

Kinder in der Filmkultur

REZEPTION & PARTIZIPATION



FORSCHUNGSBERICHT ZUR AKTUELLEN DATENLAGE
UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DIE FILMBRANCHE

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung und Vorwort	3	4.	Wegweisende Best Practices in der Rezeption und Partizipation	29
2.	Rezeptionsverhalten von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren	5	4.1	Theater: GRIPS Theater – Die partizipative Stufenleiter nach oben	30
2.1	Bestandsaufnahme	6	4.2	Museum: Lab.Bode – Vom Austausch bis zum eigenständigen Kuratieren	31
2.1.1	KIM-Studie 2020	7	4.3	Musik: Das Zukunftslabor – Vernetzung klassischer Musik mit einer Gesamtschule	32
2.1.2	Kinder Medien Monitor 2021	11	4.4	Film und Fernsehen	33
2.1.3	Kinobesucher*innen 2020	15	4.4.1	Team Timster – Partizipative Einbindung im Kinderfernsehen	33
2.2	Auswertung und Identifikation von Lücken	19	4.4.2	Akademie für Kindermedien – Stoffentwicklung mit Kindern	33
3.	Partizipation in nationalen Kultureinrichtungen	20	4.4.3	Cinekid, J.E.F., Riga International Film Festival – Pitching vor Kindern	34
3.1	Theorie Partizipation	21	4.4.4	FBW-Jugend Filmjury – Auf dem Weg zur Filmkritiker*in	35
3.1.1.	Definition Partizipation	22	4.4.5	Europäischen Filmakademie – Von der Teilnahme zur aktiven Mitbestimmung	35
3.1.2	Stufenmodell der Partizipation nach Hart	22	4.4.6	Taartrovers – Kreativ und spielerisch in Erstkontakt mit Kunst und Kultur	36
3.1.3	Kriterien von Kinder- und Jugendpartizipation	24	4.4.7	Children's House Rijeka – Kunst und Kultur unter einem Dach	37
3.2	Konkrete Partizipationsansätze darstellender Künste	25	4.4.8	Dänisches Filminstitut – Aktivitäten, die Grundlagen schaffen	38
3.2.1	Gerd Taube: Wege ins Theater führen über die Hauptstraße der Partizipation	25	4.4.9	Kinderfilmuniversität Babelsberg – Kinder werden Studierende	38
3.2.2	Anja Piontek: Partizipative Ansätze in Museen und deren Bildungsarbeit	26	4.5	Erkenntnisse aus den Best Practices	39
3.2.3	Eveline Unruth: Wenn aus Teilnehmenden Teilgebende werden	27	5.	Fazit und Handlungsempfehlungen	41
3.2.4	Dr. Astrid Plenk: Die Perspektive der Kinder auf Qualität im Kinderfernsehen	27		Literaturverzeichnis	46
3.3	Auswertung und Identifikation von Lücken	28		Anhang – Förderliste der Best Practices aus Kapitel 4	49
				Impressum und Förderung	51

1

Einleitung und Vorwort

Liebe Leser*innen,

2020 hat die Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF »Seed-Grants« für die Anbahnung von künstlerischen und wissenschaftlich-künstlerischen Forschungsprojekten ausgeschrieben. Die Ausschreibung richtete sich an Projekte, die aktuelle Herausforderungen der Gesellschaft adressieren, Zukunftsszenarien entwerfen oder Praktiken der Partizipation und Intervention erforschen.

Wir freuen uns sehr, dass unser Projekt *Partizipation von Kindern an der Filmkultur – Neue Wege der Markenbindung* eines dieser »Seed-Grants« erhalten hat und wir Ihnen nun unseren Forschungsbericht vorlegen können.

Kinder wollen die Welt entdecken und sie mitgestalten. Doch gibt es einen eklatanten Mangel in der Vernetzung von Filmbildung und Filmbranche. Der Bericht ist ein erster Schritt, hier neue Wege zu beschreiten: Er widmet sich dem Forschungsstand des Rezeptionsverhaltens junger Zuschauer*innen zwischen sechs und 13 Jahren, beleuchtet Partizipationsmodelle und praktische Beispiele aus verschiedenen kulturellen Bereichen, macht auf Lücken in Forschung und Praxis aufmerksam und gibt Handlungsempfehlungen wie die Partizipation von Kindern an der Filmkultur intensiviert werden kann.

Wir danken Anna Göpfert und Anne Schultka, die in die sehr verschiedenen Arbeitsgebiete eingetaucht sind und mit großer Kenntnis und Leidenschaft diesen Bericht erstellt haben sowie Hanna Reifgerst für die fachliche Begleitung seitens des Fördervereins Deutscher Kinderfilm e.V.. Ebenso gilt unser Dank dem Deutschen Kinderhilfswerk e.V. sowie der AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater und dem HDF Kino e.V., die Gestaltung und Layout unterstützten. Dr. Stella Donata Haag, Leiterin Forschung und Transfer der Filmuniversität, sei ebenfalls für die kenntnisreiche und unermüdliche Unterstützung gedankt.

Um den Kulturort Kino Kindern nach der Krise wieder ins Bewusstsein und die Hersteller*innen mit ihrer Zielgruppe enger in Verbindung zu bringen, möchten wir nun mit Ihnen daran arbeiten, dass den Handlungsempfehlungen konkrete Handlungen folgen können. Wir wünschen eine inspirierende Lektüre!

Prof. Nicole Kellerhals

Vertretungsprofessorin
Praktische Dramaturgie,
Filmuniversität Babelsberg
KONRAD WOLF

Margret Albers

Projektmanagerin
Förderverein Deutscher
Kinderfilm e.V.

2

Rezeptionsverhalten von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren

Hinsichtlich der Frage nach einem Zusammenhang zwischen Medienrezeption und Partizipation von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren, ist es notwendig einen Überblick über Studien zur Rezeption der Zielgruppe zu schaffen. Entsprechend werden im Folgenden unterschiedliche Studien herangezogen, die 2021 publiziert wurden. Diese werden anhand folgender Fragen untersucht:

- ✗ Wie tief geben die vorliegenden Studien Einblick darin, wo, wieviel und mit wem Kinder Filme rezipieren?
- ✗ Welche Informationen fehlen dahingehend?

Die untersuchten Studien befassen sich in dieser Frage vor allem mit der Nutzung des linearen Fernsehens, von Trägermedien (DVD/Blu-ray) sowie der wachsenden Anzahl von frei verfügbaren (z.B. Mediatheken, YouTube) sowie kostenpflichtigen Streaming-Angeboten (z.B. Netflix, Amazon Prime). Für das vorliegende Forschungsvorhaben spielt außerdem das Kino eine primäre Rolle. Aufgrund dessen wird ein besonderes Augenmerk darauf gerichtet, wie und in welchem Kontext dieser Kulturort in Studien integriert wird. Nach einer zusammenfassenden Bestandsaufnahme der drei Studien *KIM-Studie 2020* (Datenerhebung im Herbst 2020), *Kinder Medien Monitor* (Datenerhebung im Frühjahr 2020 und 2021) und *Kinobesucher*innen 2020* (Datenerhebung 2020) werden die Zahlen ausgewertet, um abschließend die Lücken der bestehenden Studien zu identifizieren.

2.1 Bestandsaufnahme

Für die Untersuchung zur Film- und Fernsehrezeption von Kindern werden folgende Studien berücksichtigt: Der Medienpädagogische Forschungsbund Südwest (mpfs) führt in regelmäßigen Abständen repräsentative Studien zum Medienverhalten von Kindern, Jugendlichen und Familien durch. Bereits seit 1999 erscheint alle zwei Jahre die *Kindheit, Internet, Medien (KIM) Studie*, welche den Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren untersucht. Die *KIM-Studie 2020* wurde im Mai 2021 veröffentlicht. Im Anschluss werden Daten aus dem Berichtsband *Kinder Medien Monitor 2021* vorgestellt, der von den Verlagshäusern Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, Panini Verlag, EDEKA Media und dem Kindersender Super RTL beauftragt wurde. Seit 2017¹ setzt sich diese Studie anhand einer repräsentativen Erhebung mit dem Medien-, Freizeit- und Konsumverhalten von Kindern zwischen vier- und 13 Jahren auseinander. Danach wird die Studie *Kinobesucher*innen 2020* der Filmförderungsanstalt (FFA) untersucht. Diese veröffentlicht regelmäßig Studien zur Struktur des Kinobesuchs, sowie über die Entwicklung des Besucher*innenverhaltens von Personen ab zehn Jahren.

Die Wahl fiel auf diese drei Publikationen, weil:

- ✗ sie wiederkehrend durchgeführt werden, also Veränderungen in der Mediennutzung auch vor dem Hintergrund der Coronapandemie ermöglichen;
- ✗ sie von unterschiedlichen Auftraggebern beauftragt wurden und unterschiedliche Befragungen, die jedoch durchweg repräsentativ sind, zugrunde legen;
- ✗ sie für alle öffentlich zugänglich sind.

¹ Von 2017–2019 als Kinder Medien Studie, seit 2019 als Kinder Medien Monitor; die beteiligten Verlags- bzw. Medienhäuser wechselten; der Fernsehsender Super RTL ist seit 2021 beteiligt.

2.1.1 KIM-STUDIE 2020

Die KIM-Studie wurde im Herbst 2020 mit 1.216 deutschsprachigen Kindern zwischen sechs und 13 Jahren durchgeführt.² Insbesondere die Daten zur Bewegtbildnutzung sind für die Forschungsfrage relevant. Bei der Ermittlung der Themeninteressen der Kinder, spielen Medien im Allgemeinen eine übergeordnete Rolle. Am Thema »Kino/Filme« sind 14% der befragten Kinder »sehr interessiert«, und 39% »interessiert« (s. Abb. 1).³

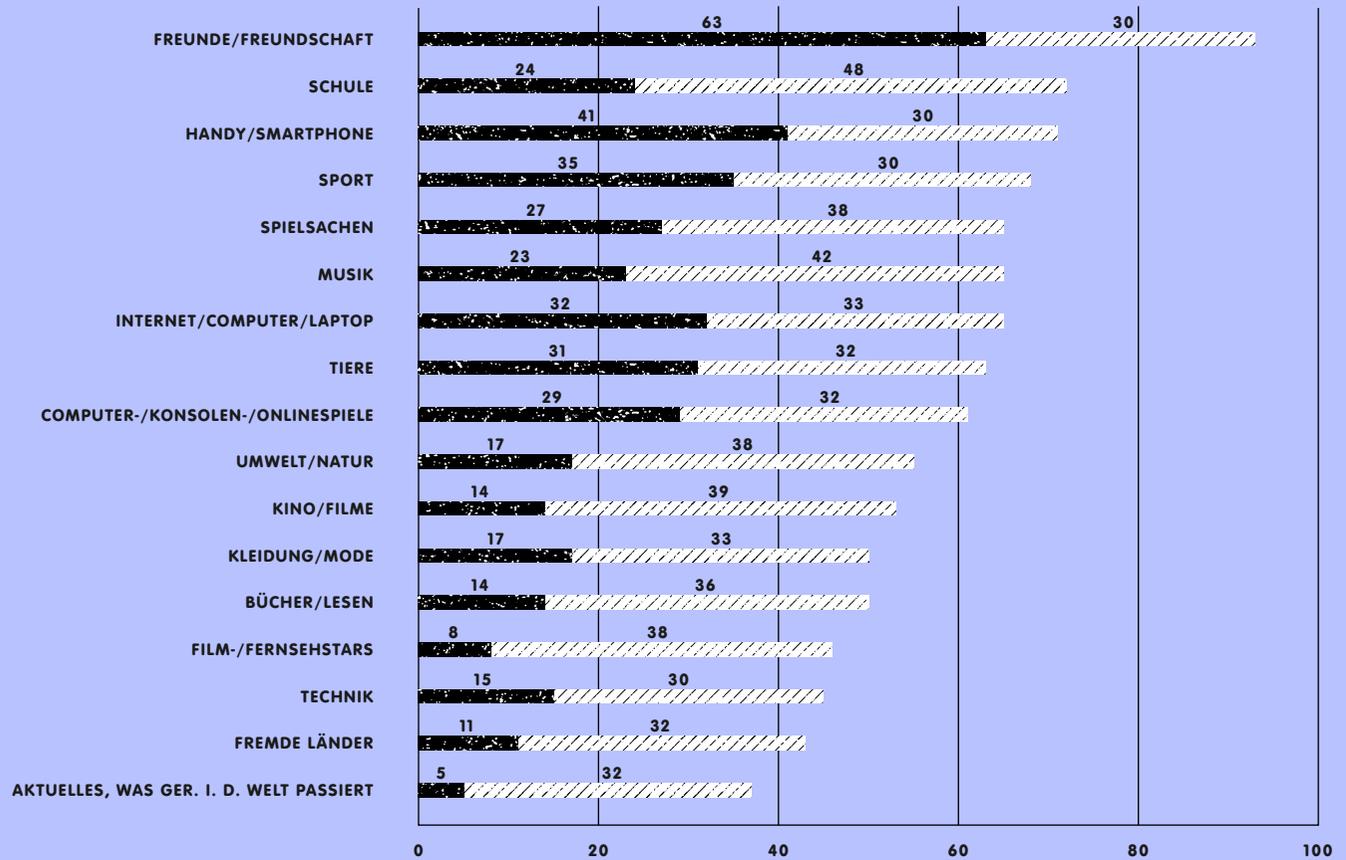
Im Vergleich zur Studie 2018 gibt es wenige Veränderungen, die jedoch hinsichtlich unseres Forschungsgegenstandes relevant sind: Das Interesse an »Kino/Filme« ist um 5% gesunken. Die Verfasser*innen verweisen diesbezüglich auf die Pandemie-bedingten Kinoschließungen, die diese Veränderung verursacht haben könnten.⁴

Der Rückgang des Interesses spiegelt sich auch in der Nutzung, die unter der Rubrik Freizeitaktivitäten erfasst wird: Gaben 2018 noch 4% an, »ein-/mehrmals pro Woche« ein Kino zu besuchen, waren es 2020 2%. Eine seltenere Nutzungsfrequenz (z. B. monatlich) wurde in der Studie nicht veröffentlicht.

ABB. 1 THEMENINTERESSEN 2020

Quelle: KIM-Studie 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n= 1.216, S. 7.

SEHR INTERESSIERT
INTERESSIERT



2 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 3.
3 ebd., S. 6.
4 ebd., S. 9.

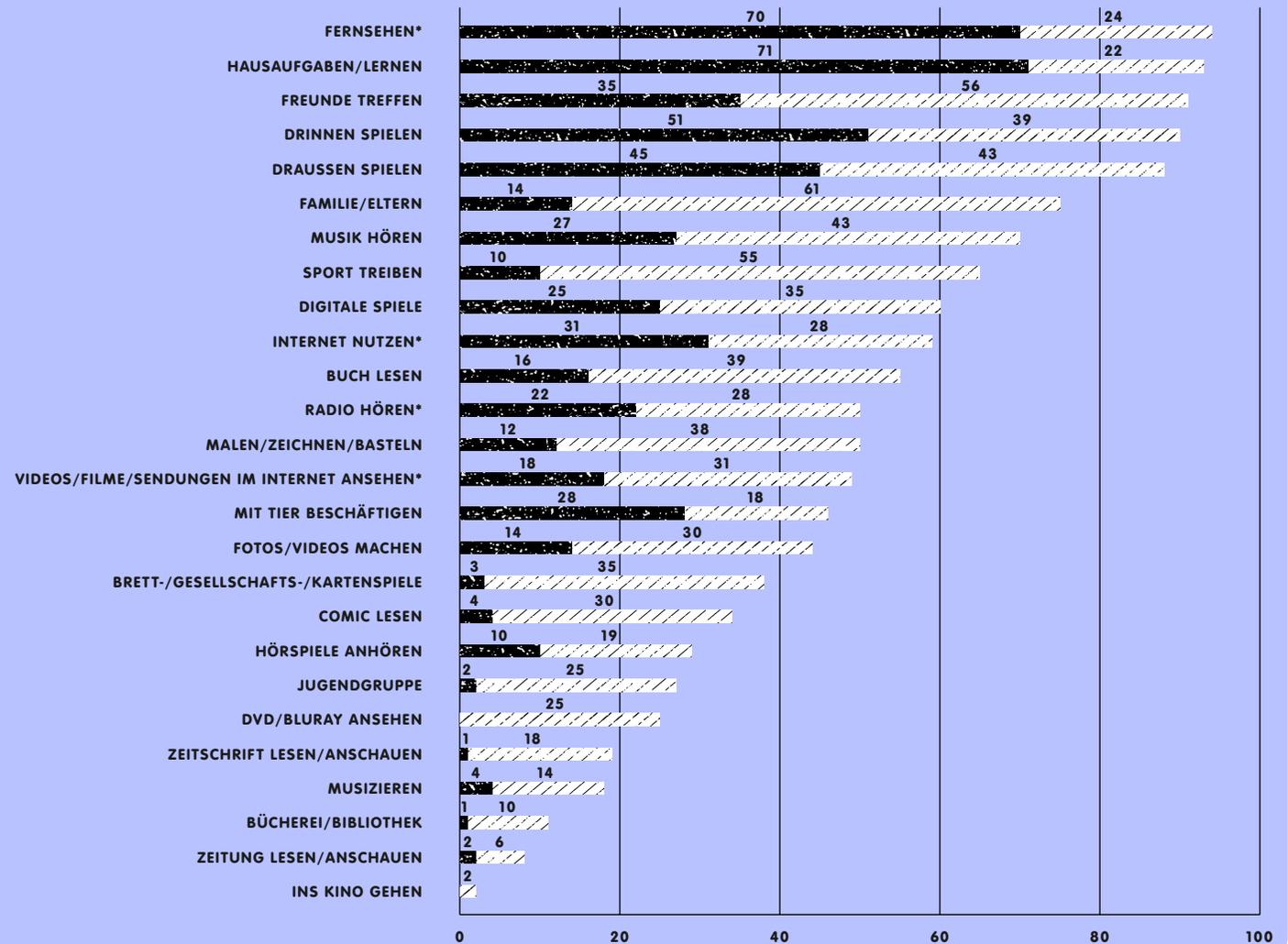
Für die tägliche/wöchentliche Bewegtbildnutzung sind andere Plattformen weitaus relevanter (s. Abb.2).

Das Fernsehen (ungeachtet des Verbreitungsweges) steht bei den Freizeitaktivitäten ganz oben: 94% der Kinder sehen täglich oder »ein/mehrmals die Woche« fern. Ebenfalls für die Rezeption von Filmen relevant ist die Nutzung von DVD/Blu-ray, die von 25% »ein/mehrmals die Woche« genutzt werden. Auch bei der Benennung der liebsten Freizeitbeschäftigungen zeigt sich die Relevanz des Fernsehens für junge Zuschauer*innen: Es belegt nach »Freunde treffen«, »Draußen spielen« und »Sport treiben« Platz 4. Auf Platz 13 rangiert »Videos/Filme/Sendungen online ansehen«.⁵

ABB. 2 FREIZEITAKTIVITÄTEN 2020 / TEIL 1

Quelle: KIM-Studie 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n= 1.216, S. 14 f.

■ JEDEN/FAST JEDEN TAG
 ▨ EIN-/MEHRMALS PRO WOCHE



5 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 16.

Ebenso ermittelt die Studie, welche Medien allein oder gemeinsam genutzt werden (s. Abb. 3).

Während das Sehen von Bewegtbild via Fernsehen und Online tendenziell eher allein erfolgt, fällt auf, dass die Kinder, die DVDs/Blu-rays ansehen, dies gern auch mit Freund*innen, den Eltern oder Geschwistern tun. Das Kino als Ort der Mediennutzung wird hier nicht abgefragt.

Der Bewegtbildnutzung ist mit »Fernsehen, Netflix, YouTube & Co.« ein eigenes Kapitel gewidmet.⁶ Das Kapitel zeugt davon, wie sich das Bewegtbildangebot ausdifferenziert hat – geben die befragten Kinder doch 32 unterschiedliche Sender bei der Frage nach einem Lieblingssender an. Auf Platz 1 rangiert der Kinderkanal von ARD und ZDF (KiKA) mit 29% gefolgt von Super RTL mit 22%. Auch die Frage nach den Lieblingssendungen führt zu so vielen Einzelnennungen, dass kaum ein Format herausragt. Ebenso wurde die Nutzung von Wissensformaten sowie Nachrichtensendungen erfragt, die von 50% bzw. 27% der fernsehenden Kinder geschaut werden.⁷ Filmkonsum und/oder Lieblingsfilme wurden nicht nachgefragt.

Als Gerät zur Nutzung von Bewegtbildern erreicht der Fernseher nach wie vor Spitzenwerte: 97% (sechs – sieben Jahre), 96% (acht – neun und zehn – elf Jahre) und 95% (zwölf – 13 Jahre).⁸

6 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 41- 45.
 7 ebd., S. 41.
 8 ebd., S. 43.

ABB. 2 FREIZEITAKTIVITÄTEN 2020 / TEIL 2

Quelle: KIM-Studie 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n= 1.216, S. 14 f.

