



DAVID FINCHER

# The Social Network

*„Der offensichtlichste pädagogische Anknüpfungspunkt des facettenreichen Films ist natürlich sein Thema selbst: Das soziale Netzwerk ‚Facebook‘ ist heute das meistbenutzte Netzwerk der Welt – wobei diese Entwicklung sicherlich noch nicht ihren Zenit erreicht hat. Das Thema hat somit direkt mit der Lebenswirklichkeit der Schülerinnen und Schüler zu tun. Im Unterricht bietet sich als Einstieg eine Diskussion über die persönlichen Erfahrungen mit Facebook an.“ kinofenster.de*

## The Social Network

Spielfilm, USA 2010, 35 mm, Farbe, 121 Minuten

<b>Regie</b>	David Fincher
<b>Drehbuch</b>	Aaron Sorkin (nach dem Sachbuch „The Accidental Billionaires“ von Ben Mezrich)
<b>Kamera</b>	Jeff Cronenweth
<b>Schnitt</b>	Kirk Baxter
<b>Musik</b>	Trent Reznor
<b>Produktion</b>	Dana Brunetti
<b>Produktionsfirma</b>	Michael De Luca Productions
<b>Produktionsdesign</b>	Donald Graham Burt
<b>Kinoverleih</b>	Sony Pictures Filmverleih GmbH
<b>Darsteller/innen</b>	Jesse Eisenberg, Justin Timberlake, Andrew Garfield, Rashida Jones, Brenda Song u. a.

<b>Alterskennzeichnung</b>	Ab 12 Jahren (Steiermark: Ab 14 Jahren)
<b>Altersempfehlung</b>	Ab 14 Jahren
<b>Themen</b>	Zugehörigkeit, Außenseiter, Anerkennung, Vertrauen, Verrat, Freundschaft, Geschlechterrollen, Alkohol und Drogen, Jugendkultur, Neue Technologien, Soziale Netzwerkdienste (Social Network, Online-Community), Datensicherheit, Cyber-Mobbing, Filmproduktion, Filmwirtschaft
<b>Unterrichtsfächer</b>	Deutsch, Sozialkunde, Religion und Ethik, Philosophie und Psychologie, Bildnerische Erziehung, Wirtschaftskunde

## Inhalt

1. Hintergrund und Ziele des Unterrichtsmaterials
2. „The Social Network“ – der Film
3. Filmvorbereitung: Nicht-chronologische Erzählweise
4. Filminhalte
  - 4.1 Emotionale Themen des Films
  - 4.2 Die Frauenrollen in „The Social Network“
  - 4.3 Die Darstellung von Alkohol- und Drogenmissbrauch in „The Social Network“
5. Soziale Netzwerkdienste: Facebook, Netlog & Co.
  - 5.1 Facebook oder Netlog?
  - 5.2 Risiken: Datensicherheit in Social Communities
6. Filmwirtschaft
  - 6.1 Zahlen zum Kinofilm in Österreich
  - 6.2 Produktionsbudget und Einspielergebnisse des Films
7. Links
  - Anhang: Arbeitsblätter



### 1. Hintergrund und Ziele des Unterrichtsmaterials

Das Medium Film eignet sich zum fachübergreifenden und fächerverbindenden Lernen. Die Schüler/innen eignen sich Fachwissen in Filmanalyse und -produktion an, lernen den reflektierenden Umgang mit Medien kennen und werden aus unterschiedlichen Fachperspektiven mit komplexen Filmgehalten konfrontiert. Aus diesem modularen Unterrichtsmaterial können Anregungen nach den eigenen Nutzerinteressen ausgewählt werden. Es ist nicht vorgesehen, dass das Material linear durchgearbeitet wird.

Das vorliegende Unterrichtsmaterial basiert auf den „Cultural Studies“, welche auf einen interdisziplinären Ansatz der Kulturanalyse abzielen. Kultur wird dabei als Feld sozialer, politischer und ökonomischer Auseinandersetzungen begriffen, in dessen Kontext den populären Medien eine besondere Bedeutung zukommt. So werden auch die Selbstermächtigung des Publikums und die Machtstrukturen der Medien in Beziehung gesetzt, um (aktuelle) mediale Phänomene – wie spezifische Medienangebote und Medienwirkungen – zu untersuchen.

Weitere Informationen zu diesem Ansatz und zu Filmerziehung als Bestandteil der „Cultural Studies“ bietet das Einführungsheft zu begleitenden Unterrichtsmaterialien für Lehrer/innen auf Basis der „Cultural Studies“, das als Grundlage für alle von filmABC erstellten Unterrichtsmaterialien dient. <http://www.filmabc.at/de/culturalstudies>

Um das Angebot der Unterrichtsmaterialien zu verbessern und noch treffender an den Bedürfnissen der Lehrer/innen auszurichten, bittet filmABC um ein kurzes Feedback zur Nutzung der Hefte. Dazu steht auf [mediamanual.at](http://www.mediamanual.at), wo die Materialien auch als Download zur Verfügung gestellt sind, ein Fragebogen online. [http://www.mediamanual.at/umfrage\\_filmhefte.htm](http://www.mediamanual.at/umfrage_filmhefte.htm)

### 2. „The Social Network“ – der Film

An einem Herbstabend im Jahr 2003 setzt sich Harvard-Student und Computergenie Mark Zuckerberg an seinen PC und beginnt, wie in Rage an einer neuen Idee zu arbeiten. Was in seinem Studenten-Zimmer mit wildem Bloggen und Programmieren seinen Anfang nimmt, entwickelt sich bald zu einem globalen sozialen Netzwerk und löst eine Revolution der bisherigen Kommunikation aus. Nur sechs Jahre und 500 Millionen Freunde später, ist Mark Zuckerberg der jüngste Milliardär aller Zeiten. Doch dieser große Erfolg führt für den Unternehmer auch zu zahlreichen zwischenmenschlichen und juristischen Problemen. Unter der Regie von David Fincher und nach einem Drehbuch von Aaron Sorkin entstand ein Film, der beweist, dass man keine 500 Millionen Freunde haben kann, ohne sich dabei auch ein paar Feinde zu machen. Presstext

