

Zielgruppe

Englisch: Target Audience

PRODUKTION

Die demografische und psychografische Gruppe, für die ein Film bewusst konzipiert wird — Alter, Geschlecht, Einkommen, Geschmack. Bestimmt Budget, Marketing, Schnittfassung und sogar Drehorte.

Die Zielgruppe eines Films bestimmt am Ende fast alles — vom Budget über die Besetzung bis zur Schnittfassung und dem Marketing-Plan. Für wen ein Film gemacht wird, entscheidet darüber, wie er gemacht wird. Das klingt banal, aber viele Projekte scheitern, weil diese Entscheidung entweder zu spät fällt oder gar nicht bewusst getroffen wird. In der Produktion bedeutet das konkret: Gedreht wird für 12-Jährige oder für 35-jährige Cinephile? Für Teenager, die ins Kino wollen, oder für Streamer, die nebenbei schauen? Diese Unterscheidung zieht sich durch alle Abteilungen. Die Bildgestaltung — wie nah die Kamera ans Gesicht geht, wie schnell geschnitten wird — orientiert sich an der Aufmerksamkeitsspanne der jeweiligen Zielgruppe. Ein Action-Film für junges Publikum arbeitet mit kürzeren Takes und prägnanter Musik. Ein Drama für Arthouse-Publikum kann lange Einstellungen halten und mit Stille arbeiten. Die Locations, die Kostüme, die Dialoglänge — alles folgt dieser unsichtbaren Kompassnadel. Beim Schnitt wird es konkreter. Schnitte für das Fernsehen fallen kürzer, einfacher, deutlicher aus — Zielgruppe: Nebenher-Zuschauer. Für Festivals oder Streaming-Plattformen bestehen andere Freiheiten. Manche Zielgruppen ertragen 5 Sekunden schwarzer Leinwand, andere nicht. Manche brauchen ein Happy End, andere lehnen es ab. Das ist nicht oberflächlich — das ist zentral. In der Praxis heißt das: Die Zielgruppe wird früh geklärt. Bevor gedreht wird. Bevor der Erste AD den Stundenplan macht. Bevor die Production Designer die Sets bauen. Der Cinematographer braucht diese Information, um zu entscheiden, ob hartes, kontrastreiches Licht sinnvoll ist (jugendliches Publikum, Action) oder diffuses, samtiges Licht (älteres, anspruchsvolleres Publikum). Die Zielgruppe ist kein Marketing-Gerede — sie ist eine technische Spezifikation. Und sie kann sich während der Postproduktion noch verschieben — aber dann ist klar, dass nachjustiert wird, statt improvisiert.