

Kino 2035

FFG und FSK: Strukturen schaffen, um junge Menschen für das Kino zu begeistern

Berlin, Hackesche Höfe, Kino 2, 26. Februar 2020, 14.00 -16.00 Uhr

Zusammenfassung der Präsentation & Diskussion



AG KINO
GILDE DEUTSCHER
FILMKUNSTTHEATER

Petra Rockenfeller

AG Verleih

Verband unabhängiger Filmverleiher e.V.

Alexandre Dupont-Geisselmann

Förderverein
Deutscher
**Kinder
film**

Margret Albers

Kontext: Wo halten sich Kinder auf?

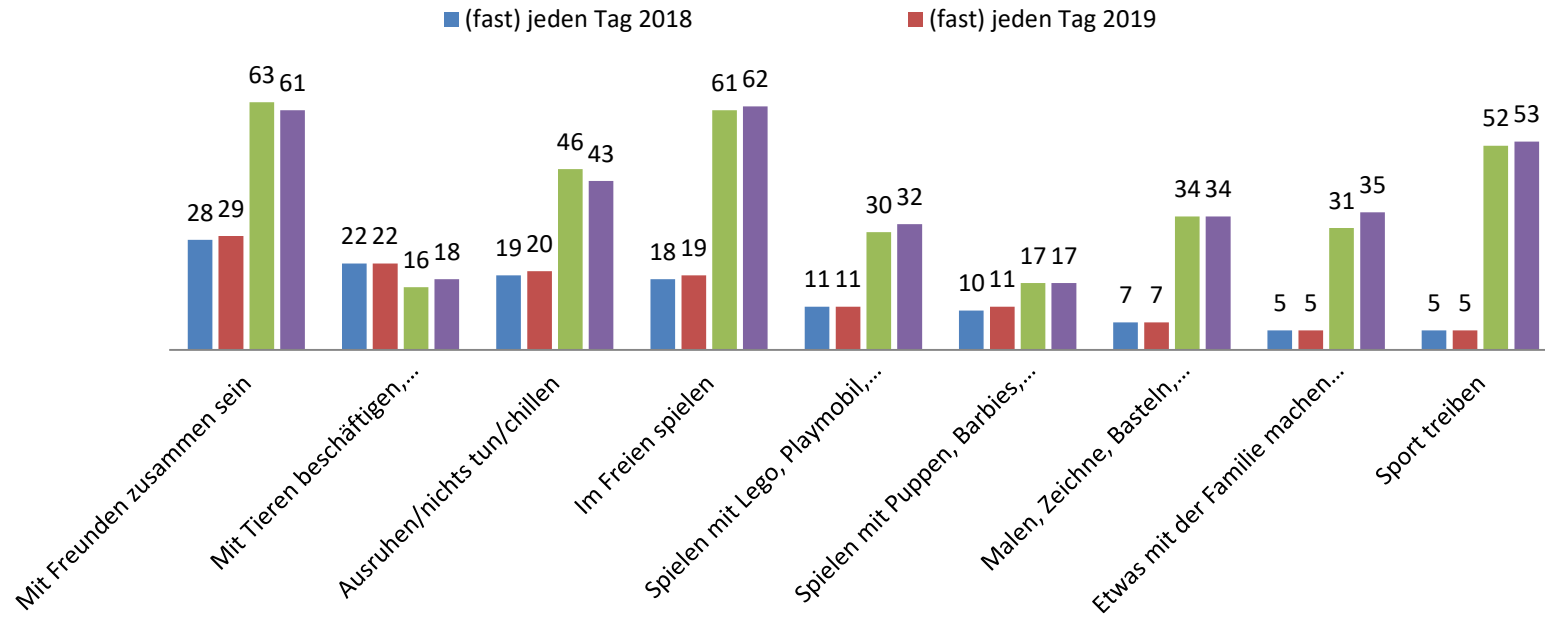
Tabelle 4 Anteil der am Ganztags Schulbetrieb teilnehmenden Schüler/-innen an allen Schüler/-innen der jeweiligen Schulart sowie die Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten 2013 bis 2017