■ JEDEN/FAST JEDEN TAG
 ▨ EIN-/MEHRMALS PRO WOCHE

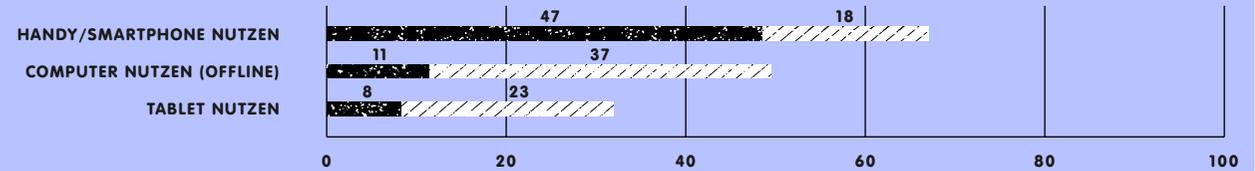
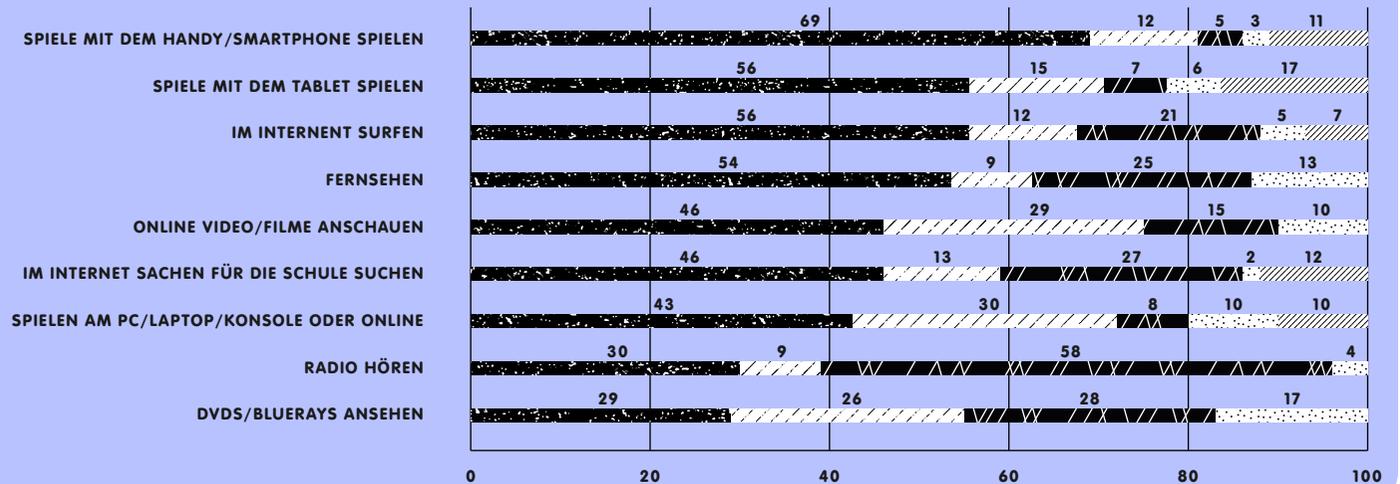


ABB. 3 MEDIENNUTZUNG 2020

Quelle: KIM-Studie 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n= 1.216, S. 18.

■ EHER ALLEINE
 ▨ EHER MIT FREUNDEN
 ▩ EHER MIT ELTERN
 ▤ EHER MIT GESCHWISTERN
 ▧ NUTZE ICH NICHT / K.A.



Ist das Gerät zwar recht konstant, hat sich Anzahl und damit auch Nutzung der Plattformen, die Bewegtbild anbieten, erhöht bzw. verändert (s. Abb. 4).

Marktneuling Disney+ konnte sich im ersten Jahr gleich im Mittelfeld etablieren und insbesondere in der Nutzung von YouTube und Netflix wird eine Zunahme der Nutzung mit zunehmendem Alter evident.

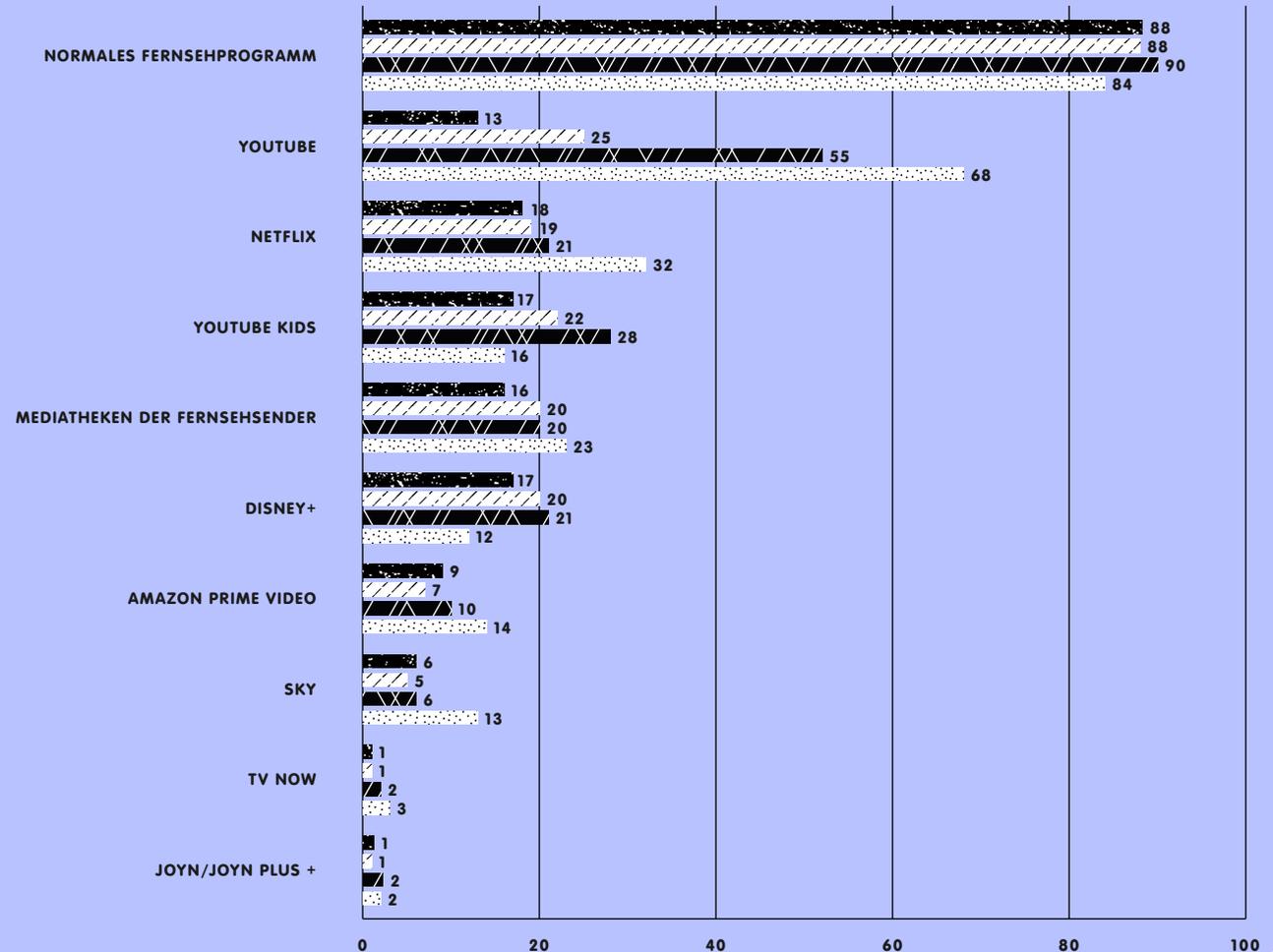
Bezüglich YouTube wird speziell nach den genutzten Inhalten gefragt, wobei »Lustige Clips«, »Musikvideos« und »Videos, in denen Youtuber aus ihrem Alltag erzählen« auf den ersten drei Plätzen zu finden sind.⁹ Eine nähere Abfrage der Inhalte anderer Plattformen erfolgt nicht.

In der Abfrage der Nutzungsdauer der verschiedenen Medien durch Kinder, die von den Haupterzieher*innen geschätzt werden, ging das Team der *KIM-Studie* angesichts der Marktveränderungen andere Wege als noch 2018: Hier wurde Fernsehen noch generell abgefragt und lag bei 82 Minuten durchschnittlicher Nutzung täglich. 2020 wurde differenzierter abgefragt: Fernsehen (klassisch) (68 Minuten), Streaming Angebote (24 Minuten), Mediatheken der Fernsehsender (14 Minuten) und YouTube-Kanäle der Fernsehsender (16 Minuten). Aufsummiert sind dies 122 Minuten durchschnittlich täglich, die mit der Nutzung von Bewegtbild auf diesen Plattformen genutzt wird. Auch wenn die Zahlen nicht exakt mit denen von 2018 vergleichbar sind, ist von einer erhöhten Bewegtbildnutzung auszugehen.¹⁰

ABB. 4 PLATTFORMNUTZUNG SENDUNGEN/SERIEN/FILME/VIDEOS 2020

Quelle: KIM-Studie 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n= 1.216, S. 44.

■ 6-7 JAHRE
 ▨ 8-9 JAHRE
 ▩ 10-11 JAHRE
 ▤ 12-13 JAHRE



⁹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 45.

¹⁰ ebd., S. 78.

2.1.2 KINDER MEDIEN MONITOR 2021

Grundlage für den *Kinder Medien Monitor* sind zwei Befragungswellen (17. Februar bis 4. April 2020, 6. Februar bis 31. März 2021). Insgesamt wurden 2046 Doppelinterviews mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren und jeweils einer erziehungsberechtigten Person durchgeführt.¹¹

Wie in der *KIM-Studie 2020* wird hier der Kinobesuch als »Freizeitaktivität« abgefragt.

Waren es in der *KIM-Studie* 2% der Kinder, die »ein-/mehrmals pro Woche« ein Kino besuchen, liegt der hier ermittelte Wert mit 1,2% darunter. Des Weiteren wird Auskunft über geringere Besuchsfrequenzen gegeben: 62,9% gaben »seltener als etwa einmal pro Woche« an und 34% gehen »nie« ins Kino, wobei die Zehn- bis 13-Jährigen häufiger ins Kino gegangen sind als die Sechs- bis Neunjährigen (s. Abb. 5).

ABB. 5 WIE OFT GEHEN KINDER INS KINO

Quelle: Kinder Medien Monitor 2021, Angaben in Prozent, S. 52.

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Jungen	Mädchen	6 – 9 Jahre	10 – 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.037	1.047	990	1.017	1.020
in Tsd.	5.918	3.042	2.876	2.956	2.962
in Prozent	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ins Kino gehen					
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0
mehrmals pro Woche	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5
etwa einmal pro Woche	0,7	0,7	0,8	0,8	0,6
seltener	62,9	62,9	62,9	58,0	67,8
nie	34,0	34,8	33,2	39,2	28,9
keine Angabe	1,9	1,2	2,5	1,5	2,2

¹¹ Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, u.a. 2021, S. 116; S. 113; S. 3.

Da im *Kinder Medien Monitor 2021* kein Bezug zu den Vorjahresergebnissen hergestellt wird, lohnt sich ein Blick in frühere Studien, um zu ermitteln, wie es um die Kinonutzung vor der Pandemie bestellt war. Für den *Kinder Medien Monitor 2020* wurde das Freizeitverhalten nicht so dezidiert abgefragt. Allerdings war dies für die *Kinder Medien Studie 2019*¹² der Fall (s. Abb.6).

Hier wurde die Besuchsfrequenz noch kleinteiliger abgefragt als 2021 und es zeigt sich, dass die Mehrheit der Kinder mit insgesamt 62,1% entweder »alle 2, 3 Monate« oder »ein-, zweimal« im Jahr ein Kino besuchte. »Nie« gaben lediglich 5,4% an. Demgegenüber stehen 34%, die 2021 »nie« angegeben haben. Nun könnte man anführen, dass in einem kindlichen Alltag seltener als ein-, zweimal im Jahr der Aussage »nie« schon ziemlich nahekommt. Summiert man die Angaben zu »seltener« und »nie«, sind dies 25,2%. Gleichwohl belegen die Daten, dass die pandemiebedingten Kinoschließungen dazu geführt haben, dass die Anzahl an Kindern, die nie ein Kino besuchen, stark angestiegen ist.

Des Weiteren untersucht der *Kinder Medien Monitor 2021* die Freizeitgestaltung mit Medien und differenziert in die Rubriken »Sehen«, »Hören« und »Lesen«. Die Rubrik »Sehen« ist in diesem Kontext relevant und in ihr werden »Serien, Filme oder Videos« zusammengefasst.

ABB. 6 WIE OFT GEHEN KINDER INS KINO

Quelle: Kinder Medien Studie 2019, Angaben in Prozent, S. 64.

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Jungen	Mädchen	6 – 9 Jahre	10 – 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.000	1.028	972	996	1.004
in Tsd.	5.846	3.005	2.841	2.910	2.936
in Prozent	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kind geht ... ins Kino.					
Mehr als einmal wöchentlich	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Einmal wöchentlich	0,2	0,0	0,4	0,4	0,0
Zwei- oder dreimal im Monat	2,4	2,3	2,4	1,6	3,1
Einmal im Monat	9,9	8,4	11,4	7,0	12,8
Alle 2, 3 Monate	29,9	28,7	31,2	24,1	35,7
Ein-, zweimal im Jahr	32,2	34,5	29,7	36,6	27,8
Seltener	19,8	19,7	20,0	23,2	16,5
Nie	5,4	6,1	4,6	7,0	3,8
keine Angabe	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3

¹² Die *Kinder Medien Studie* wurde im Jahr 2020 in *Kinder Medien Monitor* umbenannt.

In der Vorjahresstudie wurde in der Rubrik »Sehen« noch zwischen Filmen, Serien und Fernsehsendungen differenziert.¹³ Abgefragt wurden in beiden Jahrgängen die Plattformen, die zum Sehen genutzt werden.

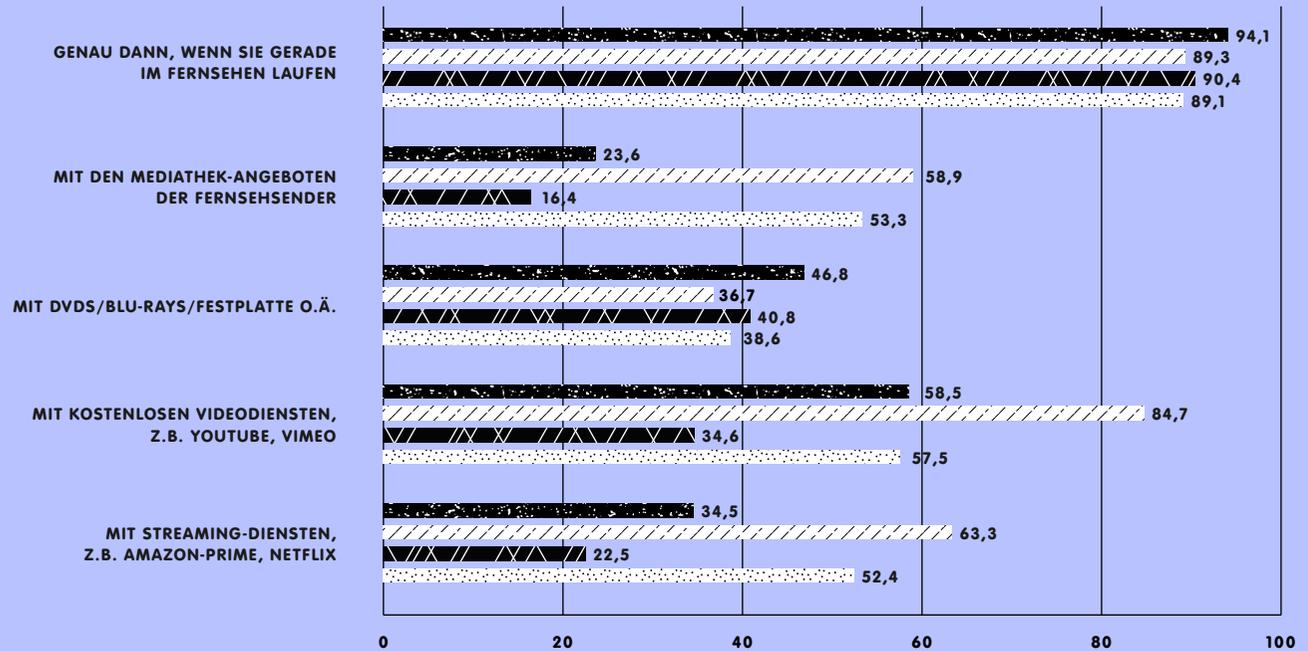
Auch wenn die gesehene Bewegtbilder unterschiedlich geclustert werden, sei ein Vergleich mit dem Vorjahr gewagt: Während die Nutzung des linearen Fernsehens leicht und von DVDs etc. etwas stärker zurück geht, sind bei den Mediatheken, kostenlosen Videodiensten und Streamingdiensten erhebliche Anstiege zu verzeichnen – so hat sich bei den Sechs- bis Neunjährigen etwa die Nutzung von Streamingdiensten mehr als verdoppelt.

ABB. 7 FREIZEITGESTALTUNG MIT MEDIEN – SEHEN: ART UND WEISE

FILME UND SERIEN 2020; SERIEN, FILME ODER VIDEOS 2021; MINDESTENS »ETWA EINMAL PRO WOCHE«

Eigene Berechnung, Quellen: Kinder Medien Monitor 2020, S. 40; Kinder Medien Monitor 2021, S. 56, Angaben in Prozent.

- 10-13 JAHRE 2020
- ▨ 10-13 JAHRE 2021
- ▩ 6-9 JAHRE 2020
- ▧ 6-9 JAHRE 2021



13 Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, u.a. 2020, S. 40f.

Erstmals wurde im *Kinder Medien Monitor 2021* dezidiert danach gefragt, welche Mediatheken, Video- oder Streamingdienste von Kindern in Anspruch genommen werden.

Wie schon in Abbildung 6 wird hier ersichtlich, dass die Zehn- bis 13-Jährigen diese Angebote mehr in Anspruch nehmen als die jüngeren Kinder. Ebenso gibt es Unterschiede in den Präferenzen: Angebote, die insbesondere Kinder ansprechen, wie YouTube KIDS, Toggo, Disney+ und KiKA Player, werden von den Sechs- bis Neunjährigen stärker genutzt als von den Zehn- bis 13-Jährigen.

Zur Nutzungsdauer der verschiedenen Plattformen werden für den *Kinder Medien Monitor 2021* keine Daten erhoben.

ABB. 8 FREIZEITGESTALTUNG MIT MEDIEN – SEHEN: MEDIATHEKEN, VIDEO- ODER STREAMINGDIENSTE

TOP 7: MINDESTENS »ETWA EINMAL PRO WOCHE«
 Eigene Berechnung, Quelle: Kinder Medien Monitor 2021, S. 57f, Angaben in Prozent.



2.1.3 KINOBESUCHER*INNEN 2020

Im Juni 2021 veröffentlichte die Filmförderungsanstalt (FFA) eine Studie zu den Kinobesucher*innen von 2020. Die erhobenen Daten stützen sich dabei auf das Individualpanel Media+Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Neben der allgemeinen Entwicklung des deutschen Kinomarktes, wird das Kinopublikum nach soziodemographischen, konsumrelevanten und filmspezifischen Kriterien untersucht. Für die Forschungsfrage relevant ist die Altersgruppe der Zehn- bis 19-Jährigen. Das zugrundeliegende Panel umfasst u. a. nicht Kinder unter zehn Jahren.¹⁴

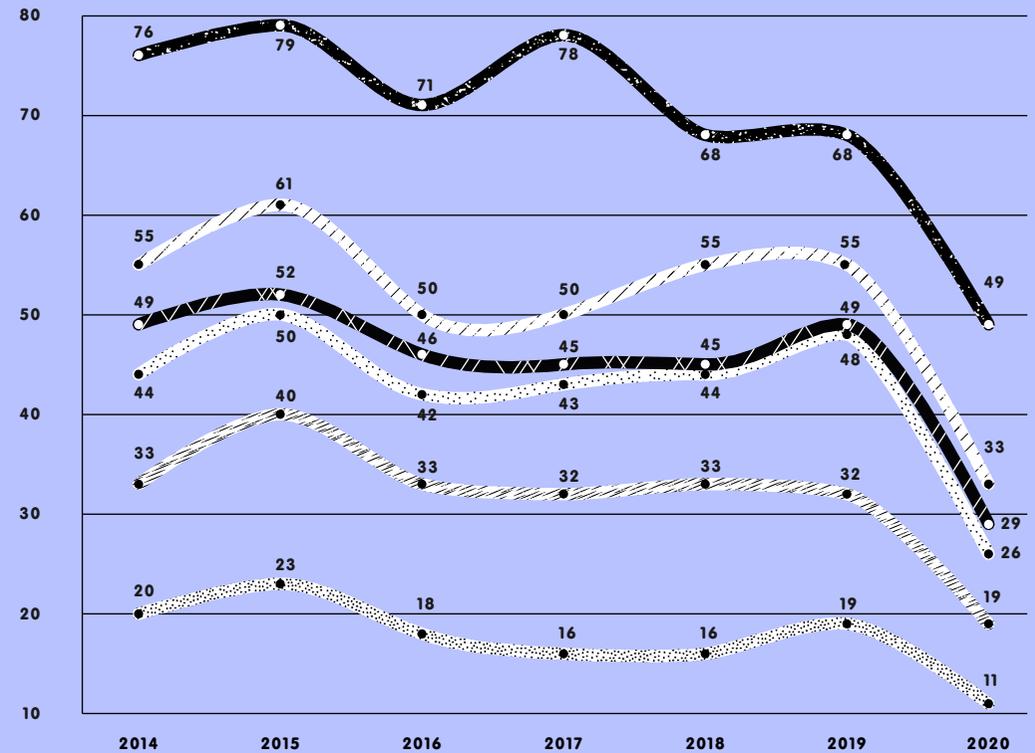
Die Reichweitenentwicklung gibt einen Einblick darin, wieviel Prozent der jeweiligen Alterskohorten überhaupt ein Kino in den Jahren 2012 bis 2020 besucht haben (s. Abb. 9).

Die Corona-Pandemie hat die Reichweite des Kinos auf ein Allzeit-Tief gedrückt, wobei unter den Zehn- bis 19-Jährigen zumindest noch fast die Hälfte ein Kino besuchten.