### 3. Filmvorbereitung: Nicht-chronologische Erzählweise

„Im klassischen dramatischen Film werden Geschichten, unabhängig davon ob sie in der Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft angesiedelt sind, im Präsens erzählt. Es wird gezeigt, was die Figuren *jetzt tun* und wie sich dieses Handeln in einer definierten Zukunft auswirkt. Die Filmhandlung strebt dieser Zukunft entgegen und endet, wenn das Ziel erreicht oder das Problem des Helden entschieden ist.“ Aus: Benke, Dagmar: Freistil

In die eigentliche Filmerzählung spielen Ereignisse hinein, die schon vor Beginn der im Film erzählten Zeit stattgefunden haben. Je nachdem wie wichtig diese Ereignisse für die erzählte Geschichte sind, werden sie im Film gezeigt, nur angesprochen oder vielleicht gar nicht erwähnt werden. Abgesehen von Rückblenden auf die sogenannte Backstory werden Geschichten in klassischen dramatischen Filmen weitgehend chronologisch vorwärts erzählt. Diese Ordnung von Geschichten wurde seit Anbeginn der Filmgeschichte und in deren Verlauf immer radikaler durchbrochen, wie z. B. in „Memento“ (2000) von Christopher Nolan, „5x2 – Fünf mal zwei“ (2004) von François Ozon, „Before The Rain“ (1994) von Milčo Mančevski. Je mehr die Zuschauer/innen sich an nicht-chronologische Erzählungen gewöhnen, desto mehr kann dieses Mittel eingesetzt werden, um mit ungewohnten Perspektiven Spannung zu erzeugen, Neugier zu wecken und mit Erwartungshaltungen zu spielen. Die Wahl einer nicht-chronologischen Erzählweise ist im besten Fall ein formales Mittel, das den Inhalt optimal unterstützt. In dieser Weise arbeitet auch „The Social Network“ mit Zeitsprüngen.

Die in „The Social Network“ erzählte Geschichte nimmt im Herbst 2003 ihren Anfang und endet mit Rechtsstreitigkeiten ungefähr drei bis vier Jahre später. In den ersten 16 Minuten werden die fiktiven Ereignisse, die den Anstoß zur Facebook-Gründung geben, dramatisiert: Mark Zuckerberg wird von seiner Freundin verlassen, aus Wut programmiert er die Website Facemash.com, mit der er noch in derselben Nacht großes Aufsehen erregt. Danach springt die Erzählung (Flashforward) zum ersten Mal zu den Rechtsstreitigkeiten, in die Mark drei Jahre später verwickelt ist. Im weiteren Verlauf des Films wird aus der Perspektive dieser Rechtsstreitigkeiten, die Haupthandlung in Rückblenden weiter erzählt: Die Zwillinge Winklevoss werden durch den Facemash-Coup auf Mark aufmerksam und verraten ihm ihre Idee für ein exklusives Online-Netzwerk. Mark hält die Winklevoss hin und beginnt stattdessen mit seinem Freund Eduardo Saverin Facebook zu entwickeln, dabei ist Mark für die Programmierung und Eduardo für die Finanzen zuständig. Im Sommer 2004 kommt Sean Parker ins Spiel, der bald Eduardos Job übernimmt. In Folge wird Eduardo aus dem Unternehmen gedrängt. Die Haupthandlung endet im November 2004, an dem Tag, an dem Facebook 1.000.000 Mitglieder überschreitet und an dem Eduardo erkennt, dass er von seinem besten Freund hintergangen wurde.

In den Rechtsstreitigkeiten wird Mark von den Zwillingen Winklevoss beschuldigt, ihre Idee gestohlen zu haben und sein ehemaliger Freund Eduardo will seinen Anteil an Facebook erstreiten. Bei der Darstellung dieser Rechtsstreitigkeiten geht es den Filmemachern nicht darum, den Verlauf der beiden Verhandlungen zu zeigen. Es geht vielmehr darum, mehrere um die Darstellung der Facebook-Entstehung streitende Perspektiven in den Film zu übernehmen. Der Film endet kurz vor Abschluss der Rechtsstreitigkeiten (ca. 2007) damit, dass Mark allein in einem Verhandlungszimmer sitzt und seiner Ex-Freundin eine Facebook-Freundschaftsanfrage schickt.

### Arbeitsauftrag

Filmsichtung, Fragebogen

Ziel: Die Schüler/innen lernen nicht-chronologische Erzählweisen im Film kennen, reflektieren deren Zweck und werden auf deren Verwendung in „The Social Network“ vorbereitet.

### Filmsichtung

Die Schüler/innen sichten paarweise und in Hausarbeit (unter Beachtung der Altersfreigaben) einen der von der Jugendmedienkommission des BMUKK bewerteten, nicht-chronologisch erzählten Filme, wie z. B. „Vergiss mein nicht!“ von Michel Gondry (frei ab 10 Jahren), „Into the Wild“ von Sean Penn (frei ab 10 Jahren), „Speed Racer“ von den Wachowski-Brüdern (frei ab 10 Jahren), „(500) Days Of Summer“ von Marc Webb (frei ab 6 Jahren), „Babel“ von Alejandro González Iñárritu (frei ab 14 Jahren), „21 Gramm“ vom selben Regisseur (frei ab 14 Jahren) oder „Slumdog Millionär“ von Danny Boyle (frei ab 12 Jahren).

### Fragebogen (siehe Arbeitsblatt 1 im Anhang)

Die Schüler/innen beantworten anschließend zu zweit den Fragebogen zur nicht-chronologischen Erzählweise im gesichteten Film.

## 4. Filminhalte

### 4.1 Emotionale Themen des Films

In „The Social Network“ geht es um den Wunsch nach Zugehörigkeit und Anerkennung, um Demütigung und Rache, um Misstrauen und Verrat. Drehbuchautor Aaron Sorkin erzählt in „The Social Network“ eine Geschichte, die zwar auf wahren Begebenheiten aufbaut, aber nicht den Anspruch erhebt, eine authentische Biografie zu sein. Die Figur von Mark Zuckerberg ist eine Schöpfung des Drehbuchautors und mit dem echten Mark Zuckerberg nicht identisch.

