

# Vielfältige Filmkultur von Anfang an – Spielfilme für Kinder von 6 – 8 Jahren

Rechercheergebnisse und Empfehlungen der AG „Spielfilme 6 – 8“  
im Förderverein deutscher Kinderfilm e. V.,  
17.02.2024

## Teil I | Ausgangslage: Brauchen wir „Spielfilme 6 – 8“?

### 01 | Einleitung

Das vorliegende Papier richtet den Fokus auf ein schmales, aber wichtiges Segment des Kinderfilms: Live-Action-Spielfilme (im Gegensatz zu Animation) für die jüngsten Schulkinder (also die etwa 6 – 8-Jährigen) mit originären Geschichten, die in der Lebenswirklichkeit der Kinder verankert sind und zielgruppengerecht erzählen. Diese Filme – im Folgenden „Spielfilme 6 – 8“ genannt – entstehen im deutschsprachigen Raum derzeit so gut wie nicht. Diese Lücke hat im Förderverein Deutscher Kinderfilm e.V. den Anstoß für die Arbeitsgruppe „Spielfilme 6 – 8“ gegeben.

Wir wollten wissen: Sind diese Filme überhaupt gewollt (Teil I)? Warum entstehen sie nicht (Teil II)? Und welche möglichst unmittelbar wirksamen Maßnahmen könnten ihre Entstehung befördern (Teil III)?

Um die Situation zu analysieren und Ideen für geeignete Maßnahmen zu erarbeiten, haben wir mit Akteur:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Branche gesprochen: mit Sender-Vertreter:innen, Kinobetreiber:innen Programmgestalter:innen, Produzent:innen, Medienpädagog:innen, Autor:innen und nicht zuletzt mit der Zielgruppe selbst. Bereits an dieser Stelle möchten wir uns sehr bei allen Gesprächspartner:innen bedanken, die das vorliegende Papier mit ihren Erfahrungen, ihrer Expertise und Ideen unterstützt haben.

#### *Zur Situation deutscher Kinderfilme*

Die Produktion von Kinderfilmen ist in Deutschland eng an die Auswertung im Kino gekoppelt. Insofern ist es durchaus begründet, das Angebot von der Kinoseite her zu beleuchten.

Kinder im Grundschulalter gehören zu den aktivsten Kinonutzer:innen. Das belegt eine von der FFA auf der Filmkunstmesse in Leipzig im September 2023 vorgelegte Untersuchung für den Zeitraum Juli 2022 bis Juli 2023, die die Kinonutzung bereits ab 0 Jahren erfasst.<sup>1</sup> Die 10 – 14-Jährigen stellen mit 79 % die Gruppe mit den meisten Kinobesuchen, gefolgt von der Gruppe der 6 – 9-Jährigen. 68 % von ihnen haben das Kino besucht – im Schnitt 3,1 Mal. Die Besuchintensität bei den 10 – 14-Jährigen lag sogar bei 4,3. (Zum Vergleich: Nur 60 % der

---

<sup>1</sup> [Zahlen und Fakten zum Kinomarkt, FFA 09/2023 \(www.ffa.de/marktdaten.html#studien\)](http://www.ffa.de/marktdaten.html#studien)

14 – 19-Jährigen und 44 % der 20 – 29-Jährigen besuchten im Untersuchungszeitraum das Kino. Der Anteil der Kinobesucher:innen an der Gesamtbevölkerung lag bei 34 % mit durchschnittlich 3,9 Besuchen.)

Welche Filmerfahrungen bietet ihnen das Kino? Ein Blick in die monatlichen Hitlisten der FFA im o. g. Zeitraum (07/22 – 07/23) zeigt: Es dominierten Animationsfilme und Adaptionen bekannter Marken. Der erfolgreichste Film war laut der zitierten FFA-Studie DER SUPER MARIO BROS. FILM (USA 2023). An deutschen (Ko-)Produktionen sind im Juli 2022, dem ersten Monat der Untersuchung, beispielsweise BIBI UND TINA – EINFACH ANDERS, ALFONS ZITTERBACKE – ENDLICH KLASSENFAHRT (beide für ein älteres Kinderpublikum) und KARLCHEN – DAS GROSSE GEBURTSTAGSABENTEUER (Animationsfilm) gestartet.

