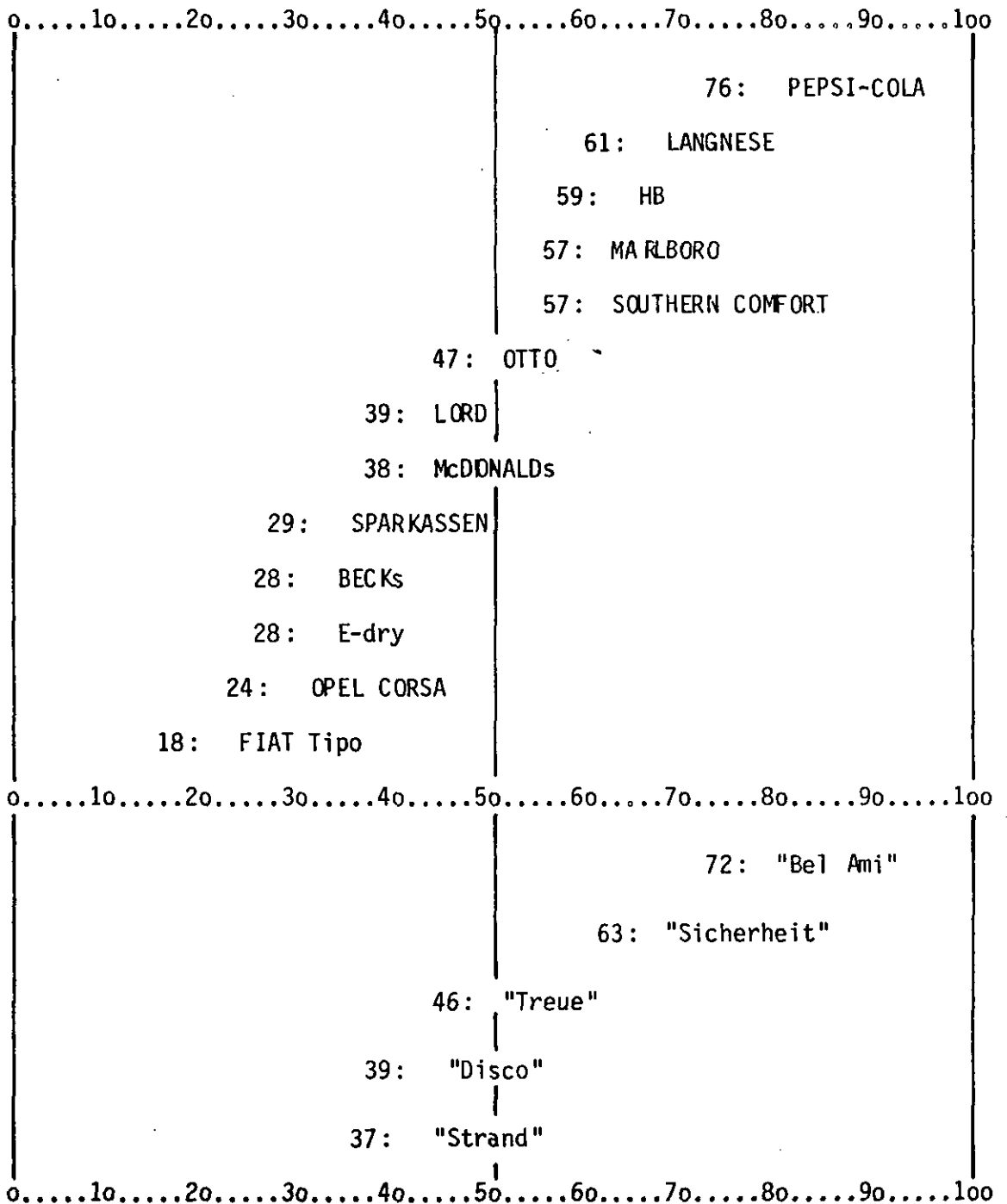
Ungestützter Recall (in % von 5 x 60 Testpersonen)
erfaßt am Ende des Kino-Hauptprogramms (ca. 100 min
nach dem Werbekontakt)

"Sie haben zuvor auch einige Werbe- und Informations-
filme gesehen. Bitte schreiben Sie auf, an welche
dieser Filme Sie sich jetzt noch erinnern können."



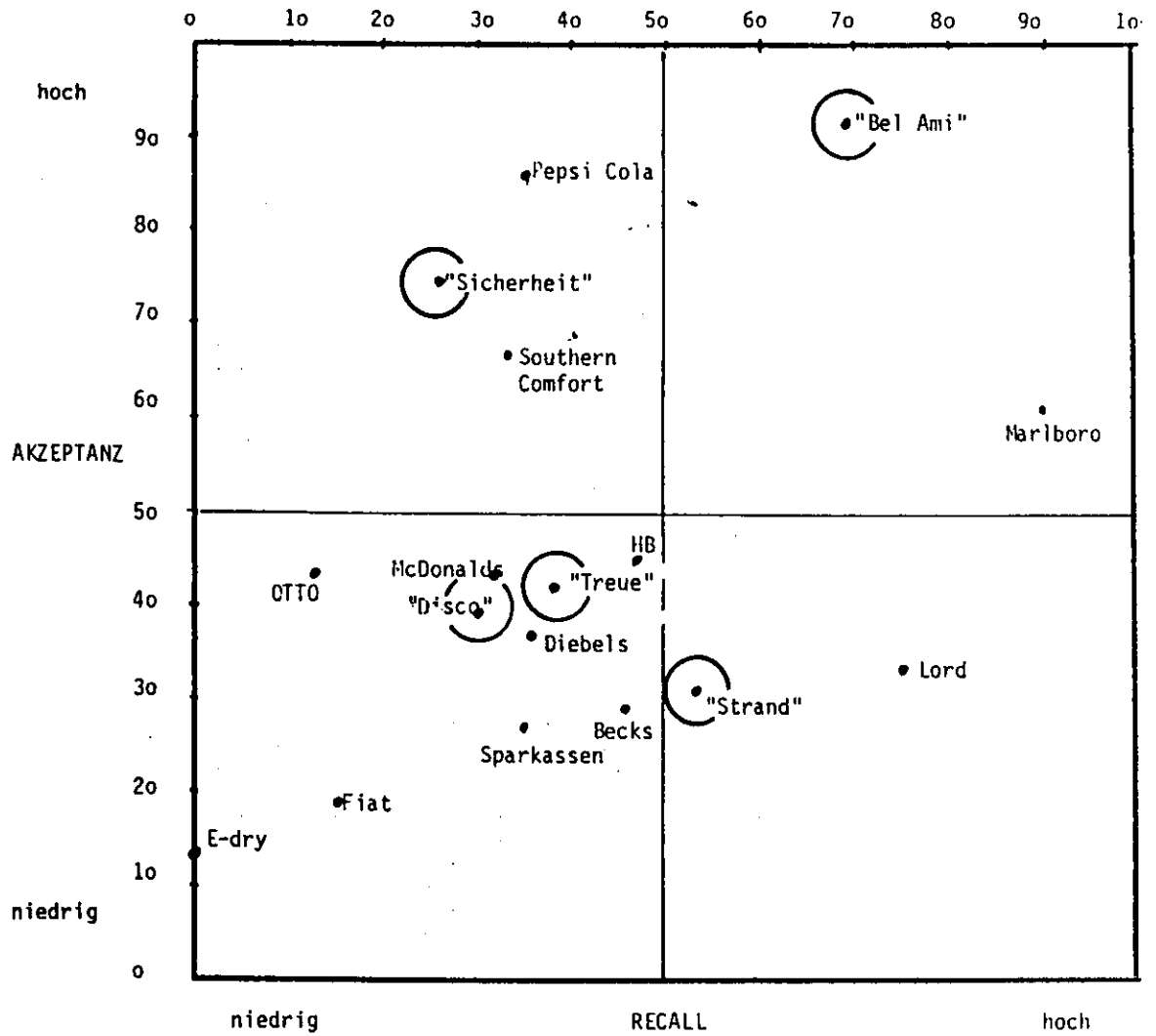
SKALIERTE FILM-BEURTEILUNG

"Wie gut hat Ihnen die Werbung für ... gefallen ?
 bzw. "Wie gut hat Ihnen der Informationsfilm über AIDS
 gefallen ?"
 Zustimmung (++ und +werte summiert auf 5er-Skala)
 in % von n= 5 x 60 Testpersonen



SPONTANBEURTEILUNG DER TESTFILME:

++ und +Werte summiert über alle sec
in % von n= 5 x 60 Testpersonen

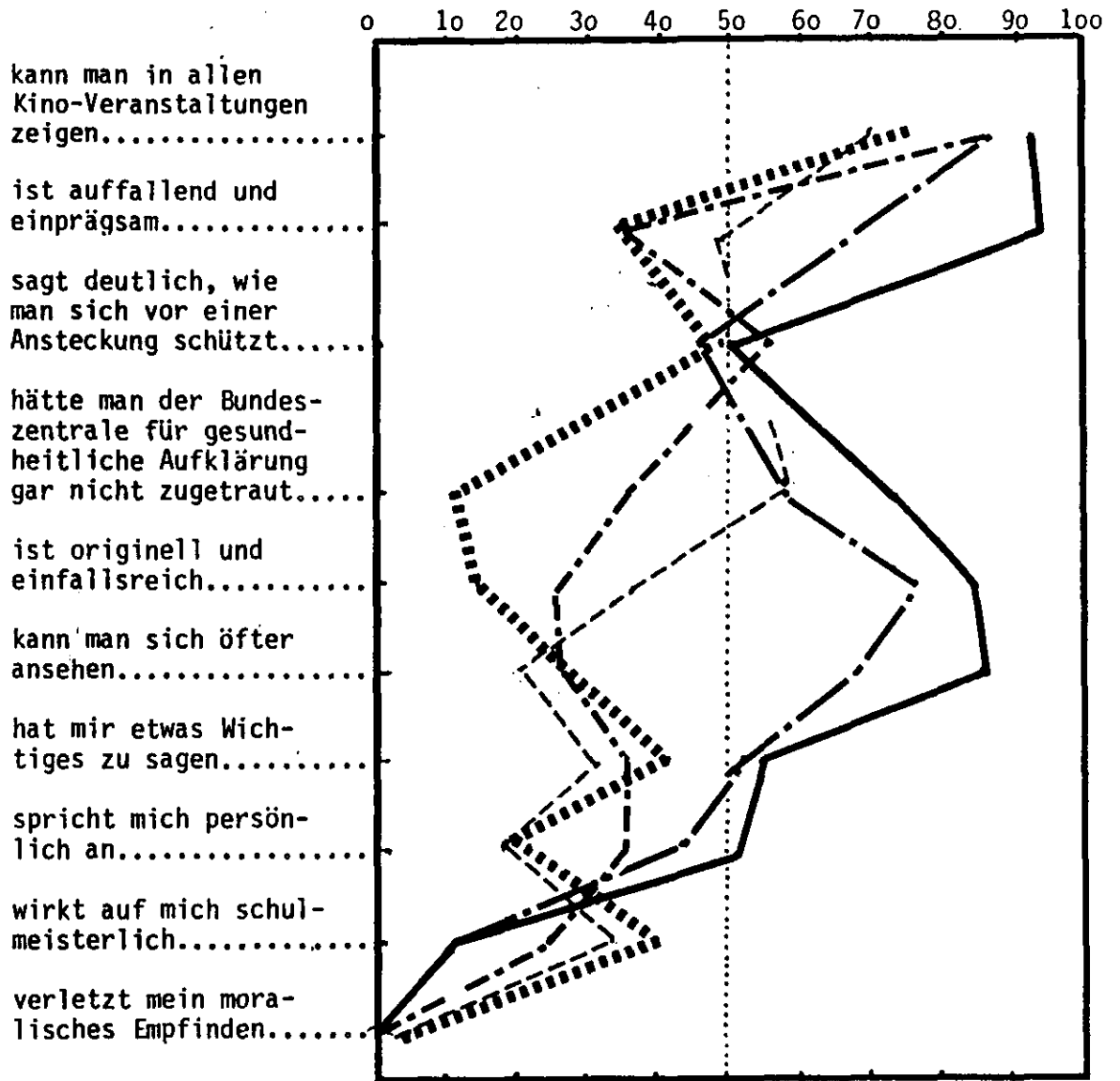


RELATIVE WETTBEWERBSPOSITION
DER TESTFILME:

Recal 1 + Akzeptanz

in % von n= 5 x 60 Testpersonen

"Der AIDS-Informationsfilm..."



- "Bei Ami"
- "Sicherheit"
- - - "Disco"
- "Strand"
- - - "Treue"

SKALIERTER FILM-BEURTEILUNG: Zustimmung (++ und +Werte auf 5er-Skala summiert)
in % von n= 5 x 60 Testpersonen

Weil jede Sekunde zählt

"S t r a n d": Nennungen in % von n=60

L i k e s

47 ganze Darstellung
41 TOTAL

D i s l i k e s

32 unnatürlich/gekünstelt/gestellt
18 daß sofort so offen gesprochen wird
17 der junge Mann
15 zu lang
13 kitschig
13 die Strandszene
10 das Mädchen
91 TOTAL

"D i s c i o" : Nennungen in % von n=60

L i k e s

28	ganze Darstellung
12	Sprechtext
10	Musik
38	TOTAL

D i s l i k e s

18	übertrieben
17	innerer Monolog
13	ganze Darstellung
7	der Junge
7	zu lang
54	TOTAL

"S i c h e r h e i t": Nennungen in % von n=60

L i k e s

40	humorvoll
23	ganze Darstellung
11	die Schauspieler
15	I. Lück als Haupt-Darsteller
12	angenehme Atmosphäre
8	verständlich-nachvollziehbar
99	TOTAL

D i s l i k e s

15	das Ende
10	Wirkung verfehlt
5	Motorrad-Rocker
41	TOTAL

"B e l A m i": Nennungen in % von n=60

L i k e s

38	Zitat/Hinweis/analog zu "Mon Chéri"-Werbung
28	ganze Darstellung
23	offene Beziehung von Mutter und Sohn
20	das Ende
10	origineller Film
10	Musik
8	humorvoll
8	junger Mann
7	junge Frau
111	TOTAL