Schularten	Schüler/-innen									
	Anteil an allen Schüler/-innen in Prozent					Veränderung in Prozent				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Allgemeinbildende Schulen insgesamt	35,8	37,7	39,3	42,5	43,9	2,8	1,9	1,6	3,2	1,4
Grundschule	31,4	33,1	34,5	40,1	41,7	2,4	1,7	1,4	5,6	1,6
Schulartunabhängige Orientierungsstufe	37,6	37,8	37,2	39,8	39,9	0,6	0,2	-0,6	2,6	0,1
Hauptschule	41,5	41,7	41,9	41,4	40,3	5,1	0,2	0,2	-0,5	-1,1
Schularten mit mehreren Bildungsgängen	48,3	51,4	55,1	58,5	61,5	1,6	3,1	3,8	3,3	3,0
Realschule	18,2	19,2	19,9	20,6	20,6	2,1	1,0	0,7	0,6	0,1
Gymnasium	29,5	31,3	31,9	33,2	34,3	3,8	1,8	0,6	1,3	1,1
Integrierte Gesamtschule	74,7	74,5	75,3	75,0	76,0	-3,5	-0,2	0,8	-0,3	1,0
Freie Waldorfschule	34,5	32,4	33,1	34,4	32,2	1,0	-2,1	0,8	1,3	-2,2
Förderschulen	50,2	52,7	54,4	56,3	57,1	1,6	2,5	1,6	1,9	0,8

- 2002 waren es 4% der Schüler*innen
- Weniger freie Zeit
- Kürzere Zeitslots für Aktivitäten

Kontext: Was machen Kinder, wenn sie nicht in der Schule sind?

Kinder-Medien-Studie: Freizeitaktivitäten 6-13



Kinder-Medien-Studie 2018 Berichtsband: https://kinder-medien-studie.de/wp-content/uploads/2018/08/KMS2018_Berichtsband_v2.pdf, S. 53ff

Kinder-Medien-Studie 2019 Berichtsband https://kinder-medien-studie.de/wp-content/uploads/2019/08/KMS2019_Berichtsband.pdf, S. 53ff

Jeweils TOP 9 „(fast) jeden Tag“ ohne Medienbezug

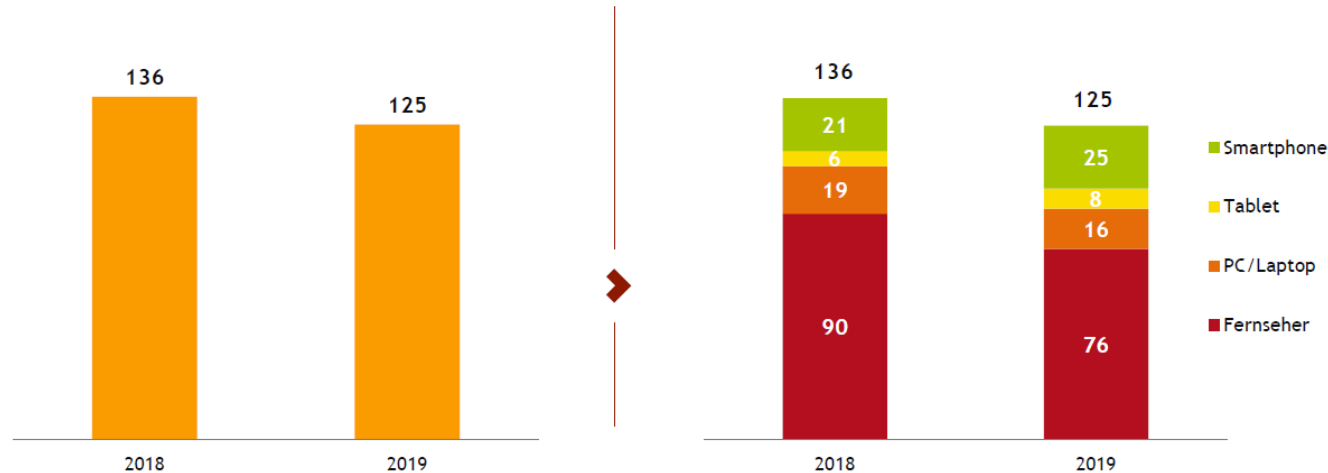
Kontext: Tägliche Mediennutzung von Kindern