Bei einem Barbesuch verwickelt Harvard-Student Mark Zuckerberg Freundin Erica in ein Gespräch über die exklusiven Final Clubs in Harvard. Er möchte unbedingt in einen Club wie Phoenix oder Porcellian aufgenommen werden. Erica ist zunehmend abgestoßen von dem Gespräch und als Mark sich abschätzig über ihre Ausbildung äußert, macht sie mit ihm Schluss. Mark kehrt in seine Studentenbude zurück und rächt sich an Erica, indem er sich auf seinem Blog unter Alkoholeinfluss abschätzig über sie äußert. Parallel dazu programmiert er eine Website namens Facemash, auf der die Nutzer per Mausclick die Attraktivität zweier Frauen vergleichen und bewerten können. Den Algorithmus für den Bildervergleich liefert ihm sein bester Freund Eduardo Saverin. Facemash verursacht noch in derselben Nacht im Universitätsnetzwerk so viel Aktivität, dass die Verbindung zum Server unterbrochen wird. Mark muss sich anschließend vor einem Gremium der Universität für den Vorfall verantworten.

Die Berichte über die Website und deren beeindruckende Klick-Zahlen machen aber die ebenfalls in Harvard studierenden Zwillinge Cameron und Tyler Winklevoss und ihren Kommilitonen Divya Narendra auf Mark aufmerksam. Das Trio, das dem elitären Porcellian Club angehört, ist auf der Suche nach einem Programmierer für ihre Website „Harvard Connection“, einem sozialen Netzwerk, das sich von Portalen wie Friendster und MySpace durch seinen exklusiven Charakter unterscheiden und Harvard-Student/inn/en online miteinander verbinden soll. Nach einem von Mark scheinbar als demütigend empfundenen Gespräch, in dem sie ihm ihre Idee erläu-

tern, sagt er spontan zu, sie zu unterstützen. Er ist dann aber für das Trio mehrere Wochen nicht mehr erreichbar. Während dieser Zeit arbeitet er an seiner eigenen Website, die er thefacebook.com nennt. Unterstützt wird er dabei von seinem Freund Eduardo Saverin, von Dustin Moskovitz und Chris Hughes. Hierbei handelt es sich um eine Website, die von Student/inn/en als Online-Community, bzw. Netzwerkdienst genutzt werden kann, auf der sie Profile mit Bildern anlegen können. Das ermöglicht ihnen, anderen Einblick in ihr College-Leben zu geben und sie bekommen umgekehrt Einblick in deren Profile. Mit thefacebook.com soll das gesamte soziale College-Leben – angefangen von den Vorlesungen, die jemand besucht, bis zu Privatfotos – online dargestellt werden. Als die Website ein paar Wochen später online geht, müssen die Zwillinge Winklevoss erkennen, dass Mark sie hingehalten hat, während er eine Idee verwirklicht hat, die der ihren zumindest sehr ähnlich ist. Während Mark und Eduardo thefacebook.com ausbauen und auf andere Universitäten ausweiten, versuchen die Brüder Winklevoss gegen Mark vorzugehen. Vor dem Gerichtsweg schreckt aber zumindest einer der Brüder zunächst zurück.

Die Website wächst unglaublich schnell und Mark beschließt, mit seinen Programmierern nach Palo Alto im Silicon Valley zu übersiedeln. Eduardo will den Sommer in New York City verbringen, wo er mit mäßigem Erfolg versuchen wird, Investoren zu finden. Derweil taucht bei Mark in Palo Alto ein anderer Mann auf: Sean Parker. Der einstige Mitgründer der Musikausbörse Napster, der sich mit mehreren, wenn auch kommerziell mäßig erfolgreichen, so doch revolutionären IT-Start-Ups einen legendären Ruf erworben hat, sieht seine Chance gekommen, endlich Geld zu verdienen. Mark bleibt vom Interesse und der Aufmerksamkeit dieses legendären Mannes nicht unbeeindruckt. Parker lockt Mark mit der Aussage: „Eine Million Dollar ist nicht cool. Weißt du, was cool ist? Eine Milliarde!“ Sean Parker stellt den Kontakt zu Peter Thiel, dem Mitbegründer des Online-Bezahlsystems PayPal her, der Facebook mit einer erheblichen Summe finanziell unterstützen wird. Eduardo kommt von New York City nach Palo Alto und muss feststellen, dass Sean Parker seinen Platz eingenommen hat. Mark gibt ihm zu verstehen, dass er mitziehen muss, wenn er nicht zurück gelassen werden will. Nach einem heftigen Streit kommt es doch noch zur Vertragsunterzeichnung mit den neuen Investoren. Die Unterschrift, die Eduardo voreilig unter den Vertrag setzt, wird er bald bereuen, denn ein paar Monate später werden seine Anteile durch eine Kapitalerhöhung im Gegensatz zu denen aller anderen Gründer erheblich reduziert. Eduardo verklagt daraufhin Mark. Ebenso gehen nun auch die Winklevoss-Zwillinge und Narendra rechtlich gegen Mark vor, dem sie Diebstahl geistigen Eigentums vorwerfen.

### **Arbeitsauftrag**

Fragebogen, Diskussion

Ziel: Die Schüler/innen analysieren die Hauptfigur und reflektieren die emotionalen Themen im Film und setzen sie zu den eigenen Erfahrungen in Bezug.

### **Fragebogen** (siehe Arbeitsblatt 2 im Anhang)

Die Schüler/innen beantworten den Fragebogen zur fiktiven Figur von Mark Zuckerberg.

### **Diskussion**

Die Schüler/innen sammeln die bewussten und unbewussten Bedürfnisse und Motivationen von Mark und reflektieren, wie sie zu seinem Verhalten in Bezug stehen könnten.



#### 4.2 Die Frauenrollen in „The Social Network“

Die Frauenrollen in „The Social Network“ haben die eine oder andere Kritik hervorgerufen, unter anderem wurde das Frauenbild im Film auch von der Jugendmedienkommission des BMUKK als bedenklich eingestuft. Daher sollen die Frauenrollen hier näher betrachtet werden.