D i s l i k e s

17	Mutter
12	junge Frau: "wirft sich zu sehr ran"
10	junger Mann
10	das Ende
7	zu witzig
38	TOTAL

"T r e u e": Nennungen in % von n= 60

L i k e s

25	Darstellung insgesamt
20	Tanzdarstellung
10	Blumenkauf
5	Schlußszene
40	TOTAL

D i s l i k e s

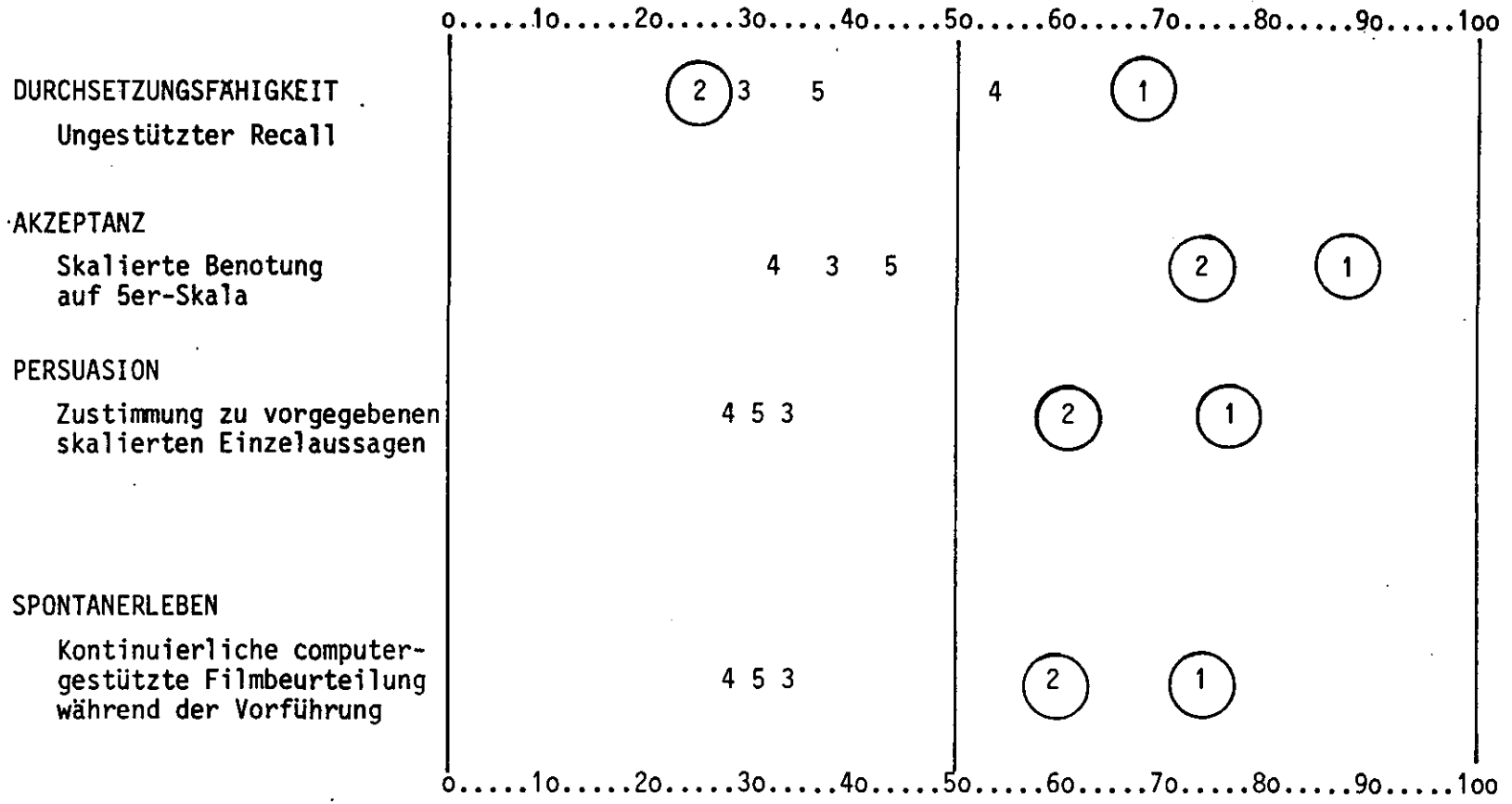
22	das Ende
12	ganze Darstellung
12	junger Mann
10	junge Frau
6	fehlende Spannung
45	TOTAL

F i l m v e r s i o n e n

	"Bel Ami"	"Sicher- heit"	"Disco"	"Strand"	"Treue"
Recall	69	26	30	53	38
Akzeptanz	89	74	39	31	42
Spontan- erleben	72	63	39	37	46
Film- beurteilung	72	60	36	29	31
TOTAL:4	76	49	36	38	40
LIKES	111	99	38	41	40
DISLIKES	38	41	54	91	45
Quotient L:D	2.9	2.4	0.7	0.4	0.9

VERGLEICH DER Fünf TEST-FILME
NACH QUANTITATIVEN INDICES IHRER
KOMMUNIKATIVEN WIRKSAMKEIT

jeweils in % von n= 5 x 60 Testpersonen
Likes + Dislikes: Anzahl der Nennungen



- 1 = "Bel Ami"
- 2 = "Sicherheit"
- 3 = "Disco"
- 4 = "Strand"
- 5 = "Treue"

VERGLEICHENDE BEURTEILUNG DER FÜNF "AIDS"-FILME
Angaben in % von n=60 Testpersonen

Weil jede Sekunde zählt

	"Bel Ami"	"Sicherheit"	"Disco"	"Strand"	"Treue"	
60	AIDS-Schutz durch Kondome					
50						
40		AIDS-Schutz durch Kondome Jeder ist für seinen Schutz selbst verantwortlich	Sex nur mit Kondom	AIDS-Schutz durch Kondome		
30				Sex nur mit Kondom miteinander offen sprechen		
20	Vorsicht bei Sex Kondome sind wichtig Jeder ist für seinen Schutz selbst verantwortlich	Vorsicht bei Sex Gib AIDS keine Chance Offenheit gegenüber AIDS	AIDS-Schutz durch Kondom Vorsicht bei Sex Verantwortlich für eigenen Schutz Beide Partner müssen sich schützen	Vorsicht bei Sex sich selbst schützen	Flirten, aber mehr nicht! Treue zu einem Partner Treue schützt vor AIDS	
0	66	73	49	75	35	TOTAL

Commercial Check

VERGLEICHENDE DARSTELLUNG DER NENNUNGEN ZUR HAUPTAUSSAGE DES TESTFILMES
in % von 5 x 60 Testpersonen

SPONTANBEURTEILUNG: Profilverläufe und Nachbesprechung Nachbesprechung

Die folgenden Seiten fassen die Äusserungen der Befragungspersonen in einer jeweils ca. 45-90 minütigen Nachbesprechung zusammen, die jeweils im unmittelbaren Anschluß an die Individualbefragung (mit offenen und geschlossenen Fragen) in Gruppen von 20-25 Teilnehmern stattfindet.

Dabei wird den Teilnehmern zunächst der Profilverlauf ihrer eigenen Spontanbeurteilung (als Durchschnittsgrafik) als Einblende in das laufende Video-Bild gezeigt und an kritischen Stellen von Profilveränderungen im Standbild als "Gedächtnishilfe" angehalten. Danach können (und sollen) sich die Gruppenteilnehmer zu den Gründen für ihre eigene Beurteilung "an dieser Stelle" frei äussern.

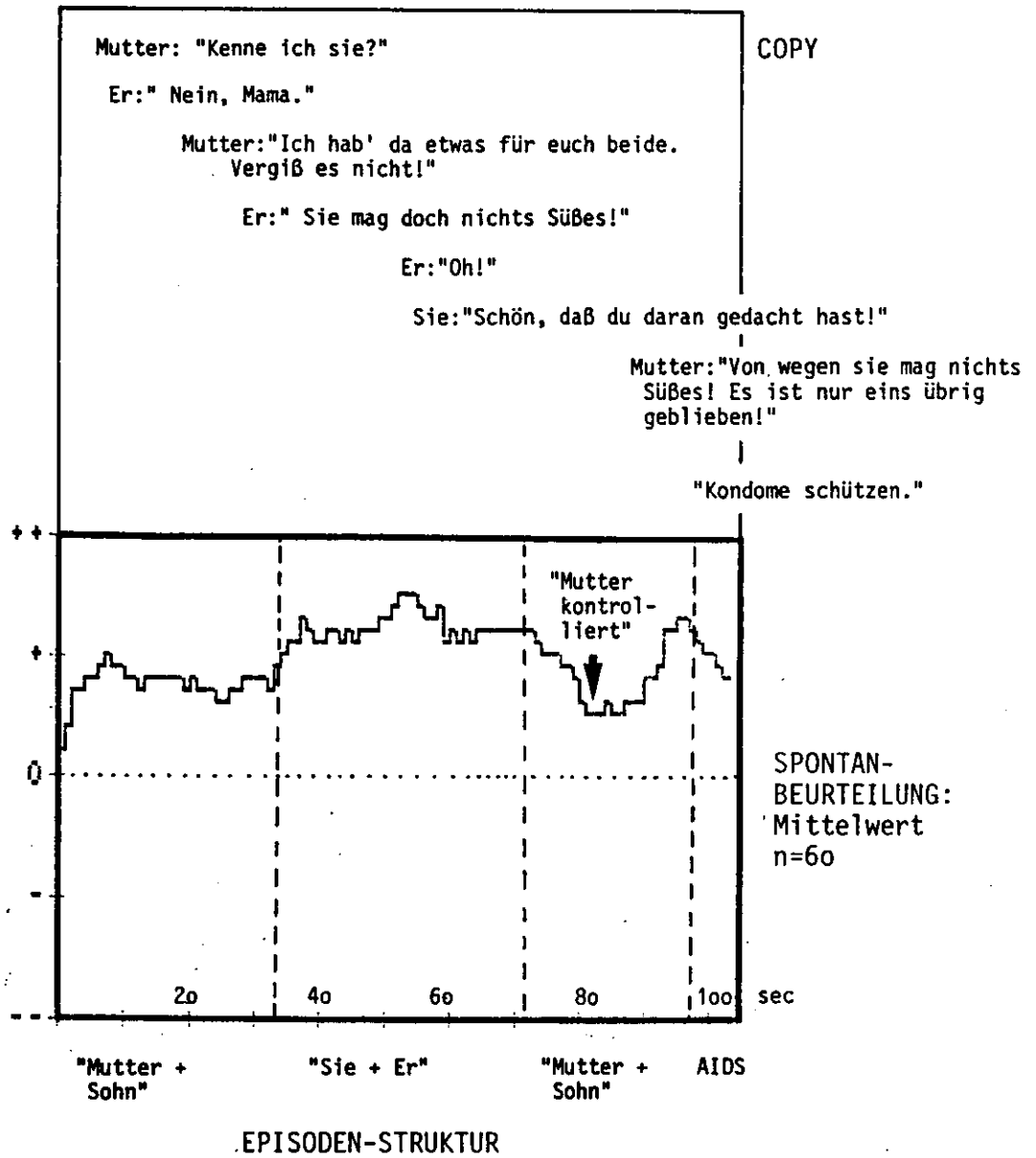
Der Verlauf dieser Gruppendiskussionen wird dann auf Videoband aufgezeichnet, die Tonspur selbst nachträglich transkribiert.

Auf der Basis dieser Transkripte wird dann eine Zusammenfassung erstellt, in der die Kommentare

- . einer ausreichend großen Teilnehmeranzahl
- . über mehrere Interviewgruppen hinweg
- . zu formalen und inhaltlichen Aspekten des Testfilmes

zunächst inhaltsanalytisch ausgewertet und dann in knapper Form, unter weitgehendem Verzicht auf Eigeninterpretationen, wiedergegeben werden.

AIDS "Bel Ami"



N a c h b e s p r e c h u n g "Bel Ami"
(Grundniveau der Spontan-Zustimmung: 71%)

Dieser Film löst auch in der Nachbesprechung zunächst weit überdurchschnittliche Positivreaktionen aus: originell und überraschend, witzig und amüsant sind häufig gehörte Kommentare dazu. Mit Erleichterung wird vor allem erlebt, daß die aus anderen AIDS-Filme bekannten Furcht-und-Schrecken-Bilder ebenso fehlen wie die aus Aufklärungsfilmen sattem gehörten moralisierend-erzieherischen Untertöne. Diesen Film sieht man sich gerne mehrmals an, er ist ein ästhetisch besonders gelungener Kommunikationsversuch, das Thema "AIDS und Kondome" auf völlig neue Art anzugehen.

Kritische Anmerkungen zu den formalen Eigenheiten dieses Informationsfilmes entfallen mithin ganz. Der Kurvenverlauf der Spontanbeurteilung zeigt lediglich in der zweiten "Mutter + Sohn"-Szene einen signifikanten Einbruch, in der sich die Mutter im Zimmer des Sohnes aufhält, dort seine Sachen aufräumt und dabei an das Kondom-Päckchen gerät. Diese Verhaltensweise (obwohl von der Dramaturgie dieser Szene notwendig) wird von den meisten Jugendlichen als übertriebene Fürsorglichkeit und als "Herumschnüffeln" kritisiert ("dreist und unverschämt").

Andere Kommentare beziehen sich in allgemeiner bis gar prinzipiellen Form auf die dem Film zugeschriebene Absicht, das AIDS-Thema durch einen auch und gerade für Jugendliche selbstverständlichen Umgang mit Kondomen zu entkrampfen und zu entdramatisieren. Dieser Versuch wird durchweg anerkannt und begrüßt, auch dann, wenn er zunächst nur eine ästhetisch gelungene Handlungsdramaturgie zur Auf- und Bearbeitung des AIDS-Themas bietet und so das kommunikative Umfeld für Kondom-Verwendung anreichert und aufwertet.

Nach wie vor offen bleibt freilich noch immer, wie Jugendliche Kondome in ihr eigenes Intimverhalten in einer auch für den Partner akzeptablen einfühlsamen Weise einführen und dort anwenden. Zumindest auf die Voraussetzungen allerdings, über dieses Kernproblem von Jugendlichen in ihrem Intim- und Sexualverhalten überhaupt sprechen zu können, könnten sich ähnliche Informations- und Sympathiefilme wie "Bel Ami", so die dazu befragten Jugendlichen, deutlich zum Vorteil auswirken.

AIDS "Sicherheit"

"Jung's, daß ihr mir fair und sauber spielt!
 Ich will nur eins sehen:
 Tore, Tore, Tore!
 Das gilt für alle ... außer: ..."

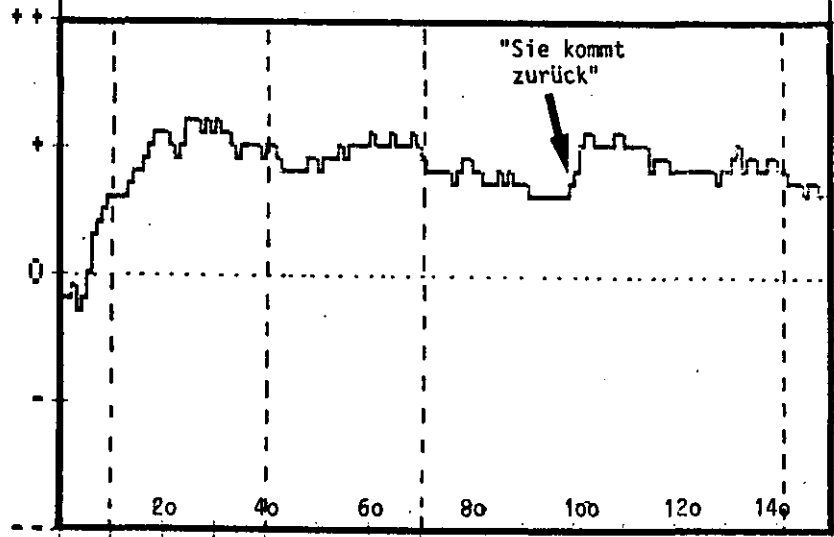
"Ich?"