Der Fernseher wird weniger genutzt, Mobilgeräte mehr



Tägliche Mediennutzung

Kinder 3-13 Jahre, in Minuten, Angaben der Mütter
Gesamt

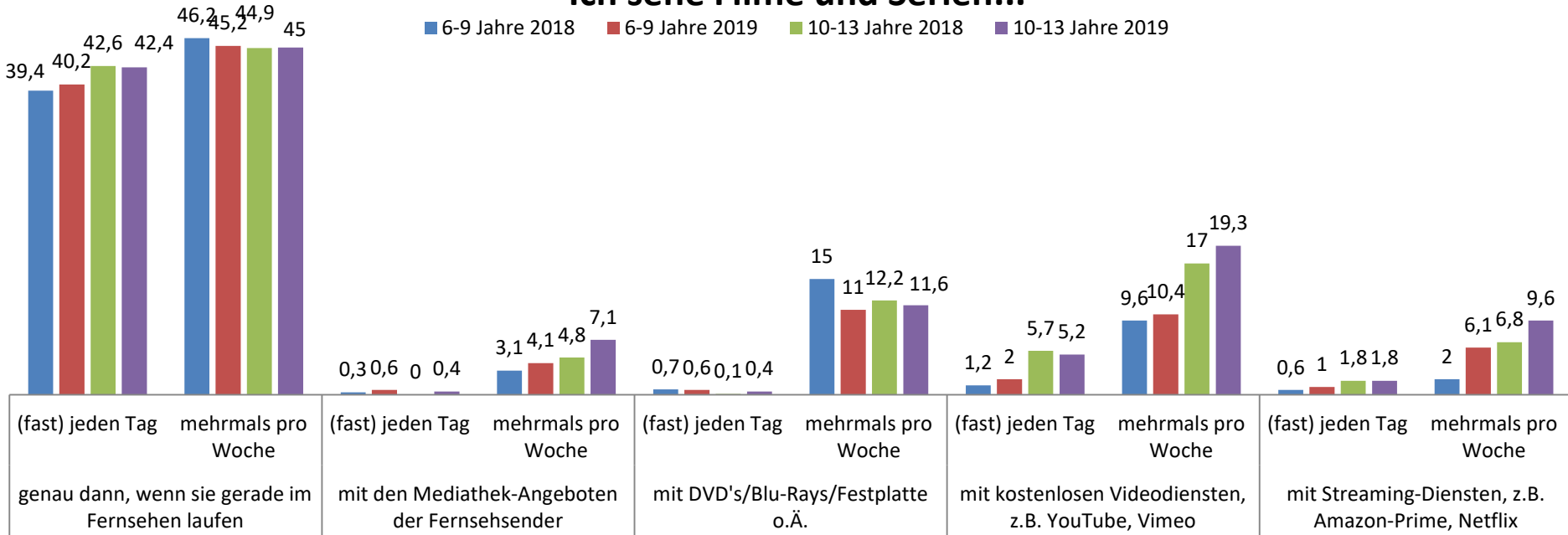


Quelle: iconkids & youth, Insights & Analytics SUPER RTL, Busbefragung März 2018 und 2019, Face-to-Face / Basis 2019: n=1.230 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.191; PC: n=709; Smartphone: n=599; Tablet: n=440) - in 2018 ähnlich / Frage: „Und wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag im Schnitt mit dem jeweiligen Gerät?“ (gestützt, berechneter Tagesschnitt, Hochrechnung auf alle)

3

Kontext: Wie/Wann sehen Kinder Filme?

Kinder-Medien-Studie: Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen Ich sehe Filme und Serien...



Bemerkenswert: Zusammenfassung von Film & Serie in der Fragestellung

Kino ist keine Antwortmöglichkeit

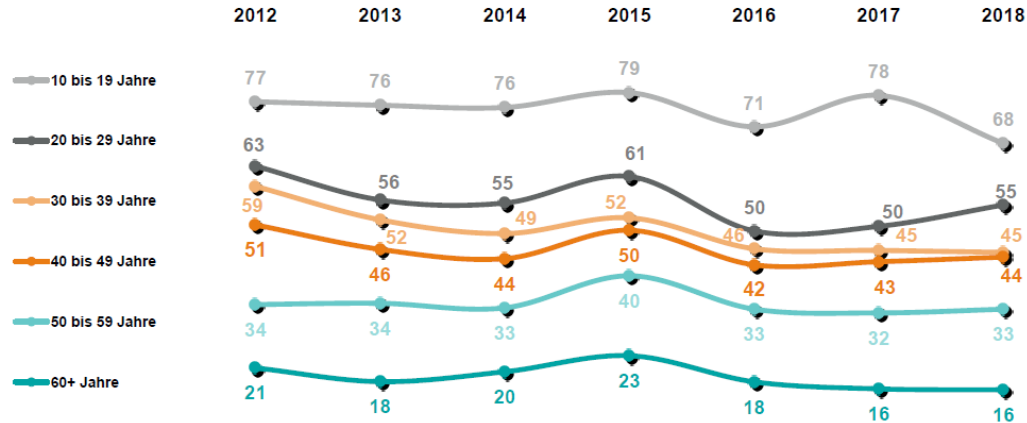
Zunahme der Nutzung von Video- und Streamingdiensten

Kontext: Wer geht ins Kino?