ABB. 9 REICHWEITENENTWICKLUNG NACH ALTERSGRUPPEN

Quelle: FFA Kinobesucher*innen 2020, Angaben in Prozent, n 2018= 6.407, S. 14.

- 10 BIS 19 JAHRE
- 20 BIS 29 JAHRE
- 30 BIS 39 JAHRE
- 40 BIS 49 JAHRE
- 50 BIS 59 JAHRE
- 60+ JAHRE



¹⁴ Filmförderungsanstalt 2020, S. 2.

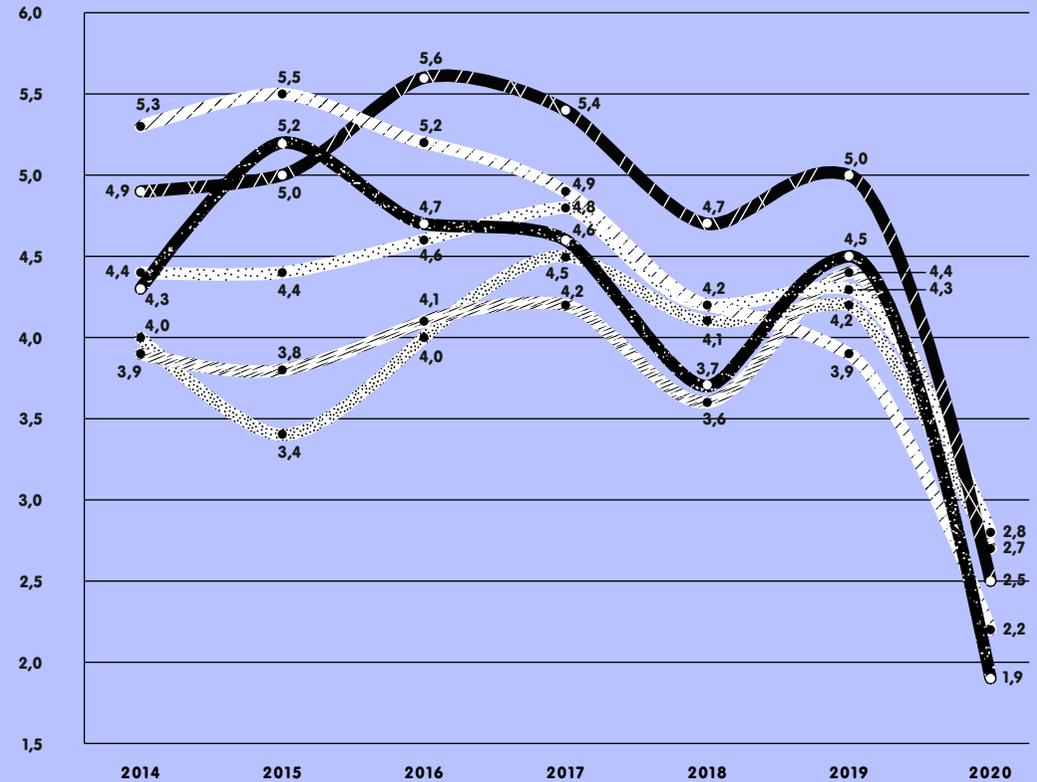
Noch dramatischer fällt die Entwicklung der Besuchsintensität aus, d.h. wie häufig pro Jahr ein Kino aufgesucht wurde.

Bewegte sich die Besuchsintensität der relevanten Altersgruppe in den letzten Jahren mit Werten zwischen 3,7 und 5,2 jährlichen Kinobesuchen stets im (oberen) Mittelfeld, bildet sie nun das Schlusslicht mit 1,9 Kinobesuchen pro Jahr (s. Abb. 10).

ABB. 10 ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT NACH ALTERSGRUPPEN

Quelle: FFA Kinobesucher-innen 2020, Tickets pro Person, n 2020= 6.407, S. 15.

- 10 BIS 19 JAHRE
- 20 BIS 29 JAHRE
- 30 BIS 39 JAHRE
- 40 BIS 49 JAHRE
- 50 BIS 59 JAHRE
- 60+ JAHRE



Ebenso gibt die Studie Auskunft darüber, für welche sieben Filme die meisten Tickets pro Altersgruppe gekauft wurden (s. Abb. 11).

Die starke Präsenz von »Die Eiskönigin 2« bei den 40- bis 49-Jährigen sowie von »Als Hitler das rosa Kaninchen stahl« bei der Generation 60+ zeugt vom Kinobesuch als Gemeinschaftserlebnis. Dies hat sich auch im Pandemie-Jahr nicht signifikant verändert; seit 2014 erfolgt über alle Altersgruppen hinweg der Kinobesuch zu 48–52% mit einer und zu 17–19% mit zwei Begleitpersonen. Allein gehen nur 10–13%.¹⁵

ABB. 11 TOP 7 TITEL 2020 – ALTERSGRUPPEN

Quelle: FFA Kinobesucher*innen 2020, Angaben in Prozent, n 2018=6.407, S. 20.

 **DEUTSCHE PRODUKTIONEN SIND GEKENNZEICHNET**

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Sonic the Hedgehog	Bad Boys for Life	Bad Boys for Life	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Enkel für Anfänger 
Jumanji: The Next Level	Tenet	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Bad Boys for Life	Lindenberg! Mach dein Ding 	Als Hitler das rosa Kaninchen stahl 
Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	1917	Nightlife 	Die Hochzeit 	Lindenberg! Mach dein Ding 
Die Eiskönigin 2	Jumanji: The Next Level	Tenet	Sonic the Hedgehog	Tenet	Das geheime Leben der Bäume 
After Truth	Nightlife 	Knives Out – Mord ist Familiensache	Die Hochzeit 	Bad Boys for Life	Die Hochzeit 
Nightlife 	Knives Out – Mord ist Familiensache	Nightlife 	Knives Out – Mord ist Familiensache	Knives Out – Mord ist Familiensache	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers
Die fantastische Reise des Dr. Dolittle	1917	Sonic the Hedgehog	Die Eiskönigin 2	Enkel für Anfänger 	Little Women

¹⁵ Filmförderungsanstalt 2020, S. 28.

Von Interesse im Kontext der Forschungsfragen sind ebenso die in der Studie veröffentlichten Ergebnisse einer repräsentativen *Ad-Hoc*-Studie im *GfK Consumer Panel*, die im Januar 2021 durchgeführt wurde (s. Abb. 12).

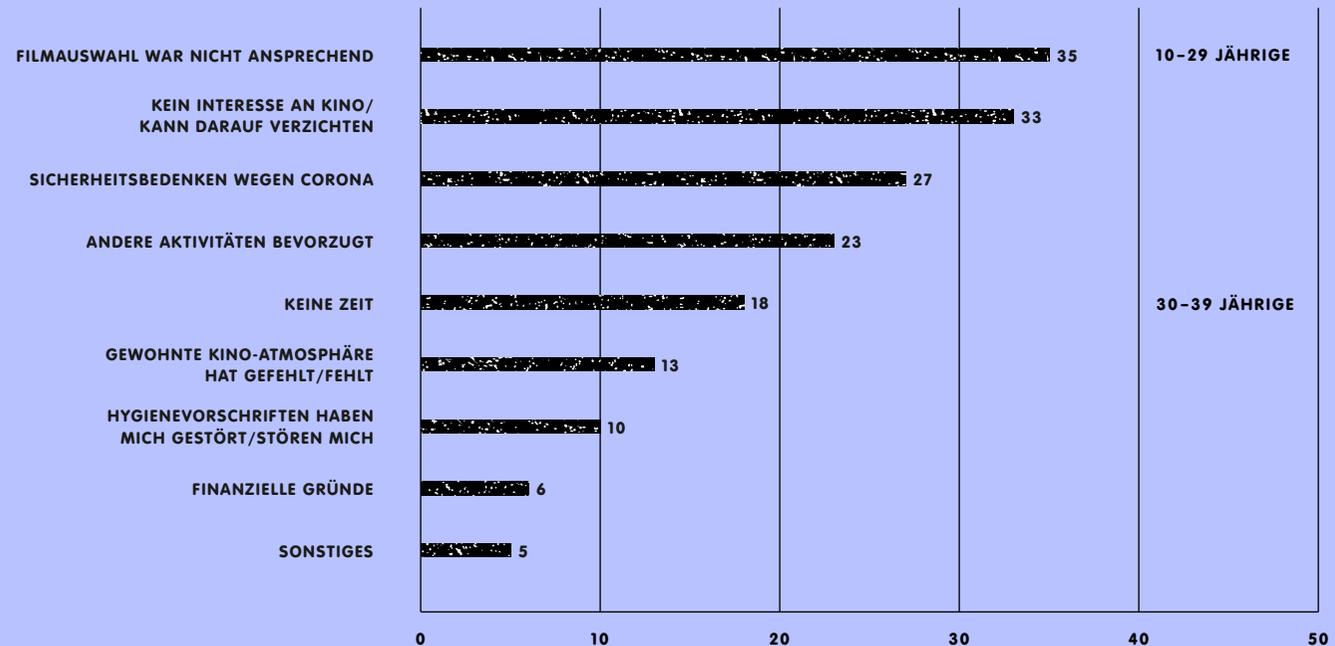
Offenbar hinderte gerade die Zuschauer*innen zwischen zehn und 29 Jahren die pandemiebedingte kleinere Auswahl an Filmen am Kinobesuch. Insgesamt hat sich die kinolose Corona-Zeit über alle Alterskohorten hinweg negativ auf das Verlangen ausgewirkt, ein Lichtspielhaus aufzusuchen, denn knapp ein Drittel gibt an, kein Interesse zu haben bzw. auf Kino verzichten zu können.

ABB. 12 GRUND FÜR NICHTBESUCH NACH WIEDERERÖFFNUNG

WARUM WAREN SIE IN DEN LETZTEN 6 MONATEN (SEIT DER WIEDERERÖFFNUNG DER KINOS IM FRÜHSOMMER 2020) NICHT IM KINO?

ÜBERDURCHSCHNITTLICH HOHE WERTE BEI ALTERSGRUPPE:

Quelle: FFA Kinobesucher*innen 2020, Angaben in Prozent, n 2021= 10400, S. 65.



2.2 Auswertung und Identifikation von Lücken

Die *KIM-Studie 2020* sowie der *Kinder Medien Monitor 2021* verdeutlichen, dass sich innerhalb der Untersuchungszeiträume zwischen Frühjahr 2020 und Frühjahr 2021, die weitgehend deckungsgleich mit der Corona-Pandemie sind, die Bewegtbildnutzung von Kindern sowohl weiter ausdifferenziert, als auch intensiviert hat. Dabei fällt auf, dass bzgl. der Nutzungshäufigkeit von Mediatheken, kostenlosen Videodiensten sowie Streamingdiensten die Werte im *Kinder Medien Monitor 2021* erheblich höher ausfallen als in der *KIM-Studie 2020*. Dies mag ein Ausdruck dafür sein, dass in Bezug auf den aktuell sehr beweglichen Medienmarkt zwei unterschiedliche Stichproben, die zu unterschiedlichen Zeiten anhand eines unterschiedlichen Studiendesigns befragt wurden, auch unterschiedliche Ergebnisse zeigen.

Die Beantwortung der Forschungsfrage, wo, wieviel und mit wem Kinder Filme rezipieren, ist auf Grundlage dieser beiden Studien nur bedingt möglich. Dies liegt insbesondere an dem Clustering der Begriffe, die Bewegtbild definieren: Werden in der *KIM-Studie 2020*

»Sendungen/Serien/Filme/Videos« subsumiert, sind es im *Kinder Medien Monitor 2021* »Serien«, »Filme« oder »Videos«. Somit kann zwar davon ausgegangen werden, dass Kinder auf allen von ihnen genutzten Ausspielwegen vom »normalen« Fernsehen bis Netflix auch Filme sehen, aber in welchem Umfang und in welcher Gesellschaft dies geschieht, lässt sich nicht ermitteln. Lediglich gemäß der Untersuchung der DVD/Blu-ray-Nutzung in der *KIM-Studie 2020* lässt sich vorsichtig ableiten, dass auf diesem Wege Filme häufig mit Freund*innen, Eltern oder Geschwistern gesehen werden. Ebenso legen die Ergebnisse von *Kinobesucher*innen 2020* nahe, dass Filme gern gemeinschaftlich gesehen werden.

Zudem erweist sich als hinderlich, dass in beiden Studien zur Mediennutzung von Kindern das Kino nicht als Plattform/Ausspielweg für Bewegtbilder berücksichtigt und abgefragt wird. Es firmiert als »Freizeitaktivität« und hat als solche pandemiebedingt sowohl an Interesse als auch an Nutzungsintensität erheblich eingebüßt.

Welches Ausmaß diese Einbußen insgesamt haben, verdeutlicht *Kinobesucher*innen 2020*. Bezogen auf Kinder als Kinogänger*innen ermöglicht die Studie jedoch nur eingeschränkt Einblicke, da einerseits erst das Publikum ab zehn Jahren erfasst wird und andererseits die Alterskohorte zehn bis 19 Jahre sowohl Kinder als auch Jugendliche umfasst, die andere Themeninteressen haben und Medien unterschiedlich nutzen. Wie sehr beispielsweise die Mediennutzung der Sechs- bis Neunjährigen von der der Zehn- bis 13-Jährigen differiert, demonstrieren sowohl die Ergebnisse der *KIM-Studie 2020* als auch die des *Kinder Medien Monitor 2021*.

Somit liegt die unbefriedigende Situation vor, dass in den Studien, die sich regelmäßig der Mediennutzung von Kindern widmen, das Kino nicht als Plattform betrachtet wird sowie die Rezeption von Filmen in der allgemeinen Bewegtbildnutzung aufgeht und damit nicht messbar ist, während die regelmäßige Untersuchung des Kinopublikums die junge Zielgruppe unter zehn Jahren nicht berücksichtigt.

Die zutage tretenden Lücken lassen sich mit folgenden (Forschungs-) Fragen umschreiben:

- ✗ Welchen Anteil haben Filme in der Bewegtbildnutzung von Kindern?
- ✗ Welche Ausspielwege/Plattformen (inklusive Kino) nutzen Kinder, um Filme zu sehen?
- ✗ Mit wem sehen Kinder wie häufig und wann Filme?
- ✗ Welche Filme sehen Kinder?

Diese Fragen könnten Anlass für eigenständige Studien sein, jedoch auch in die regelmäßig durchgeführten Studien aufgenommen werden. So gibt es etwa in der *KIM-Studie* das Kapitel »Bücher und Lesen«¹⁶, in dem Nutzungsfrequenz, aktuell gelesene Bücher sowie Lieblingshörbücher/-hörspiele ermittelt werden. Analog dazu wäre ein Kapitel »Kino und Film« sinnvoll, das sich den genannten Fragen widmet. Ebenso wäre es wünschenswert, wenn im *Kinder Medien Monitor* künftig der Kinobesuch wieder in der Nutzungsfrequenz wie es für die *Kinder Medien Studie 2019* der Fall war, abgefragt würde und die FFA bei kommenden Studien zum Kinopublikum die Sechs- bis Neunjährigen einbezöge.

Die Ergebnisse könnten sich als außerordentlich hilfreich in den Bereichen Stoffentwicklung, Film- und Kinomarketing und nicht zuletzt bei der Entwicklung partizipatorischer Projekte erweisen.

¹⁶ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2020, S. 28-31.

3

ÜBERBLICK FORSCHUNGSSTAND:

Partizipation in nationalen Kultureinrichtungen

Der bisherige Forschungsstand zum Thema Kinder- und Jugendpartizipation im Kulturbereich ist breit gefächert. Bereits im deutschsprachigen Raum gibt es eine Reihe einschlägiger Literatur und Studien, die beispielhaft vorgestellt werden sollen. Ein besonderer Trend zum Thema der Kinder- und Jugendpartizipation zeichnet sich im Theater ab. Das Fachbuch *Partizipation als Programm. Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche* (2017) bietet mit zahlreichen Erhebungen wie Beiträgen einen theoretischen Überblick zu gesellschaftlichen, praktischen sowie politischen Perspektiven der Kinder- und Jugendpartizipation im Theater. Interessante Beispielbeiträge sind unter anderem *Teilhabe künstlerisch denken. Fragestellungen und Anregungen für Vermittlungspraktiken in partizipativen Projekten*¹⁷ oder *Wege ins Theater führen über die Hauptstraße der Partizipation. Jugendpolitik für kulturelle Teilhabe*.¹⁸ Ebenso nennenswerte, aktuelle Literatur im Theaterbereich ist in diesem Zusammenhang *Stop Teaching! Neue Theaterformen mit Kindern und Jugendlichen* von Patrick Primavesi (2014), sowie Katharina M. Schröcks *Landesbühnen als Reformmodell. Partizipation und Regionalität als kulturpolitische Konzeption für die Theaterlandschaft* (2020). Allerdings beschäftigt sich Schröck nicht ausschließlich mit Kinder- und Jugendpartizipation, sondern behandelt allgemein die Zusammenhänge der Partizipation mit der Theaterarbeit am Beispiel der Landesbühnen.

Eine weitere Kultureinrichtung, die im Rahmen theoretischer, partizipativer Ansätze auftritt, ist das Museum. Hervorzuheben ist die Autorin Anja Piontek, die in ihrer Publikation *Museum und Partizipation. Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote* (2017) Kinder- Jugend- und Erwachsenenpartizipation im Museumswesen nicht nur auf theoretischer Basis untersucht, sondern auch die Partizipationsprojekte *OSTEND/OSTANFANG*, *NeuZugänge* und *gerhardWER?* mit Hilfe eines theoretischen Modells analysiert. Ebenso genannt werden müssen in diesem Zusammenhang die speziell für Kinder und Jugendliche ausgerichteten Museen mit ihren jeweiligen partizipativen Ansätzen: *Kinder- und*

Jugendmuseen. Genese und Entwicklung einer Museumsgattung: Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte (Gabriele König, 2002) und *Kindermuseen. Strategien und Methoden eines aktuellen Museumstyps* (Yvonne Leonard, 2012).

Partizipative Ansätze im Musikbereich treten häufig im schulischen Kontext auf, wie beispielweise in Steffen Geigers Arbeit *Zur Umsetzung von Partizipation in der musikalischen Bildung. Ergebnisse einer qualitativ-empirischen Analyse* (2016). Die Bundesakademie für musikalische Jugendbildung Trossingen gibt in ihrer Schriftenreihe *Partizipation. Mein Part zählt!* diverse Artikel zur musikalischen Partizipation (beispielsweise in Schule oder Oper) wieder.

Literatur hinsichtlich partizipativer Ansätze im Kulturbereich Film und Fernsehen existiert, trotz ausführlicher Recherche, derzeit noch nicht. Hier kann lediglich Dr. Astrid Plenks Studie *Die Perspektive der Kinder auf Qualität im Kinderfernsehen* (2014) genannt werden, welche sich mit der Qualität des Kinderfernsehens aus der Perspektive der Kinder, hinsichtlich deren Kriterien an das Kinderprogramm, auseinandersetzt.

Nach dem theoretischen Überblick zur Partizipation soll anschließend jeweils ein konkretes Literaturbeispiel in den Kulturbereichen Theater, Museum, Musik und Fernsehen vorgestellt werden, um die unterschiedlichen Partizipationsansätze darin sichtbar zu machen.

3.1 Theorie Partizipation

Die theoretischen Einblicke der Partizipation bieten einen wissenschaftlichen, fundierten Ansatz für künftige Partizipationsansätze zur Orientierung in der audiovisuellen Branche an.

Für die Partizipation ein weiteres, nennenswertes Modell: **Co-Creation**

- ✗ Wechselseitige Beeinflussung zwischen Konsument*innen und Unternehmen
- ✗ Interaktion
- ✗ Variationen in der Einbindung des Konsument*innen
- ✗ Entstehung echter Werte für beide Seiten¹⁹

¹⁷ Jenni 2017, S.123 bis 130.

¹⁸ Taube 2017, S. 243 bis 252.

¹⁹ Vgl. Sonnenburg 2009, S. 52.

3.1.1. DEFINITION PARTIZIPATION

Eine Definition des vielschichtigen Begriffes Partizipation soll für den weiteren Verlauf des Forschungsprojektes eine Erkenntnis dahingehend geben, zu welchem Zeitpunkt ein Projekt als partizipativ deklariert werden kann.

Das Wort Partizipation leitet sich aus dem lateinischen *pars* (dt. Teil, Abteilung, Stück) und *capere* (dt. sich aneignen, ergreifen, übernehmen) ab. Bereits die Wort-Herleitung offenbart, dass Partizipierende nicht nur passiv Teil von etwas sind, sondern sich zudem aktiv etwas aneignen, beziehungsweise übernehmen.²⁰ Dies bringt ebenso hervor, dass eine ausschließlich anwesenheitsbezogene Einbindung, wie die Rezeption des Publikums im Theater, nicht einer Partizipation entspricht.²¹ Autorin Sonja Moser merkt in ihrem Werk *Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen* (2010) an, dass Partizipation selbst weder gelehrt noch veranschaulicht werden kann. Vielmehr fokussiert sich Partizipation auf subjektives Können und Selbsterfahrung/Selbsttätigkeit aller Beteiligten.²² Die Interessen, Ziele und Erfahrungen während der Partizipation müssen dementsprechend bewusst wahrgenommen und berücksichtigt werden.

»Im Kontext von Kindheit und Jugend dient der Begriff [Partizipation] gleichermaßen der deskriptiven Betrachtung von individuellen oder kollektiven Handlungsprozessen und der normativen Einforderung von Beteiligungs-, Mitwirkungs-, und Entscheidungsrechten sowie der Aufforderung an Kinder und Jugendliche, diese Rechte auch wahrzunehmen.«²³

Gebündelt impliziert Partizipation somit eine aktive, handelnde Einbeziehung eines Subjektes, dessen Interessen, Ziele und Erfahrungen berücksichtigt werden müssen. Um der Vielschichtigkeit und möglichen Interpretationen des Begriffes gerecht zu werden, wurden zahlreiche Modelle entwickelt, welche die Strukturen der Partizipation widerspiegeln sollen. Roger Hart, Akademiker für Kinderrechte,

konstruierte basierend auf seinen Arbeiten ein Stufenmodell speziell für die Partizipation von Kindern. Lediglich sein Modell beschäftigt sich mit der Partizipation von Kindern und Jugendlichen, weshalb es im Kontext dieser Arbeit gewinnbringend erscheint und somit vorgestellt wird.