"Richtig!
 Es wird so gespielt, wie ich gesagt habe.
 Daß wir geteilter Meinung sind ist in Ordnung, aber
 ich habe die Meinung und ihr teilt sie euch!"

COPY

"Es gibt Situationen
 in denen nur Sie
 selbst für Ihre
 Sicherheit sorgen
 können."

"Kondome
 schützen."



SPONTAN-
 BEURTEI-
 LUNG:
 Mittel-
 wert
 n=60

"Schweiß-
 bürste"

"Motorrad-
 radhelm"

"Sie + Er"

AIDS

"Schien-
 bein-
 schutz"

EPISODEN-STRUKTUR

N a c h b e s p r e c h u n g: "Sicherheit"
(Grundniveau der Spontanzustimmung: 63%)

Gut gelungener, weil lustiger und witziger Einstieg. Auch inhaltlich, mit der Variation des Sicherheitsthemas (Schutzbrille, Schienbein-Schutz, Schutzhelm, AIDS-Schutz) ist der Film originell angelegt, ohne damit langatmig oder belehrend zu wirken.

Die Situationskomik, die lächerlich-hilflose Darstellung der einzelnen Figuren und die lebenswürdig-ungeschickte Art des Hauptdarstellers helfen dabei, das AIDS-Thema zu entkrampfen, abzurüsten und Kondome als wenn schon nicht selbstverständlichen denn aber doch akzeptierten AIDS-Schutz einzuführen. Seine Verlegenheit, wenn ihm das Kondom aus der Tasche für sie sichtbar auf den Boden fällt, ist aus der eigenen Erfahrung gut bekannt und macht "ihn" ebenso sympathisch wie "sie", nachdem sie verständnisvoll-zustimmend auf seine Kondom-"Vorsorge" reagiert.

Ebenso gut verstanden wird, daß junge Leute, auch wenn sie in anderen Lebensbereichen unbekümmert noch zu wenig auf ihre eigene körperliche Sicherheit achten, in diesem Bereich zumindest für sich selbst verantwortlich sein können - und es auch sind.

Kritik geäußert wird allenfalls an folgendem:

- . Die Spät-Abend-Situation vor dem Hause ist leider "sprachlos". Gerne hätte man von ihm oder ihr ein Wort zum Erklären/Erläutern ihrer Absichten gehört. So wird z.B. auch nicht ganz nachvollziehbar, warum sich die beiden voneinander trennen, wohin sie geht und weshalb sie dann doch zurückkehrt.
- . Ihr Einlenken, als sie zu ihm zurückkehrt, wird als typisch weibliche Schwäche des Nachgebens erlebt. Besser wäre es z.B. gewesen, wenn sie in der Zwischenzeit Kondome holen ginge und damit zurückkommt, weil er, als bekannt trotteliger Naivling, selbst daran nicht gedacht hat.
- . Der amüsant-lustige Kondom-Umgang verniedlicht die vielfältigen Schwierigkeiten und Lästigkeiten aus der persönlichen Erfahrung gerade von Jugendlichen. Die Folge davon ist, daß der Film vom breiten Publikum nur noch komisch gehalten und, weil ihm dann Eindringlichkeit fehlt, allzu rasch vergessen wird (vgl. Recall: nur 26%).

Ansonsten aber wird der Film rundherum akzeptiert, vor allem aber:

- . von etwas jüngeren kondom-unerfahrenen Zuschauern
- . und von weiblichen Zuschauern.

AIDS "Disco"

Sie: " Das wär' eigentlich genau mein Typ, so wie der aussieht...
 Der ist sicher nicht das erste Mal hier.
 Könnt' ruhig mal zu mir 'rübergucken...
 Hmm! Die hätt' ich aber auch abblitzen lassen, die alberne Nena!
 Beliebt scheint er ja zu sein - vielleicht sogar zu beliebt.
 Möcht' nicht wissen, ...hmm... egal...
 Wenigstens könnt' er mal mit mir tanzen!"

COPY

Er: "Wen meint'n die eigentlich?"

Sie: "Bloß...wenn er gleich mit mir...
 oh 'ne mein Lieber!
 Dazu möcht' ich dich erst mal ein bißchen besser kennenlernen."

Er: "Guck' mal! Das wär genau mein Typ."

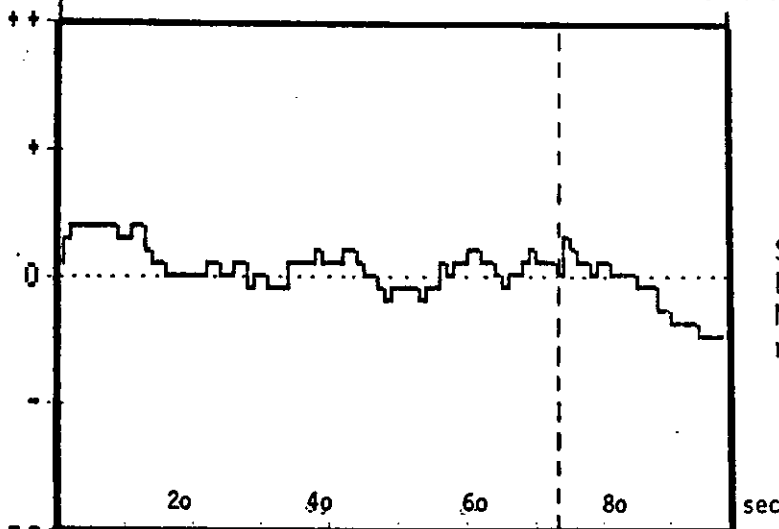
Sie: "...und ohne dieses Ding in meiner Tasche läuft sowieso nichts."

Er: "... und wenn's dazu kommt...
 sorry... aber bitte nur 'mit'."

Sie: "...von wegen 'Da soll nichts zwischen uns sein!'"

Er: "Diese Gummihaut ist einfach ein 'Muß'."

"Kondome schützen."



SPONTAN-BEURTEILUNG:
 Mittelwert
 n=60

"Disco-Monologe"

AIDS

EPISODEN-STRUKTUR

N a c h b e s p r e c h u n g: "Disco"
(Grundniveau der Spontanzustimmung: 39%)

Die Beurteilungsprofile dieses AIDS-Filmes zeigen deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Gruppen, wobei er positive Reaktionen am ehesten:

- . bei weiblichen Kinobesuchern
- . bei Befragungspersonen ohne festen Partner

provoziert.

Ansonsten aber lassen Niveau und Verlaufsmuster der Beurteilungsprofile erkennen, daß dieser Film mit seinen Akzeptanz- und Resonanzwerten nicht mehrheitsfähig ist (Spontanzustimmung: 39%).

Zwar werden Konzeption ("Innerer Monolog"), Handlungssetting ("Disco") und Hauptfiguren positiv bewertet, weil sie sofort in eine leicht nachvollziehbare Situation einführen (s. dazu Profilverlauf: Start bis Sek 15).

Dennoch häufen sich kritische Stimmen zu den formalen und vor allem inhaltlichen Eigenheiten dieses Filmes:

Jugendliche (gerade die männlichen) erkennen sich in dem inneren Monolog gerade der weiblichen Hauptfigur nicht ohne weiteres wieder. In die Disco gehen sie zunächst zum Tanzen, und selbst wenn sich ein Junge-Mädchen-Kontakt dabei ergibt, so werden sexuelle Impulse erst nach einer gewissen "Schonfrist" eingeräumt, in der ein Sich-Besser-Kennenlernen notwendige Voraussetzung für das Aufkommen von Gedanken im Umfeld von Sex, Aids und dem Schutz davor ist. Hier liegt die gedankliche Verknüpfung von Sich-Kennen-Lernen-Wollen, Intimwerden und AIDS-Schutz zu nahe beieinander, und den meisten Jugendlichen bleibt sie persönlich fremd und allenfalls nachvollziehbar für sexuell besonders aktive bis promiskuitive Minderheiten und Randgruppen, zu denen sie sich selbst aber nicht rechnen. Konsequenterweise wird denn auch gerade die junge Frau als billig, kalt und berechnend abqualifiziert, die eben nur auf das Anmachen und Aufreißen von Männern aus ist. Als Identifikationsfigur für die Mehrheit der Kinoszuschauer eignet sie sich demnach nur bedingt.

- . Die gedankliche Vorbereitung und Planung sowie das Aufnehmen heterosexueller Kontakte umgibt auch heute noch Elemente der Unsicherheit, Hemmung, Schüchternheit und Ablehnungsangst, die in diesem Film aber keine Entsprechung finden. Der innere Monolog beider verläuft klar gegliedert, sprachlich differenziert und zielstrebig, beide Hauptdarsteller wirken spontan, selbstsicher, situationsoffen und handlungsroutiniert, ganz so, wie man sich Erwachsene in ähnlich häufig durchlaufenen "Anmach"-Situationen vorstellt. Daß beide Darsteller bereits am "ersten" Abend auf das mögliche Intimwerden mit Kondomen vorbereitet sind, halten die meisten denn auch deshalb für unangebracht, weil sich ihnen diese Frage "erst nach etwas mehr Zeit" stellt. Deshalb auch halten sie es für überflüssig, sich selbst vorsorglich und für alle Fälle mit Kondomausstattung in ähnlich kontakthäufige Situationen zu begeben.

- . Da beide Darsteller bereits aufgrund der gedanklichen Planung ihrer Kontaktaufnahme als routiniert gelten, traut man ihnen auch in Intimsituationen eine gleich große Handlungssicherheit im Umgang mit AIDS und Kondomschutz zu, also sowohl im Ansprechen dieses Themas wie auch im Umgang mit Kondomen vor oder während der eigentlichen Intimsituation. Genau hier aber erfahren sich Jugendliche als besonders verunsichert, und ihrer eigenen Einschätzung nach verfügen sie gerade hier weder über geeignete Kommunikations- noch Verhaltensrepertoires.

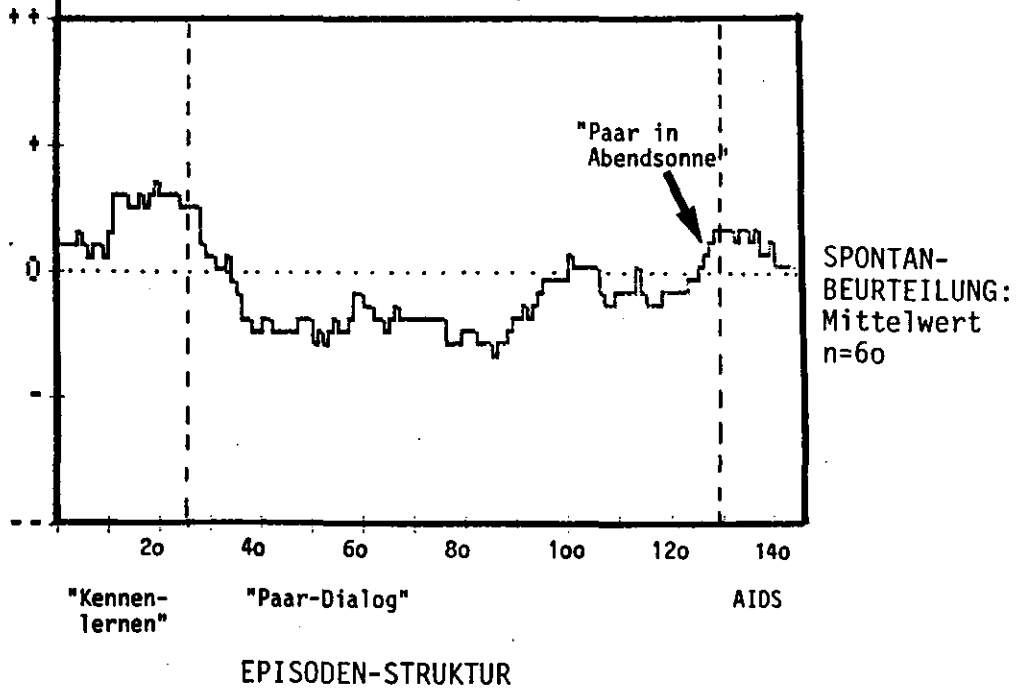
Umso größer erleben sie dann die psychologische Distanz zu beiden Darstellern, die ihnen hier einfach um einiges voraus sind. Der hier gezeigte Verweis auf Kondome ist jedenfalls kein selbstverständlicher Bestandteil der sozial-kommunikativen Fertigkeiten von Jugendlichen. Zu welchem Zeitpunkt wer mit welchen Worten darauf zu sprechen kommt und dann mit welchen Reaktionen seines Partners rechnen darf und kann, wird als weithin offene und persönlich immer noch weithin unbeantwortete Frage erlebt. Auch ist mehrheitlich noch ungeklärt, woher man sich darauf Antworten oder doch Denk- und "Empfindungshilfen" holen könnte. In grösseren Sozialgruppen kommt man darauf kaum zur Sprache, und selbst mit guten bis besten Freunden witzelt man eher unverbindlich über AIDS und Kondome.

Eine (kleine) Minderheit der Befragten schließlich äußert auch moralische Einwände zum "Disco"-Film: der (allzu) selbstverständlich eingeführte Umgang mit AIDS macht Sexualität und Intimität zum gedanken- und folgenlos konsumierbaren Freizeitsport, der bedenkenlos mögliche Partnerwechsel in AIDS-Zeiten zum Markenzeichen oder gar Vorbild dieser jungen Generation. Zugleich werden mit dieser Darstellung dann auch die Schrecken von AIDS als sicher kontrollierbar ausgeklammert und verharmlost.

AIDS "Strand"

COPY

Er: "Ich glaub' ich hab' mich verliebt."
 Sie: "Ich glaub' ich auch."
 Wahrscheinlich hast du eine Menge Freundinnen; oder?
 Er: "Frauen, ... immer wollen sie die Vergangenheit eines Mannes kennenlernen!"
 Sie: "Entschuldige mal - da haben sie doch recht! Ich doch echt! Heutzutage!"
 Er: "Wieso? Ach so! Also, da brauchst du bei mir keine Angst zu haben!"
 Sie: "Woher willst'n das wissen?"
 Er: "Ich hatte 'ne feste Freundin - über ein Jahr! Claudia ... und für die leg' ich meine Hand ins Feuer."
 Sie: "Aber die hat vorher vielleicht noch andere gekannt."
 Er: "Die war mir total treu ... die ist nicht so ... und vor mir da war nur der Marcus ... ein Ski-Ass."
 Sie: "Siehst du?"
 Er: "Na und? Ich hatte vor ihr auch 'ne andere!"
 Sie: "Also doch!"
 Er: "Ach so! Ja, und du? Einen Freund hast du doch wahrscheinlich auch gehabt?"
 Sie: "Ja, den hab' ich sehr gern gehabt!"
 Er: "Und der hatte vorher auch 'ne andere!"
 Sie: "Natürlich, ist doch normal! Vor Aids war das nicht so wichtig - aber jetzt ..."
 Er: "... aber jetzt! Hhm ... jetzt ist die Vergangenheit nicht mehr egal. Damals haben wir nicht darüber gesprochen..."
 Sie: "Heute muß man darüber sprechen!"
 Er: "Aber - so gesehen dürfte ich ja zu keiner Frau mehr zärtlich sein!"
 Sie: "Wer sagt denn, daß wir uns nicht mehr lieben dürfen? Wir können uns doch schützen! Mich stört ein Kondom nicht!"
 "Kondome schützen."