Dieser Befund ist nicht neu. Im Vergleich zur Situation vor zehn Jahren hat sich dennoch einiges verbessert. Denn damals nahm die Förderinitiative „Der besondere Kinderfilm“ (BKF) ihre Arbeit auf, ein innovatives Bündnis des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, der Filmwirtschaft, der Förderung des Bundes und der Länder sowie der Politik. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Vielfalt des Filmangebots für das junge Publikum zu stärken, und fördert die Filme, die allein am Markt nicht entstehen würden: originäre Stoffe und Geschichten, die eng mit der Lebenswirklichkeit von Kindern verbunden sind.

Seitdem sind zehn Spielfilme für das junge Publikum entstanden. Allerdings richtet sich keiner davon schon an das jüngere Publikum der 6 – 8-Jährigen. WINNETOUS SOHN, ENTE GUT, AUF AUGENHÖHE oder UNHEIMLICH PERFEKTE FREUNDE, die „jüngeren“ der Produktionen (FSK 6), haben eine pädagogische Altersempfehlung erst ab 8 Jahren.

Das Ergebnis der Initiative beweist jedoch, dass die Branche mit der nötigen Entschlusskraft und einer konzertierten Vorgehensweise viel bewirken kann. Das stimmt optimistisch, wenn es nun um die Entstehung originärer und origineller Spielfilme für die 6 – 8-Jährigen gehen soll. Denn um ein Ergebnis der Untersuchung vorwegzunehmen: Von nahezu allen Seiten wird ein – sogar großer – Bedarf für „Spielfilme 6 – 8“ formuliert.

## 02 | Der Medienkonsum der Zielgruppe

Die Arbeitsgruppe befragte 66 Kinder im Alter von 5 – 10 Jahren mit einem Fragebogen zu ihrem Medienverhalten.<sup>2</sup> Die Auswertung zeigt dabei eine breite Palette von Präferenzen und Gewohnheiten im Bereich des Medienkonsums dieser Altersgruppe.

Die meisten Kinder bevorzugen das Fernsehen zuhause, gefolgt vom Kinobesuch. Tablets und Smartphones gewinnen an Bedeutung. Die Mehrheit der Kinder schaut täglich oder fast täglich **Fernsehen**. Ein signifikanter Teil sieht weniger, einige Kinder überhaupt nicht fern. Der **Kinobesuch** ist für die meisten Kinder eine gelegentliche Aktivität, wobei „ein- bis mehrmals pro Jahr“ die häufigste Antwort ist. Einige Kinder besuchen das Kino jedoch regelmäßiger, während andere noch nie im Kino waren.

---

<sup>2</sup> Nicht repräsentativ angelegte Befragung im Zeitraum Dez. 2023 / Jan. 2024.

Filme schauen ist für Kinder überwiegend ein **soziales Ereignis**. Die Mehrheit der befragten Kinder gibt an, Filme mit ihren Eltern anzusehen, gefolgt von Geschwistern. Dabei kann die Anwesenheit der Eltern von ihren Kindern im Kino durchaus als störend empfunden werden. Sie betonen dann die Wichtigkeit von speziell für Kinder gemachten Filmen. Einige Kinder schauen auch alleine. Gelegentlich werden Freunde als Begleitpersonen genannt.

Ähnliches spiegelt sich bei der **Auswahl der Filme**: Hier spielen die Eltern eine entscheidende Rolle. Daneben sind persönliche Empfehlungen aus dem schulischen und sozialen Umfeld eine wichtige Quelle für die befragte Altersgruppe. Aber auch die Vorschläge von Streaming-Plattformen üben bereits Einfluss auf ihre Entscheidungsfindung aus. Auch YouTube wird als Informationsquelle benutzt, bevorzugt für Tierdokus und kindgerechte Inhalte.