3.1.2 STUFENMODELL DER PARTIZIPATION NACH HART

1992 entwickelte Roger Hart das Diagramm *Leiter der Partizipation*, um die Beteiligung von Kindern an unterschiedlichsten Projekten zu offenbaren. Grundstein für Harts Leiter legte Sherry Arnstein 1969, die das früheste Stufenmodell der Partizipation für Erwachsene entwickelt hat. Die acht Stufen werden von Hart in Nicht-Partizipation und Partizipation kategorisiert²⁴ (s. Abb. 13).

Manipulation

Manifestiert wird Harts erste Sprosse »Manipulation« an zwei Modellen. Zum einen wird die offensichtlichste Manipulation der Kinder durch Erwachsene offenbart: Kinder für bestimmte (politische) Zwecke zu nutzen, ohne dass sie über die Thematik und deren eigene Handlung aufgeklärt sind sowie diese nachvollziehen können, gelten als fehlgeleitet. Zum anderen greift Hart den Aspekt der Rezeptionsforschung auf. Die Teilnahme von Kindern bei Befragungen/Umfragen/Rezeptionsforschung kann keineswegs unter dem Deckmantel der Partizipation stehen, wenn weder eine Rückmeldung beziehungsweise enge Zusammenarbeit in der Vor- und Nachbereitung der Forschung entsteht.²⁵

Dekoration

Für dekorative Zwecke werden Kinder in der zweiten Stufe der Partizipationsleiter beansprucht. Die Verantwortlichkeit formiert sich offensichtlich bei den Erwachsenen, das Handeln der Kinder wird

20 Vgl. Piontek 2016/2017, S. 1.

21 Vgl. Unruth 2016, S. 3.

22 Vgl. Moser 2010, S. 74.

23 Meyer & Patjens 2020, S. 398.

24 Hart 1992, S. 8.

25 Vgl. Hart 1992, S. 9.

jedoch nicht als partizipativ nach außen kommuniziert: »The reason this is described as one rung up from ›manipulation‹ is that adults do not pretend that the cause is inspired by children.«²⁶

Alibi-Teilhabe

Hart beschreibt hier das Phänomen, dass Kinder zwar dem Anschein nach ein Mitspracherecht haben, jedoch letzten Endes wenig bis gar keine Wahl haben, ihre Formulierungen und Gedanken zu einem Thema zu äußern. Als Beispiel greift Hart hier eine Podiumsdiskussion auf, in der Kinder als Repräsentant*innen ihrer Generation teilnehmen, allerdings wenig bis kaum Vorbereitung zum inhaltlichen Thema erhalten haben. Wenn weder das Publikum, noch die Kinder nachvollziehen können, warum sie an dieser Diskussion teilnehmen und nicht vorbereitet wurden, kann nicht von Partizipation die Rede sein.²⁷

Zugewiesen, Informiert

Auf der vierten Stufe, erstmals im Bereich der Partizipation, erläutert Hart die bewusste Zusammenarbeit mit Kindern. Kinder und Jugendliche nehmen freiwillig an einem Projekt teil und kennen beziehungsweise verstehen die Inhalte des Projektes. Als Beispiel wird im Toolkit *Youth Voice and Participation*²⁸ ein Malwettbewerb aufgegriffen. Kinder und Jugendliche dürfen ein Wandgemälde für die Stadt entwerfen. Der*die Gewinner*in erhält anschließend Geschenkgutscheine und sein*ihr Wandgemälde wird von der Stadt genutzt.²⁹

Konsultiert, Informiert

Auf Stufe fünf werden die Kinder ernsthaft um ihren Rat gefragt. In einem von Erwachsenen organisierten Projekt sollen die Kinder in einzelne Prozesse einbezogen werden, wie beispielsweise die Entstehung einer Jugendunterkunft.³⁰

Erwachseneninitiative

Intensiviert wird der Einbezug der Meinungen von Kindern auf Stufe sechs. Hier werden die Kinder und Jugendlichen im gesamten Prozess eines Erwachsenenprojektes involviert, wobei deren Ideen nicht nur angenommen, sondern im Projekt auch realisiert werden.³¹

ABB. 13 PARTIZIPATION-STUFENMODELL NACH HART

Quelle: Hart 1992, S. 8.



Von Kindern initiiert und durchgeführt

Auf Stufe sieben verdeutlicht Hart die gewechselten Positionen von Kindern und Erwachsenen. Die Idee sowie die Durchführung des Projektes stammt von den Kindern. Die Erwachsenen stehen als Expert*innen beratend wie unterstützend zur Seite. Eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe mit gemeinsamer Entscheidungsmacht findet statt.³²

Kinderinitiative

Auf der letzten Stufe acht übernehmen die Kinder eigenständig Verantwortung für ihr Projekt. Die Erwachsenen stehen lediglich zur Verfügung, um die Kinder und Jugendlichen zu unterstützen.³³

Über die Partizipationsleiter von Hart hinaus könnte als denkbare neunte Stufe die alleinige Selbstverwaltung auftreten. Wie dargelegt wurde, spielt innerhalb der Partizipation primär der Austausch und

²⁶ Hart 1992, S. 9.

²⁷ ebd.

²⁸ Sefton Council for Voluntary Service o.J.

²⁹ Vgl. ebd., S. 6.

³⁰ Vgl. ebd.

³¹ Vgl. ebd.

³² Vgl. ebd.

³³ Vgl. ebd.

die Kommunikation zwischen dem Individuum (Kind) und der jeweiligen Institution/den Erwachsenen/den Expert*innen eine vorherrschende Rolle. Fällt die Wechselbeziehung beider Parteien vollends weg und die Kinder verwalten sich selbstständig, kann jenes Projekt nicht mehr als partizipativ deklariert werden. Somit kann auch über das Ziel der Partizipation hinausgeschossen werden:

»Partizipation bedeutet nicht, »Kinder an die Macht« zu lassen, oder »Kindern das Kommando zu geben«. Partizipation heißt, Entscheidungen, die das eigene Leben und das Leben der Gemeinschaft betreffen, zu teilen und gemeinsam Lösungen für Probleme zu finden. [...] Kinderbeteiligung bedeutet immer, daß Kinder nicht alleine, sondern mit Erwachsenen ein Problem bearbeiten oder ein Projekt gestalten.«³⁴

Weitere Modelle der Partizipation sind:

- ✘ **Stufenmodell nach Sherry Arnstein**
Erste allgemeine Partizipationsleiter von der Fremd- zur Selbstbestimmung. Basis vieler weiterer Stufenmodelle
- ✘ **Kategoriales Modell ohne Schemazeichnung**
Unterscheidung von Partizipationsprozessen in die Kategorien Organisationsformen, Thematik, Zielrichtungen
- ✘ **Aktivitätsgrade nach Ehmayer**
Partizipationspfeildiagramm von der aktiven Teilnahme bis hin zur Selbstgestaltung.³⁵

3.1.3 KRITERIEN VON KINDER- UND JUGENDPARTIZIPATION

Bei der Partizipation von Kindern und Jugendlichen spielen nicht nur theoretische Modelle, sondern auch praktische Kriterien eine Rolle. Im März 2013 veröffentlichte das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend die Broschüre *Für ein kindergerechtes Deutschland! Qualitätsstandards für Beteiligung von Kindern und Jugendlichen. Allgemeine Qualitätsstandards und Empfehlungen für die Praxisfelder Kindertageseinrichtungen, Schule, Kommune, Kinder- und Jugendarbeit und Erzieherische Hilfen*. Diese spiegelt allgemeine Qualitätsstandards in der Partizipation Kinder und Jugendlicher wider und soll fortwährend, mit der Masterarbeit *Kommunale Kinder- und Jugendgremien im Land Brandenburg. Ernsthafte Partizipation von Kindern und Jugendlichen?* von Petra Rollfing,³⁶ als Grundstock dafür dienen, Qualitätskriterien für Kinder und Jugendliche im Kulturbereich herauszuarbeiten. Diese sollten Voraussetzung für eine erfolgreiche Partizipation sein:

1. Freiwilligkeit

Grundsätzlich wird »[...] der Gedanke der Partizipation [...] von vornherein verfälscht, wenn seine Verwirklichung einer Gesellschaft aufgezwungen wird.«³⁷ Wenn Partizipation mit Kindern und Jugendlichen also von einer Institution angeboten wird, sollten die Kinder sich dort auch freiwillig anmelden können und von sich aus mitmachen wollen.³⁸ Ein Beispiel der Nicht-Freiwilligkeit wäre die Institution Schule. Kinder unterliegen der Schulpflicht, eine freiwillige Teilnahme an partizipativen Projekten im Schul-Kontext ist deshalb nur eingeschränkt möglich.

2. Gleichberechtigung und Zugangsmöglichkeiten

Unabdingbar in jeglichen Projekten ist die Gleichberechtigung aller Kinder und Jugendlicher unabhängig ihrer Ethnizität, sozialer oder kultureller Herkunft. Dies führt wiederum dazu, dass allen Kindern der Zugang, am Beteiligungsvorhaben mitzuwirken, ermöglicht wer-

den muss. Dementsprechend müssen sowohl die Anmeldung als auch Angebote vielfältig und leicht zugänglich in Hinblick auf Themen, Methoden, Bedürfnisse und Formen sein, um eine Gleichberechtigung aller zu schaffen.³⁹

3. Ernstcharakter

Prinzipiell sollte die Beteiligung der Kinder und Jugendlichen von den gebenden Institutionen ausdrücklich gewünscht wie unterstützenswert sein, wobei nicht nur die Beteiligung, sondern auch der Subjektstatus der Kinder und Jugendlichen anerkannt und wertgeschätzt werden muss. Dies stärkt nicht nur das Selbstvertrauen und die Selbstachtung der Beteiligten, sondern vermittelt eine Arbeit auf Augenhöhe. Die Erwachsenen müssen somit die Beteiligung der Kinder und Jugendlichen ernst nehmen und den sogenannten Spielwiesen-Charakter vermeiden.⁴⁰

4. Verständlichkeit

Für die jeweilige Zielgruppe muss eine verständliche Informationsausgabe erfolgen, sowohl hinsichtlich ihrer Beteiligungsrechte, als auch inhaltlich in Bezug auf das Anforderungs- und Anspruchsniveau. Eine Über- oder Unterforderung muss in jedem Fall vermieden werden, um auch sichtbare Erfolge für die Kinder und Jugendlichen zu ermöglichen.⁴¹

34 Schröder & Fthenakis 1995, S. 14.

35 Diese und weitere nachzulesen in: Piontek 2017, S. 155ff.

36 Rollfing 2018.

37 Glinka 1999, S. 216.

38 Vgl. Rollfing 2018, S. 40.

39 Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2013, S. 10.

40 Rollfing 2018, S. 41.

41 Vgl. ebd.

5. Fachkundige Begleitung

Um partizipative Projekte kindgerecht umsetzen zu können, bedarf es einer Sicherstellung, dass die Erwachsenen/Zuständigen die erforderlichen pädagogischen, methodischen, kommunikativen und sachbezogenen Kompetenzen verfügen und einsetzen.⁴² Die Erwachsenen selbst sind ebenso dazu aufgefordert, eine partizipationsfördernde Haltung zu entwickeln, um neutral mit den Kindern arbeiten zu können, ohne sie gezielt in eine konkrete Richtung zu lenken. Erwachsene fungieren in dieser Funktion als »[...] Dolmetscher zwischen den Generationen«.⁴³

6. Transparenz, Themenfreiheit, Ergebnisoffenheit

Alle Beteiligten des Partizipationsvorhabens, welches somit auch die Kinder und Jugendlichen inkludiert, sollen sowohl bei der Themenfindung, als auch an den gesteckten Zielen beteiligt sein, um das Projekt selbst möglichst transparent und nachvollziehbar zu gestalten.⁴⁴ Bei der Themenfindung gilt die Berücksichtigung der Lebenswelten, Interessen wie Erfahrungen der Kinder. Diese sollen in diesen Prozess aktiv eingebunden werden, denn nur so ist das ganze Projekt für die Kinder und Jugendlichen attraktiv.⁴⁵ Bezüglich der Ziele bzw. Ergebnisse gilt eine von Beginn an entschiedene Offenheit.

7. Materielle Ressourcen

Jedes Partizipationsvorhaben ist auf materielle Ressourcen, wie Zeit, Raum, Materialien und Finanzen angewiesen, welche von den Institutionen/Erwachsenen verfügbar gemacht werden müssen. Nur durch das Bereitstellen kann dann die Selbstorganisationsfähigkeit der Kinder und Jugendlichen gefördert werden.⁴⁶

8. Dokumentation und Evaluation

Um während und für künftige Projekte die Qualität des Partizipationsvorhabens instand zu halten, gilt es die Prozesse und Vorhaben zum einen ausführlich zu dokumentieren, als auch regelmäßig zu evaluieren. Dabei ist maßgeblich, dass die beteiligten Kinder und Jugend-

lichen ebenfalls bei der Evaluation zu Wort kommen. Schlussendlich trägt eine Veröffentlichung der Ergebnisse dazu bei, die Qualität der Partizipation kontinuierlich weiterzuentwickeln.⁴⁷

3.2 Konkrete Partizipationsansätze darstellender Künste

3.2.1 GERD TAUBE: WEGE INS THEATER FÜHREN ÜBER DIE HAUPTSTRASSE DER PARTIZIPATION

Partizipation als Programm. Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche gewährt einen aufschlussreichen Einblick in die theoretischen Ansätze der Partizipation im Theater, weshalb der Artikel *Wege ins Theater führen über die Hauptstraße der Partizipation. Jugendpolitik für kulturelle Teilhabe*, hier exemplarisch für Teilhabe im Bereich Theater stehen soll. Der Theaterwissenschaftler Gerd Taube beschäftigt sich mit der Möglichkeit, Partizipationsansätze der demokratischen Jugendpolitik am Theater anzuwenden.⁴⁸

42 Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2013, S. 12f.

43 Hafenecker & Niebling 2008, S. 135.

44 Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2013, S. 11.

45 Vgl. Rollfing 2018, S. 42.

46 Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2013, S. 12.

47 Vgl. ebd., S. 13.

48 Taube 2017, S. 243.

Als Beispiel für die Anwendung von Partizipation im Theater nennt Taube den ASSITEJ Deutschland e.V., die internationale Vereinigung der Theater für Kinder und Jugendliche in Deutschland. Mit ihrem Programm *Wege ins Theater! Theaterscouts im Kinder- und Jugendtheater* soll ein Zugang für alle Kinder und Jugendliche, unabhängig ihrer Herkunft, zum Theater geschaffen werden, wobei hier nicht nur Kunst vermittelt, sondern die Stärken der Zielgruppe gefördert werden sollen. Theaterscouts fungieren dabei als Vermittler*innen zwischen der jungen Zielgruppe und dem Theater, um so eine Zusammenarbeit zu ermöglichen.⁴⁹ Dafür greift Taube ebenfalls die Methode des Audience Development auf, womit nicht nur ein neues Publikum generiert werden soll, sondern auch Kulturinstitutionen ihr Selbstverständnis entwickeln:

»Doch das im angelsächsischen Raum entstandene Konzept des Audience Developments sieht den Entwicklungsbedarf nicht nur beim Publikum, sondern auch und vor allem bei den Kulturinstitutionen, deren Interesse an bisher nicht erreichten Publikumsgruppen nicht durch das Marketingkalkül der Erschließung neuer Kunden motiviert sein sollte, sondern durch die gesellschaftspolitische Erkenntnis, dass das Recht auf kulturelle Teilhabe umgesetzt werden muss.«⁵⁰

Audience Development:

- ✗ Generierung und Bindung neuen Publikums für Kultureinrichtungen
- ✗ Ziel: qualitative, nachhaltige Entwicklung von Publikum
- ✗ In Hinblick auf die soziodemografische Zusammensetzung wie auf die Qualität der Erfahrungen der Nutzer/-innen⁵¹

Taube erläutert anhand des Programmes der ASSITEJ Deutschland e.V. in Verbindung mit den Kriterien aus der Jugendpolitik zum einen die Schwierigkeiten, die Voraussetzungen und die Umsetzbarkeit von Partizipation, welche folgend kurz angedeutet werden sollen.

Wie Taube deutlich klarstellt, gilt zu Beginn jedes partizipativen Projektes die Frage: »Ist die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an Entscheidungsprozessen im Theater Mitwirkung mit Wirkung oder nur symbolisches Ritual?«⁵² zu beantworten. Die Stufe hin zur Partizipation (siehe Kapitel 3.1.2) muss erreicht werden. Die Voraussetzungen eines partizipativen Projektes im Theater sind unter anderem ein zuvor entwickeltes Verfahren hinsichtlich Konfliktsituationen, um diese auf Augenhöhe mit den Kindern und Jugendlichen zu lösen. Auch muss Einigkeit dahingehend herrschen, dass Institutionen bzw. die Machträger*innen des Projektes, die Meinungen der Kinder und Jugendlichen ernstnehmen müssen.⁵³ Die Umsetzung von Partizipation kann laut Taube auf drei Ebenen geschehen: Teilhabe ohne Entscheidungseinfluss, partielle Teilhabe mit Mitbestimmungsmöglichkeit und Übertragung von Verantwortung.⁵⁴ Hierfür wird jeweils ein Beispiel von Taube am Theater aufgegriffen:

1. Kinder und Jugendliche dürfen Räume im Theater mitgestalten, in denen sie sich während eines Projektes aufhalten. Zwar nehmen sie so aktiv am Theatergeschehen teil, doch hat diese Umsetzung keinen Entscheidungseinfluss auf das Theaterstück oder das eigentliche Projekt.
2. Junge Menschen können an Kinder- und Jugendjürs bei Theaterfestivals oder Wettbewerben mitbestimmen. Durch die Vergabe von Preisen oder Ausarbeitungen des Programms entsteht eine Mitbestimmungsmöglichkeit.
3. Sind Kinder und Jugendliche bei der dramaturgischen Gestaltung des Spielplans involviert, wird diesen die Verantwortung vollends übergeben.⁵⁵ Partizipation kann somit im Theater auf unterschiedlichen Ebenen und in verschiedenen Graden durchgeführt werden.

3.2.2 ANJA PIONTEK: PARTIZIPATIVE ANSÄTZE IN MUSEEN UND DEREN BILDUNGSARBEIT

Im Bereich der Museumsarbeit liegen überwiegend Arbeiten zu Kindermuseen vor, welche partizipatorische Ansätze nutzen, um Kinder und Jugendliche aktiv in die Museumsarbeit miteinzubeziehen.

Die Museologin und Pädagogin Anja Piontek hat bis 2016 über Partizipation im Museumskontext promoviert und greift diese Thematik unter anderem in ihrem Artikel *Partizipative Ansätze in Museen und deren Bildungsarbeit* auf.⁵⁶ Zuvorderst trennt Piontek die aktiven Möglichkeiten eines Museumsbesuchs in Nichtpartizipation und Partizipation. Interaktionsmöglichkeiten mit musealen Gegenständen oder Hands-on-Stationen simulieren lediglich eine Partizipation, geben eine Alibi-Teilhabe vor. Der praktischen Verwirklichung von Partizipation schreibt Piontek dem Museum keine Grenzen vor, solange die Wünsche der Teilnehmenden berücksichtigt werden. Piontek stellt dahingehend unterschiedliche Felder der partizipativen Möglichkeiten im Museum dar. Hierfür interessant sind: Beteiligungsangebote, Typen von Beteiligungsformaten und Beteiligungsorte, die nun konkreter aufgeschlüsselt werden sollen:

49 Vgl. Taube 2017, S. 246.

50 ebd., S. 249.

51 Mandel 2016/2017.

52 Vgl. Taube 2017, S. 247.

53 Siehe die Qualitätskriterien in Kapitel 3.1.3

54 Vgl. Taube 2017, S. 248.

55 Vgl. ebd., S. 251.

56 Piontek 2016/2017.

Beteiligungsangebote

Zu Beginn eines musealen Projektes liegt der Fokus auf der jeweiligen Zielgruppe für die Partizipation. Dabei können Gruppen in offen (Teilnehmende haben keinerlei Vorkenntnisse), halb-offen (Teilnehmende haben Vorkenntnisse zu einem konkreten Thema, welches umgesetzt werden soll) oder geschlossen (Teilnehmende existieren bereits als Gruppe, wie zum Beispiel Schulklassen) sortiert werden.⁵⁷

Beteiligungsformate

Als erstes Beteiligungsformat greift Piontek die Ausarbeitung/Ausführung auf. Beispielhaft wäre eine persönliche Bewertung oder Abstimmung über den weiteren Verlauf des Konzeptes. Zweitens nennt Piontek die Zuarbeit. Hier können Partizipierende Ideen und Vorarbeiten für Konzepte entwickeln, worauf dann die Museumsarbeiter*innen aufbauen. Darauf folgt die Mitarbeit, welche bereits im Namen klarstellt, dass eine maßgebliche Beeinflussung auf das Projekt, und ein Mitspracherecht beim Endprodukt ermöglicht werden kann. Abschließend greift Piontek die Zusammenarbeit auf, in welcher die Partizipierenden von der Idee bis zum Endprodukt beteiligt sind, und somit ein Machtgleichgewicht zwischen Museum und Partizipierenden herrscht.⁵⁸

Beteiligungsorte

Die fünf Formate der Beteiligung können im Museumsbereich in verschiedenen Bereichen stattfinden, wie beim Sammeln und Bewahren von Museumsgegenständen, in der Museumsforschung, sowie konkret in Museumsausstellungen oder Museumsvermittlung.