N a c h b e s p r e c h u n g: "Strand"
(Grundniveau der Spontanzustimmung: 37%)

Dieser Film zeigt ein mittleres Zustimmungsniveau von nur 37% und ist damit in seiner spontanen Akzeptanz nicht mehrheitsfähig, mit deutlich besseren Zustimmungswerten allerdings:

- . bei männlichen Kinobesuchern
- . bei den unter 20jährigen
- . bei Befragungspersonen, die sich selbst als religiös bezeichnen.

Die Einstiegsszene "am Strand" stimmt die Mehrzahl der Kinobesucher zwar positiv auf den nachfolgenden Dialog ein, verspielt aber rasch ihre Eingangssympathie. Der Hauptteil des Informationsfilmes erholt sich von diesem Akzeptanzverlust erst wieder mit der Abschlußszene "in der Abendsonne" und räumt damit den emotionalen Voraussetzungen seiner Rezeption eher ungünstige Chancen ein. Dafür sind mehrere Gründe aus der Sicht der Befragungspersonen anzuführen:

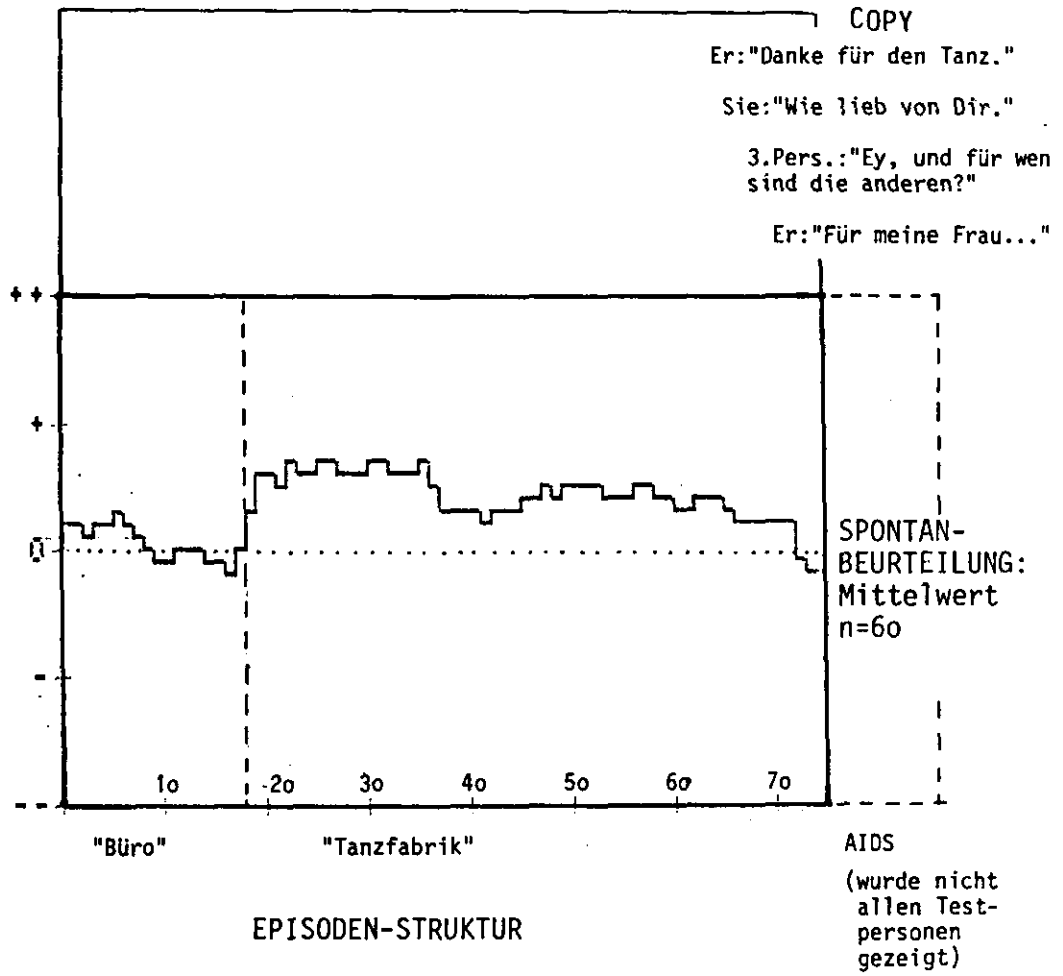
- . Zum einen ist dieser Film, gerade im Vergleich mit den übrigen AIDS-Filmen und seinem sonstigen Umfeld an Kinowerbung, ungewöhnlich "wortreich" und kopflastig (vgl. Copy-Transscript auf der vorherigen Seite). Er stellt damit an die Zuhörerbereitschaft seines vorwiegend jugendlichen Zielpublikums ungewöhnlich hohe Anforderungen, die zu leisten dieses nur in Maßen bereit ist.

- . Die Hauptdarsteller selbst entstammen mit ihrem betulichen Gehabe und Sich-Dummstellen, ihren Scheinfragen und belehrenden Antworten, dem Schnittmuster früherer Aufklärungsfilme und sind ziemlich unfähig, die Dialogführung spontaner Strandbekanntschaften glaubwürdig und zutreffend nachzuzeichnen.
- . Zudem sprechen beide ihre Sexualvergangenheit zu einem viel zu frühen Zeitpunkt an.
- . Auch stimmt der Situationskontext für "ein solches Gespräch" nicht: Badetuch + Strand, berührungsloses Nebeneinandersitzen und minimaler Augenkontakt sind vom eigenen Erleben her ungünstige und untypische Voraussetzungen und Begleitumstände dafür.
- . Beide Hauptdarsteller spielen ihre Rollen als verliebtes Paar zudem schlecht: hölzern, ungeschickt, bemüht und verkrampft, eben nicht natürlich. Schon der Eröffnungsdialog "Ich glaube, ich habe mich verliebt" erscheint, weil er der für solche Situationen typischen Unsicherheit und Schüchternheit entbehrt, unglaubwürdig und lächerlich.

- . Auch für sich genommen werden die Hauptdarsteller eher kritisch bis negativ eingeschätzt:
 - . "Er": als Bundeswehr-Heini, properer Saubermann, naiv bis blöd
 - . "Sie": als große Schwester, Mutti-Typ, katholisch-belehrend, besserwisserisch-überlegen.
- . Den Dialogverlauf selbst empfinden Jugendliche als einstudiert und damit, anders als seine Darstellung, als nicht-spontan: zu rasch folgen hier Fragen und Antworten aufeinander, ohne daß die für dieses Thema ("Sexual-Biografie") typischen innerpsychischen Hemmungen, Sperren, Ausflüchte und Verwirrungen erkennbar werden.
- . Das Einblenden der Ex-Freunde und -Freundinnen der beiden in die Stranddünen wirkt, selbst wenn unbeabsichtigt bestenfalls komisch bis lustig, schlimmstenfalls lächerlich bis grotesk (z.B. mit Ski-Anzug und Vespa-Roller).

In der Konsequenz führt dies dazu, daß sich der jugendliche Zuschauer in der Gedankenführung und im Dialogverlauf dieses ungewöhnlichen Strandgespräches nur mit Mühe wiedererkennt und sich, wie es der Kurvenverlauf der Spontanbeurteilung zeigt, diesem Film mehrheitlich entzieht oder gar verweigert.

AIDS "Treue"



N a c h b e s p r e c h u n g: "Treue"
(Grundniveau der Spontanzustimmung: 46%)

Dieser Film erreicht, mit 46%, die spontane Zustimmung fast der Mehrheit der Zuschauer (darunter vor allem der Erwachsenen mit Partner- und Kondom-Erfahrung), stößt aber, wie die Antworten auf einzelne Statement-Vorgaben zeigen, an vergleichsweise eng gesetzte Grenzen der persönlichen Relevanz, z.B.

20%: "Kann man sich öfter ansehen"

18%: "Spricht mich persönlich an".

Dafür sind nur marginal formale Eigenheiten dieses Films verantwortlich, der weit überwiegend, mit Hauptfiguren, Handlungssetting, Aufnahmetechnik etc., als gut gemacht gilt und somit wenig Anlaß zu Kritik gibt. Vielmehr rücken rasch kritische Anmerkungen zur kommunikativen Absicht und ihrer dramaturgischen Umsetzung in den Vordergrund. Dabei spielen vor allem zwei Aspekte eine prominente Rolle:

Sein Handlungsverlauf vom Büroschluß bis zur Tanzszene legt plausibel und gut nachvollziehbar die Entwicklung eines Kollegen-Flirts nahe, die sich ausreichend nahe gekommen sind, daß daraus eine Verführungssituation entstehen könnte, die hier aber nicht ihre Fortsetzung findet. In Frage gestellt wird aber gerade die psychologische Stimmigkeit dieses Verlaufs:

- . Beide Hauptdarsteller erscheinen nicht so, als würden sie sich hier zum ersten Mal sehen und begegnen. Dann aber entfällt auch das Verführungs- und Versuchungsmotiv, weil er schon zuvor mehrfach gelernt haben wird, dazu nein zu sagen.
- . Sehen sich beide hier aber zum ersten Mal und lassen einen Flirt zwischen ihnen entstehen, so wird die kritische Entscheidungssituation des Ja- oder Nein-Sagens vor dem nächsten Schritt hier noch nicht gezeigt. Dafür sind sich beide, auch über die Körperberührung beim Tanzen, aber schon zu nahe gekommen, als daß es plausibel erscheint, daß "er" sich danach und folgenlos wieder so distanziert zurückziehen kann, wie

er es tut. Das wird ihm nicht abgenommen, seine Rosenstrauß-Entscheidung wird nicht glaubwürdig, weil er deutliche Schritte über soziale Trennlinien des Unverbindlichen hinaus mit ihr schon gegangen ist.

- . Das erotische Knistern zwischen den beiden ist auch so spürbar, daß seine Entscheidung, dennoch nach Hause zu seiner Frau zurückzukehren, wenig Sinn macht. Wozu dann der Flirt, wenn er der Möglichkeit dieser Versuchung doch von Anfang an nicht nachzugeben bereit war? Und wenn er den Flirt weiterzuführen bereit ist, wäre die Rückkehr nach Hause nicht so selbstverständlich, wie sie hier ausgegeben wird.

- . Die kommunikative Absicht, mit diesem Film das moralische Prinzip der Partnertreue in einer AIDS-relevanten Alltagssituation einzuführen, wird von einer gewichtigen Teilgruppe des Zielpublikums als Versuch der belehrenden Ermahnung zur Standhaftigkeit, Charakterstärke und Verantwortlichkeit erlebt und kritisch kommentiert. (Immerhin 32% stimmen z.B. der Einzelaussage zu, der Film wirke auf sie "schulmeisterlich".)

Die Äußerungen von ausreichend vielen Befragungspersonen, selbst solchen, die in festen Partnerbeziehungen stehen, geben zudem Anlaß zu der Annahme, daß bei ihnen von unbezweifelbaren Treuenormen zur Regulierung ihres eigenen Sexualverhaltens nicht (mehr) ausgegangen werden. Sexuelle Treue aus Prinzip wird zunehmend von einer nur situativen Sexualverantwortlichkeit ersetzt, die vereinzelte Sexualbeziehungen zu Dritten (oder Vierten) mit oder ohne Wissen oder gar Duldung des eigenen Partners einbezieht und zuläßt. Sexuelle Treue geht denn auch eher auf das temporäre Ausbleiben von Versuchungssituationen oder auf das Vermeiden von negativen Konsequenzen (wie Heimlichtuerei, Vertuschen oder Gewissensbisse) für einen selbst oder die gemeinsame Partnerschaft (wie Streit mit dem Partner) zurück und kaum auf Gründe der Rücksichtnahme auf den Partner selbst.

Filmbotschaft und Slogan "Treue statt AIDS" appellieren an das Prinzip der Sexualtreue. Aufgrund der Kommentare der dazu befragten Stichprobe des Kinopublikums neigen wir allerdings dazu, darin keinen realistischen Verhaltensappel für die Regulierung des Sexualverhaltens einer ausreichend großen jüngeren Publikumsmehrheit zu sehen. Unser Eindruck ist vielmehr, daß sich so zu Einstellungs- und Verhaltensmuster der Intimität und Sexualität gerade eines jüngeren Zielpublikums spontan nur mit Mühe ein Bezug herstellen läßt.

Z u s a m m e n f a s s u n g

1. Minimale Anforderungen an Aufklärungsfilme zum Thema AIDS im Rahmen üblicher Kinoveranstaltungen sind möglichst niedrige Werte auf zwei Kernfragen an das jeweilige Kinopublikum:

- . ob dadurch das moralische Empfinden von Zuschauern verletzt wurde
- . und ob man diese Filme besser überhaupt nicht zeigen sollte.

Die Antworten von immerhin n=300 Zuschauern auf beide Fragen belegen zunächst, daß sich alle fünf Filme problem- und konfliktlos im Rahmen der üblichen Kinoveranstaltungen zeigen lassen: beide Fragen bejaht lediglich eine kleine Restgruppe von max. 4-5% der hier Befragten.

2. Die fünf Kino-Filme zur AIDS-Aufklärung sollen in Zukunft aber auch im Umfeld aktueller Kinowerbung plaziert werden und sich dort auch erfolgreich behaupten (können). Das gelingt den fünf Testfilmen aber unterschiedlich gut, wenn man für diesen Vergleich die wichtigsten quantitativen Standardindices der Werbewirksamkeit (Recall, Spontanappeal und Akzeptanz) heranzieht:

- (z.T.) weit überdurchschnittlich gut schneiden danach die Filme "Bel Ami" und "Sicherheit" ab, die drei anderen Filme hingegen liegen nur im unteren Mittelfeld.

Dieses Ergebnis ist insofern beachtlich, als sich damit immerhin zwei von fünf AIDS-Filmen selbst in einem ebenso anspruchsvollen wie aufwendigen Umfeld internationaler Konsumgüter-Werbung auf Anhieb erfolgreich behaupten. Dies gilt besonders für die Filmversion "Bel Ami", deren ungewöhnlich: positive Resonanz und Akzeptanz nur noch mit der für die intensiv beworbenen Marken "Marlboro" und "Pepsi Cola" zu vergleichen ist.