Bezüglich der Präferenzen zwischen **Serien und Langfilmen** variieren die Vorlieben, wobei Serien tendenziell bevorzugt werden. Die Kinder schätzen die episodische Natur von Serien und die Möglichkeit, eine tiefere Bindung zu den Inhalten aufzubauen. Einige bevorzugen jedoch auch längere Filme, während andere flexibel sind und sich von ihren aktuellen Interessen leiten lassen.

Die Umfrage zeigt, dass Kinder im Grundschulalter eine Vielzahl von Interessen und Vorlieben für ganz unterschiedlich geartete Filme haben, darunter erwartbar auch Animation/ Zeichentrickfilme, Komödien und Disney-Filme. Neben dem Wunsch nach „Magie und Zauberei“ werden vor allem Themenfelder um emotionale Beziehungen gewählt („Freundschaft“, „Familie“, „Tiere“), die sich auf die **alltägliche Lebenswirklichkeit** der Kinder beziehen lassen. Gelegentlich wird Kritik an übertriebenen Handlungen und als unrealistisch erlebten Darstellungen geübt.

Insgesamt unterstreicht die Umfrage, dass der Nachfrage nach diesen vielfältigen Perspektiven ein stärker diversifiziertes Angebot gegenüberstehen sollte.

### 03 | Die Perspektive der Kinobetreiber:innen

Für die befragten Programmkinoleiter:innen ist das Kinderpublikum durchaus wirtschaftlich relevant. Denn die geringeren Eintrittspreise können durch den Konsum im Kino und die erwachsenen Begleitpersonen ausgeglichen werden. Zudem beginnt die Bindung ans Kino und den Film im Alter von vier Jahren. Durch ein vielfältiges Angebot (Genres, Repertoire etc.) kann mit den Jahren ein **Stammpublikum** aufgebaut werden. Dadurch lassen sich Eltern als wichtige „Gatekeeper“ mit ihren Kindern eher auch auf unbekannte Filme ein, die sie sonst aus Sorge, ihre Kinder zu belasten, nicht auswählen würden.

Im Sinne eines Gesamt- und Gemeinschaftserlebnisses haben sich Moderator:innen als Bezugspersonen, Kurzfilmprogramme, besondere **Aktionen und filmpädagogische Angebote** bewährt. Es hat sich gezeigt, dass ältere Geschwister (7/8) gerne mit jüngeren (5/6) ins Kino gehen. Schauen Kinder eine **Vielfalt** von Kinderfilmen werden sie offener und können besser differenzieren. Andere, die das Kinderangebot verpassen, suchen mit sieben Jahren schon Erwachsenenfilme aus.

Die Kinoleiterinnen kritisieren den Mangel an Realfilmen für die 6 – 8-Jährigen mit Lebensfragen und Themen, die für Kinder in ihrem Alltag eine Rolle spielen (z. B. Familie, Freundschaft, Schule). Erwachsene sollten mitschauen können. Die Filme sollten Kindern **mehr zutrauen** und sie emotional mit leisen Tönen und einem roten Faden ansprechen.

Filme aus Deutschland werden als wichtig erachtet und bevorzugt eingesetzt, wenn die Qualität stimmt. Erfolgreiches **Marketing** durch die Verleiher sei das A und O.