3.2.3 EVELINE UNRUTH: WENN AUS TEILNEHMENDEN TEILGEBENDE WERDEN

2016 publizierte die Bundesakademie für musikalische Jugendbildung Trossingen eine Schriftenreihe zur Partizipation von Kindern und Jugendlichen in der Musikbildung. Überdies liegen einzelne Werke und Artikel zur partizipativen Thematik im musikalischen Kontext vor. In den Fokus wird dabei nicht nur das Musiktheater sowie die Oper, sondern überwiegend die schulische Musikbildung gerückt.

In dem Artikel *Wenn aus Teilnehmenden Teilgebende werden* aus der Schriftenreihe der Bundesakademie für musikalische Jugendbildung Trossingen, widmet sich Eveline Unruth der Frage, auf welchen Ebenen Partizipation im musikalischen Kontext existieren kann. Unruth differenziert zwischen drei Ebenen: strukturell, didaktisch-thematisch und künstlerisch-musikalisch. Die strukturelle Ebene erläutert vorwiegend das demokratische Teilhaberecht der Partizipierenden, um aktiv an musikalischen Projekten mitwirken zu können. Unruth versteht dies als eine »[...] Gewährung von Einflussrechten [...]«⁵⁹ An die strukturelle Ebene anknüpfend folgt die didaktisch-thematische Ebene, welche nicht nur den organisatorischen Einbezug eines musikalischen Projektes voraussetzt, sondern auch die Kooperation bei der Auswahl musikalischer Gegenstände und Inhalte. Jene Ebene ergänzt sich mit der musikalisch-künstlerischen Ebene, auf der Partizipierende Einfluss auf das künstlerische Geschehen nehmen. Unruth impliziert dabei die Mitbestimmung bei der Komposition eines Musikstückes, wie die aktive Mitgestaltung der Darstellung eines Musikstückes, sei es sowohl im theatralen Kontext als auch auf Konzertebene. In einer Metaebene greift Unruth die wesentliche Wechselbeziehung zwischen Kindern, Jugendlichen und der zugehörigen Institution (Verein, Musikschule, Stadt, oder Kooperationspartner*innen) auf, welche in Kommunikation auf Augenhöhe stattfinden soll.⁶⁰

Partizipation im Kontext der Musik setzt zum einen eine ernsthafte, demokratische Zusammenarbeit auf struktureller Ebene voraus, sowie die aktive Einflussnahme auf musikalisch-künstlerische Projekte.

3.2.4 DR. ASTRID PLENK: DIE PERSPEKTIVE DER KINDER AUF QUALITÄT IM KINDERFERNSEHEN

In Kapitel 2 konnte unter anderem dargelegt werden, dass das »klassische« Fernsehen in der Bewegtbildnutzung von Kindern nach wie vor eine zentrale Rolle spielt. Dr. Astrid Plenk, Programmgeschäftsführerin des KiKA, nimmt dieses Leitmedium von Kindern als Anlass, in ihrer Dissertation aus der Perspektive von Kindern zu untersuchen, welche grundlegenden Ansprüche die Zielgruppe an das Kinderfernsehprogramm hat.⁶¹ Die Qualitätskriterien für Kinderprogramme werden grundsätzlich von Erwachsenen formuliert, womit die Vorstellungen der Kinder außer Acht gelassen werden.⁶² Um dem entgegenzuwirken, fußt Plenks Arbeit auf folgenden Forschungsfragen:

1. Mit welchen Kriterien von Qualität bewerten Kinder das Programm, welches für sie gemacht wird – welche Anforderungen haben Kinder an Formate und welche Schwerpunkte legen sie bei ihrer Bewertung?
2. In welchem Ausmaß orientieren sich Kinder an der Beurteilungswelt der Erwachsenen, d. h. inwieweit gibt es Berührungspunkte zwischen den Kinder-Kriterien und dem aktuellen Qualitätsdiskurs?

Ganz offensichtlich bezieht Plenk in ihre Arbeit die Meinung der Kinder mit ein. Aufgrund dessen soll der Ablauf sowie das Ergebnis der Forschungsarbeit kurz vorgestellt werden, um die Möglichkeit der Partizipation von Kindern in der Fernsehbranche zu verdeutlichen.

57 Piontek 2016/2017, S. 4.

58 ebd., S. 5.

59 Unruth 2016, S. 4.

60 Vgl. ebd.

61 Vgl. Plenk 2014, S. 11.

62 Vgl. ebd., S. 64.

Im Rahmen der Festivals Goldener Spatz, Schlingel und Prix Jeunesse, wurden mit deren Kinderjürs Gruppengespräche zu der Programmbewertung auf den Festivals durchgeführt. Eine anschließende qualitative Inhaltsanalyse sowie eine »[...] Quantifizierung der daraus herausgearbeiteten Kategorien (Ranking) [...]«⁶³ dient zur Auswertung. Die Gespräche der Kinder, welche im Rahmen der Festivals als Expert*innen für das Kinderprogramm fungierten, erfolgten dabei untereinander, in Begleitung mit erwachsenem Fachpersonal. Nach anschließender qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring konnten folgende Hauptkriterien aus Sichtweise der Kinder protokolliert werden: (1) Thema, (2) Dramaturgie, (3) Personen, (4) Emotionen, (5) Machart, (6) Empfehlungen.⁶⁴ Die Reihenfolge spiegelt dabei wider, welche Kriterien den Kindern für das Kinderfernsehprogramm am Wichtigsten sind.⁶⁵

3.3 Auswertung und Identifikation von Lücken

Grundsätzlich spielt in mannigfachen Kultureinrichtungen, ganz besonders im Theater und Museum, der aktive Einbezug von Kindern und Jugendlichen mit Hilfe partizipatorischer Ansätze eine wichtige Rolle. Neben den für die Arbeit speziell recherchierten Werken zur Kinderpartizipation in Kultureinrichtungen, existieren jedoch viel mehr Studien/Arbeiten/Erhebungen zu Kinder- und Jugendpartizipation im politischen Kontext. Das allgemeine Mitspracherecht von Kindern in der Gesellschaft ist bis heute noch sehr gering, weshalb sich zahlreiche Autor*innen damit auseinandersetzen.

Weiterführende Literatur:

- ✗ Meyer, Thomas, Patjens, Rainer, Studienbuch Kinder- und Jugendarbeit, Wiesbaden 2020.
- ✗ Scherr, Albert, Sachs, Lena, Partizipation: Beteiligung und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen in Baden-Württemberg, Freiburg 2015.
- ✗ Dengel, Sabine, Krüger, Thomas, Partizipation – Anspruch und Herausforderung für die Bildungskonzeptionen politischer und kultureller Bildung, 2019, Kulturelle Bildung Online: <https://www.kubi-online.de/artikel/partizipationsanspruch-herausforderung-bildungskonzeptionen-politischer-kultureller-bildung>.

Durch partizipative Projekte sollen kulturelle Institutionen wie Theater, Musik und Museen, aber auch die audiovisuelle Branche, den Kindern und Jugendlichen zugänglicher gemacht werden.

Während der Recherche ist allerdings aufgefallen, dass sich die einschlägige Literatur überwiegend mit Jugendlichen auseinandersetzt, wobei eine konkrete Altersspanne in keinem Fall aufgezeigt wird. Partizipatorische Ansätze für und mit Kindern gehen im theoretischen Kontext meist unter. Nach der Bestandsaufnahme des aktuellen Forschungsstandes konnte zudem festgestellt werden, dass neben Dr. Astrid Plenk's partizipativer Studie zum Kinderqualitätsfernsehen keine theoretischen Konzepte, wissenschaftliche Begleitung und Evaluationen hinsichtlich partizipativer Projekte in der Film- bzw. Fernsehbranche existieren. Hieraus kann im Umkehrschluss zwar nicht davon ausgegangen werden, dass es keine partizipativen Projekte in der audiovisuellen Branche gibt. Wie Dr. Plenk in ihrer Dissertation bereits verdeutlicht hat, existieren zahlreiche Kinder- und Jugendjürs auf Filmfestivals, welche durch Bewertungen, veröffentlichte Filmkritiken sowie Vergabe von Preisen an der Film- und Fernsehbranche teilhaben, wie beispielsweise die Kinderjury des Goldenen Spatz oder die FBW-Jugend Filmjury. Jene Praxisangebote sind jedoch nicht wissenschaftlich begleitet bzw. erforscht, was die Lücke der wissenschaftlichen Dokumentation offenbart. Wie in Kapitel 3.1.3 verdeutlicht werden konnte, ist es jedoch von Wichtigkeit, praktische Projekte zu evaluieren und zu dokumentieren, um die Methoden der Partizipation für künftige Konzepte nutzbar zu machen. Darüber hinaus kann dennoch davon ausgegangen werden, dass Partizipation von Kindern und Jugendlichen in der Praxis der Film- und Fernsehbranche weiterhin die Ausnahme von der Regel bleibt.

63 Plenk 2014, S. 91.

64 ebd., S. 137.

65 Vgl. ebd., S. 207.

4

Wegweisende Best Practices in der Rezeption und Partizipation

Wie in Roger Harts Stufenmodell (siehe Kapitel 3.1.2) verdeutlicht wurde, kann Partizipation in vielfacher Hinsicht angewandt und mit Hilfe konkreter Kriterien umgesetzt werden. In welcher Form Partizipation von Kindern und Jugendlichen in der Kultur national wie international gelingen kann, soll nun anhand von Beispielen aus den Bereichen Theater, Museum, Musik sowie Film/Fernsehen dargelegt werden.

Jedem Beispiel sind die Stufen der Partizipation nach Hart zugeordnet, um die jeweiligen Partizipationsmöglichkeiten zu verdeutlichen. So wird sichtbar gemacht, wann Projekte als partizipativ deklariert werden können. Hierbei wird des Weiteren die sogenannte Vorstufe der Partizipation hinzugefügt, der Projekte zugeordnet sind, die eine wichtige Vorarbeit mit und für die junge Zielgruppe auf dem Weg zur Partizipation leisten und meist dem Bereich der Rezeption zuzuordnen sind, welches das zweite grundlegende Thema dieser Publikation darstellt. Dazu gehören vor allem Wissensvermittlung und die Ermöglichung des Zugriffs auf Werke, die in der weiteren Folge der Einbeziehung von Kindern essentiell sind. Da sich viele Beispiele nicht auf ein bestimmtes Projekt, sondern auf eine Institution, deren Aktivitäten am Prinzip der Partizipation ausgerichtet sind, beziehen, finden sich oft mehrere Stufen in einem Unterkapitel.

4.1 Theater

GRIPS THEATER – DIE PARTIZIPATIVE STUFENLEITER NACH OBEN⁶⁶

Rezeption

Stufe 4–7

Das GRIPS Theater beschreibt sich selbst als das »bekannteste zeitgenössische und politische Kinder- und Jugendtheater in Deutschland«. Bereits in den 1960ern eröffnete das GRIPS seine Tore im Reichskabarett, in welchem bereits die Vorschläge und Wünsche der Kinder für ein Theaterstück berücksichtigt wurden. Dieses Grundprinzip besteht beim GRIPS Theater bis heute, nämlich die wahren Probleme und Gedanken des jungen Publikums auf die Bühne zu bringen. Ziel des GRIPS ist es, sich gesellschaftskritisch mit der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen auseinanderzusetzen und Kinder aus unterschiedlichen Lebenszusammenhängen sowohl mit dem Theater als auch miteinander in Kontakt zu bringen.

Die partizipative Zusammenarbeit zwischen Theater und dem jungen Publikum ereignet sich dabei in unterschiedlichen Bereichen: Erstens können Kinder und Jugendliche Theaterclubs beitreten, wie *Rakete Jetzt!*, *Die Forscher*innen* oder *Band Agida*. In den einzelnen Clubs können nicht nur Themen neuer Theaterproduktionen entwickelt werden. Jugendliche ab 15 Jahren können hier auch selbst Theater spielen. Besonders für junge Akteur*innen, die aktiv werden wollen, bietet das GRIPS Theater nicht nur den Club *Band Agida* an,

⁶⁶ Hagemeyer 2021. | GRIPS Theater 2021. | Kindertheatergesellschaft 2021. | Eitzeroth, Hoch, u.a. 2018.

sondern auch Workshops, in denen Jugendliche zu unterschiedlichen Themen mit Expert*innen forschen und neue Projekte entwickeln, wie beispielsweise derzeit zum Thema Diskriminierung. Auch findet im Rahmen des GRIPS die *Kindertheatergesellschaft* statt, in welcher im *Kindertheaterbeirat* Kinderrechte im Theater, aber auch in der Gesellschaft gestärkt werden sollen. Drittens fokussiert sich das GRIPS auf Schulklassen und Gruppen. Workshops oder Führungen sind dort nur ein kleiner Teil, um das Theater für Kinder erlebbar zu machen, der enge Kontakt zu Schulen und Lehrer*innen macht wesentlich den Erfolg des GRIPS-Theaters aus.

Besonders im partizipativen Kontext sind die sogenannten *Rechercheklassen* interessant, die aktiv in den Entstehungsprozess eines Theaterstückes mit eingebunden werden. Um ein Stück für Kinder und Jugendliche zu realisieren, soll von den Theatermacher*innen recherchiert werden, welche Bedürfnisse das junge Zielpublikum hat. So erhalten Schulklassen erste Texte von Autor*innen, um bereits dort ihre Vorstellungen zum Inhalt geben zu können. Auch werden die Schüler*innen zu einzelnen Proben des Theaterstückes eingeladen, um erste Einblicke der Darstellung zu erhalten. Das konkrete Feedback an die Regie oder die Schauspieler*innen schafft einen engen Austausch zwischen dem jungen Publikum und der Institution, wodurch zum einen die Macher*innen von der Lebenswelt der Kinder lernen können und zum anderen die Kinder einen Einblick in den Alltag eines Theaters erhalten.

Begleitet werden die Projekte dabei von ausgebildeten Theaterpädagog*innen, welche als Schnittstelle zwischen der jungen Zielgruppe und den Theatermacher*innen fungieren. Durch ihre pädagogische Kompetenz können die Möglichkeiten der Partizipation an künstlerischen Prozessen und Produktionen optimal umgesetzt werden. Hinzu kommt ein Netzwerk aus Helfer*innen, die die Kinder auf ihrem Weg zu den Angeboten im Theater begleiten. Für Fahrtkosten und Aufwandsentschädigungen zur Wegbegleitung werden dazu über alle Projekte hinweg explizit Posten im Budget veranschlagt. Auch

die Teilnahme selbst ist stets kostenfrei. Diese Faktoren sind nach langjähriger Erfahrung des GRIPS essentiell dafür, Kinder aus allen Schichten der Bevölkerung nicht nur mit dem Theater, sondern auch miteinander in Kontakt zu bringen.

4.2 Museum

LAB.BODE – VOM AUSTAUSCH BIS ZUM EIGENSTÄNDIGEN KURATIEREN⁶⁷

Rezeption

Stufe 4–7

Das Museum scheint für Kinder und Jugendliche oft nicht das erste Ausflugsziel darzustellen. Doch um Geschichte, Kunst und die Museumsarbeit im Speziellen für das junge Zielpublikum sichtbar und nahbarer zu machen, hat das Bode-Museum Berlin die *Lab.Bode*-Initiative zur Stärkung der Vermittlungsarbeit in Museen gegründet. Das *Lab.Bode* soll einerseits herausfinden, wie das Museum von morgen aussehen kann, andererseits hinterfragt es Hierarchien zwischen dem Museum und seinem jungen Publikum und schafft gleichzeitig neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Damit Schüler*innen, aber auch alle weiteren Besucher*innen lernen können, was Kunst alles sein kann, existieren im Bode-Museum die drei Vermittlungsräume »Denkraum«, »Freiraum« und »Plattform«, um mit Kunst und Museum in Kontakt zu treten und sich gemeinsam darüber auszutauschen.

Eine enge Zusammenarbeit herrscht ebenso mit neun Partnerschulen, um neue Vermittlungsansätze durch verschiedene Projekte zu erproben. Als Beispiel soll hier das Projekt *Kinder kuratieren: Lebewesen, die keine Menschen sind* (2020) vorgestellt werden:

⁶⁷ Lab.Bode 2019a. | Lab.Bode 2019b. | Lab.Bode 2021.

Schüler*innen der Klasse 6c der Grunewald-Grundschule widmen sich der Frage: Stellen Sie sich vor, jemand würde eine Straße durch Ihren Garten bauen, wie würden Sie sich fühlen? Basierend auf dieser Frage entwickelten die Kinder eine Ausstellung zu den Themen, die sie beschäftigen: Klimawandel, Artensterben, Umweltverschmutzung und Tierschutz. Mit Hilfe der Depotbestände des Museums konnte die Schulklasse eine Ausstellung kuratieren, wobei sie nicht nur Entscheidungsmacht über die Themenfindung und die Ausstellungsgegenstände hatte, sondern sich auch um die Webgrafik, Objekttexte, Begleithefte sowie um die Atmosphäre der Ausstellung (durch Licht und Sound) selbst kümmerten. Unterstützung und eine fachliche Expertise erhielten die Kinder dabei von Kurator*innen und Restaurator*innen des Museums, aber auch von Kunstvermittler*innen, Architekt*innen und Grafiker*innen. Die Ausstellung ist anschließend im Museum für alle Besucher*innen offen zugänglich.

Inzwischen beschränkt sich die Initiative nicht mehr nur auf das Bode-Museum in Berlin. Deutschlandweit können sich alle Museen am Konzept der Vermittlungsarbeit des *Lab.Bode* mit Hilfe eigens verfügbarer digitaler Baukästen beteiligen. Mittlerweile sind 21 Museen und unzählige Schulen Teil dieses Netzwerkes geworden.

4.3 Musik

DAS ZUKUNFTSLABOR – VERNETZUNG KLASSISCHER MUSIK MIT EINER GESAMTSCHULE⁶⁸

Stufe 5–7

Das Zukunftslabor stellt seit 2007 eine Wohngemeinschaft der deutschen Kammerphilharmonie Bremen und der Gesamtschule im präkären Stadtteil Bremen-Ost dar. Indem das Orchester sein Proben-domizil in der Gesamtschule hat, begegnen sich Schüler*innen und Mitglieder des Orchesters auf Augenhöhe. Ziel dieser Gemeinschaft soll es zum einen sein, die individuellen Potentiale der Schüler*innen auf Musikebene zu entwickeln und das Selbstbewusstsein der Kinder und Jugendlichen zu stärken. Aber auch, um gemeinsam vielfache Programme/Projekte der kulturellen Bildung herauszuarbeiten.

Einen ersten Kontakt bieten beispielweise die Patenschaften zwischen Schulklassen und einem Orchestermitglied. Durch einen gemeinsamen Alltag, wie beim Mittagessen in der Mensa oder angeregtem Dialog in einer Pause, kann eine Grundlage für partizipative Projekte geschaffen werden. Einerseits besuchen die Pat*innen regelmäßig ihre Schulklassen, um vom Orchesteralltag oder Musizieren zu berichten, andererseits dürfen die Klassen im Gegenzug die Proben besuchen, um ihr Feedback abzugeben oder von ihrer Lebenswelt zu erzählen.

Ein besonders nennenswertes Projekt, welches im Zukunftslabor entwickelt wurde, ist die *Stadtteil-Oper Du hast immer eine Wahl!*. Inmitten des Bremer Stadtteils Tenever, in welchem Kinder und Jugendliche aus circa 90 Ländern ihr Zuhause haben, entsteht alle 18

Monate das Opernzelt, in dem ein partizipativ gestaltetes Opernprojekt mit bis zu 600 Schüler*innen und Orchestermitgliedern vorgeführt wird. Jede Aufführung wird dabei von den Schüler*innen mit Hilfe der Orchesterexpert*innen neu inszeniert. Das heißt auch, dass die Schüler*innen neue Musikinstrumente erlernen können und – teilweise zum ersten Mal, ein Stück eigens komponieren.

Teilhaben an diesem Projekt kann dabei der gesamte Stadtteil, um Fahrten zu organisieren, für Essen zu sorgen, oder beim Aufbau zu helfen. Doch besonders hervorzuheben ist die Zusammenarbeit zwischen Schüler*innen und Orchester. Je nach individuellem Interesse können die Schüler*innen nicht nur Teil des professionellen Orchesters werden, sondern sich auch auf der Bühne als Schauspieler*in, im Tanz oder Gesang einbringen, oder sich bei der Bühnentechnik, Kostümierung und Maske beteiligen.

Das Konzept des Zukunftslabors wird seit 2017 auch in Tunesien praktisch umgesetzt. Das Future Lab Tunisia arbeitet nach demselben Prinzip wie das Zukunftslabor in Bremen und ermöglicht durch einen Konzertsaal des Orchestre National Tunesien in der öffentlichen Schule von Lab Manouba eine gesellschaftliche Entwicklung durch Musik.

68 Das Zukunftslabor 2021. | Arend & Komm 2013. | Future Lab Tunisia 2021.

4.4 Film und Fernsehen

4.4.1 TEAM TIMSTER – PARTIZIPATIVE EINBINDUNG IM KINDERFERNSEHEN⁶⁹

Rezeption

Stufe 4–5

Seit 2015 gibt es das Medienmagazin *Team Timster*, ein medienpädagogisches Fernsehformat des öffentlich-rechtlichen Senders KiKA, welches sowohl online als auch sonntags im linearen Fernsehen zu sehen ist. Primär angesprochen wird die Zielgruppe von Dritt- bis Fünftklässler*innen. In diesem Format können sich die Zuschauer*innen über eine Vielzahl an Medien, von Büchern, Filmen, Smartphones, Internet bis hin zu Spielekonsolen, informieren.

Ziel ist dabei zum einen, die Zielgruppe für Gefahren im Umgang mit Medien zu sensibilisieren und zum anderen, Kinder aktiv am Kinderfernsehen inhaltlich zu beteiligen und ihre Meinungen ernst zu nehmen. Für die inhaltliche Beteiligung werden die Kinder auf unterschiedlichen Wegen in jede Folge integriert.