Diese Platzierung ist auch deshalb beachtlich, weil bereits die Produktionskosten dieser Vergleichsfilme weit oberhalb derer für den "Bel Ami"-Film liegen dürften (z.B. bei "Marlboro": US-\$ Mio 2.4, bei "Pepsi": DM Mio 1.1).

3. Dies Rangreihe im Vergleich der fünf AIDS-Kinofilme bestätigt sich auch dann, wenn man dazu

- . die skalierte Filmbeurteilung
- . sowie die Auswertung der offenen Fragen zu Likes und Dislikes

heranzieht.

Danach liegen "Bel Ami" und "Sicherheit" wiederum mehr oder minder deutlich vor den übrigen drei Filmen:

- . sie erreichen Zustimmungswerte zwischen 60 und 89%,
- . und auf sie entfallen 2-3x mehr Likes- als Dislikes-Nennungen.

Die übrigen drei AIDS-Filme hingegen werden nur von Minderheiten zwischen 29 und 42% akzeptiert.

4. In der Einzelbeurteilung der fünf Testfilme wird zudem erkennbar, daß diese (mit Ausnahme des "Treue"-Filmes) die kommunikative Kernabsicht "AIDS-Schutz durch Kondome" gut zu vermitteln in der Lage sind:

(weit) mehrheitlich wissen die Befragungspersonen (zumindest nach einer Pause von ca. 15 min) noch, worum es in dem zuvor gezeigten AIDS-Beitrag ging und was seine erkennbare Absicht war.

5. Die explorative Nachbefragung der Zielpersonen zu den einzelnen Testfilmen läßt zudem erkennen, wo die Stärken und Schwächen in Form und Inhalt dieser Film zu suchen sind.

Danach können die Versionen "Bel Ami" und "Sicherheit" bedenkenlos zum Kino-Einsatz kommen: sie sind besonders gelungene Beispiele einer neuen Kommunikationskampagne, der es um das unverkrampft-selbstverständliche Hereinholen der AIDS- und Kondom-Themen in das Kino-Erlebnis eines jungen Zielpublikums geht und gerade dort auf dessen übliche erlebnisorientierte Seh-erwartungen stößt, die beide Versionen voll erfüllen.

Der "Strand"-Film erfüllt diese Erwartungen hingegen nicht und sollte im Kino nicht zum Einsatz kommen. Dies auch deshalb, weil sich selbst bei gravierenden executionalen Korrekturen sein didaktischer Kommunikationsansatz in dieser Form nicht wird halten lassen.

"Disco" könnte nach Überarbeitung des Sprechtextes (aus dem vor allem die Verknüpfung von Kennenlernen - Wollen, AIDS und Kondomen gestrichen werden sollte) an Resonanz gewinnen.

Der Film "Treue" wird kaum in formaler Hinsicht beanstandet. Hier sind es eher kontrovers diskutierte Einschätzungen des Orientierungs- und Regulierungswertes moralisch-ethischer Normen (wie z.B. Sexualtreue) für das Sexualverhalten junger Populationen, die über den relativen Nutzen einer solchen kommunikativen Ansprache entscheiden. Die empirischen Voraussetzungen dafür sind allerdings vergleichsweise bescheiden.

6. Wir haben bisher lediglich Kriterien der Werbewirksamkeit auf formale und inhaltliche Gestaltungselemente der Testfilme bezogen und dabei Fragen ihrer möglichen Einstellungs- oder gar Verhaltensrelevanz ausgeklammert.

Außerungen der Kinozuschauer sowie die niedrigen Zustimmungswerte für zumindest drei Testfilme ("Strand", "Treue" und "Disco") zu den Einzelaussagen:

- . "Kann man sich öfter ansehen" (20-26%)
- . "Spricht mich persönlich an" (18-35%)
- . "Hat mir etwas Wichtiges zu sagen" (32-43%)

lassen vermuten, daß diese neue Kampagne ihren Hauptzweck vor allem in einer Liberalisierung (Entkrampfung/Enttabuisierung/Entproblematisierung/etc.) der kommunikativen Rahmenbedingungen im Problemdreieck "Sexualität-AIDS-Kondome" erfüllt. Zudem dürfte sie die Akzeptanz- und Kompetenzzuschreibung an die Bundeszentrale als Informations- und Aufklärungsinstanz in sachen AIDS verbessern.

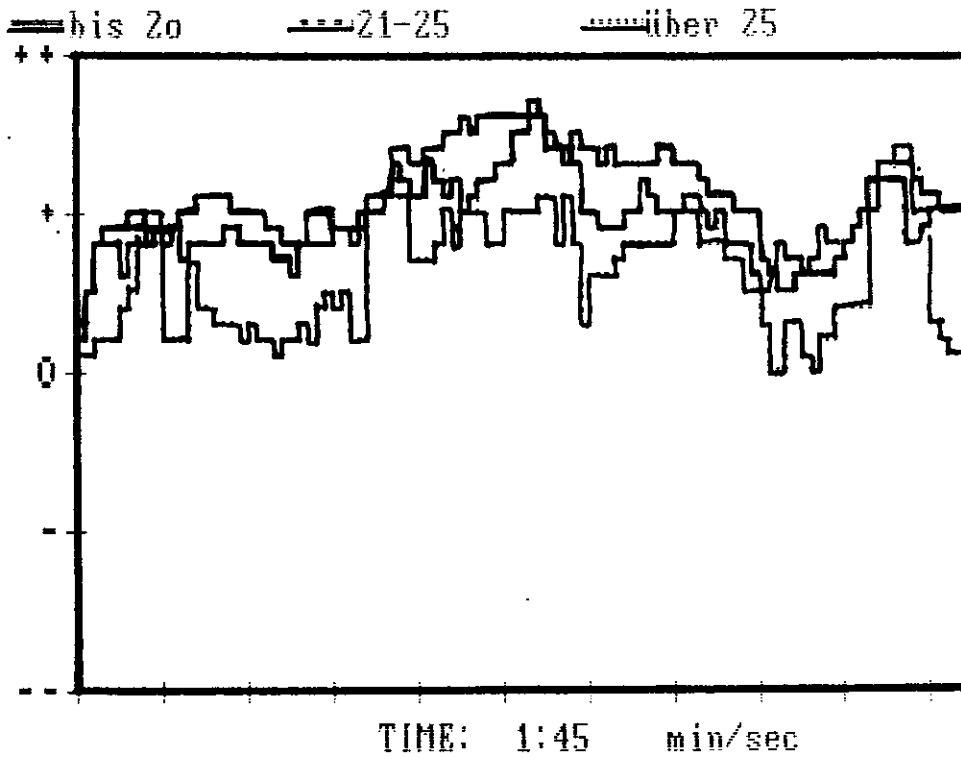
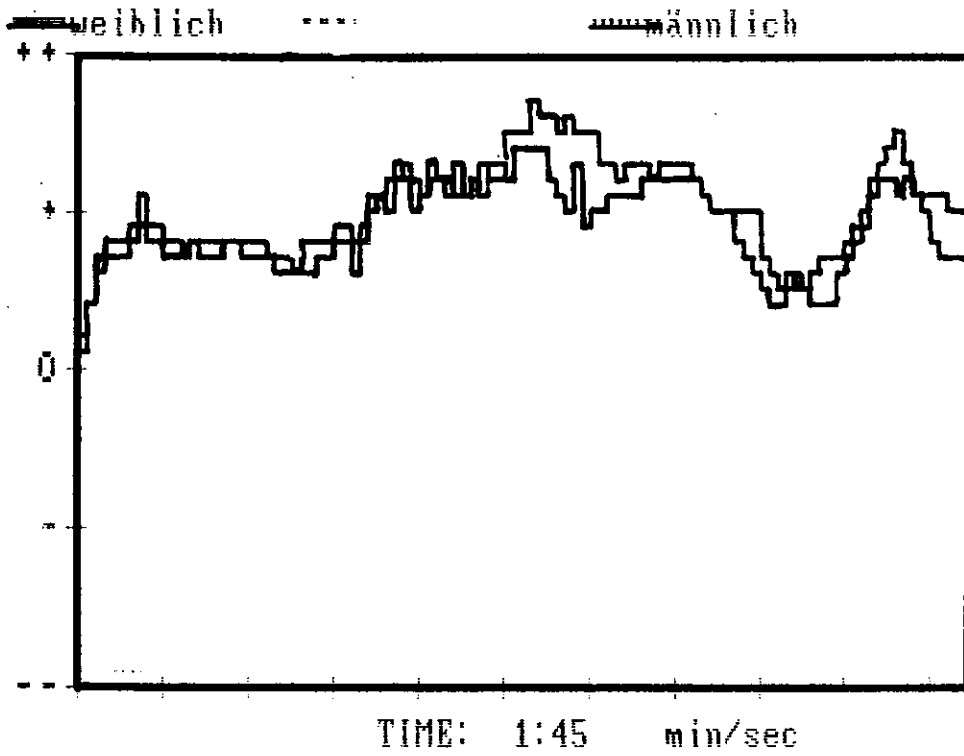
Ob dadurch aber auch schon, wie hier, also selbst nach einer Intensiv-Rezeption dieser Filme wie im Rahmen dieser Studie (über eine Dauer von 60 - 90 min), nennenswerte Impulse auf Einstellungs- und Verhaltensmuster von Kinoszauern ausgehen, kann bezweifelt werden.

7. Wir raten deshalb dem Auftraggeber dringend dazu, diese Filme als erfolgreichen Ausgangspunkt einer in dieser Form zwar notwendigen, aber durchaus noch nicht hinreichenden AIDS-Aufklärungskampagne zu sehen. Ihre Nachfolger sollten umso mehr dann auf Fragen der alltäglichen Schwierigkeiten von jungen Leuten

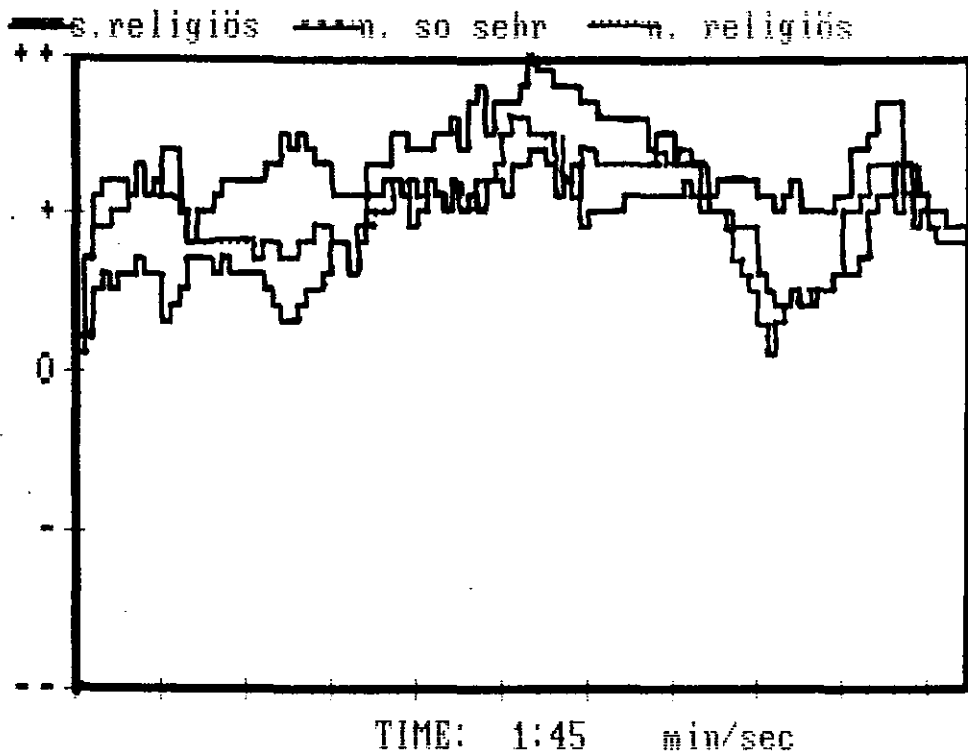
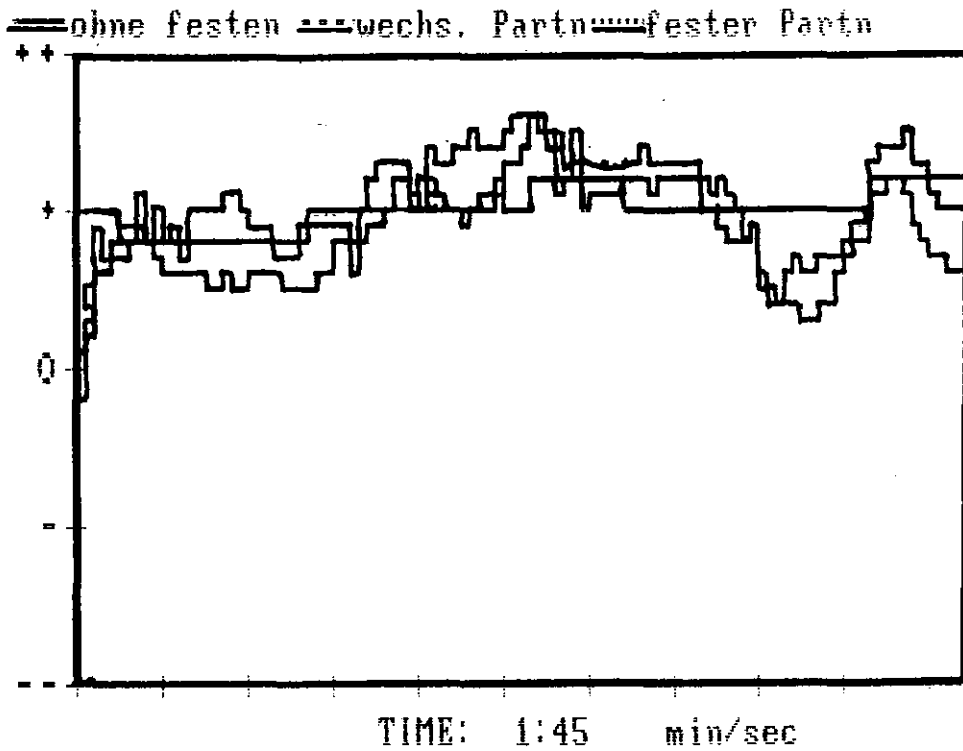
- . im Erwerben
- . Umgehen
- . Anwenden und
- . Beseitigen von Kondomen

während, vor bzw. nach Intimsituationen eingehen, hinsichtlich derer besonders drastische Lücken im sozialen und kommunikativen Verhaltensrepertoire dieser Zielgruppen deutlich wurden.