Auch wenn sie nur zwei wichtige Szenen hat, so ist Erica Albright in gewisser Weise doch die wichtigste Frauenfigur in „The Social Network“, unter anderem weil sie als der Katalysator für Marks Geschichte dargestellt wird. Erica Albright ist eine schlagfertige und selbstbewusste junge Frau, die wenig Verständnis für Frauen hat, die ihre weiblichen Reize dazu benutzen, um Zugang zum exklusiven Harvard-Zirkel zu bekommen. Genauso wenig Verständnis hat sie für Marks Obsession mit den Harvard-Clubs. Nachdem Erica Albright mit Mark Zuckerberg Schluss macht, beleidigt er sie auf seinem Blog, indem er ihre Familie und ihre Ausbildung herab würdigt und sich abfällig über ihre BH-Größe äußert. Um sich von seiner Enttäuschung abzulenken, macht er aber noch etwas anderes: Er programmiert eine Website, auf der die Gesichter von Frauen verglichen und bewertet werden können. Während Mark am Computer sitzt wird anderswo am Universitäts-Campus gefeiert: Es wird auf eine Party im elitären Phoenix Club geschnitten, wo gerade ein Bus ankommt, dem viele Mädchen in kurzen Röcken entsteigen, die mit begehrten Harvard-Studenten feiern wollen. Die exklusive Party im Phoenix Club wird immer ausgelassener, irgendwann tanzen zwei Mädchen halbnackt auf einem Tisch. Währenddessen geht bei Mark im Zimmer Facemash online.

Zwar ist im Film schon ganz zu Anfang von dem Bus die Rede, der Mädchen auflesen soll, die mit „dem zukünftigen Finanzminister“ Party machen wollen und der Film zeigt in Folge dann auch Mädchen, die dem zu entsprechen scheinen, mit Erica Albright spielt im Film aber ein anderer Typus eine zentrale Rolle: Sie wird als diejenige dargestellt, die bis zum Schluss souverän bleibt. Im Gegensatz dazu schneidet ein anderer Frauentyp weniger gut ab: Christy, das Groupie, das Eduardo anspricht, mit ihm Sex am Klo hat und später seine Freundin wird, steht am Ende als eifersüchtige Verrückte da. Drehbuchautor Aaron Sorkin hat sich in „The Social Network“ nicht allzu sehr um differenzierte, vielschichtige Frauenrollen bemüht: Auf der einen Seite gibt es viele gut aussehende Groupies, die nicht viel zu sagen haben. Auf der anderen Seite gibt es eine als ernsthaft und mitleidlos gezeichnete junge Frau, die ihren Weg geht. Diesem Typus entsprechen andere Frauen, die im späteren Verlauf des Films präsent sind: Die Anwältinnen. Diese spielen allerdings nur Nebenrollen in dieser Geschichte.

**Arbeitsauftrag**

Brainstorming, Diskussion

Ziel: Die Schüler/innen sollen die Frauenrollen im Film reflektieren und sich eine Meinung bilden, wie die Frauentypen im Film bewertet werden.

**Brainstorming**

Auf Zuruf werden an der Tafel alle Frauenfiguren (Erica, Christy u. a.), an die sich die Schüler/innen erinnern können, und alle Frauentypen (ehrgeizige Studentin, Party-girl, Groupie, Karrierefrau), die im Film vorkommen, gesammelt.

**Diskussion**

Die Schüler/innen diskutieren darüber, wie die Frauentypen im Film bewertet werden und wie realistisch sie sind.

**Weiterführende schriftliche Aufgabe:**

Schreibe einen kurzen Kommentar bezüglich der Frauenrollen/-typen und deren Wertung im Film (ca. 100 bis 150 Wörter).

**4.3 Die Darstellung von Alkohol- und Drogenmissbrauch in „The Social Network“**

Das Thema Alkohol und Drogen ist kein zentrales Thema des Films und wird nur in wenigen Szenen explizit thematisiert. Der Konsum von Alkohol wird aber in zahlreichen Szenen zur Darstellung des studentischen Lebens gezeigt. Alkohol und Drogen spielen auch in Schlüsselszenen bzw. für Wendepunkte im Film eine wesentliche Rolle. Zum Beispiel ist Mark Zuckerberg beim Programmieren von Facemash alkoholisiert und Kokain spielt eine wichtige Rolle in der letzten Szene zwischen Mark Zuckerberg und Sean Parker. Da diese Szenen von der Jugendmedienkommission des BMUKK vom Standpunkt des Jugendschutzes kritisch betrachtet werden und weil Alkoholkonsum für Jugendliche ein wichtiges Thema ist, bietet dieses Material Vorschläge, den im Film als selbstverständlich dargestellten Konsum von Alkohol und Drogen im Unterricht zu thematisieren.

**Arbeitsauftrag**

Brainstorming, Diskussion

Ziel: Die Schüler/innen reflektieren die Darstellung von Alkohol- und Drogenkonsum im Film und setzen sich kritisch mit dem Thema Alkohol- und Drogenkonsum auseinander.

**Brainstorming**

Die Schüler/innen sammeln an der Tafel auf Zuruf alle wichtigen Szenen im Film, in denen Alkohol und Drogen vorkommen.

**Diskussion**

Ausgehend vom Ergebnis des Brainstormings diskutieren die Schüler/innen wie der Konsum von Alkohol und Drogen dargestellt wird und welche Rolle Alkohol oder Drogen für die Entwicklung der Geschichte bzw. für den weiteren Verlauf der Handlung spielen.



### Zur Vertiefung des Themas eignen sich exemplarisch folgende Projekte:

#### **Alkohol – die unterschätzte Alltagsdroge (Übungsprojekt)**

Mithilfe von Arbeitsblatt und Schaubild aus der Unterrichtseinheit „Alkohol – die unterschätzte Droge“ (Medienpaket „Sozialpolitik“ der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e.V.) können der steigende exzessive Alkoholkonsum bei Jugendlichen thematisiert und besondere Risikogruppen identifiziert werden. In das Auswertungsgespräch können die Schüler/innen ihre eigenen Erfahrungen mit Alkohol einbringen. Details unter:

[http://www.sozialpolitik.com/webcom/show\\_article.php/\\_c-56/\\_nr-21/i.html](http://www.sozialpolitik.com/webcom/show_article.php/_c-56/_nr-21/i.html)

#### **Drogen, ihre Wirkung und Gefahren (Übungsprojekt)**

In diesem Projekt der Service- und Informationsplattform Lehrer-Online sollen sich Jugendliche über Drogen und deren Gefahren informieren, aber auch persönliche Erfahrungen mit dem Thema diskutieren. Details unter:

<http://www.lehrer-online.de/drogenprojekt.php?sid=85426763182833804126727492751810>

## **5. Soziale Netzwerkdienste: Facebook, Netlog & Co.**

### **5.1 Facebook oder Netlog?**

Eine Studie des Instituts für Jugendkulturforschung hat ergeben, dass die meist genutzten Plattformen der Wiener Kinder und Jugendlichen Netlog und Facebook sind. MySpace folgt schon etwas abgeschlagen, schuelerVZ beziehungsweise studiVZ werden nur vereinzelt genannt. Der Studie zufolge findet der Einstieg in die Communitywelt in jungen Jahren häufig über Netlog statt. Die Jugendlichen wachsen mit der Zeit aus Netlog heraus und wechseln dann häufig zu Facebook. Umgekehrt grenzen sich die „Kids“ bewusst von der „erwachseneren“ Community Facebook ab. Zum Teil werden aber beide Plattformen genutzt, um über Netlog mit jüngeren und über Facebook mit älteren Personen Kontakt zu halten.