*„Gute Realfilme, das ist quasi wie ein Bildungsauftrag. (...) Wir müssen es jetzt schaffen, die Kinder ins Kino zu holen! Das sind ja die, die auch später ins Kino gehen. Sie sind unsere Zukunft.“ – Ulrike Spann (Hackesche Höfe Kinos, Berlin)*

#### 04 | Die Perspektive der Filmbildung

Exemplarisch für die Perspektive der kulturellen und schulischen Filmbildung stehen die Arbeit des Bundesverbandes Jugend und Film (BJF) mit eigener Clubfilmothek und das bundesweite Projekt der „SchulKinoWochen“ von VISION KINO. Die Auswahlkriterien für die hier eingesetzten Filme orientieren sich allein an **ästhetischen und inhaltlichen Maßstäben**. Ein entscheidender Punkt: Die Filme müssen Kinder ernst nehmen. Die Angebote von BJF und Vision Kino für die 6 – 8-Jährigen werden besonders stark nachgefragt.

*„Für uns ist es sehr wichtig, die jungen Kinder für Kino und Film zu begeistern, aber dafür brauchen wir eine größere Vielfalt an tollen Filmen für diese Altersgruppe.“ – Michael Jahn (Vision Kino, SchulKinoWochen)*

Dabei sollte auch die **Diversität** unserer Gesellschaft hinreichend abgebildet werden. Doch insgesamt entstünden viel zu wenige dieser Filme für die Zielgruppe und meist kämen sie aus dem europäischen Ausland. Beide Institutionen fordern vom deutschen Kinderfilm zudem deutlich mehr Vielfalt bei den filmischen Formen, Erzählweisen und Themen.

Dass Kinder in diesem Alter Spielfilme sehen wollen, die ihre **Lebenswirklichkeit** spiegelt, steht außer Frage. Der BJF macht dies an der besonders hohen Nachfrage nach derartigen Titeln fest. Bei den Schulkinowochen stoßen sie auf eine extrem positive Resonanz seitens der Kinder, wie etwa GESCHICHTEN VOM FRANZ oder die Filme der RICO-UND-OSKAR-Reihe. Auch schwierige Themen haben hier ihren Platz.

*„Entscheidend ist, Kinder emotional zwar zu fordern, aber nicht zu überfordern. Hier das richtige Maß zu finden, ist eben ein Kriterium der hohen Kunst, Filme für kleine Kinder zu drehen.“ – Reinhold Schöffel (Geschäftsführer BJF)*

#### 05 | Die Perspektive der Medienpädagogik

Für Kinder sind Spielfilme Spiegel der eigenen Lebenswelt. Sie bieten Nährstoffe für das **Persönlichkeitswachstum** und die Orientierung in sozialen Strukturen. Realfilme stehen dabei für eine lebensnähere Erzählform als Animationsfilme. Auch Medienpädagog:innen nehmen

jedoch wahr, dass für Kinder im Alter von 6 – 8 Jahren nur wenige Realfilme angeboten werden. Daher fehlt dieser Zielgruppe ein wesentlicher Teil der Filmkunst, der für die Entwicklung der Persönlichkeit sowie der **Medienkompetenz** wichtig erscheint.

Kinder befinden sich in einem intensiven Prozess des sozialen Lernens, bei dem Filme, die sie in ihrer realen Lebenssituation abholen, ein unmittelbares Testfeld für Verhaltensmuster und Charaktermodelle sein können. Ein wichtiger Aspekt dabei ist das Training der Fähigkeit, die Sichtweise anderer einnehmen und ihr Handeln einordnen zu können. Aus medienpädagogischer Sicht liegt es nahe, dass Kinder genau diese sozialen Fähigkeiten früher und intensiver ausbilden können, wenn sie durch Filme dazu angeregt werden. Gerade Realfilme stärken den Realitätssinn und weiten den Horizont mit anderen Mitteln.

Die Kompetenz der Zielgruppe wird in harmoniesüchtigen Filmen dabei zu oft unterschätzt. Mehr Realfilme könnten für das jüngere Publikum die **filmkulturelle Basis** systematisch verbreitern und so mittelbar auch dazu beitragen, das spätere Interesse an unkonventionellen filmischen Formen zu stärken.