Unter anderem zeigt sich diese Einbeziehung der Kinder an der Sendung durch Fragen, die sie an die Redaktion stellen können. Zu Beginn jeder Folge wird die Frage eines Kindes vorgestellt, welche dann im Verlauf der Sendung beantwortet wird (Beispiel Folge 28/2021 *Wie entstehen 3D-Filme?*). Das Einsenden der Fragen kann grundsätzlich per Mail oder Post erfolgen. Besonders hervorzuheben sind im partizipativen Kontext die ausgewählten Schulklassen, welche zu sogenannten Feedbackrunden eingeladen werden. Vorab soll die jeweilige Schulklasse eine, von der Redaktion ausgewählte, Folge anschauen und anschließend einen Fragebogen ausfüllen, um abzufragen, was ihnen in Folge XY gefallen hat, oder wo es noch

Verständnisschwierigkeiten gab. In einer anschließenden Feedbackrunde besuchen ein bis zwei Redakteur*innen von *Team Timster* die Schulkasse, um mit den Schüler*innen im Detail die positive wie negative Kritik zu evaluieren. So kann die Sendung stets im Sinne der Zielgruppe verbessert werden. Ein Punkt, der als Qualitätskriterium für Partizipation von Wichtigkeit ist.

Des Weiteren bietet *Team Timster* einen Buchclub an. Die Redaktion des Senders schickt hierfür den jungen Buchtester*innen aktuelle Bücher zu, welche sie lesen und anschließend mitteilen, was ihnen daran gefallen oder nicht gefallen hat. Die Buchkritik der Tester*innen wird in einem kleinen Video online auf der Webseite veröffentlicht. Manche Buchtester*innen werden auch direkt in die Sendung eingeladen.

Bisher einmalig wurde die Sendung bei einem Workshop von Kindern selbst produziert.

4.4.2 AKADEMIE FÜR KINDER MEDIEN – STOFFENTWICKLUNG MIT KINDERN⁷⁰

Stufe 5

Um Geschichten für Kinder geht es bei der im Jahr 2000 gegründeten Akademie für Kindermedien (AKM). Bei dem Stoffentwicklungsprogramm für deutschsprachige Autor*innen können diese ihre Projekte aus den Bereichen Buch, Storyworld, Film und Serien einreichen, um unter Betreuung eines erfahrenen Mentoringteams die Stoffe weiterzuentwickeln. Es können Stoffe für die Zielgruppen sechs bis zwölf Jahre und 13 bis 19 Jahre eingereicht werden. Die Macher*innen haben dann die Gelegenheit nicht nur ihr Konzept in den Mittelpunkt zu rücken, sondern auch mit ihrer Zielgruppe in einen engen Austausch zu gelangen.

Ziel ist es einerseits einen Raum für interdisziplinäres Arbeiten zu schaffen, andererseits auch die Förderungen, Sender und Produzent*innen für ihre junge Zielgruppe zu sensibilisieren.

Das Projekt der Autor*innen durchläuft bei der AKM vier einwöchige Module: Gruppenarbeiten mit anderen Autor*innen, Seminare zur finanziellen Förderung, Werkstattgespräche, Theaterübungen und gemeinsame Screenings mit den Mentor*innen sollen bei der Weiterentwicklung des Stoffes helfen. Abschließend werden die entwickelten Projekte der Autor*innen im Rahmen des Deutschen Kinder Medien Festivals Goldener Spatz der Filmbranche präsentiert.

Die Zusammenarbeit mit Kindern und Jugendlichen aus Schulklassen findet unter anderem in Modul Drei statt. Vor dem Besuch der Autor*in erhält die Lehrkraft eine Kurzzusammenfassung der Ge-

69 Warnatzsch-Abra 2021. | Team Timster 2021. | Hartmann 2021.

70 Akademie Kindermedien 2021. | Dittrich, Kellerhals, u.a. 2021.

schichte. Dann dürfen die Autor*innen in einer Doppelstunde gemeinsam mit den Kindern an den Stoffen arbeiten, Feedback einholen und neue Ideen testen. Zum Zeitpunkt der Stoffentwicklung haben die Meinungen und Gedanken der jungen Zielgruppe noch einen eindeutigen Einfluss auf das Endergebnis. Die Autor*innen erfahren hierbei vor allem, was die Kinder schon können und wissen. Es geht oft eher um das allgemeine Thema des Stoffes und nicht die konkrete Idee. In der Regel stellen die Kinder mehr Fragen, als dass sie Antworten liefern. Hier geht im Anschluss die Arbeit für die Autor*innen weiter. Das Feedback der Zielgruppe sorgt dadurch erfahrungsgemäß für Denkanstöße und hat meist positive Auswirkungen auf die weitere Ausrichtung der Stoffe.

Seit 2020/21 bietet die Akademie für Kindermedien ferner die Möglichkeit, den Projekten ein*e junge Projektpat*in zur Seite zu stellen und somit die Geschichte während der gesamten Stoffentwicklung parallel zu begleiten. Nachdem den Pat*innen der Stoff vorgestellt wurde, treffen Kind (Pat*in) und Erwachsene (Autor*in) in regelmäßigen Abständen aufeinander, um sich über den aktuellen Stand der Geschichte auszutauschen und um Tipps und Feedback einzuholen.

4.4.3 CINEKID, J.E.F., RIGA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL – PITCHING VOR KINDERN⁷¹

Stufe 5

Bei einigen Film Festivals gibt es sie bereits – die Pitching-Sessions mit Kindern, in denen Filmemacher*innen ihre Konzepte der Zielgruppe vorstellen und Feedback einholen. Das Cinekid Festival in Amsterdam organisiert ihr Angebot *Test and Pitch with Kids* beispielsweise seit 2014 und auch J.E.F. in Belgien und das Riga International Film Festival haben ähnliche Angebote. Dies ist eine einmalige Gelegenheit für die Macher*innen, um zu sehen, wie das Zielpublikum auf ihr Projekt reagiert und herauszufinden, was funktioniert und was nicht. Die Kinder können damit Einfluss auf das Endergebnis des Projekts nehmen.

Wichtig ist eine gute Vorbereitung der Sessions seitens der Festival-Organisation und der teilnehmenden Filmemacher*innen. Hier geht es darum, eine Atmosphäre zu schaffen, in der die Kinder sich trauen, ohne den Druck eines engen Zeitplans, frei zu sprechen. Beim Cinekid wird das Licht gedimmt, die Pitchenden sitzen den Kindern an einem Tisch gegenüber oder gehen zwischen Sitzsäcken umher, in denen die Kinder gemütlich liegen.

Aus der Erfahrung heraus wechseln sich die Feedback-Gruppen ab, damit die Kinder sich nicht zu lang am Stück konzentrieren müssen. Außerdem hat es sich bewährt, Gruppen unterschiedlicher Altersgruppen zusammenzustellen, um hochwertiges Feedback für die Stoffe zu ermöglichen. Den Kindern ist in den Sessions nahezu alles erlaubt, vom Beine wackeln, über Kekse naschen und Teddybären mitbringen. Hauptsache alle fühlen sich wohl.

Handelt es sich um ein internationales Festival, kommen die Kinder meist aus zweisprachigen Familien, da eine dolmetschende Person

die direkte Kommunikation behindern würde. Die Personenzahl vor Ort wird so gering wie möglich gehalten, vor allem was die Teilnahme von Erwachsenen angeht. Unabdingbar ist jedoch eine gute Moderation, um Kinder zum Reden zu animieren oder manchmal auch zu bremsen, wenn einzelne eine zu dominante Rolle einnehmen.

In der Regel gibt es zwischen Moderation und Pitching-Team ein Vorgespräch, um genau auszuloten, was erreicht werden soll und wie dabei geholfen werden kann. Den Kindern gegenüber muss transparent dargestellt werden, warum sie hier sind, ohne sie dabei unter Druck zu setzen. Moodboards oder bereits vorhandene Filmausschnitte können helfen, den Kindern einen Eindruck vom Projekt zu verschaffen. Ob dabei jedoch bereits die gesamte Story preisgegeben werden soll, müssen sich die Kreativen gut überlegen. Eine Fokussierung auf ein bis zwei Aspekte zur Diskussion mit dem Zielpublikum ist empfehlenswert, um zu konkreten Ergebnissen zu kommen, dabei sollten Ja/Nein-Fragen in jedem Fall vermieden werden.

Bei guter Vorbereitung können die Pitches Filmschaffenden dabei helfen:

- ✗ sehr spezifische Antworten auf konkrete Fragen zu erhalten,
- ✗ kreative Lösungen für Probleme in ihrem Drehbuch zu finden,
- ✗ den Wiedererkennungswert ihres Handlungskontextes zu beurteilen,
- ✗ die emotionale Ausrichtung oder den Sprachgebrauch ihres Zielpublikums einzuschätzen.

⁷¹ Hermans 2019, S. 11-13. | KIDS Regio 2019. | Hermans 2021.

4.4.4 FBW-JUGEND FILMJURY – AUF DEM WEG ZUR FILMKRITIKER*IN⁷²

Rezeption

Stufe 6

Kinder- und Jugendfilme werden grundsätzlich für Kinder und Jugendliche produziert, doch ob diese Filme nun mehr oder weniger wertvoll sind, wird überwiegend von Erwachsenen bewertet, ohne das Wissen, was die eigentliche Zielgruppe darüber denkt.

Auf diese Problematik stieß auch die deutsche Film- und Medienbewertung (FBW). Diese bewertet bereits seit 1951 Jahren nationale wie internationale Filme. Um aktuelle Kinder- und Jugendfilme vor Kinostart auf Augenhöhe beurteilen zu können, hat die FBW 2014 die *FBW-Jugend Filmjury* ins Leben gerufen. An derzeit zehn Standorten Deutschlands⁷³ existieren bereits Kinder- und Jugendjurs, welche im Alter von zehn bis 13 oder für Jugendfilme 13 bis 17 Jahren zu Filmexpert*innen ihrer Zielgruppe werden.

Die partizipative Arbeit besteht dabei unter anderem in der Zusammenarbeit bei der Entwicklung von eigenen Bewertungskriterien. Die Jurs, bestehend aus zehn Schüler*innen, treffen sich regelmäßig und verständigen sich über Kriterien, welche sich meist an folgenden Schwerpunkten orientieren: Genre, Thema, filmkünstlerische Gestaltung und, ob die angestrebte Zielgruppe auch wirklich angesprochen wird. Nach dem Sichten der Filme kann die Jury bis zu fünf Sterne vergeben. Alle Filme, welche mindestens drei Sterne erhalten haben, werden auf der eigenen Homepage veröffentlicht, inklusive eines von der Jury geschriebenen Bewertungstextes sowie einer Altersempfehlung ergänzend zur FSK. Nach aktuellem Stand haben die Kinder und Jugendlichen bereits um die 350 Filme bewertet, welche alle auf deren Homepage einsehbar sind.

Neben den Filmbewertungen besuchen die Jurs auch Filmfestivals, übernehmen Moderationen auf unterschiedlichen Veranstaltungen

oder erhalten die Chance sich mit den Filmemacher*innen der Kinder- und Jugendfilme auszutauschen. Produzent*innen nutzen das Feedback als Input und binden die Jurs bei der Stoffentwicklung mit ein. 2021 initiierten Mitglieder verschiedener Jurs einen Podcast. Im 5-Uhr Tee Filmtalk führen sie Interviews und präsentieren Wissenswertes rund um das Thema Film.

Im Rahmen der Filmkunstmesse Leipzig und in Kooperation mit dem arthouse-Kinoverband AG Kino, gaben langjährige Jurymitglieder, die mittlerweile über 18 sind, ihre Kenntnisse und Kompetenzen als Kurator*innen für Jugendliche weiter. Ihre drei Film-Empfehlungen beinhalteten auch Ideen für eine geeignete Ansprache dieser Zielgruppe.

Seit 2018 bewerten die FBW-Jugend Filmjurs auch Drehbücher für Kinderfilme beim *Kindertiger* – ein von Vision Kino und KiKA initiiertes Drehbuchpreis, gestiftet von der Filmförderungsanstalt (FFA). Hier erhalten die Kinder und Jugendlichen die Chance, die Drehbücher bereits fertiggestellter Filme zu lesen. Aus allen Einreichungen dürfen die Jurs die Geschichten auswählen, die aus ihrer Sicht am besten geschrieben sind. Schlussendlich werden dann drei Drehbücher für den Preis nominiert, wobei jene Drehbücher bereits eine Nominierungsprämie von 5.000€ erhalten. Das Gewinnerdrehbuch erhält ein Preisgeld von 15.000€ und wird von einer vom KiKA betreuten Kinderjury vergeben.

4.4.5 EUROPÄISCHEN FILMAKADEMIE – VON DER TEILNAHME ZUR AKTIVEN MITBESTIMMUNG⁷⁴

Rezeption

Stufe 6–8

Der *Young Audience Award* der Europäischen Filmakademie (EFA) wurde bereits 2012 ins Leben gerufen und ist eine offizielle Kategorie des Europäischen Filmpreises. Von Beginn an wurde der Preis als partizipatives Projekt für das junge Publikum konzipiert und hat sich in der Tiefe der Partizipation über die Jahre weiterentwickelt. Wurden die drei zu bewertenden Nominierungen für den *Young Audience Award* zuerst von erwachsenen Filmexpert*innen ausgesucht, bilden diese mittlerweile nur noch einen Auswahlausschuss für eine Vorauswahl von sechs Filmen für ein Publikum von zwölf- bis 14-Jährigen. In einem zweiten Schritt nominiert dann bereits ein Kinder-Nominierungskomitee aus fünf Kindern verschiedener europäischer Länder drei dieser Filme. Am Tag des *EFA Young Audience Award* werden die drei nominierten Filme gleichzeitig in vielen europäischen Städten in über 40 Ländern gezeigt. Das junge Publikum fungiert als Jury und stimmt für seinen Lieblingsfilm.

Die Partnerinstitutionen in den teilnehmenden Städten organisieren ihre Veranstaltungen vor Ort im Rahmen ihrer jeweiligen Filmbildungsprogramme selbständig und interagieren den Tag über via Videokonferenzen und sozialen Medien miteinander. Mit dabei sind Filmprofis und Filmpädagog*innen, die die Diskussionen und Workshops begleiten. Der Höhepunkt des Tages ist die Zeremonie am Abend, bei der die Kinder die Ergebnisse der nationalen Abstimmun-

⁷² FBW-Jugend Filmjury 2021. | Kellerhals, Dittrich, u.a. 2021.

⁷³ Zu diesen Standorten gehören Lüneburg, Berlin, Erfurt, Chemnitz, Oberhausen, Neuss, Marburg, Frankfurt, Backnang und München.

⁷⁴ Frankl 2021. | Frankl & Higham 2021.

gen übermitteln. Die Zeremonie wird seit einigen Jahren von einem ehemaligen Jury-Mitglied moderiert, um auch hier die Involvierung der Erwachsenen möglichst gering zu halten.

Angeregt vom Erfolg des *Young Audience Award* plante die EFA für 2020 einen *Young Audience Summit*, um bei der Entwicklung weiterer Formate für das junge Publikum eben dieses einzubeziehen. Aufgrund der Pandemie wurde die physische Veranstaltung zwar abgesagt, an ihrer Stelle fanden jedoch Brainstorming-Sessions via Videocall mit jungen Leuten statt, die bereits für den Summit angemeldet waren. Hier formte sich grundlegend die Idee des *European Film Clubs* sowie des sogenannten *Youth Council*, in dem neun der Teilnehmer*innen im weiteren Verlauf der Konzeption eng mit dem EFA Team weiterarbeiten. In 2021 organisierten sie außerdem mit etwas Unterstützung der Erwachsenen einen *Young Audience Summit* in digitaler Form, bei dem sie fast alle Sessions eigenständig moderierten.

Der digitale *Young Audience Summit* 2021 brachte im April 80 junge Menschen aus 25 Ländern zusammen, die eine erste Konzeption der *European Film Clubs* diskutierten und weiterentwickelten. Von ihnen bleiben rund 40 Teilnehmer*innen als *Consultation Group* dabei, die in zweimonatlichen Meetings, organisiert vom EFA Team und dem Youth Council, Feedback in der Konzeptentwicklung geben. Im weiteren Verlaufe sollen vier von ihnen zusätzlich in den *Youth Council* gewählt werden.

Die *European Film Clubs* sollen junge Menschen aus ganz Europa über das Medium Film miteinander in Kontakt bringen. Hierzu plant die EFA eine Online-Plattform, auf der eine kuratierte Auswahl von Filmen für virtuelle und physische Screenings zur Verfügung steht. Wie die Organisation der Gruppen in den einzelnen Ländern aussehen soll, ist aktuell noch in Diskussion. Fest steht, dass die Kinder und Jugendlichen möglichst intensiv eingebunden sein sollen und sie im Idealfall völlig selbst verwalten. Hierzu wird in Zusammenar-

beit mit dem *Youth Council* ein Leitfaden formuliert, der beispielsweise den nationalen Partnerinstitutionen des *Young Audience Award* als Grundlage für die Partizipation der jungen Filmclub-Mitglieder dienen soll.

Für 2022 ist die Testphase des Projekts geplant, in der circa sechs Modelle mit verschiedenen Formen der Beteiligung ausprobiert werden. Das EFA Team sowie auch der *Youth Council* gehen davon aus, dass am Ende mehr als ein Modell bestehen bleiben wird, denn jeder Club wird unterschiedliche Ansprüche haben und jede Gruppe an Kindern und Jugendlichen ein anderes Maß an Partizipation anstreben.

4.4.6 TAARTROVERS – KREATIV UND SPIELERISCH IN ERSTKONTAKT MIT KUNST UND KULTUR⁷⁵

Rezeption

Vorstufe zur Partizipation

Taartrovers ist ein niederländisches Kollektiv aus Künstler*innen, Produzent*innen, Museumspädagog*innen und Schulen, welches Bildungsprogramme für Kinder von zwei bis neun Jahren entwickelt, um die Filmkultur auch an die Jüngsten zu tragen.

Die Fantasie der Kinder soll dabei auf unterschiedlichen Wegen inspiriert werden, um Geschichten auf ihre Art und Weise zu erzählen. In Kindergärten und Schulklassen wird durch gemeinsames Forschen, Basteln, Malen und Entdecken die Filmwelt an die Kinder herangebracht. Dafür sind für Lehrer*innen und Pädagog*innen auf der Webseite unter *Taartrovers Thuis* beispielsweise Kurzfilme mit jeweiligem Begleitmaterial bereitgestellt. Kleine Spiele und Bastelarbeiten stellen den Kontakt zum Kurzfilm und seinem Inhalt her.

Zentral für das Kollektiv ist das Taartrovers Filmfestival, welches einmal im Jahr an den Standorten Amsterdam, Eindhoven und Groningen stattfindet. Die zahlreichen Arthouse-Kinderfilme können diese aus dem Kinossessel oder bunten Sitzsäcken gemeinsam mit ihrer Familie schauen. Das Festival ist jedoch nicht nur vom Schauen der Filme geprägt, sondern vielmehr von dem Playground of Imagination. Die Spielwiese und die Auswahl der Filme werden durch ein gemeinsames Motto verbunden. Vor und nach dem Schauen der Filme können die Kinder den Playground of Imagination betreten und ihre neu gewonnenen Eindrücke des Filmes ausleben, um mit all ihren Sinnen durch Installationen und kleinen Spielen an die Kunst und Filmkultur herangebracht zu werden.

75 Taartrovers 2019. | Oosterhuis 2019.

Mit Stempeln an den Füßen können die Kinder neue Kunstwerke schaffen, gemeinsam mit anderen Kindern können sie mit Knete kurze StopMotion-Filme drehen, oder beim Mittagessen Buchstaben aus dem Gemüse stanzen. Der Kreativität in der Kunst und im gemeinsamen Musizieren mit den unterschiedlichsten Gegenständen sind keine Grenzen gesetzt. Auch selbst auf die Bühne zu treten oder mit einem Schattenspiel eine Geschichte zu erzählen, ist Teil von Taartrovers.

Ziel ist es, die ersten Kontakte mit einem Film zu einem einzigartigen Erlebnis zu gestalten.

Dabei können sich die Kinder frei auf dem Festivalgelände bewegen, da sie stets von Mitgliedern des Festivalteams begleitet und in ihren Aktivitäten unterstützt werden. So wird den Kindern kein Weg vorgegeben.

4.4.7 CHILDREN'S HOUSE RIJEKA – KUNST UND KULTUR UNTER EINEM DACH⁷⁶

Rezeption

Vorstufe zur Partizipation

Stufe 4–7

Das *Children's House* – eine einzigartige Einrichtung in Rijeka (Kroatien), die ausschließlich für Kinder und ihre aktive Rolle in der Kunst und Kultur geschaffen wurde – öffnete im März 2021 seine Türen im rekonstruierten Backsteingebäude des ehemaligen Fabrikkomplexes Rikard Benčić. Die Umwandlung des ehemaligen Industriekomplexes in einen Kulturort für Kinder war eines der Leuchtturmprojekte von Rijeka 2020 – Kulturhauptstadt Europas.

Auf den vier Etagen des Gebäudes befinden sich verschiedene kulturelle Angebote, die gemeinsam von vier städtischen Einrichtungen – der Stadtbibliothek Rijeka, Art-kino, dem Puppentheater Rijeka und dem Museum für moderne und zeitgenössische Kunst – betrieben werden. Alle Institutionen sind für ihr langjähriges Engagement für Kinder im Kultur- und Kunstbereich bekannt.