Netlog punktet besonders bei den angebotenen Spielen, dem spielerischen Umgang mit den Profilen und der stärkeren Öffentlichkeit (die Profile sind generell besser einsehbar als bei Facebook), die es erlaubt, ein exakteres Bild von anderen User/inne/n zu bekommen und neue Leute kennen zu lernen. Gleichzeitig lädt diese Offenheit aber auch vermehrt dazu ein, „gefakte“ (erfundene) Profile zu generieren. Die Designmöglichkeiten von Netlog erlauben, dem eigenen Profil einen stärkeren (im Vergleich zu Facebook) individuellen Charakter zu verpassen beziehungsweise die eigene Person besser und umfangreicher zu inszenieren. Verstärkt wird Netlog von männlichen Jugendlichen – dies zeigt sich beispielsweise deutlich bei den Probanden mit Migrationshintergrund, auch wenn diese bereits 18 sind – zum Anbahnen von Kontakten mit dem weiblichen Geschlecht genutzt.

Facebook wird als privater, älter, international und als die größere Community gesehen. Facebook gilt weniger zur schnellen Anbahnung von Kontakten (Aufreißen), als vielmehr für die Kommunikation mit Freund/innen und älteren Personen aus dem Verwandten- oder Bekanntenkreis geeignet. Die Möglichkeiten, sich zu inszenieren, sind bei Facebook nach Ansicht der Proband/innen im Vergleich zu Netlog deutlich eingeschränkter. Dem Inszenierungsaspekt kommt somit bei Netlog eine weit stärkere Bedeutung zu. Aus: jugendkultur.at: Safer Internet. Qualitative Studie über Chancen und Gefahren von Social Communities. [http://www.jugendkultur.at/Bericht\\_Safer%20Internet\\_qualitativ\\_Online\\_Version.pdf](http://www.jugendkultur.at/Bericht_Safer%20Internet_qualitativ_Online_Version.pdf)



## 5.2 Risiken: Datensicherheit in Sozialen Netzwerkdiensten

Ein kompetenter Umgang mit Plattformen wie Facebook ist schon für erwachsene Nutzer/innen eine Herausforderung; bei Jugendlichen kommen zusätzlich entwicklungstypische Motive – Autonomiestreben, Identitätsentwicklung, Integration in die Peergroup, Erproben sozialer Beziehungen – sowie ihr teilweise noch begrenzter Erfahrungshorizont ins Spiel, wenn es um die Abschätzung von Risiken und die Suche nach Orientierungspunkten für das eigene Online-Handeln geht. Das Bewusstsein, mit dem Jugendliche in populären Sozialen Netzwerkdiensten wie facebook.com, netlog.com oder myspace.com persönliche Informationen preisgeben, ist sehr unterschiedlich. Ein unvorsichtiger Umgang wird u. a. auch von den Sozialen Netzwerkdiensten, bzw. Online-Plattformen selber gefördert, die dazu auffordern, sich mit umfangreichen Angaben zur eigenen Person zu präsentieren und die mit Hinweisen auf die Risiken solcher Veröffentlichungen zurückhaltend sind; hinzu kommt, dass Online-Freunde, die ja häufig auch Offline-Freunde sind, durch zusätzliche Informationen (Kommentare, Fotos etc.) dazu beitragen können, dass mehr Persönliches bekannt wird, als den Betreffenden recht sein kann.

Die Jugendlichen lernen Soziale Netzwerkdienste über ihre Freunde kennen, von denen sie auf bestimmte Risiken aufmerksam gemacht werden und an deren Nutzerverhalten sie sich in Folge häufig orientieren. Eltern sind nur dann Informationsquelle für die Nutzung der Plattformen, wenn sie diese selber benutzen, bzw. wenn sie sich damit auskennen. Lehrer/innen werden häufig als voreingenommen empfunden und daher als Informationsquelle nicht wahrgenommen. Aus: Wagner, Ulrike / Brüggem, Nils / Gebel, Christa: Persönliche Informationen in aller Öffentlichkeit? Ergebniszusammenfassung einer Teilstudie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien zu „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“.

[http://www.jff.de/dateien/JFF\\_Kurzfassung\\_Datenschutz\\_Persoenslichkeitsrechte.pdf](http://www.jff.de/dateien/JFF_Kurzfassung_Datenschutz_Persoenslichkeitsrechte.pdf)

### Arbeitsauftrag

Begriffsdefinition, Fragebogen, Brainstorming

Ziel: Die Schüler/innen definieren den Begriff „Sozialer Netzwerkdienst“, reflektieren ihr Nutzerverhalten in Sozialen Netzwerkdiensten und werden für die Risiken sensibilisiert.

### Begriffsdefinition

Die Schüler/innen definieren den Begriff „Sozialer Netzwerkdienst“ (Entstehung, Bedeutung, Funktionen, Anbieter usw.).

### Fragebogen (siehe Arbeitsblatt 3 im Anhang)

Die Schüler/innen beantworten den Fragebogen zum Nutzer- und Sicherheitsverhalten in Sozialen Netzwerkdiensten.

### Brainstorming

Die Schüler/innen sammeln anschließend auf Zuruf an der Tafel alle Angebote von Netzwerkdiensten und deren Risiken und entwerfen einen Leitfaden zum Verhalten in Sozialen Netzwerkdiensten. Dieser kann z. B. im Schulgebäude oder im Computerraum ausgehängt werden.

### Zur Vertiefung: Checkliste im Umgang mit sozialen Netzwerken

Um mehr Sicherheit im Umgang mit sozialen Netzwerken zu gewinnen, kann die Einhaltung einfacher Regeln hilfreich sein. Die folgende Liste der Service- und Informationsplattform Lehrer-Online kann gemeinsam mit den Schüler/innen durchgegangen und als Leitfaden an die Hand gegeben werden (Empfehlung ab dem zwölften Lebensjahr).