*„Vor allem ist mehr Mut und Kreativität gefragt. Wir müssen alle umdenken und Kindern mehr zutrauen. Keine andere Zielgruppe lässt sich im Kino so unvoreingenommen überraschen und aufrichtig begeistern.“ – Thomas Hartmann / Christian Exner (Deutsches Kinder- und Jugendfilmzentrum KJF)*

## 06 | Die Perspektive der Sendeanstalten (1)

Befragt wurden Redakteur:innen von sechs öffentlich-rechtlichen Sendern. Die meisten der Befragten sehen ihren Sender in Bezug auf die Zielgruppe durch die Vielfalt ihres Angebots insgesamt gut aufgestellt. Insbesondere für die Zielgruppe 6 – 8 liegt der Fokus dabei auf Serien und Animation. Zugleich zeigten sich die Befragten generell offen dafür, dem Thema Live-Action für jüngeres Publikum in unterschiedlichen Formaten mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Dabei gelten Filme als wertiges Programm und langfristig einsetzbar. Für die Sender sind bei Spielfilmen „Co-Viewing“ bzw. „**Familien-Affinität**“ wichtige Aspekte. Das steht einer zu engen Zielgruppe entgegen. Selbstkritisch wird hier vor allem der enge finanzielle Rahmen gesehen, der die Möglichkeiten für das Kinderprogramm stark eingrenzt.

**Heimische Produktionen** erfahren bei der Zielgruppe durchaus eine hohe Akzeptanz. Dennoch werden Filme für die 6 – 8-Jährigen sehr häufig aus anderen europäischen Ländern angekauft. Damit sehen die meisten, aber nicht alle Befragten, die Lebenswirklichkeit der Kinder in Deutschland gut widerspiegelt. Zudem gäbe es aus dem deutschsprachigen Raum zu wenige überzeugende Angebote in diese Richtung – auch im Rahmen der Initiative „Der besondere Kinderfilm“.

Insbesondere Anke Lindemann (MDR) schätzt die Situation sowohl auf den Ebenen der Stoffentwicklung, der Produktion als auch in der Herausbringung als unbefriedigend ein. Sie wünscht sich eine **stärkere Lobby** für diese Zielgruppe:

*„Insgesamt ist der Kinderfilmbereich nicht laut genug. Es fehlen die starken, sich nach vorne drängenden Stimmen und Positionen. Die sind nicht immer sympathisch, aber notwendig, um einer Sache Gehör zu verschaffen.“ – Anke Lindemann (MDR, Redaktionsleitung „Kinder & Familie“)*

## **07 | Zwischenbilanz**

Allgemein wird von den Befragten konstatiert, dass sich die Situation des deutschen Kinderfilms seit Bestehen der Initiative „Der besondere Kinderfilm“ zwar verbessert hat. Aber die von der Arbeitsgruppe geführten Gespräche haben auch deutlich gemacht, dass in dem Angebot für die Altersgruppe der 6 – 8-Jährigen eine Lücke zu verzeichnen ist. Dies ist gerade im Hinblick auf die Filmbildung und Medienkompetenz der Kinder nicht zu unterschätzen.

Doch warum entstehen diese Filme in Deutschland noch zu wenig? Dieser Frage widmen wir uns im zweiten Teil unserer Auswertung.