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Personen in %



Die Reichweite ist in 2018 in der jüngsten Altersgruppe deutlich gefallen. In den anderen Altersgruppen stieg sie an oder blieb stabil.

n 2018 = 17.625

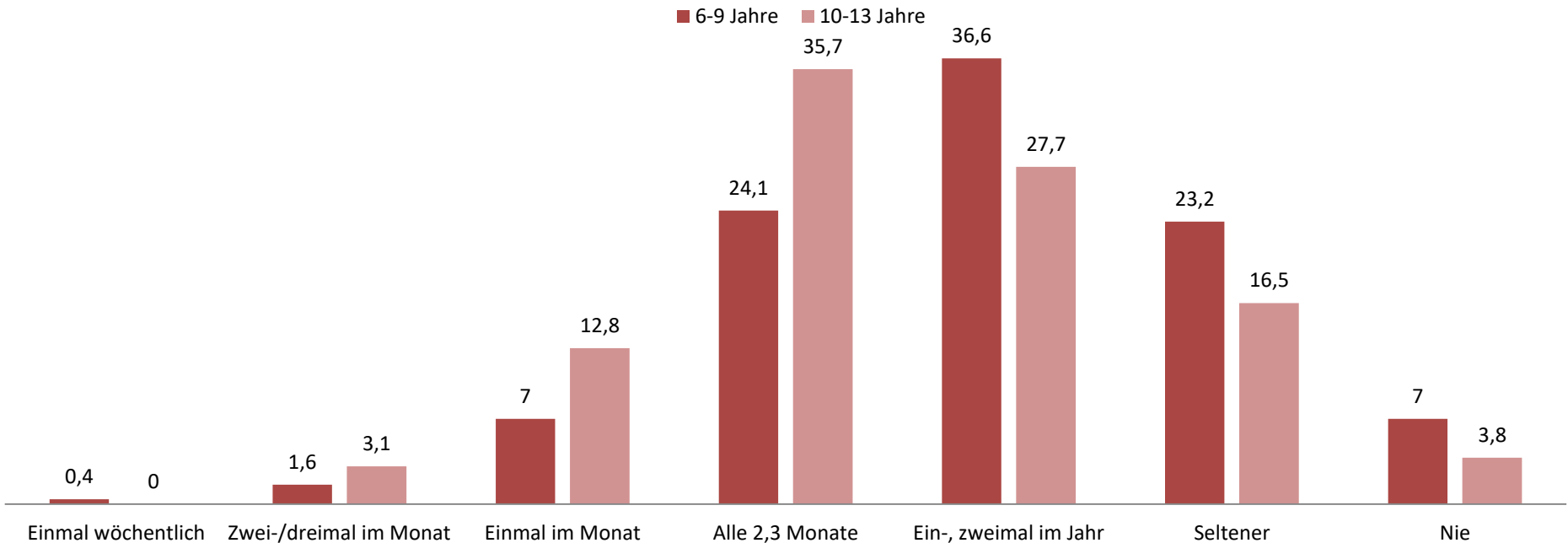
Bemerkenswert: Kinobesucher unter 10 Jahren werden von der FFA nicht erfasst

Kinobesucher 2018. Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK Panels, FFA Mai 2019; S. 18

<https://www.ffa.de/der-kinobesucher-20172.html>

Kontext: Wie oft gehen Kinder nun ins Kino?

Kinder-Medien-Studie 2019: Kind geht... ins Kino



Es gibt in der Kinonutzung deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen 6-9 und 10-13 Jahre.

- Absolut ausbaufähig ist:
- Unser Kenntnisstand über die Kinonutzung von Kindern
 - Die Frequenz, mit der Kinder ins Kino gehen...

Kontext: Wohin entwickelt sich die Medienwelt?