[http://www.lehrer-online.de/dyn/bin/822475-822481-1-microsoft\\_word\\_-\\_checkliste\\_im\\_umgang\\_mit\\_sozialen\\_netzwerken\\_format.pdf](http://www.lehrer-online.de/dyn/bin/822475-822481-1-microsoft_word_-_checkliste_im_umgang_mit_sozialen_netzwerken_format.pdf)

### Fall des Monats: Mehr Sicherheit in sozialen Netzwerken

Dieser Beitrag hilft Lehrer/innen dabei, Schüler/innen im Rahmen der Berufsvorbereitung für den bewussten Umgang mit der Datenfreigabe in sozialen Netzwerken zu sensibilisieren.

<http://www.lehrer-online.de/fall-des-monats-03-10.php?sid=24454547807679970028886758675200>

## 6. Filmwirtschaft

### 6.1 Zahlen zum Kinofilm in Österreich

Im Jahr 2008 hatten in Österreich 324 Filme eine Erstaufführung im Kino. Darunter waren 30 österreichische Kinofilme. Insgesamt wurden rund 14,8 Millionen Kinobesuche gezählt. Österreichische Filme konnten mit 973.000 verkauften Tickets einen Marktanteil von 6,6% erzielen. Die sechs umsatzstärksten Verleiher in Österreich sind – bis auf die Constantin Film – Tochterfirmen großer US-amerikanischer Verleiher. Sie erzielen bei den Kinobesuchen gemeinsam einen Marktanteil von rund 80%. Im Gegensatz dazu verlässt ein hoher Prozentsatz (bis zu 80%) der europäischen Filme den eigenen nationalen Markt nicht. Aus: Filmwirtschaftsbericht des Österreichischen Filminstituts. <http://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>

### 6.2 Produktionsbudgets und Einspielergebnisse im Vergleich

Die Produktionskosten von „The Social Network“ wurden bisher nicht offiziell bekannt gegeben. Laut der englischsprachigen Wikipedia und der Website Box Office Mojo soll der Film rund 50 Millionen US-Dollar (36,6 Millionen Euro) gekostet haben. Bei dieser Zahl handelt es sich lediglich um eine Schätzung. Während sich dieser Betrag – bezogen auf andere amerikanische Studiofilme – im Mittelfeld bewegt, werden österreichische Filme zu einem Bruchteil dieser Kosten hergestellt, so beliefen sich die durchschnittlichen Kosten eines rein österreichisch geförderten Kinospiefilms im Jahr 2008 auf 1,8 Millionen Euro. In diesem Bereich bewegte sich auch der 2008 kommerziell erfolgreichste Kinofilm „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ mit einem Produktionsbudget von in etwa 2 Millionen Euro.

„The Social Network“ hat laut der Datenbank des Österreichischen Filminstituts im Oktober 2010 in Österreich 115.211 Besucher/innen gehabt. Weltweit hat der Film laut der Datenbank von Box Office Mojo jedoch 165 Millionen US-Dollar (120,9 Millionen Euro) eingespielt (Stand: 16. November 2010). Im Vergleich dazu hat z. B. die 2008 erfolgreichste österreichische Produktion „Echte

Wiener – Die Sackbauer-Saga“ laut der Lumiere-Datenbank weltweit 377.646 Tickets verkauft. Laut Box Office Mojo vom Dezember 2008 hat „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ in Österreich damit rund 3.464.221 US-Dollar (2,5 Millionen Euro) eingespielt.

Auf Grund von Marktgröße, Vertriebsstrukturen, Marketingbudgets und anderen Faktoren kann der österreichische Film, was die Marktanteile betrifft, mit der US-amerikanischen Filmwirtschaft nicht mithalten. Zwischen US-amerikanischen Filmfinanzierungsmodellen und dem europäischen Filmfördersystem bestehen essentielle Unterschiede, auf deren strukturelle und kulturphilosophische Hintergründe an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden kann.

### **Arbeitsauftrag**

Recherche, Brainstorming, Diskussion

Ziel: Die Schüler/innen sollen die Unterschiede zwischen US-amerikanischen und österreichischen Filmproduktionskosten und deren Ursachen reflektieren und den Umgang mit wichtigen Filmdatenbanken üben.

### **Recherche** (siehe Arbeitsblatt 4 im Anhang)

Die Schüler/innen recherchieren die Produktionskosten und Einspielergebnisse von „The Social Network“, vergleichen sie mit den Produktionskosten und Einspielergebnissen von „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ und sammeln die Ergebnisse anschließend an der Tafel.

### **Brainstorming**

Die Schüler/innen sammeln auf Zuruf an der Tafel Ursachen für die unterschiedlichen Produktionskosten (z. B. unterschiedliche Schauspielergagen; Größe von Cast und Crew) und mögliche Gründe für die unterschiedlichen Einspielergebnisse (z. B. unterschiedliche Märkte für deutsch- und englischsprachige Filme; unterschiedliche Marketingbudgets; Mainstream-taugliche Themen und Genres).

### **Diskussion**

Die Schüler/innen diskutieren mögliche Gründe, warum der kommerziell erfolgreichste österreichische Kinofilm 2008 „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ außerhalb Österreichs kaum zu sehen war.

### **Zur vertiefenden Hintergrundrecherche:**

Schauspielergagen: <http://www.movie-college.de/filmschule/schauspiel/gagen.htm>

Cast- und Crew-Mitglieder auf IMDB:

„Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“: <http://www.imdb.com/title/tt1174035/fullcredits>

„The Social Network“: <http://www.imdb.com/title/tt1285016/fullcredits>

## 7. Links zum Film

- > Offizielle Website des Films: <http://www.thesocialnetwork-movie.com/>
- > „The Social Network“ in der Filmdatenbank der Jugendmedienkommission (BMUKK): <http://tinyurl.com/3yFz2om>
- > „The Social Network“ auf kinofenster.de: <http://tinyurl.com/2ud7o9w>
- > „The Social Network“ auf filmz.de (Infos und Kritiken): [http://www.filmz.de/film\\_2010/the\\_social\\_network/links.htm](http://www.filmz.de/film_2010/the_social_network/links.htm)