## **Teil II | Warum entstehen keine „Spielfilme 6 – 8“?**

### **08 | Die Perspektive der Autor:innen**

Befragt wurden 14 Kinderfilm-Autor:innen. Niemand davon hat bisher einen Originalstoff für 6 – 8-Jährige realisieren können, vier Projekte befinden sich derzeit in Entwicklung. Einige berichten von der Schwierigkeit, diese Stoffe unterzubringen, da in der Branche die Annahme vorherrsche, sie seien **nicht realisierbar**. Oft benannte Gründe: Ein Film ohne etablierte Marke würde die Eltern nicht erreichen, oder kleine Kinder als Protagonist:innen könnten eine Geschichte nicht tragen. Während der Stoffentwicklung gab es inhaltliche Konflikte mit Entscheidungsträger:innen durch unterschiedliche pädagogische Ansichten, oder weil dem jungen Publikum wenig zugetraut wurde. Bei Stoffen für Ältere sollten manchmal die Spannung reduziert und der Humor angepasst werden, damit Jüngere „mitschauen“ können. Fast alle Befragten sagten, dass sie bei Aussicht auf Realisierung sehr gern einen „Spielfilm 6 – 8“ schreiben würden. Einige wünschten sich mehr Unterstützung durch entsprechende **Fortbildungsangebote** oder pädagogische Beratung im Hinblick auf die Bedürfnisse der Zielgruppe.

### **09 | Die Perspektive der Produzent:innen**

Aus Sicht der befragten Produzent:innen besteht das Problem vorrangig in der **Finanzierung**. Dabei verteuern Jugendschutzbestimmungen und die zeitlich noch einmal aufwändigeren Dreharbeiten mit den jüngeren Kindern die Produktionen ohnehin. Außerhalb der Initiative „Der besondere Kinderfilm“ sei die Finanzierung kaum zu schließen, weil die Sender über zu wenige Mittel verfügen, um sich überhaupt oder mit einem relevanten Anteil zu beteiligen. Bei den Förderinstitutionen begegnen die Filme oft Vorbehalten, weil es für Originalstoffe keinen etablierten Markt gibt, sie an der Kinokasse als wenig erfolgversprechend eingeschätzt werden und/oder die Zielgruppe als zu klein erachtet wird. Fehlende **Wertschätzung**

wie auch mangelnde **Expertise** im Hinblick auf filmisches Erzählen für Jüngere in manch einem Entscheidungsgremium kämen erschwerend hinzu. Das macht es insgesamt ebenso schwierig, einen Verleih zu finden.

## 10 | Die Perspektive der Verleiher

Dabei seien die Kinos durchaus auf der Suche nach Content für die Zielgruppe, weil für diese zu wenige Filme auf dem Markt sind. Das berichtet Alexandre Dupont-Geisselmann vom Farbfilm Verleih, der sich unter anderem auf die Herausbringung von Live-Action-Kinderfilmen spezialisiert hat. Er unterstreicht, dass gute Filme auch im Kino funktionieren können. Voraussetzung sei ein entsprechendes **Marketing**, das sich bei der jüngeren Zielgruppe primär an die Eltern richten müsse. Der Markt sei also da, aber Kinder hätten derzeit nur einen eingeschränkten Blickwinkel:

*„Jüngere Kinder begreifen Realfilme oft nicht mehr als Angebot für sich, weil sie nur mit Animation filmsozialisiert sind. Wir müssen Vielfalt ermöglichen und damit auch Zugänge zum Realfilm für die jüngere Zielgruppe.“ – Alexandre Dupont-Geisselmann (Farbfilm Verleih)*

## 11 | Die Perspektive der Sendeanstalten (2)

In manchen Gesprächen entstand der Eindruck, dass diese erstmals ein Anstoß waren, sich explizit mit dem Mangel an Realfilmen für die Zielgruppe der 6 – 8-Jährigen zu beschäftigen. Die Perspektive der Sender auf mögliche Änderungen ist dabei von drei teils widersprüchlichen Polen bestimmt, die einige Gründe für die Schwierigkeiten bei der Realisierung dieser Filme erkennen lassen.

Zum einen ist die Erwartungshaltung an diese Filme eine besondere Herausforderung, sowohl was die **Qualität** („überzeugend“), die **Tonalität** („humorvoll“) als auch den **Inhalt** der Stoffe („originell“) betrifft. Es liegt auf der Hand, dass diese Eigenschaften – auch aufgrund unterschiedlicher Interessen der Beteiligten – von jedem und jeder anders definiert werden dürften.