Angesichts der zunehmenden Menge verfügbarer Inhalte wird die Suche zu einer Herausforderung. Die befragten Konsumenten verbringen pro Tag fast eine Stunde mit der Suche nach Inhalten. 70 Prozent wünschen sich daher eine universelle Suche für alle TV- und Videoangebote. Einer von acht Nutzern fürchtet sogar, sich angesichts der schiereren Menge verfügbarer Inhalte künftig überhaupt nicht mehr zurechtzufinden.

Deutlich wird: - Präzise Prognosen werden in dem sich rasch ändernden Markt schwieriger
- Inhalte zu finden, wird zunehmend eine Herausforderung – nicht nur für Erwachsene....

Kontext: Frustration & Auffindbarkeit

- Um die „Medienzeit“ der Kinder konkurrieren nicht nur Kino, Fernsehen und Streamingdienste, sondern auch der Buchmarkt und die Games-Industrie.
- Dies führt (auch) bei Kindern zu Frustration – wie & wo findet man die guten Inhalte?
- Für die Anbieter von Inhalten heißt dies im Umkehrschluss: Im Meer des Angebotes gefunden zu werden wird schwieriger

Kontext: Kuratoren werden (wieder) relevanter. Sie bieten:

- Verlässlichkeit
- Orientierung
- Qualität

Stand der Dinge

- Kinder verfügen über ein sehr knappes Zeitbudget
- Es gibt ein Überangebot, das zur Frustration der Nutzer führt. Fehlende Kompetenz, die richtigen Fragen zu stellen...
- Generell wissen wir viel über die Mediennutzung von Kindern, allerdings zu wenig über Kinobesucher unter 10 Jahren. Außerdem wäre eine Differenzierung zwischen 10 – 14 und 15 – 19 Jahren sinnvoll.
- Kino spielt im Alltag von Kindern – wenn überhaupt – eine marginale Rolle. Dies spiegelt sich im übrigen auch in Kinderfilmen selbst wieder.
- Kino als Ort ist im Vergleich sehr streng reglementiert – Filme sind dort für Kinder außerordentlich schwer zugänglich.

Verlässlichkeit & Orientierung: FSK

Aktuelle Novellierung JuSchG/Forderung der SPIO

- Ausweitung der PG-Regelung auf FSK 6 und FSK 16
- Delegation des Elternrechts auf erziehungsbeauftragte Personen

Diese Veränderungen würden auch der Konvergenz der Medien Rechnung tragen und nicht wie bisher den Vertriebsweg öffentliche Vorführung (Kino) unverhältnismäßig strenger regulieren. Der jungen Zielgruppe würde der Zugang erleichtert bzw. ermöglicht.

Verlässlichkeit & Orientierung: FSK

Die Umsetzung der genannten Forderungen ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Überarbeitung der Alterskohorten, bei der freilich künftige Novellierungen von **JuSchG §14 (2)** – Kino & Bildträger – und **Jugendmedienschutz Staatsvertrag §5 (1)** – Online & Rundfunk zusammen anzugehen sind.

Vorschlag für eine bessere Orientierung:

- Freigegeben ohne Altersbeschränkung
- Freigegeben ab sechs Jahren
- Freigegeben ab zehn Jahren
- Freigegeben ab vierzehn Jahren
- Freigegeben ab sechzehn Jahren
- Keine Jugendfreigabe

Hier ist die Branche aufgefordert, für die künftigen Novellen eine gemeinsame Forderung zu formulieren.

Sichtbarkeit & Qualität: FFG

Der Schwerpunkt liegt vor allem auf Marketing (Verleih/Vertrieb, Abspiel)

Die aktuelle Vorgehensweise verharret nach wie vor in Erfahrungswerten einer Generation, die nicht die Vielzahl an frei zugänglichen AV-Material und interaktiven Medien zur Verfügung hatte.

- Eine Aufteilung der Mittel auf die Förderarten in 50% für die Produktion und 50% für die Stoffentwicklung (5%), Verleih/Vertrieb (22,5%) und Kinoförderung (22,5%).
- Marketingmaßnahmen sollten unter Vorlage entsprechender Konzepte bereits ab der Stoffentwicklung möglich und förderfähig sein.
- Gezielte Förderung von neuen, experimentellen und zielgruppenspezifischen Marketing-Ansätzen, z.B. Co-Creation, Community-Building (beides ggf. unter Einbeziehung der FBW-Jugendjury), Kooperationen mit Institutionen/Firmen außerhalb der Branche; Unterstützung von Verleihzusammenschlüssen, die thematisch ähnliche Filme herausbringen.