Neben der neu eröffneten Bibliothek, den Puppentheater- und Ausstellungsräumen sowie Werkstattecken, verfügt das *Children's House* über ein Kino und zwei Schnitt- und Tonstudios, die es den Kindern ermöglichen, Filme und andere audiovisuelle Inhalte auf höchstem technischem Niveau zu sehen und zu erstellen. Die Synergie der städtischen Kultureinrichtungen, die im *Children's House* angesiedelt sind, stimuliert die Verflechtung von bis vor kurzem nicht miteinander assoziierten Inhalten und stärkt so verschiedene Segmente der Medienkompetenz an einem Ort.

Die Filmaktivitäten im Haus werden von Art-kino angeboten. Geleitet von der Idee, dass die Schaffung kultureller Inhalte ebenso wichtig ist wie deren Konsum, hat Art-kino in den letzten Jahren zahlreiche

Programme hierzu entwickelt. Sie zielen darauf ab, die kreative Beteiligung von Kindern an der Schaffung von Filmhalten anzuregen, die Filmkunst zu würdigen und die Ausdrucksfähigkeit von Kindern durch die Beteiligung an verschiedenen kreativen Prozessen zu entwickeln. Beispiele sind Projekte wie *School at the Cinema*, *Travelling Film Workshops*, *Cinema Day*, *Tobogan Festival* und *VAFI & RAFI Festival*.

Das neu eröffnete, moderne Kino verfügt über 75 Sitzplätze und ist auch für Menschen mit Hörbehinderung geeignet. Neben dem Kino verwaltet Art-kino zwei Film- und Schnittstudios mit hochwertiger, technischer Ausstattung, die die Durchführung einer Reihe von Workshop- und Bildungsprogrammen für Kinder ermöglichen: von der Erstellung von Spiel- und Dokumentarfilmen, TV-Reportagen und Radio-Podcasts bis hin zu digitalen 2D- und 3D-Animationen und Vlogs.

Anfang September 2021 organisierte Art-kino eine zweitägige Konferenz, um Lehrer*innen der Grund- und Sekundarschulen sowie Vertreter*innen der audiovisuellen Industrie – kroatischen Filmverleiher*innen, Kinos und Entscheidungstragenden – das neue Projekt vorzustellen. Ziel war es, für die Einbeziehung von Film in den Unterricht sowie Positionierung, Förderung und Wertschätzung von Qualitätsfilmen für Kinder auf nationaler Ebene zu sensibilisieren.

76 Vranić & Mišković 2021.

4.4.8 DÄNISCHES FILMINSTITUT – AKTIVITÄTEN, DIE GRUNDLAGEN SCHAFFEN⁷⁷

Rezeption

Vorstufe zur Partizipation

Filmcentralen ist die Lernplattform und der Streaming-Dienst des Dänischen Filminstituts (DFI) mit Zugang zu mehr als 3.000 Kurz-, Dokumentar- und Spielfilmen. Sie ist in zwei Bereiche unterteilt: *Filmcentralen/Lehrer*innen*, zu dem alle Grund- und Sekundarschulen mit Unilogin Zugang haben, und *Filmcentralen/Für Alle*, das der gesamten Bevölkerung kostenlosen Zugang bietet. Die jüngsten Unilogin-Benutzer*innen können auch mit der kostenlosen iPad-App Filme ansehen und kreative Aktivitäten durchführen.

Mehr als 90% der Grundschulen des Landes nutzen die Filmplattform zur Vermittlung von Film und Filmkultur und die Zahlen gehen nach oben. Im Corona-Jahr 2020 stieg die Zahl der Filmaufrufe um 44%, während die Zahl der einzelnen Seitenaufrufe von Bildungsmaterialien um 13% zunahm.

Neben dem Streaming-Dienst hat das Filminstitut zwei weitere Angebote: *Schule im Kino* und *Film-X*. Letzteres ist ein interaktives Filmstudio in der Cinemathek des Filminstituts, in dem Schulklassen ihre eigenen Filme drehen können. Dieses ganzheitliche Angebot ist dem DFI wichtig, weil Kinder in der Lage sein müssen, Informationen zu entschlüsseln. Sie sollen sich bewusstwerden, wie Filme und Bilder manipuliert werden können. Filme sind auch deshalb so wichtig, weil Zuschauer*innen sich in ihnen wiederfinden können. Sie sind ein Identitätsfaktor, aber auch ein gemeinsamer Kontakt- und Bezugspunkt. Um das Medium besser zu verstehen, gehört nicht nur das Filmeschauen, sondern auch das Filmemachen ins Programm. Es geht um Demokratisierung und die Möglichkeit, sich selbst auszudrücken.

In den Workshops wird dabei immer dem Blickwinkel der Schüler*innen besondere Wichtigkeit eingeräumt. Auch wenn das Erlernen der Technik des Filmemachens nach Außen im Mittelpunkt steht, ist der wirkliche Kern jedoch die eigene Perspektive der Kinder auf das Thema.

Die im Jahr 2016 durchgeführte Studie *Kinder- und Jugendarbeit mit Film: Digitale Bildung und produktives Lernen für die Zukunft* über die medienpädagogischen Aktivitäten des Filminstituts kommt unter anderem zu dem Schluss, dass die Angebote des DFI zur Entwicklung der Medienkompetenz, der digitalen Bildung, der Kreativität, der Kooperationsfähigkeit und der Meinungsfreiheit von Schüler*innen beiträgt. Gleichzeitig weist die Professorin für Medienwissenschaften Kirsten Drotner aber auch auf die Verbesserungsmöglichkeiten in Schulen und das Angebot vom Filminstitut hin. Hier geht es vor allem um die fächerübergreifende Anwendung des Gelernten sowie die Fortbildung von Medienkompetenz bei Lehrkräften. Diese Erkenntnisse fließen ähnlich wie Feedback aus dem direkten Kontakt mit der Zielgruppe bei Workshops ständig in die Weiterentwicklung der Angebote ein.

4.4.9 KINDERFILMUNIVERSITÄT BABELSBERG – KINDER WERDEN STUDIERENDE⁷⁸

Vorstufe zur Partizipation

Stufe 7

Die erste *Kinderfilmuniversität* Europas wurde 2007 von der Hochschule für Film und Fernsehen – heute Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF – zusammen mit dem Thalia Arthouse Kino Potsdam und dem Filmmuseum Potsdam ins Leben gerufen.

Dort haben Kinder ab acht Jahren die Möglichkeit, zum ersten Mal eine Universität zu betreten, dabei neues Wissen über Film und Fernsehen in all seinen Facetten zu erlernen und anzuwenden. Ziel ist es nicht nur die Kinder zu kompetenteren Rezipient*innen zu machen, sondern sie auch auf unterschiedlichen Wegen praktisch an die Herstellung eines Filmes heranzuführen.

Der Kern der *Kinderfilmuniversität* fußt zunächst auf regelmäßigen Vorlesungen, die Dozierende der Filmuniversität von Januar bis Mai zu Themen wie Filmmusik, Animation, Drehbuch oder Medienforschung halten. Die Kinder können diese Vorlesungen, wie echte Studierende, an der Filmuniversität in einem Hörsaal besuchen und lernen beispielsweise, was ein Kameramann oder eine Kamerafrau am Set berücksichtigen muss, welche Aufgaben ein*e Regisseur*in hat, oder wie Geräusche in einem Film gemacht werden. Seit dem Sommer 2020 geht die *Kinderfilmuni* ebenfalls auf Tour und besucht Kinder und Jugendliche im Raum Brandenburg mit unterschiedlichen Vorlesungen. So müssen Interessierte aus der Umgebung nicht den weiten Weg nach Babelsberg auf sich nehmen.

77 Drotner 2016. | Morch Jensen 2021, S.10-13.

78 Kinderfilmuniversität Babelsberg 2021.

Das bei den Vorlesungen erlernte Wissen kann dann praktisch im partizipativen Kontext unterschiedlicher Workshops umgesetzt werden. Die Workshops der *Kinderfilmuni* werden dabei von Studierenden der Filmuniversität realisiert, wie der *Animationsworkshop*, der *Geräuscheworkshop* oder der *Synchronisationsworkshop*.

Als konkretes Beispiel soll hier die *Realfilmwerkstatt* genannt werden. Dort können die Kinder selbstständig einen Film drehen. Von der Idee bis hin zum fertigen Produkt lassen die Kinder ihrer Kreativität freien Lauf. Das heißt, dass die Kinder nicht nur vor der Kamera ihr Talent unter Beweis stellen, sondern auch hinter der Kamera, in der Regie und im Schnitt agieren. Von den ausführenden Expert*innen der Workshops erhalten die Kinder lediglich Instruktionen und Einführungen in die Technik, um schlussendlich nur noch beratend zur Seite zu stehen.

Besonders ist hier der Kontakt angehender Filmmacher*innen mit dem jungen Publikum hervorzuheben. So lernen auch die Studierenden die Lebenswelt und Ideen der Kinder – und möglicherweise ihrer Zielgruppe – kennen.

Im Jahr 2019 konnten die *Kinder der Kinderfilmuniversität* ihre eigens produzierten Filme beim *Kinderfilmuni-Kurzfilmwettbewerb* einreichen – völlig unabhängig davon, ob es sich um einen Realfilm, Kurzfilm oder Dokumentarfilm handelt und dort auch Preise dafür gewinnen.

4.5 Erkenntnisse aus den Best Practices

Aus den in diesem Kapitel exemplarisch vorgestellten Best Practices können wichtige Erkenntnisse für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen gewonnen werden. Wie Rezeption und Partizipation mit und für die junge Zielgruppe gestaltet werden kann, soll für Projekte in Kunst und Kultur im Folgenden zusammengefasst werden.

Beispielhaft für den Kulturbereich Theater erhalten Kinder und Jugendliche beim GRIPS einerseits die Möglichkeit, sich aktiv am Geschehen des Hauses zu beteiligen. Andererseits lernen sie dort auch, sich durch Projekte wie die *Kindertheatergesellschaft* kulturell wie politisch für ihre Rechte einzusetzen. Besonders das Feedback bei der Stoffentwicklung und den Theaterproben kann einen positiven Einfluss auf die Sichtweisen der Macher*innen und folglich auf das Theaterstück haben. Essentiell ist dabei die vermittelnde Rolle der Theaterpädagog*innen zwischen der Institution und den Kindern/Jugendlichen sowie die organisierte Wegbegleitung und Übernahme von Fahrt- sowie Teilnahmekosten. Auf diese Weise gelingt es, Kinder aus allen Schichten der Bevölkerung im Theater miteinander zusammenzubringen.

Für den Museumsbereich wird das *Lab.Bode* des Bode Museums, Berlin vorgestellt. Die Ideen und Meinungen der Kinder ermöglichen hier neue Sichtweisen auf Kunstgegenstände. So werden im Projekt *Kinder kuratieren* der jungen Zielgruppe die Aufgaben von der ersten Idee einer Ausstellung bis zu ihrer finalen Umsetzung übertragen. Durch die Kreativität der Kinder kann die Ausstellungsgestaltung aus

einem neuen Blickwinkel betrachtet werden und so das Museum von Morgen inspirieren. Den gleichen Ansatz in der Musik verfolgen die partizipativen Projekte des Zukunftslabors, wie die *Stadtteiloper*. Sie überbrücken ganz nebenbei auch Lücken der sozialen Benachteiligung und unterschiedlicher Herkunft von Kindern und Jugendlichen. Musik verbindet hier alle gesellschaftlichen Gruppen und ist eine gegenseitige Bereicherung sowohl für das involvierte Orchester, als auch für die junge Zielgruppe.

Während in allen anderen Kulturbereichen genau auf ein Beispiel Bezug genommen wird, bilden die weiteren Best Practices das volle Spektrum von Rezeption zur vollumfänglichen Partizipation im audiovisuellen Bereich ab.

Warum beispielsweise die Diskussion von Stoffen mit Kindern eine so gute Idee ist, zeigen die Akademie für Kindermedien und verschiedene Angebote für Filmmacher*innen bei Festivals. Produzent*innen und Drehbuchautor*innen erhalten zum perfekten Zeitpunkt ein Feedback vom Zielpublikum. Denn vor allem in der Phase der Drehbuchentwicklung können die Ratschläge der Kinder noch wirklich Einfluss haben. Die Einbeziehung von Kindern in die Konzeptionsphase erfolgt auch im Fernsehbereich beim Medienmagazin *Team Timster*, das Fragen für Kinder beantwortet. Es lebt von der partizipativen Zusammenarbeit, insbesondere durch das Einreichen von Fragen, aber auch durch die gemeinsame Evaluation der jeweiligen Folgen. Gerade bei Formaten, die Kindern etwas erklären, müssen die Antworten für das junge Publikum verständlich sein und ihren Interessensbereichen entsprechen. Durch den Einblick in die Lebenswelt der Kinder kann *Team Timster* seine Zielgruppe optimal erreichen.

Auch große Institutionen wie die Europäische Filmakademie (EFA) finden einen Weg, das junge Publikum aktiv in Konzeptionsphasen und Entscheidungsprozesse einzubinden. In Zusammenarbeit mit dem *Youth Council* und einer *Consultation Group* werden Aktivitäten für Kinder und Jugendliche erdacht, diskutiert und weiterentwi-

ckelt. Das EFA-Team ist überzeugt davon, dass die Projektgestaltung in Co-Creation mit der Zielgruppe selbst zur bestmöglichen Version eines Netzwerks junger europäischer Filmliebhaber*innen führt. Dass nicht nur Aktivitäten für die Jüngsten, sondern ebenso Kinderfilme am besten von den Kindern selbst bewertet werden können, weiß auch die FBW. Denn die Mitglieder der *FBW – Jugend Filmjury* befinden sich noch selbst in der Lebenswelt der jeweiligen Protagonist*innen. Ihre Bewertungen sind daher nicht nur aufschlussreicher für die Zielgruppe, sondern geben auch den Erwachsenen einen tieferen Eindruck.

Beim Taartrovers Filmfestival findet zwar noch keine Partizipation statt, doch wird dort bereits bei Kindern ab zwei Jahren spielerisch die Art des Filmmachens nähergebracht. Obwohl das Medium Film im Mittelpunkt der Festivalwoche steht, dient diese lediglich als Ausgangspunkt, andere Kulturbereiche durch gemeinsames Musizieren, Malen oder Basteln, zu integrieren. Der Erstkontakt wird so zu einem ganz besonderen Erlebnis. Durch die interaktive Gestaltung wird Kunst und Kultur als etwas Positives wahrgenommen und der Einstieg für die Kinder so greifbar wie möglich gemacht. Auch im *Children's House* Rijeka in Kroatien werden verschiedene Kunst- und Kulturbereiche miteinander verknüpft. Besonders interessant ist der Ansatz Kultur für die jüngsten Bewohner*innen einer Stadt zum Leuchtturmprojekt zu erklären. Dies kann zu neuen Quellen der Finanzierung von bedarfsgerechten Angeboten und Orten für Kinder und Jugendliche führen. Dabei den engen Austausch zwischen verschiedenen Kunst- und Kulturformen mitzudenken, eröffnet neue Potenziale für eine vielseitige kulturelle Bildung.

Ein grundlegendes, flächendeckendes Angebot zur Rezeption von Film und den ersten eigenen Versuchen des Filmmachens, wie es in Dänemark vom nationalen Filminstitut angeboten wird, schafft die idealen Bedingungen, darauf aufbauend weiter mit Kindern und Jugendlichen partizipativ in die Welt des Films einzutauchen. Darüber hinaus zeigt eine 2016 durchgeführte Studie zur medien-

pädagogischen Aktivität des Dänischen Filminstituts, dass die wissenschaftliche Begleitung von Praxisprojekten essentiell für deren bedarfsgerechte Weiterentwicklung ist. Die Zusammenarbeit von Forschungsinstitutionen wie Universitäten mit der audiovisuellen Branche hat einen weiteren Vorteil, der beim Projekt *Kinderfilmuniversität Babelsberg* der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF verdeutlicht wird. Dadurch, dass die angebotenen Workshops für Kinder von Studierenden bzw. angehenden Filmmacher*innen organisiert und umgesetzt werden, treten diese bereits mit einer möglichen Zielgruppe in Kontakt. Studierende können von den Vorstellungen und Ideen in den Workshops lernen, selbst in ihren Arbeiten berücksichtigen und profitieren so möglicherweise von neuen Ideen.

5

Fazit und Handlungsempfehlungen

Ziel dieses Forschungsberichtes ist es, eine Übersicht des Nutzungsverhaltens der jungen Zuschauer*innen zwischen sechs und 13 Jahren zu geben sowie die Partizipation dieser Zielgruppe aus theoretischer und praktischer Sicht zu beleuchten. Bei der grundlegenden Darstellung beider Bereiche soll es jedoch nicht bleiben. Von besonderer Wichtigkeit ist die Identifikation von Lücken innerhalb der erfassten Daten und die damit einhergehende Ableitung von Handlungsempfehlungen für die audiovisuelle Branche. Gemäß der Ausschreibung der »Seed-Grants« der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF beschäftigt sich dieser Forschungsbericht mit bestehenden Praktiken und Interventionen, leitet aus ihnen Herausforderungen der Gesellschaft ab und mündet hier im letzten Kapitel in Empfehlungen für die Zukunft.

Wie essenziell faktenbasierte **Zahlen zur Rezeption von Kindern** sind, wird in Kapitel 2 verdeutlicht, insbesondere hinsichtlich der Defizite, die in den bestehenden Statistiken identifiziert wurden:

- ✗ Kinder unter zehn Jahren werden in der Erforschung der Kinonutzung nicht berücksichtigt.
- ✗ Es wird nicht ersichtlich, wie viel Zeit Kinder im Rahmen ihrer »Bewegtbildnutzung« für Filme verwenden.
- ✗ Die Aspekte Film und Kino werden in bereits bestehenden Studien zur Mediennutzung von Kindern nur gestreift. Es fehlen Studien, die sich hinsichtlich junger Zielgruppen dem Umfang und der Bedeutung von Filmrezeption und Kinobesuch widmen.

Die öffentlich vorliegenden Daten können lediglich einen oberflächlichen Einblick in die Film- und Kinonutzung geben. Nicht nur Filmemacher*innen, Institutionen der Filmbranche und Förderungen könnten durch diese Zahlen Aufschluss darüber erhalten, wo, wann und mit wem Kinder Filme schauen oder welche Lieblingsfilme und damit verbundenen Themen Kinder haben. Eine gezieltere Erfassung von Daten in diesem Bereich könnte somit ein wichtiger Baustein für die Entwicklung künftiger Filmproduktionen sein.

Der Forschungsbericht zeigt jedoch nicht nur das Potenzial von Daten für die zielgruppengerechte Entwicklung von Stoffen und deren Marktplatzierung auf, sondern ebenso das Potenzial partizipativer Projekte. In unterschiedlichen Best Practices aus Kapitel 4 wie der Akademie für Kindermedien und Pitches vor Kindern bei Festivals wird der notwendige Einfluss auf die Stoffentwicklung deutlich. Neben dem positiven Effekt von **direktem Feedback**, steht der nachhaltige Aspekt der **Publikumsbildung**. In allen Best Practices, egal auf welcher Stufe der Partizipation nach Hart (siehe Kapitel 3.1.2) sie sich befinden, werden junge Menschen mit der Filmkultur in Kontakt gebracht.

Über allen Beobachtungen steht dabei der gesellschaftliche Auftrag der Politik, der Filmbranche und aller mit ihr in Verbindung stehenden Institutionen, Kunst und Kultur allen Bürger*innen zugänglich zu machen und ihr demokratisches Recht auf Teilhabe zu ermöglichen. Sowohl von Praxisbeispielen aus anderen Ländern, als auch aus anderen Bereichen wie Musik, Theater und Museum kann die audiovisuelle Branche noch einiges lernen. Hierbei darf natürlich nicht außer Acht gelassen werden, dass beim Film im Gegensatz zu den anderen Kulturformen eine viel größere Herausforderung im Spannungsfeld zwischen Wirtschafts- und Kulturgut besteht. Möglichst viele Menschen – und dazu gehört die junge Zielgruppe – zu erreichen, sollte jedoch sowohl im gesellschaftlichen, als auch wirtschaftlichen Interesse stehen.

Als Erstes stellt sich daher die Frage, wer sowohl von nationalen audiovisuellen Werken abseits des Mainstreams wie auch partizipativen Angeboten in Deutschland bisher nicht erreicht wird. Dies zu beantworten, ist aufgrund fehlender Erhebungen derzeit schwer. Ein allgemeiner Konsens kann jedoch darin gefunden werden, dass vor allem Kindern aus sozial benachteiligten Familien der Zugang erschwert ist. Mit prioritärem Auftrag der Politik und eigenständiger Verantwortung der Kulturinstitutionen, welche zum großen Teil aus öffentlichen Mitteln finanziert sind, muss das Ziel verfolgt werden,

junge Menschen **aus allen sozialen Schichten anzusprechen**. Partizipative Projekte im Kulturbereich sind besonders geeignet, Kinder nicht nur mit den Inhalten selbst, sondern auch miteinander in Kontakt zu bringen. Sie können als verbindendes Element zwischen unterschiedlichen Herkunftsn und verschiedenen Lebenszusammenhängen dienen. Als besonders positives Beispiel ist hierbei das Zukunftslabor (siehe Kapitel 4.3) hervorzuheben. Die bewusste Wahl, das Probenomizil des Kammerorchesters – und die damit verbundenen partizipativen Projekte – in einen Stadtteil mit Familien aus circa 90 Herkunftsländern zu platzieren, stellt den Kontakt der Institution mit den dort lebenden Kindern her.