### Links zu Filmvermittlung

- > filmABC – Institut für angewandte Medienbildung und Filmvermittlung: <http://www.filmabc.at>
- > Das Mediamanual des bm:ukk: <http://www.mediamanual.at>
- > Informationen und Definitionen zur Filmvermittlung / Filmästhetik: <http://www.movie-college.de/index.htm>
- > Das Wissensportal der deutschen Filmakademie: <http://vierundzwanzig.de>
- > Filmsprachliche und filmanalytische Grundbegriffe: <http://www.vierundzwanzig.de/glossar> und [http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/filmgestaltung/grundelemente/sprache\\_des\\_films/index.php](http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/filmgestaltung/grundelemente/sprache_des_films/index.php)

### Links zum non-linearen Erzählen

- > Liste non-linearer Filme auf Wikipedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/Nonlinear\\_narrative#2000s](http://en.wikipedia.org/wiki/Nonlinear_narrative#2000s)

### Links zu Sozialen Netzwerkdiensten / Social Networks

- > Initiative Web 2.0 – soziale IT-Netze sinnvoll nutzen: [http://www.bmukk.gv.at/schulen/pwi/init/initiative\\_web20.xml](http://www.bmukk.gv.at/schulen/pwi/init/initiative_web20.xml)
- > Web 2.0 Glossar: <http://www.lehrer-online.de/glossar20.php?sid=65696324995313159129076677667950>
- > Medienimpulse: „Lehrende – auf ins Facebook!“: <http://www.medienimpulse.at/articles/view/217>
- > Ein Lehrer berichtet über seine Erfahrungen mit Facebook: [http://www2.mediamanual.at/themen/kompetenz/mmt10\\_09\\_facebook-jobs\\_print.pdf](http://www2.mediamanual.at/themen/kompetenz/mmt10_09_facebook-jobs_print.pdf)
- > Studie zu Safer Internet vom Institut für Jugendkulturforschung: [http://www.jugendkultur.at/Bericht\\_Safer%20Internet\\_qualitativ\\_Online\\_Version.pdf](http://www.jugendkultur.at/Bericht_Safer%20Internet_qualitativ_Online_Version.pdf)
- > Studie der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien: [http://www.jff.de/dateien/JFF\\_Kurzfassung\\_Datenschutz\\_Persoenslichkeitsrechte.pdf](http://www.jff.de/dateien/JFF_Kurzfassung_Datenschutz_Persoenslichkeitsrechte.pdf)
- > Soziale Netzwerkdienste auf der Service- und Informationsplattform Lehrer-Online: <http://www.lehrer-online.de/806320.php?sid=33783965472873275529044324432910>
- > Fall des Monats: Mehr Sicherheit in sozialen Netzwerken: <http://www.lehrer-online.de/fall-des-monats-03-10.php?sid=24454547807679970028886758675200>

### Links zu Filmwirtschaft und Filmdatenbanken

- > Filmförderung: <http://de.wikipedia.org/wiki/Filmf%C3%B6rderung>
- > Österreichisches Filminstitut: <http://www.filminstitut.at/de/oe-kinofilme-2010/>
- > The Internet Movie Database: <http://www.imdb.de/>
- > Box Office Mojo: <http://boxofficemojo.com/>
- > Austria Box Office Mojo: <http://boxofficemojo.com/intl/austria/>
- > Lumiere Datenbank für Filmbesucherzahlen in Europa: <http://lumiere.obs.coe.int/web/search/index.php>
- > Filmwirtschaftsbericht Österreich: <http://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- > Statistik Austria: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/index.html)
- > Die Traumfabrik: Hollywood und seine Mythen: [http://www.bpb.de/themen/BLT3A6,0,0,Die\\_Traumfabrik%3A\\_Hollywood\\_und\\_seine\\_Mythen.html](http://www.bpb.de/themen/BLT3A6,0,0,Die_Traumfabrik%3A_Hollywood_und_seine_Mythen.html)

**filmABC – Institut für angewandte Medienbildung und Filmvermittlung**

**Herausgeber:** filmABC, Millergasse 41/6, 1060 Wien  
T. +43 (0)680. 12 60 844, F: +43 (0)1. 596 36 00-9, E: office@filmabc.at

**Geschäftsführer:** Gerhardt Ordnung, E: go@filmabc.at

**Projektkoordination:** Markus Prasse, E: m.prasse@filmabc.at

**Text:** Angelika Unterholzner, <http://www.angleika.wordpress.com>

**Fotos:** © Sony Pictures

**Grafik-Design:** Sibylle Gieselmann, <http://www.null7.at>

<http://www.filmabc.at>

filmABC wird gefördert von



**This content is licensed under a creative commons 3.0 licence**

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/at/>

**The Social Network**

Arbeitsblatt **1.1**

**Vorbereitung auf nicht-chronologische Erzählweise – Fragebogen zum gesichteten Film**

> Wie ist der Titel des Films?

.....

> Versuche die Geschichte (nicht den Film) chronologisch in Stichworten festzuhalten.

.....

.....

.....

.....

.....

> Womit fängt die Geschichte an und mit welcher Szene beginnt der Film?

.....

.....

.....

.....

> Anfang der Geschichte und Filmbeginn: Was fällt auf?

.....

.....

.....

.....

**The Social Network**

Arbeitsblatt **1.2**

- > Sind das Ende der Geschichte und das Filmende identisch? Wenn nicht, wie endet der Film und wie die erzählte Geschichte?

---

---

- > Wie viele nicht-chronologische Zeitsprünge gibt es ungefähr im Film?

---

- > Wie werden Zeitsprünge im Film auf der Ton-Ebene erkennbar gemacht?

---

---

- > Wie werden Zeitsprünge auf der visuellen Ebene erkennbar gemacht?

---

---

- > Kennst du andere Mittel, um Zeitsprünge erkennbar zu machen?

---

---

- > Warum arbeitet der Film mit nicht-chronologischen Zeitsprüngen?

---

---

---



**The Social Network**

Arbeitsblatt **2.1**

**Emotionale Themen des Films – Fragebogen zur Analyse der Hauptfigur**

> Die Geschichte beginnt an der Elite-Universität Harvard, an der wohlhabende oder besonders begabte Jugendliche studieren. Welcher Gesellschaftsschicht würdest du Mark zuordnen? Warum? Argumentiere mit Beispielen aus dem Film!

.....

.....

.....