AIDS "Bei Ami"

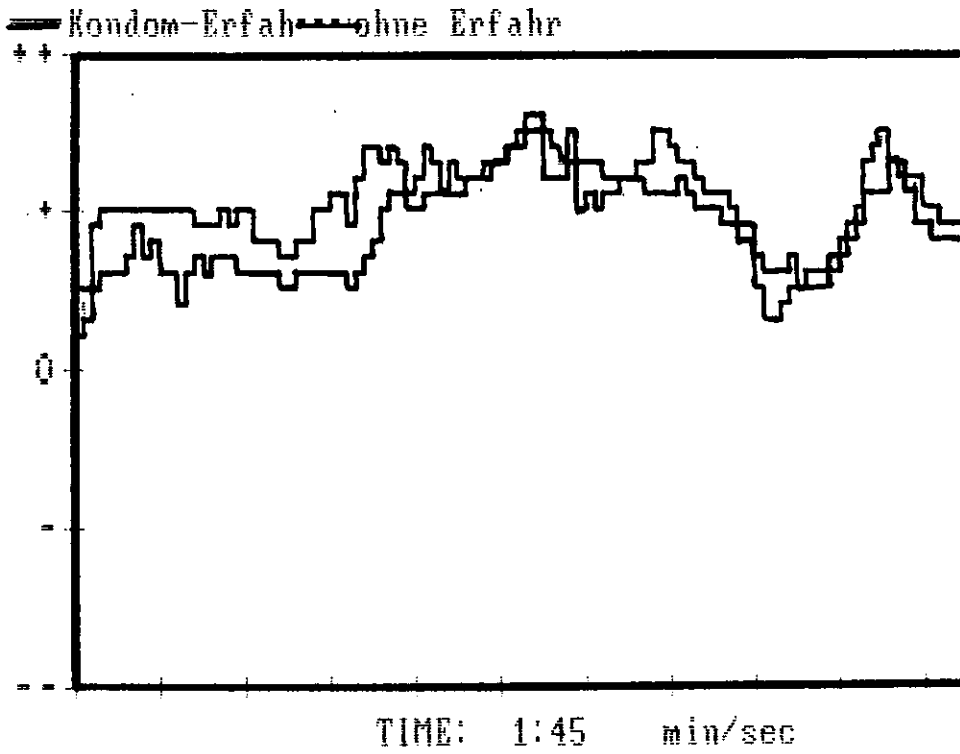


"AIDS Bel Ami"

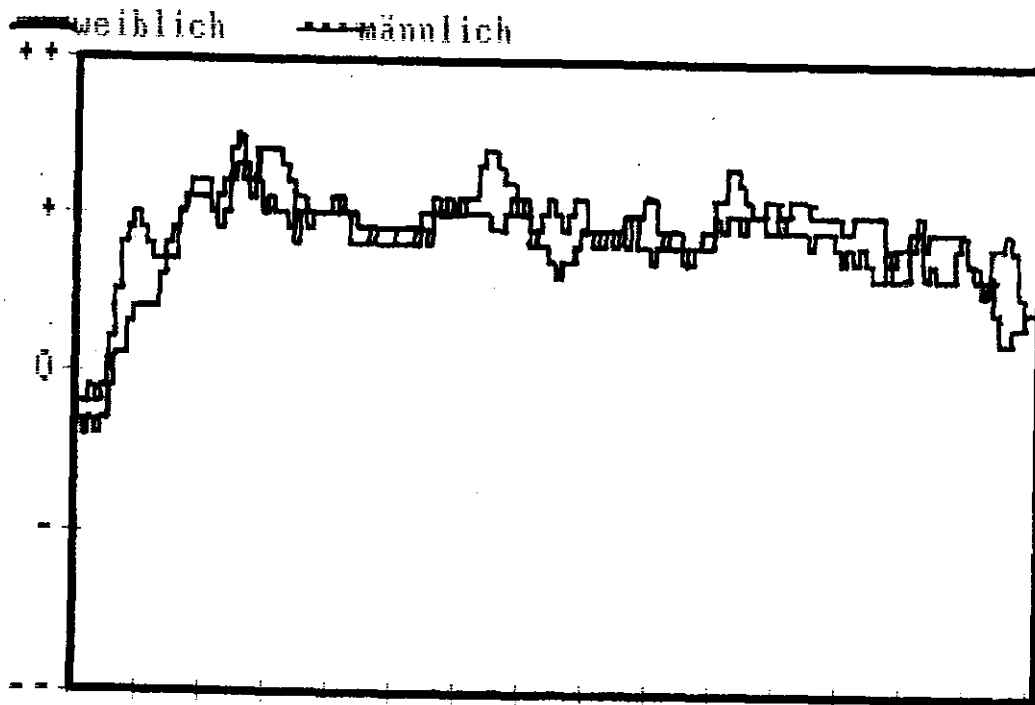


Weil jede Sekunde zählt

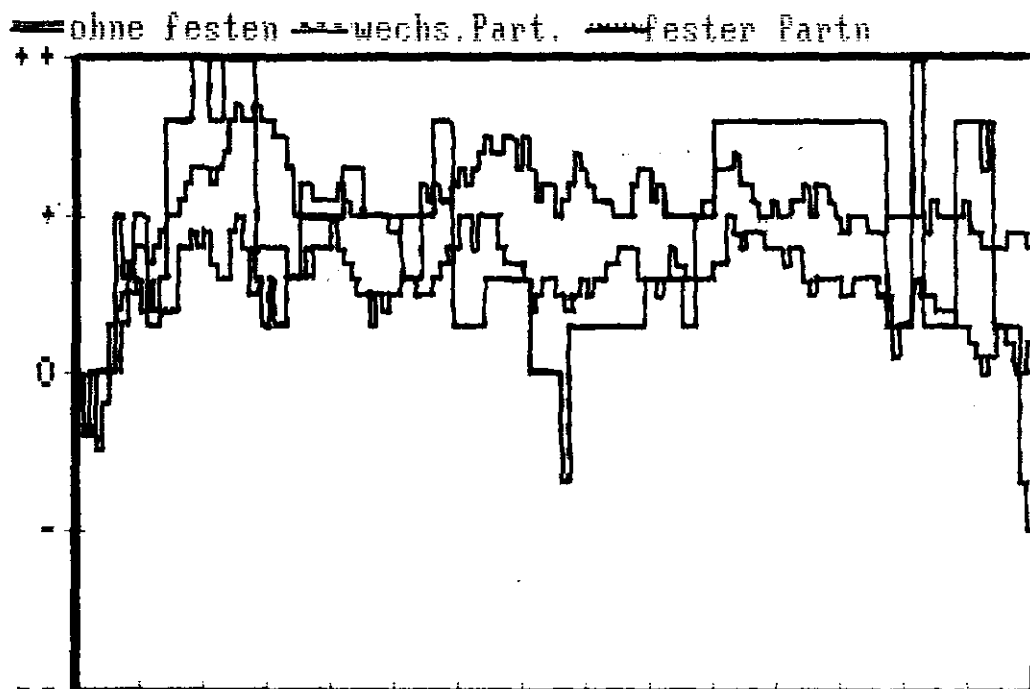
AIDS "Bel Ami"



AIDS "Sicherheit"

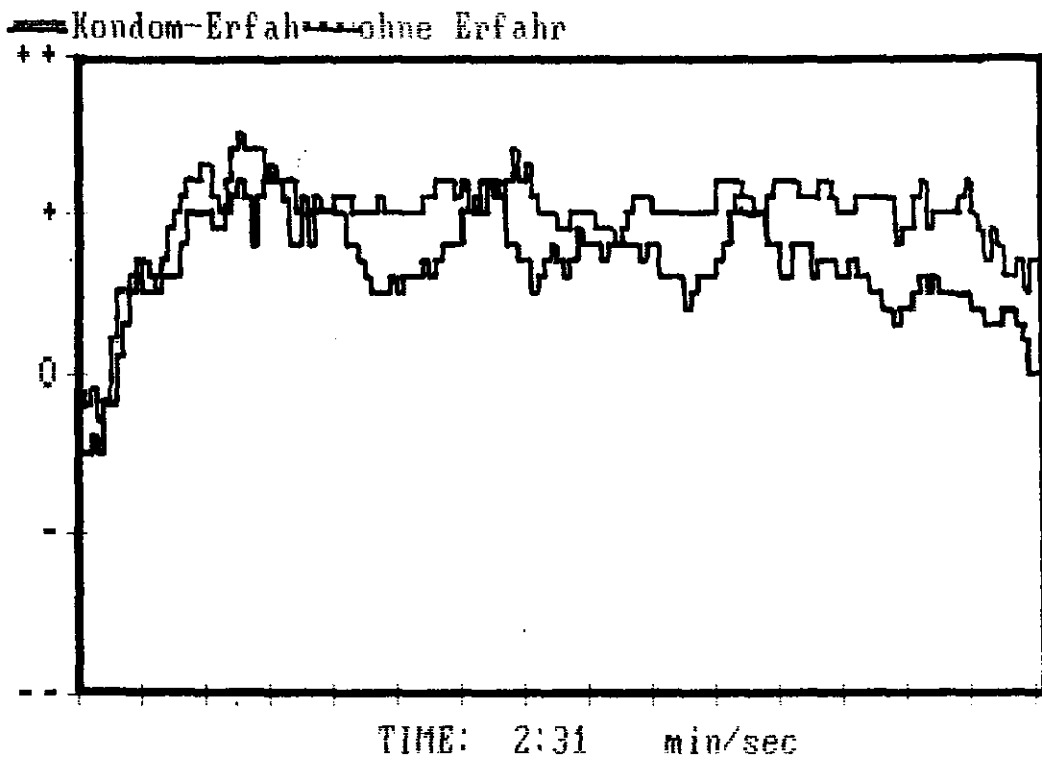
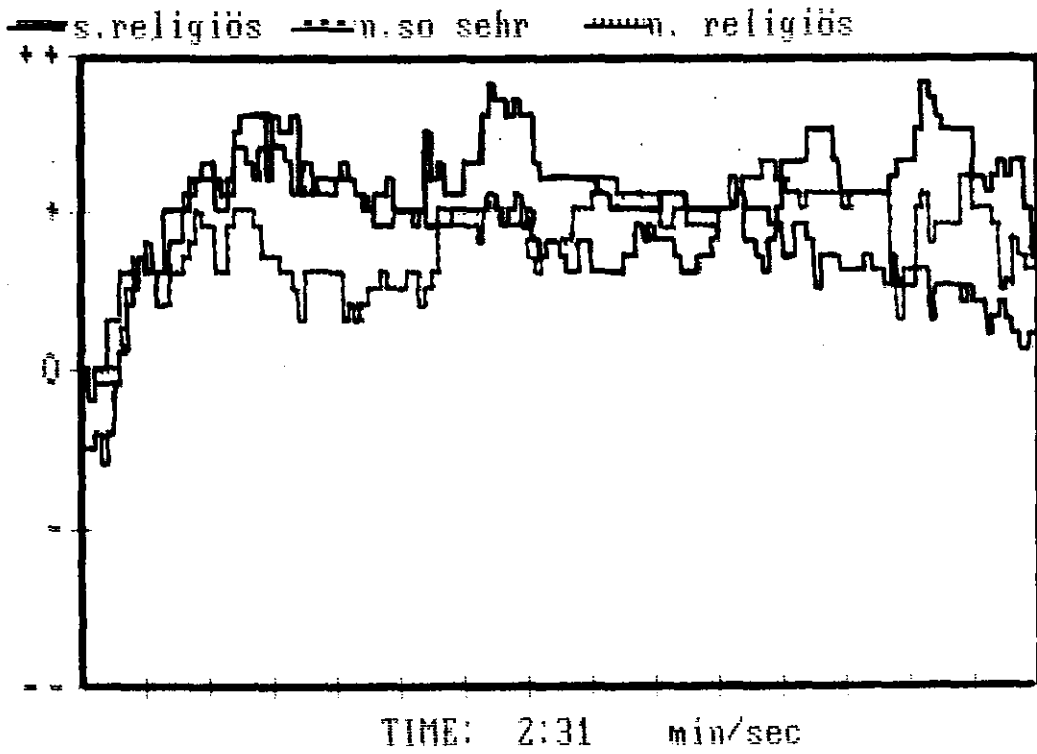


TIME: 2:31 min/sec

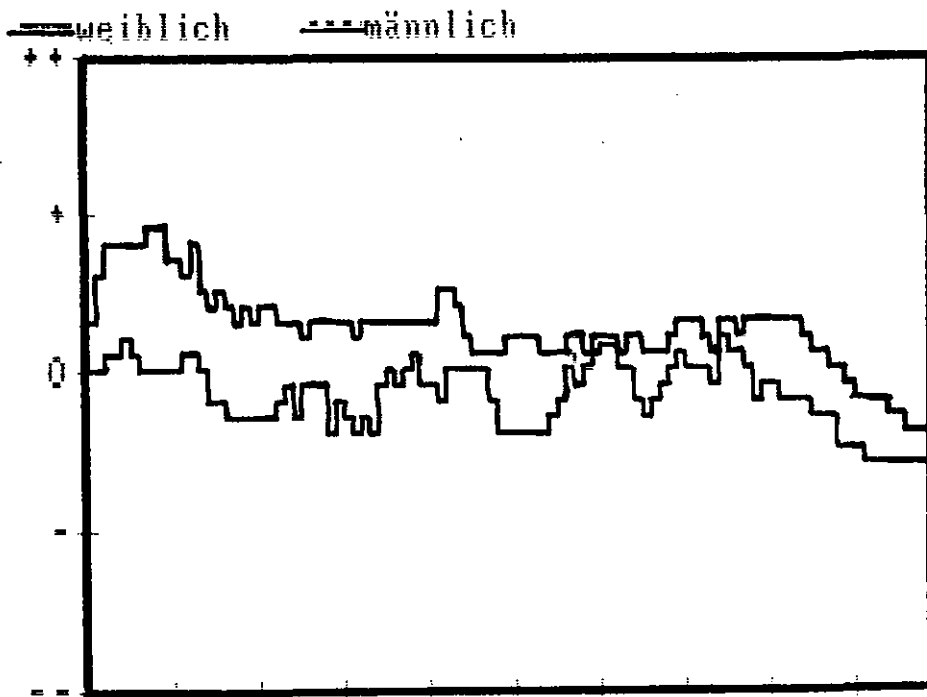


TIME: 2:31 min/sec

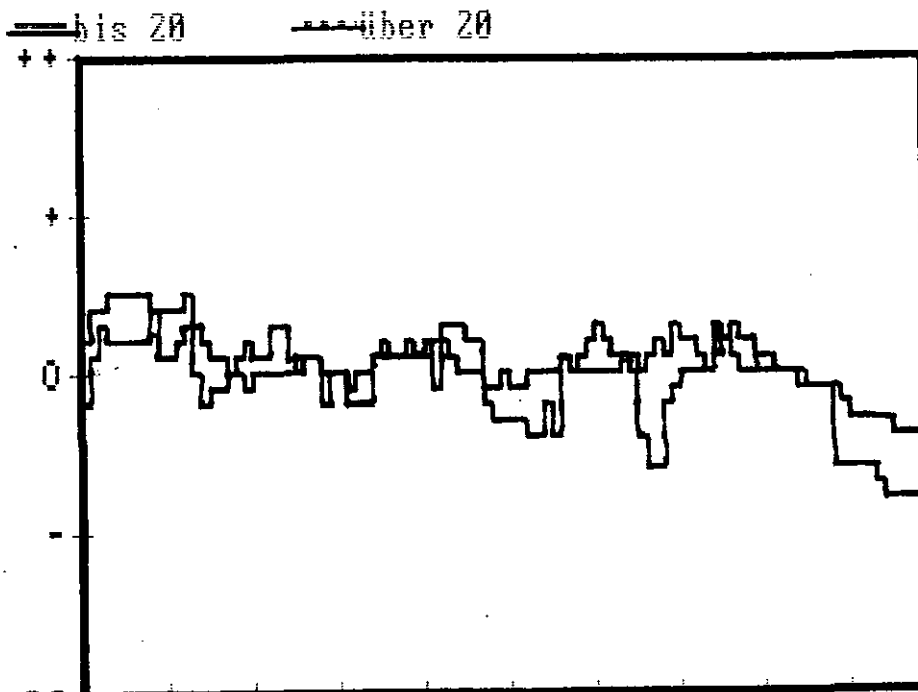
"AIDS Sicherheit"