Es gilt die bereits aktiven Projekte zu ermutigen, den Grad der Partizipation auszuweiten und zunehmend weitere Institutionen zu informieren und zur Umsetzung anzuregen. Wie Kapitel 4 verdeutlicht, kann von Best Practices gelernt werden, die sich auf der Partizipationsleiter Harts bewegen. Bei einigen von ihnen wird verdeutlicht, wie sie zunehmend **die Leiter nach oben steigen – den Grad der Partizipation ausbauen**. Die Vermutung liegt nahe, dass allein die Anregung zu basalen Partizipationsprojekten, auch der Vorstufe von Partizipation, zur fast automatischen Weiterentwicklung dieser in der durchführenden Institution selbst führt. Grundlage hierfür ist selbstverständlich die Zunahme an Wissen und Erfahrung bei der Durchführung. Drei Parameter sind hierbei zwingend notwendig:

- ✗ Es muss eine langfristige **Finanzierung** gesichert sein.
- ✗ Projekte müssen von **qualifiziertem Personal** begleitet werden.
- ✗ Um voneinander zu lernen, müssen Projekte **evaluiert/wissenschaftlich begleitet** werden.

Diese Parameter sind außerdem ein wichtiger Faktor dafür, dass Projekte aufgrund fehlender Ressourcen die Leiter nicht wieder hinabsteigen. Wird ein Blick auf die Kriterien von Kinder- und Jugendpartizipation (siehe Kapitel 3.1.3) geworfen, finden sich in diesen Parametern mindestens die Hälfte von ihnen wieder. Die Ernsthaftig-

keit eines partizipativen Vorhabens anzuerkennen, ist vor allem für die finanzielle Absicherung, aber auch für die weiteren Punkte maßgebend.

Besonders für partizipative Projekte ist es relevant, diese auf inhaltlicher Ebene zu evaluieren. Einerseits sollte dies mit den teilnehmenden Kindern direkt passieren. Dies zeigt sich nach bisheriger Recherche unter anderem bei dem Format *Team Timster* des KiKA (siehe Kapitel 4.4.1), bei welchem regelmäßige Feedbackrunden mit der Redaktion und dem Zielpublikum stattfinden. Weiterhin ist die wissenschaftliche Begleitung und Dokumentation auch für den aktiven Austausch zwischen Institutionen essentiell. Eine Veröffentlichung der wissenschaftlichen Ergebnisse trägt dazu bei, dass Institutionen voneinander lernen und ein **Netzwerk innerhalb der Kulturbranche** geschaffen werden kann. Als konkretes Beispiel ist hier das *Lab.Bode* (siehe Kapitel 4.2) zu erwähnen, welches digitale Materialboxen, Methoden und Praktiken der Vermittlungsarbeit für andere Museen zur Verfügung stellt, damit diese ebenso partizipative Projekte an ihrem Standort verwirklichen können. So kann gemeinsam die Qualität der Partizipation beständig weiterentwickelt und Ressourcen kostensparend genutzt werden.

Um eine allgemeine Ableitung für die Branche zu treffen, blickt dieser Forschungsbericht in erster Linie auf bereits bestehende Projekte und versucht ihre Methoden so herauszuarbeiten, dass sie auf zukünftige Angebote übertragen werden können. An dieser Stelle sollen jedoch noch drei Projekte erwähnt werden, die sich derzeit noch in Planung befinden:

An der Filmuniversität KONRAD WOLF wird im Sommersemester 2022 ein partizipatives Seminar mit Studierenden der Lehrgänge Drehbuch/ Regie und Kindern aus Potsdamer Schulen stattfinden. Unter dem Titel *Entdecken der Zielgruppe auf Augenhöhe* sollen in einem dreistufigen Modul (»Gemeinsam sehen, sprechen und wahrnehmen«) Filmstoffe zusammen entwickelt werden.

Vor allem unter dem Gesichtspunkt eine Netzwerkstruktur aufzubauen und so Synergieeffekte zu nutzen, sollen das demokratiefördernde Projekt *Land.Kino.Jugend (AT)* der Deutschen Filmakademie und ein neues, antirassistisches und *rassismuskritisches Filmbildungsprojekt* von VISION KINO erwähnt werden. Während von der Deutschen Filmakademie Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren angesprochen werden sollen, sind es bei VISION KINO Kinder der 1. bis 6. Klasse. Beide Vorhaben sind von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien für drei Jahre finanziert und wollen nachhaltig deutschlandweite Strukturen aufbauen. Mit Blick auf die vorliegenden Handlungsempfehlungen wäre eine wissenschaftliche Begleitung und Auswertung der Projekte wünschenswert, um Erfahrungswerte spätestens im Nachhinein für andere Kulturinstitutionen zugänglich zu machen.

So wie die zuvor genannten Projekte einen wichtigen Baustein im Aufbau eines bundesweiten Netzwerks auf regionaler Ebene darstellen, stellt auch der vorliegende Forschungsbericht nur den Anfang für weitere Bemühungen um die Partizipation und Rezeption der jungen Zielgruppe im Filmbereich dar. Er ist als Analyse des Status Quo zu verstehen, der mit dem zusammengetragenen Wissen, den Weg künftiger Projekte und die Bereitstellung wichtiger Daten ebnet soll. Hierzu benötigt es die Initiative und Unterstützung vieler Institutionen aus der gesamten Filmbranche in Kooperation mit anderen Kulturbereichen und den Willen der Politik.

Konkrete Handlungsempfehlungen:

- ✘ Berücksichtigung von Kindern im Alter von sechs bis neun Jahren in den regelmäßigen Untersuchungen der FFA zu Kinomarkt und Kinonutzung.
- ✘ Berücksichtigung des Ortes Kino im Kontext der Mediennutzung bei den kommenden Auflagen der *KIM-Studie* und des *Kinder Medien Monitor*.
- ✘ Entwicklung eines Leitfadens »Co-Creation« in der Filmbranche und für die Filmbildung an Schulen und Universitäten.
- ✘ Erstellung eines Mappings von Workshops mit Kindern und Jugendlichen, um bestehendes Wissen einfacher nutzbar zu machen.
- ✘ Initiierung eines Runden Tisches mit Vertreter*innen von Institutionen, die partizipative Projekte im Filmbereich durchführen und Universitäten/Fachhochschulen mit kultur- und medienwissenschaftlichen Studiengängen, die diese wissenschaftlich begleiten/evaluieren können.
- ✘ Ein Förderprogramm für partizipative Ansätze in der Filmbranche ins Leben rufen. Denn wie dargelegt, bedarf ernstgemeinte Partizipation finanzieller Mittel. Diesbezüglich könnte eine Sondermaßnahme des Dänischen Filminstitutes Vorbildcharakter für hiesige nationale wie auch regionale Fördereinrichtungen haben: Pro Jahr werden 500.000 € für das Modellprojekt *PublikumsFokus* bereitgestellt. *PublikumsFokus* ist ein neuer Förderpool, der für Dokumentarfilme, New Danish Screen und Spielfilme beantragt werden kann und der die Anzahl der Projekte erhöhen soll, die aktiv daran arbeiten, das Publikum näher an den Entwicklungs- und Produktionsprozess heranzuführen. Die Initiative wird auch den interdisziplinären Erfahrungsaufbau in der Publikumsforschung und Publikumsentwicklung in der Filmindustrie unterstützen.⁷⁹ Kreative aus allen Bereichen und in jeder Förderstufe können beantragen und mit flexiblen Mitteln begleitend zur Entwicklung und Produktion neue Ideen und Kooperationen entwerfen. Eine solche Förderung könnte auch in Deutschland dringend notwendige Impulse für die Partizipation von Kindern und Jugendlichen in allen Bereichen der Filmentwicklung, -herstellung und -auswertung setzen.

79 Det Danske Filminstitut 2021.

Literaturverzeichnis, Anhang, Impressum und Förderung

Literaturverzeichnis

AKADEMIE FÜR KINDERMEDIEN (2021). Akademie für Kindermedien. Webseite. Verfügbar unter: <https://akademie-kindermedien.de> (06.10.2021).

AREND, Anne, KOMM, Sabine (2013). Zukunftslabor der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen – »Polski Blues« 2011 ZDF Bericht [Video]. YouTube. Verfügbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=C9vESnky_fM (06.10.2021).

BUNDESAKADEMIE FÜR MUSIKALISCHE JUGENDBILDUNG TROSSINGEN (2016). Partizipation. Mein Part zählt. Verfügbar unter: https://www.bundesakademietrossingen.de/fileadmin/user_upload/Bibliothek_Schriftenreihe/SR_Band_30.pdf (06.10.2021).

BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (2013). Für ein kindergerechtes Deutschland! Qualitätsstandards für Beteiligung von Kindern und Jugendlichen. Allgemeine Qualitätsstandards und Empfehlungen für die Praxisfelder Kindertageseinrichtungen, Schule, Kommune, Kinder- und Jugendarbeit und Erzieherische Hilfen. Verfügbar unter: [kindergerechtes-deutschland-broschuere-qualitaetsstandards-data.pdf](https://www.bmfsfj.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/qualitaetsstandards-data.pdf) (06.10.2021).

DAS ZUKUNFTSLABOR (2021). Das Zukunftslabor. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.zukunftslabor.com/aktuelles> (06.10.2021).

DET DANSKE FILMINSTITUT (2021). Aktuell PublikumsFokus. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.dfi.dk/branche-og-stoette/aktuelt/publikumsfokus> (14.10.2021).

DITTRICH, Selma, HOHLWEIN, Nola, DITTRICH, Teresa, SCHNEIDER-REUTER, Eva-Maria & KELLERHALS, Nicole (2021). Panel | Kinder- und Jugendpartizipation im Film [Video]. YouTube. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=ZldXmQo3cNA&t=1243s> (06.10.2021).

DROTNER, Kirsten (2016). Børn og unges arbejde med film: Digital dannelse og produktiv læring for fremtiden. Det Danske Filminstitut.

EGMONT EHAPA MEDIA GMBH, SPIEGEL-MEDIA, GRUNER + JAHR GMBH, PANINI VERLAGS GMBH, ZEITVERLAG GERD BUCERIUS GMBH & CO. KG (2021). Berichtsband Kindermedienmonitor 2021. Verfügbar unter: https://kinder-medien-monitor.de/wp-content/uploads/2021/08/KiMMo2021_Berichtsband.pdf (06.10.2021).

EITZEROTH, Anna, HOCH, Nora & TAUBE, Gerd (2018). Wer spricht? Rechercheorientierung im Kinder- und Jugendtheater. Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland.

FBW-JUGEND FILMJURY. FBW-Jugend Filmjury. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.jugend-filmjury.com> (06.10.2021).

FILMFÖRDERUNGSANSTALT (2021). Kinobesucher*innen 2020. Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels. Verfügbar unter: <https://www.ffa.de/kinobesucherinnen-2020.html> (06.10.2021).

FRANKL, Heidi (2021). EFA Young Audience Award. Vortrag Berlin.

FRANKL, Heidi, HIGHAM, Mark (2021). European Film Clubs. Zoom-Interview.

FUTURE LAB TUNISIA (2021). Future Lab Tunisia. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.futurelabtunisia.tn/en/home-2> (06.10.2021).

GEIGER, Steffen (2016). Zur Umsetzung von Partizipation in der musikalischen Bildung. Ergebnisse einer qualitativ-empirischen Analyse. Verfügbar unter: <https://www.kubi-online.de/artikel/zur-umsetzung-partizipation-musikalischen-bildung-ergebnisse-einer-qualitativ-empirischen> (06.10.2021).

GLINKA, Hans-Jürgen (Hrsg.). (1999). Kulturelle und politische Partizipation von Kindern: Interessenvertretung und Kulturarbeit für und durch Kinder. Deutsches Jugendinstitut.

GRIPS THEATER (2021). GRIPS Theater. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.grips-theater.de/de> (06.10.2021).

HAFENEGER, Benno, NIEBLING, Thorsten (2008). Kinder- und Jugendparlament. In: KERSTING, Norbert, (Hrsg.). Politische Beteiligung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 123–141. Verfügbar unter: http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91071-0_7 (06.10.2021).

HAGEMEIER, Wiebke (2021). GRIPS Theater. Zoom-Interview.

HART, Roger A., UNITED NATIONS CHILDREN'S FUND & INNOCENTI RESEARCH CENTRE (1992). Children's participation from tokenism to citizenship. UNICEF Innocenti Research Centre.

HARTMANN, Thomas (2021). Wieso Weshalb Warum? Der Podcast über Kindermedien. Tim Gailus: Team Timster. Podcast. Verfügbar unter: <https://wiesoweshalbwarum.podigee.io> (06.10.2021).

HERMANS, Gert (2019). Film Pitching with Children. ECFA Journal 2019 (01/2019). S. 11–13.

HERMANS, Gert (2021). Jouw pitch voor kinderen op het JEF festival. E-Mail.

KIDS REGIO (2019). KIDS Regio Window to Europe 2019. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.kids-regio.org/activities/window-to-europe-2019> (06.10.2021).

JENNI, Ursula (2017). Teilhabe künstlerisch denken. Fragestellungen und Anregungen für Vermittlungspraktiken in partizipativen Projekten. In: SCHNEIDER, Wolfgang, EITZEROTH, Anna, WEGE INS THEATER! DER ASSITEJ (International Association of Theatre for Children and Young People. Sektion Bundesrepublik Deutschland) (Hrsg.). Partizipation als Programm: Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche (Bd. 100). Transcript. S. 123–130.

KIKA (2021). Team Timster. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.kika.de/team-timster/index.html> (06.10.2021).

KINDERFILMUNIVERSITÄT BABELSBERG (2021). Kinderfilmuni Babelsberg. Webseite. Verfügbar unter: <https://kinderfilmuni.projekte-filmuni.de> (06.10.2021).

KINDERTHEATERGESELLSCHAFT (2021). Kindertheatergesellschaft. Webseite. Verfügbar unter: <http://www.kindertheatergesellschaft.de> (06.10.2021).

KÖNIG, Gabriele (2002). Kinder- und Jugendmuseen: Genese und Entwicklung einer Museumsgattung. Impulse für besucherorientierte Museumskonzepte (Berliner Schriften zur Museumskunde). Leske und Budrich.

LAB.BODE (2021a). Lab.Bode - Das Vermittlungslabor im Bode-Museum [Video]. YouTube. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=GtR57v9053Q&t=5s> (06.10.2021).

LAB.BODE (2021b). Lebewesen, die mal keine Menschen sind (Trailer) [Video]. YouTube. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=h8CX1e1P634> (06.10.2021).

LAB.BODE (2021c). Lab.Bode. Webseite. Verfügbar unter: <https://www.lab-bode.de/> (06.10.2021).

LEONARD, Yvonne (Hrsg.). (2012). Kindermuseen: Strategien und Methoden eines aktuellen Museumstyps (Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement). Transcript.

MANDEL, Birgit (2016/2017). Audience Development, Kulturelle Bildung, Kulturentwicklungsplanung, Community Building. Konzepte zur Reduzierung der sozialen Selektivität des öffentlich geförderten Kulturangebots. KUBI-Online. Verfügbar unter: <https://www.kubi-online.de/artikel/audience-development-kulturelle-bildung-kulturentwicklungsplanung-community-building> (06.10.2021).

MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSBUND SÜDWEST (2021). KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Verfügbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020_WEB_final.pdf (06.10.2021).

MEYER, Thomas, PATJENS, Rainer (Hrsg.). (2020). Studienbuch Kinder- und Jugendarbeit (Lehrbuch). Springer VS.

MORCH JENSEN, Eline (2021). Film på skemaet. LæringsCentret (Bd. 2). S. 10–13.

MOSER, Sonja (2010). Beteiligt sein: Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen (1. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

OOSTERHUIS, Remke (2019). Creating Positive Experiences for Children Through Story. Power-Point-Präsentation.

PIONTEK, Anja (2016/2017). Partizipative Ansätze in Museen und deren Bildungsarbeit. KUBI-Online. Verfügbar unter: <https://www.kubi-online.de/artikel/partizipative-ansaeetze-museen-deren-bildungsarbeit> (06.10.2021).

PIONTEK, Anja (2017). Museum und Partizipation: Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote (Edition Museum Bd. 26). Transcript.

PLENK, Astrid (2014). Die Perspektive der Kinder auf Qualität im Kinderfernsehen (Schriftenreihe Medienpädagogik und Mediendidaktik). Verlag Dr. Kovač.

PRIMAVESI, Patrick (Hrsg.). (2014). Stop teaching! neue Theaterformen mit Kindern und Jugendlichen (Theater Bd. 19). Transcript.

ROLLFING, Petra (2018). Kommunale Kinder- und Jugendgremien im Land Brandenburg: Ernsthafte Partizipation von Kindern und Jugendlichen? Verfügbar unter: https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/41964/file/rollfing_diss.pdf (06.10.2021).

SCHNEIDER, Wolfgang, EITZEROTH, Anna, WEGE INS THEATER! DER ASSITEJ (International Association of Theatre for Children and Young People. Sektion Bundesrepublik Deutschland) (Hrsg.). (2017). Partizipation als Programm: Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche (Bd. 100). Transcript.

SCHRÖCK, Katharina M. (2020). Landesbühnen als Reformmodell: Partizipation und Regionalität als kulturpolitische Konzeption für die Theaterlandschaft (Theater (Transcript (Firm)) Bd. 128). Transcript.

SCHRÖDER, Richard, FTHENAKIS, Wassilios E. (1995). Kinder reden mit! Beteiligung an Politik, Stadtplanung und Stadtgestaltung. Beltz Verlag.

SEFTON COUNCIL FOR VOLUNTARY SERVICE (o.J.) Youth Voice and Participation Toolkit.

SONNENBURG, Stephan (2009). Swarm Branding: Markenführung im Zeitalter von Web 2.0. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

TAARTROVERS (2019). Taartrovers. Webseite. Verfügbar unter: <https://taartrovers.nl/> (06.10.2021).

TAUBE, Gerd (2017). Wege ins Theater führen über die Hauptstraße der Partizipation. Jugendpolitik für kulturelle Teilhabe. In: SCHNEIDER, Wolfgang, EITZEROTH, Anna, WEGE INS THEATER! DER ASSITEJ (International Association of Theatre for Children and Young People. Sektion Bundesrepublik Deutschland) (Hrsg.). Partizipation als Programm: Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche (Bd. 100). Transcript. S. 243–252.

UNRUTH, Eveline (2016). Wenn aus Teilnehmenden Teilgebende werden. In: BUNDESAKADEMIE FÜR MUSIKALISCHE JUGENDBILDUNG TROSSINGEN. Partizipation. Mein Part zählt. Verfügbar unter: https://www.bundesakademietrossingen.de/fileadmin/user_upload/Bibliothek_Schriftenreihe/SR_Band_30.pdf (06.10.2021).

VRANIĆ, Andrea, MIŠKOVIĆ, Slobodanka (2021). Children's House. E-Mail.

WARNATZSCH-ABRA, Steffi (2021a). Anfrage Forschungsprojekt Partizipation von Kindern an der Filmkultur. E-Mail.

WARNATZSCH-ABRA, Steffi (2021b). Team Timster. Telefon-Interview.

ANHANG

Förderliste der Best Practices aus Kapitel 4

Best Practice	Förderung
GRIPS	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Land Berlin ✗ GASAG ✗ Förderverein »Mehr Grips!« ✗ Karl-Schlecht-Stiftung ✗ Stapel-Stiftung ✗ Kulturprojekte Berlin GmbH
Lab.Bode	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Kulturstiftung des Bundes ✗ Staatliche Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz
Das Zukunftslabor	<ul style="list-style-type: none"> ✗ <i>Zukunftslabor Förderung</i>: DM, Mutik, Karin und Uwe Hollweg Stiftung, Sparkasse Bremen, Kaefer, Gewoba, KFK ✗ <i>Kunstlabor Förderung</i>: Stiftung Mercator, Mutik ✗ <i>Förderung Future Lab Tunisia</i>: Auswärtiges Amt, Kamel Lazaar Foundation
Team Timster	<ul style="list-style-type: none"> ✗ KiKA: öffentlich-rechtlicher Fernsehkanal von ARD und ZDF
Akademie für Kindermedien	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Mitteldeutsche Medienförderung ✗ Medienboard Berlin-Brandenburg ✗ Staatskanzlei des Freistaats Thüringen ✗ Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien ✗ Thüringer Landesmedienanstalt ✗ Hessenfilm und Medien
Pitching vor Kindern bei Cinekid, J.E.F, Riga international Filmfestival	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Jeweils aus dem normalen Festivalbudget finanziert.

Best Practice	Förderung
FBW-Jugend Filmjury	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst ✗ Staatskanzlei des Freistaats Thüringen ✗ Niedersächsisches Kultusministerium ✗ nordmedia ✗ Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen ✗ LPR Hessen ✗ Medienboard Berlin-Brandenburg ✗ FFF Bayern ✗ MFG Baden-Württemberg
Young Audience Award	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Europäische Filmakademie ✗ WildArt Film ✗ Mitteldeutsche Medienförderung ✗ Programm Kreatives Europa der Europäischen Union
Taartrovers	<ul style="list-style-type: none"> ✗ VSB fonds. Iedereen doet mee ✗ AFK Amsterdam fonds voor de kunst ✗ FONDS21 ✗ Fonds voor culture participate ✗ Programm Kreatives Europa der Europäischen Union ✗ Kunstraad Groningen
Children's House Rijeka	<ul style="list-style-type: none"> ✗ City of Rijeka ✗ Croatian Audiovisual Centre ✗ Europa Cinemas ✗ Primorje-Gorski kotar county
Filmcentralen	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Dänisches Filminstitut
Kinderfilmuniversität Babelsberg	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF

Impressum

Autorinnen

Anne Schultka
Anna Göpfert
Margret Albers (Kap. 2)

Redaktion

Prof. Nicole Kellerhals
Hanna Reifgerst

Herausgegeben von

Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF
Förderverein Deutscher Kinderfilm e. V.

Design und Layout

Büro 222

Entwicklung und Veröffentlichung

2021

Förderung

Die Durchführung dieses Forschungsprojekts wurde unterstützt durch interne Fördermittel der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF.

Inhalt



Design und Layout



Diese Lang- sowie eine Kurzversion auf Deutsch und Englisch des Forschungsberichts stehen digital auf der Homepage des Förderverein Deutscher Kinderfilm e. V. zum Download bereit:

www.foerdereverein-kinderfilm.de/veroeffentlichungen