> Bei seinem Barbesuch mit Erica spricht Mark über die Harvard-Clubs. Warum möchte er in diese Clubs aufgenommen werden?

.....

.....

> Wie reagiert Mark darauf, dass Erica mit ihm Schluss macht?

.....

.....

> Wie reagiert Mark darauf, dass sein Freund Eduardo in den Phoenix-Club aufgenommen werden könnte?

.....

.....

> Welche positiven und negativen Reaktionen löst Facemash.com aus und wie geht Mark damit um?

Reaktion auf Facemash	Reaktion von Mark

**The Social Network**

Arbeitsblatt **2.2**

- > Beschreibe die Situation, in der die Zwillinge Winklevoss Mark ihr Angebot zur Mitarbeit machen.

---

---

- > Warum sagt Mark den Winklevoss-Brüdern spontan seine Mitarbeit zu und was könnte in seinem Kopf dabei vorgehen?

---

---

- > Warum hintergeht er die Zwillinge Winklevoss?

---

---

- > Wie behandelt Napster-Legende Sean Parker Mark und wie reagiert dieser darauf?

---

---

- > Warum hintergeht Mark seinen Freund Eduardo?

---

---

- > Bei einem Verhandlungsgespräch sagt Eduardo, er sei der einzige Freund, den Mark gehabt habe. Wie siehst du das? Begründe deine Antwort.

---

---

- > Wie wichtig ist es für Mark, eine Freundin zu haben?

---

---

- > Welche Rolle spielt seine Ex-Freundin Erica in der Geschichte?

---

---

**The Social Network**

Arbeitsblatt **3.1**

**Soziale Netzwerkdienste: Facebook, Netlog & Co.  
Fragebogen zum Nutzungsverhalten in Sozialen Netzwerkdiensten**

> Benutzt du einen Sozialen Netzwerkdienst wie Facebook, Netlog o. ä.? Wenn ja, welchen?

.....

> Zähle die drei wichtigsten Gründe auf, warum du den Netzwerkdienst (Facebook, Netlog o. ä.) benutzt.

.....

> Welche Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme bietet der Netzwerkdienst (Facebook, Netlog o. ä.) und welche nutzt du?

.....

.....

> Legst du Wert darauf, dass du jeden deiner Kontakte/Freunde persönlich kennst oder ist dir das nicht wichtig? Begründe deine Haltung zu dieser Frage.

.....

.....

> Nach welchen Kriterien entscheidest du, ob du eine Freundschaftsanfrage akzeptierst?

.....

.....

> Welche dir bekannten „Spielregeln“ gelten in dem Netzwerk (Facebook, Netlog o. ä.) ?

.....

.....

> Hattest du ganz konkret einmal ein ungutes Gefühl oder Bedenken bezüglich der Sicherheit? Falls ja, in welcher Situation?

.....

**The Social Network**

Arbeitsblatt **3.2**

> Was weißt du über die Datenschutzbestimmungen?

---

> Welche privaten Informationen gibst du in deinem Netzwerk (Facebook, Netlog o.ä.) bekannt und welche nicht?

---

> Kennst du den Unterschied zwischen sensiblen Daten und persönlichen Daten? Falls ja, erläutere den Unterschied.

---

> Welche Kontaktinformationen (z. B. Wohnort) und Identifizierungsdaten (z. B. Geburtsdatum und vollständigen Namen) gibst du in deinem Profil bekannt und welche nicht?

---

> Gibst du deine politischen und religiösen Ansichten oder deine sexuellen Neigungen zu erkennen? Argumentiere, warum du sie bekannt gibst, bzw. warum nicht.

---

> Welche Fotos stellst du in deinem Netzwerk (Facebook, Netlog o.ä.) online?

---

> Ist es erlaubt, Fotos von anderen Personen ohne deren Erlaubnis im Internet zu veröffentlichen? Holst du das Einverständnis von Freunden ein, bevor du deren Fotos veröffentlichst?

---

> Ist es dir egal, wer welche Fotos von dir im Internet veröffentlicht? Was machst du, wenn jemand ohne deine Erlaubnis ein Foto von dir veröffentlicht?

---

> Wer hat dich über die Risiken in Sozialen Netzwerkdiensten aufgeklärt? Hast du dich ausreichend mit den Risiken beschäftigt oder siehst du Nachholbedarf?

---

## Produktionskosten und Einspielergebnisse

## Aufgabe 1: Produktionsbudget

Die Produktionskosten von „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ (2008) belaufen sich auf ca. 2 Millionen Euro. Trage die Gesamtproduktionskosten in Euro und US-Dollar in die Tabelle ein, recherchiere im Internet (englischsprachige Wikipedia oder Box Office Mojo) die Produktionskosten von „The Social Network“ (2010) und trage sie ebenfalls ein.

	The Social Network 2010		Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga (2008)	
	\$	€	\$	€
Produktionskosten				

Aufgabe 2: Einspielergebnisse<sup>1</sup>

Recherchiere die Einspielergebnisse von „The Social Network“ und von dem österreichischen Kinospießfilm „Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga“ und benutze dazu folgende Datenbanken:

- > Besucherzahlen für Österreich: <http://www.filminstitut.at/de/oe-kinofilme-2010/>
- > Besucherzahlen für Europa: <http://lumiere.obs.coe.int/web/search/>
- > Einspielergebnisse der Kinostarts in den USA und weltweit: <http://www.boxofficemojo.com/><sup>2</sup>

Berechne pro Kinobesuch 6,8 Euro und trage die Ergebnisse in die Tabelle ein:

	The Social Network 2010		Echte Wiener – Die Sackbauer-Saga (2008)	
	\$	€	\$	€
Einspielergebnisse				
Österreich (DB Filminstitut)				
Deutschland (DB Lumiere)				
Europa (DB Lumiere)				
USA (DB Box Office Mojo)				
Weltweit (DB Box Office Mojo)				

<sup>1</sup> Da die Datenbanken unterschiedliche Quellen verwenden, kommt es zu Schwankungen in den Angaben der Einspielergebnisse.

<sup>2</sup> Box Office Mojo veröffentlicht auch nationale Einspielergebnisse außerhalb der USA, so z. B. auch für Österreich. Österreichische Filmtitel sind über die Box Office Mojo Suche aber nur dann zu finden, wenn sie einen US-Kinostart haben. Ansonsten: <http://boxofficemojo.com/intl/austria/>