AIDS "Disco"



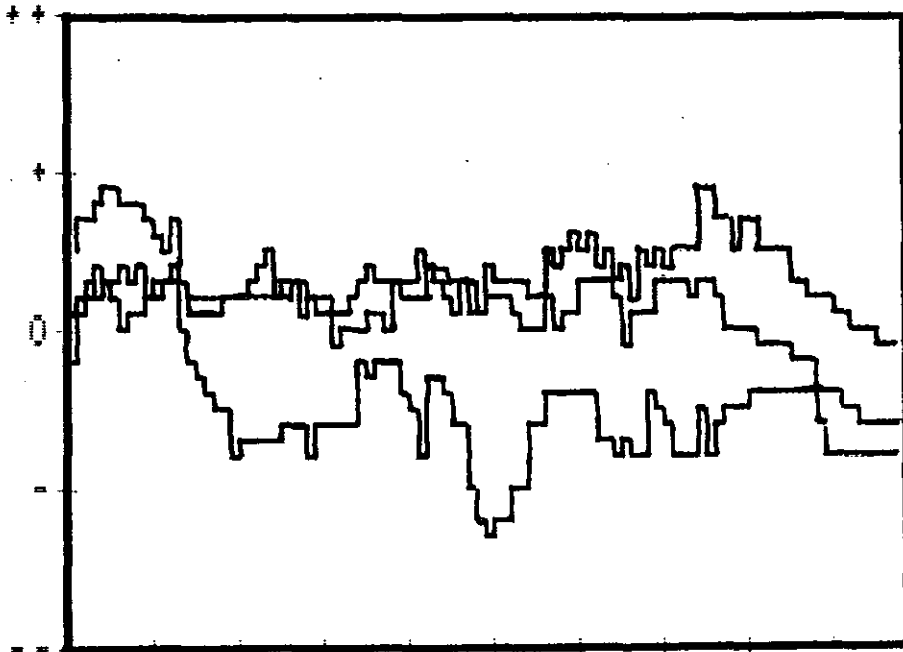
TIME: 1:39 min/sec



TIME: 1:39 min/sec

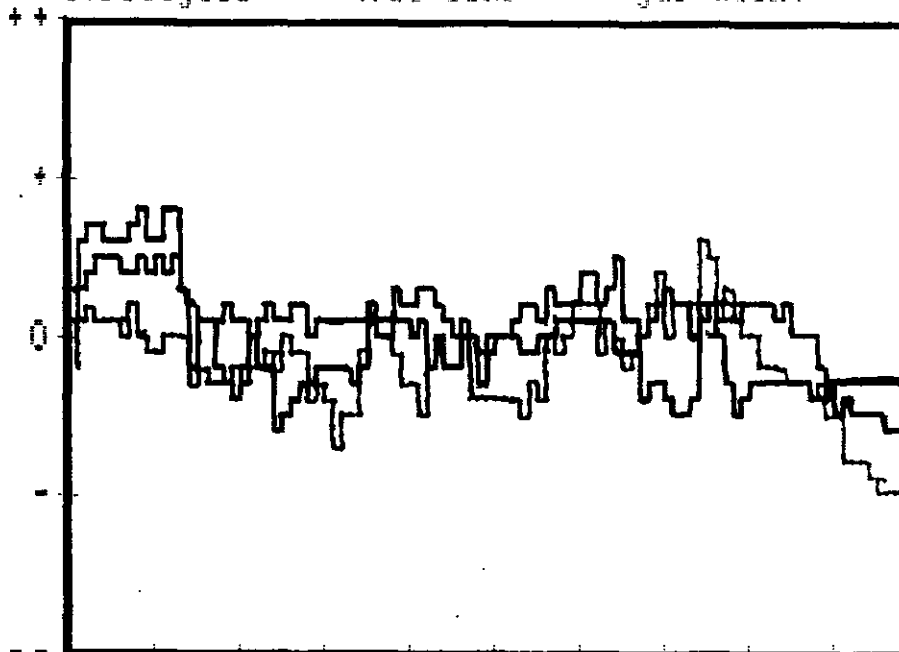
AIDS "Disco

— ohne festen Part. --- wechs. Part. +++ fester Part.



TIME: 1:39 min/sec

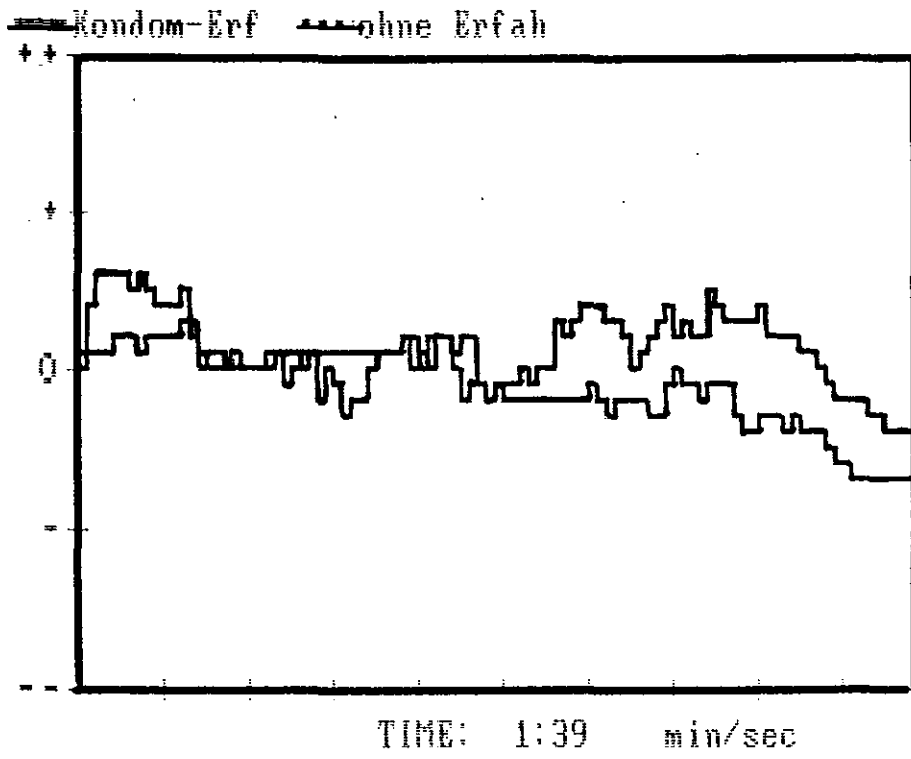
— s. religiös --- n. so sehr +++ gar nicht



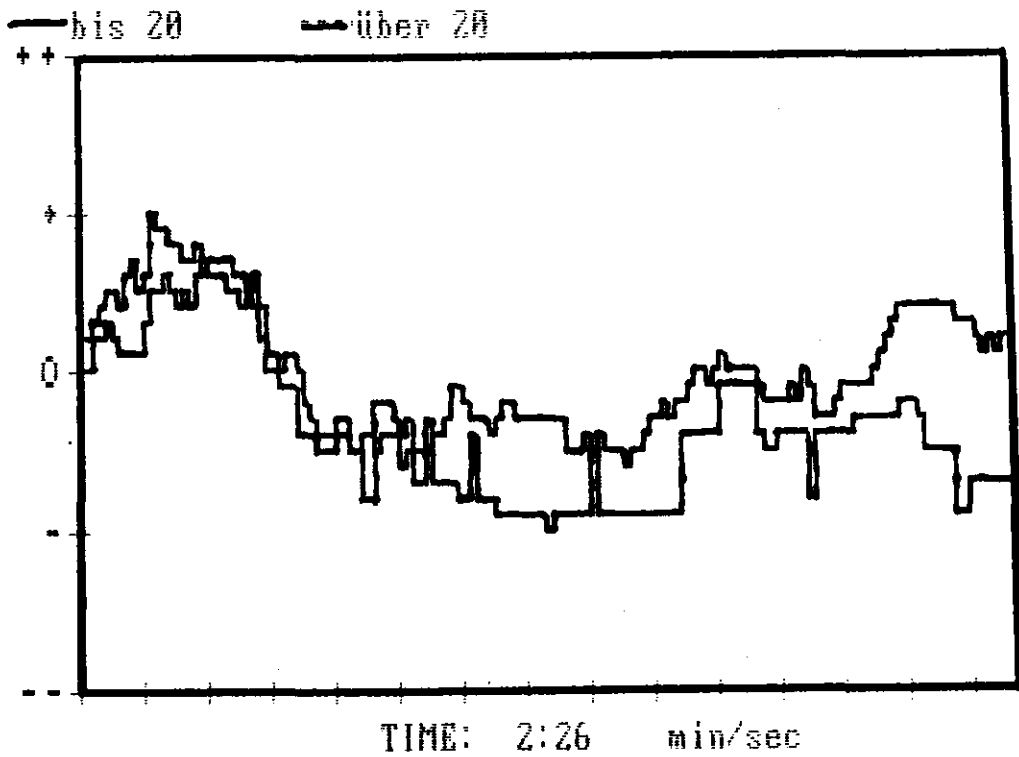
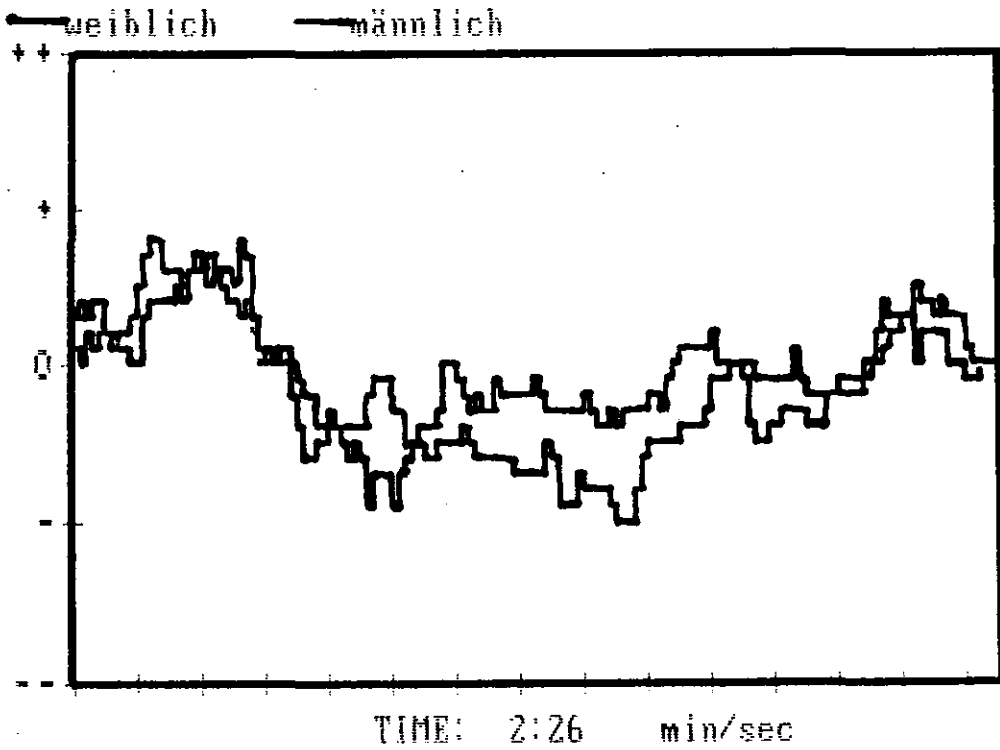
TIME: 1:39 min/sec

Weil jede Sekunde zählt.