Kino als Kurator: Stand der Dinge

Vier Monate vor Start:

- Es gibt oft keine Marketing-Ideen, um Kooperations-Institutionen für Sonderveranstaltungen oder sogar Lehrer/Lehrerinnen vorab zu informieren.
- Keine Kino-Tour-Termine

Zwei Wochen vor Start:

- kein kindgerechtes Wording für Flyer- oder Magazin-Werbetexte.

Kino als Kurator: Wünsche

- Kinobetreiber*innen sollten regelmäßig die Möglichkeit haben sich auszutauschen mit Multiplikatoren in der Kinderfilmszene
- Kinoverbände sollten in ihren Newslettern die Möglichkeit bekommen regelmäßig über Kinderfilmproduktionen zu berichten – Verleiher sollten diesen Weg deutlicher gehen!
- Kinder- und Jugendfilmfestivals sollten Festivalberichte für Kinos erstellen, damit auch hier Informationen zur eventuellen Herausbringung ausgetauscht werden können.

Kulturort Kino für das junge Publikum

- Es muss eine Bandbreite im Angebot vorhanden sein, die für junge Zuschauer das vielfältige Spektrum der Film- und Kinolandschaft verdeutlicht
- Angesichts des Zeitbudgets der jungen Zielgruppen, überdenken der Spielzeiten: Wie kann insbesondere unter der Woche eine Attraktivität geschaffen, neben dem Wochenende als Familienevent, Kinobesuche zusätzlich zu fördern.
- Filmclubs ermutigen und fördern – Partizipation!

Was nun? Zusammenfassung der Diskussion

Verlässlichkeit & Orientierung: FSK

- Im Sinne der Kontinuität sollte die 12 beibehalten werden; Fortführung der PG-Regelung im Vorschlag.
- Eine differenziertere Einteilung würde deutlicher den Entwicklungsstufen derer entsprechen, um die es in diesem Gesetz geht. Kinder und Jugendliche könnten somit einerseits präziser vor beeinträchtigenden Inhalten geschützt werden - aktuell kann ein 6-Jähriger in elterlicher Begleitung in einen Film ab 12 Jahren - und erhalten andererseits Zugang zu Filmen, die für ihre Altersgruppe geeignet sind - etwa 14-Jährige zu einem Coming of Age Film, der nach heutiger FSK- Spruchpraxis ab 16 freigegeben würde.
- Auf die Erklärbarkeit der Abstufungen ist zu achten. Hilfreich könnte ein System von Piktogrammen sein, wie es in den Niederlanden/Belgien gehandhabt wird: <https://www.kijkwijzer.nl/english>
- Eine differenzierte Alterskohortierung bringt die Bereiche Jugendschutz und Pädagogische Empfehlung näher zusammen. Hier sollte noch mehr gemeinsam gedacht werden.
- Jüngere Menschen sollten in den Prüfprozess einbezogen werden.

Was nun? Zusammenfassung der Diskussion

Sichtbarkeit & Qualität: FFG

- Generell: Marketing-Kompetenz ausbauen! Unsere Branche muss endlich in die Zukunft investieren und dies sollte ihr auch ermöglicht werden (Förderung).
- In Konzepten berücksichtigen: Insbesondere jugendliche Streamingnutzer gehen auch gern ins Kino.
- Produzenten ermöglichen, Material für Online/Social Media spezifisch herzustellen – Hier muss konzeptionell klar sein, für wen das gemacht wird. Ebenso, dass es sich nicht um einen Zusatz handelt, sondern um einen genuinen Bestandteil der Produktion. Hier wird ein zusätzliches Problem evident: Das Arbeitsrecht für Kinderdarsteller, das die Drehzeit limitiert.
- Um Kino als Kulturort Kino besser zu verankern, muss noch mehr über das Sehen von Filmen hinaus angeboten werden (Events). Kinos, die in diesem Bereich besonders aktiv sind, sollten über Referenzförderung noch stärker gewürdigt werden und die Mittel erhalten, dies auch personell umsetzen zu können.

Was nun? Zusammenfassung der Diskussion

Kino als Kurator

- Als hinderlich im Informationsfluss weist sich das „Presseembargo“ zahlreicher Verleiher bis kurz vor Kinostart; dies sollte in den Verleihverbänden vorgebracht werden.
- Festivals sollten Ergebnisse/Erkenntnisse aus Q&As mit Filmgästen (ggf. als Bewegtmaterial) interessierten Kinobetreibern zur Verfügung stellen.