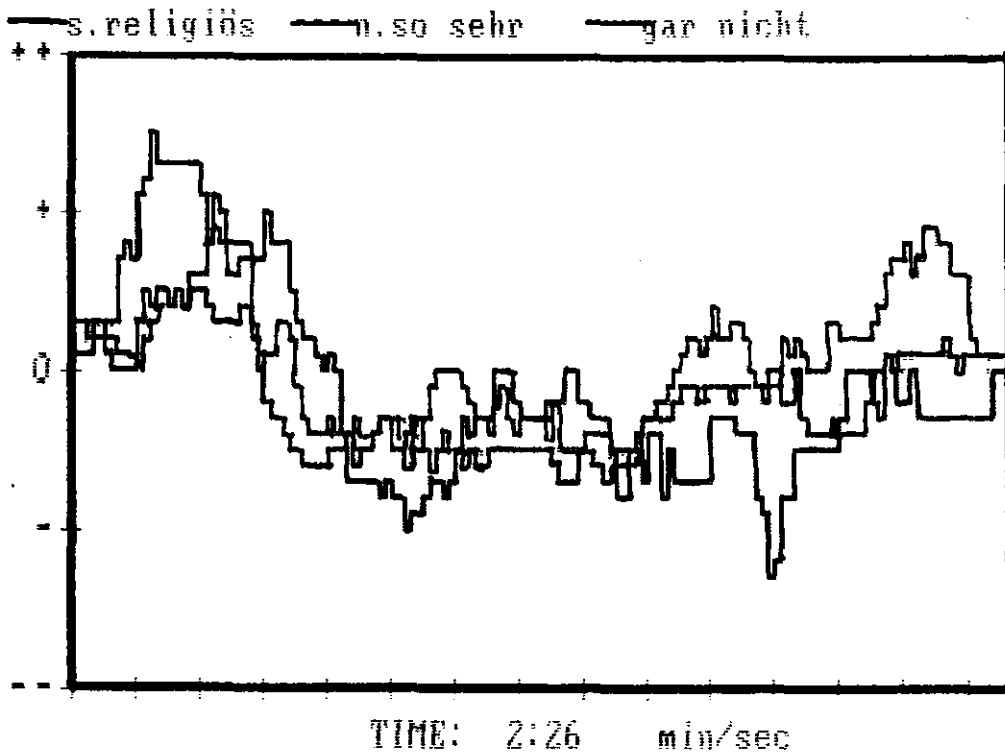
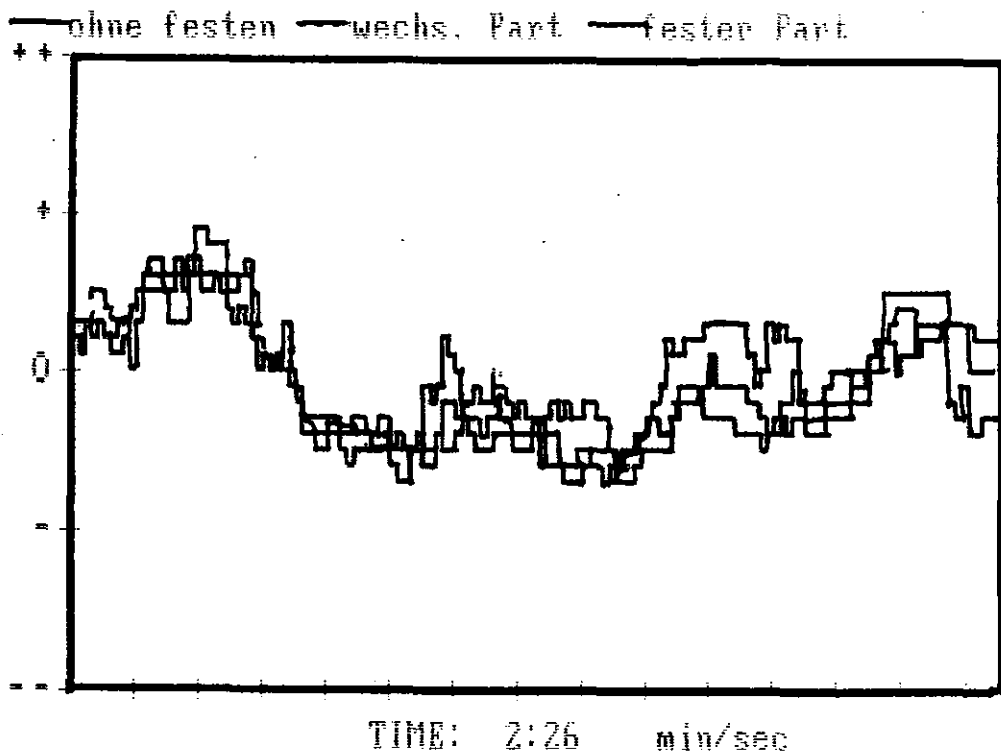
AIDS "Disco"



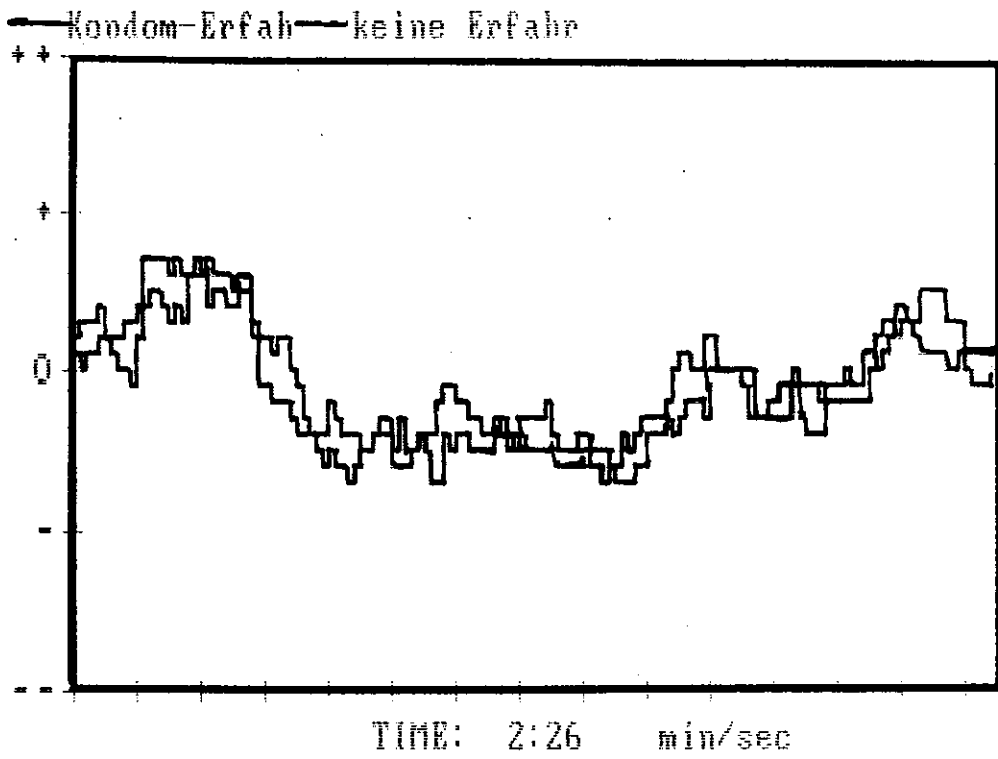
AIDS "Strand"



AIDS "Strand"

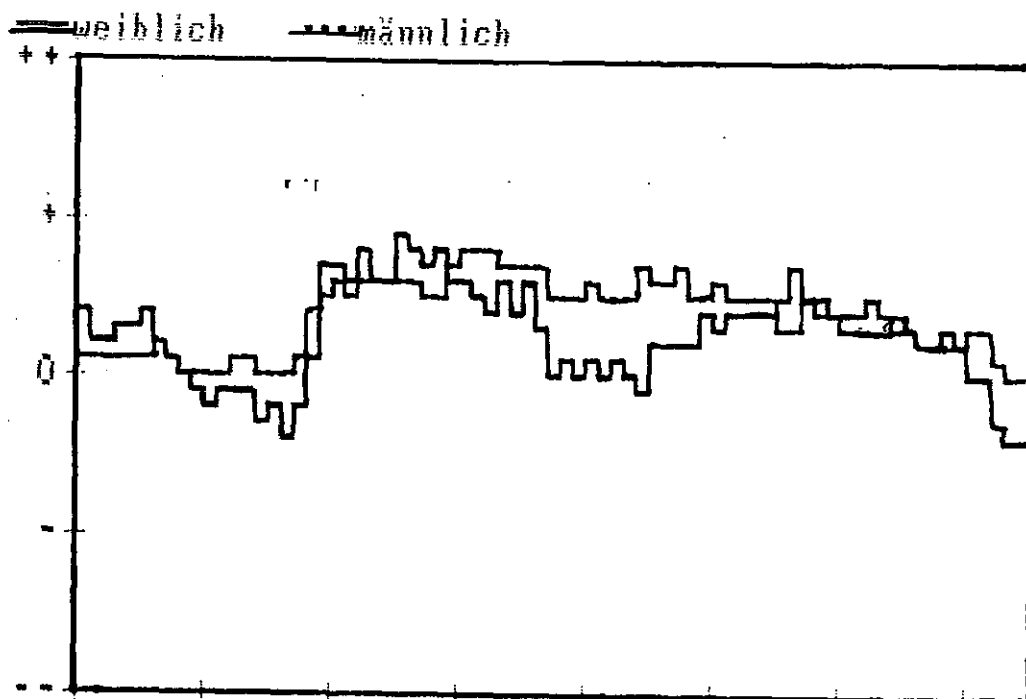


AIDS "Strand"

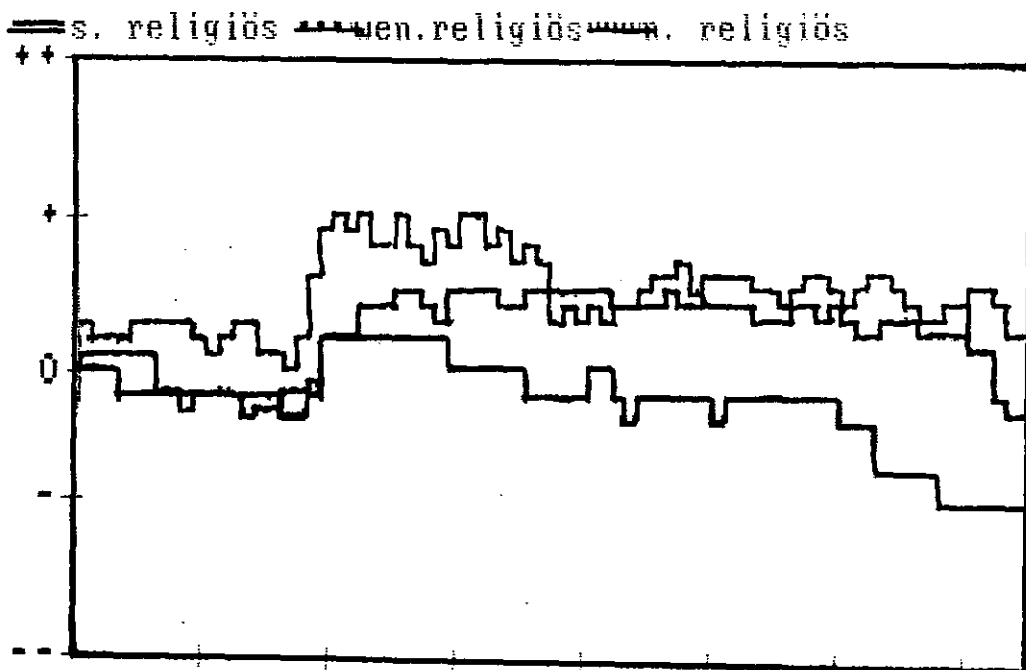


Commercial Check

AIDS "Treue"



TIME: 1:15 min/sec

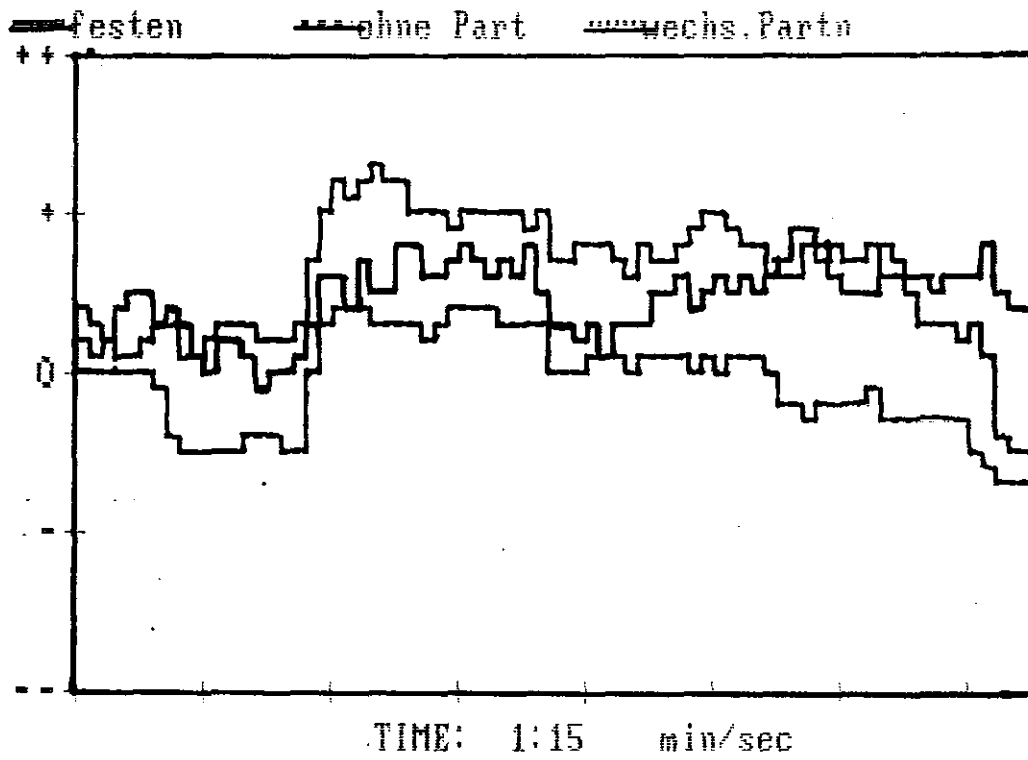
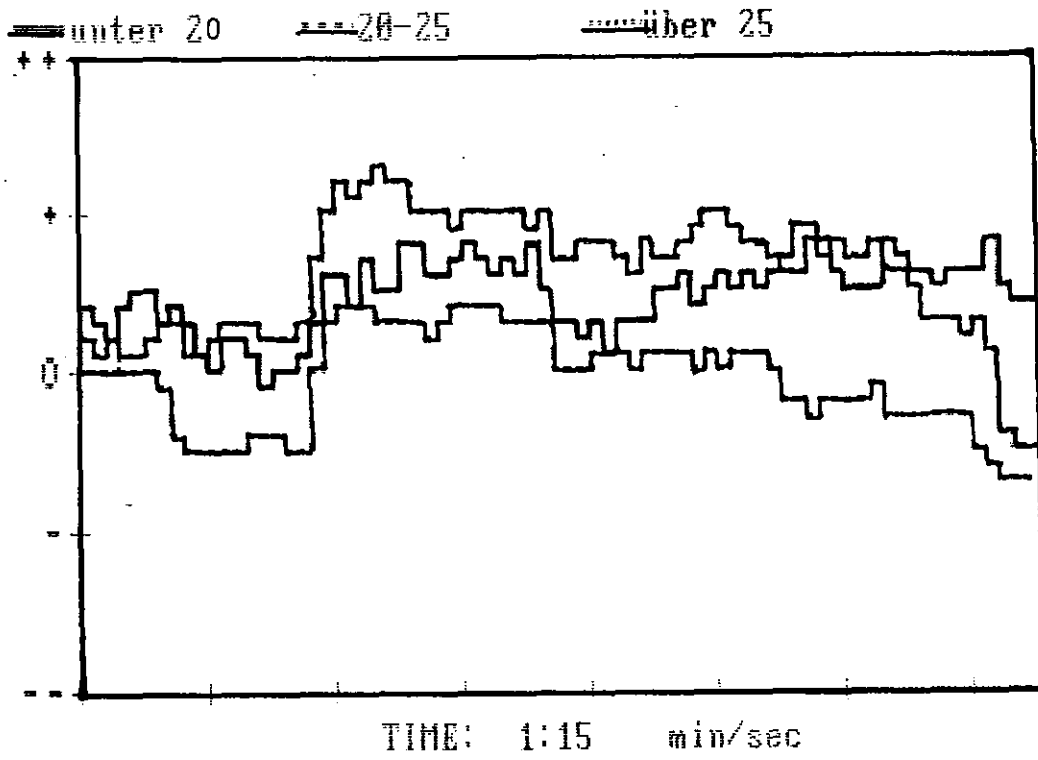


TIME: 1:15 min/sec

Wird jede Sekunde zählt.

Commercial Check

AIDS "Treue"



Wird jede Sekunde zählt

Commercial Check

AIDS " Treue "