Zum zweiten gibt es eine grundsätzliche Offenheit dafür, die Aufgabe „Spielfilme 6 – 8“ stärker in den Blick zu nehmen. Dabei spielt die Initiative „Der besondere Kinderfilm“ eine zentrale Rolle. Abgelehnt wird jedoch mehr oder weniger deutlich eine Quote. Vielmehr plädieren die Befragten im Kern dafür, verstärkt dazu aufzurufen, solche Stoffe einzureichen. Anke Lindemann (MDR) plädiert dabei konkret für Initiativen im Bereich der Stoffentwicklung (Workshops).

Gebremst wird diese Offenheit jedoch – drittens – vor allem durch den Mangel an Geld. Hier kann eher langfristig unter dem Stichwort der „**Generationengerechtigkeit**“ argumentiert werden, dass der prozentuale Anteil von Kindern in der Gesellschaft seine Entsprechung in der Präsenz und der finanziellen Ausstattung des Kinderprogramms in den öffentlich-rechtlichen Medien finden muss.

## 12 | Erfahrungen der Initiative „Der besondere Kinderfilm“

Die Initiative „Der besondere Kinderfilm“ ist zwar generell offen für Kinderfilme ab sechs. Bisher gab es aber nur wenige und mehrheitlich nicht **überzeugende Einreichungen**, sodass bislang kein Projekt ausgewählt wurde. Die Gründe werden auf unterschiedlichen Ebenen gesehen: Das Schreiben für jüngere Kinder sei anspruchsvoller, die Herstellung der Filme schwieriger und die Zielgruppe für die Auswertung im Kino – oder auch im Fernsehen – zu spitz. Das entscheidende Argument für die Entstehung dieser Filme sieht Projektleiterin Margret Albers aber im **Bedarf**: „Wird ein solcher formuliert, dann wird die Branche reagieren.“ Kinder könnten ihn selbst nur eingeschränkt formulieren. Sie entwickeln ihren Geschmack erst und kennen unter Umständen keine „besonderen Kinderfilme“. Hier sind nach Auffassung Albers' die Erwachsenen gefordert, im Sinne der Kinder Bedarfe zu formulieren und für eine Vielfalt im Filmangebot zu kämpfen.

## 13 | Fazit

Die verschiedenen Perspektiven fördern komplexe und teilweise auch widersprüchliche Gründe zutage, warum „Spielfilme 6 – 8“ nicht oder nur so schwierig entstehen. Der Mangel an guten Stoffen wird einerseits beklagt, andererseits erleben Autor:innen, dass sie Projekte für die Zielgruppe nicht unterbringen und entwickeln verständlicherweise keine neuen Ideen.

Es scheint **zu wenig Austausch** darüber zu geben, was gute Geschichten für die Zielgruppe auszeichnet. Eltern sind als Co-Viewer und Gatekeeper mit zu bedenken. Am Markt wird durchaus ein Bedarf gesehen, aber das Bewusstsein, dass „Spielfilme 6 – 8“ ein notwendiges Segment im Kinderfilmangebot darstellen, scheint in der Branche (noch) nicht ausgeprägt.

Die Finanzierung ist ein großes Problem. Die **Position der Förderungen** wäre in einem nächsten Schritt zu untersuchen. Entscheidender Player bleiben die Rundfunkanstalten, ohne die eine Finanzierung in diesem Segment aktuell nicht möglich scheint.

Damit diese Filme entstehen, braucht es das **Bekenntnis der gesamten Branche**. Das Bewusstsein, dass Spielfilme nach originalen Geschichten mit relevantem Inhalt und künstlerischem Niveau auch für 6 – 8-Jährige wichtig und auch ein Anrecht sind, muss in gemeinsame Initiativen für Entwicklung, Finanzierung, Produktion und Auswertung münden. Um dieses Bewusstsein und auch mehr Expertise in den unterschiedlichen Bereichen der Branche zu schaffen, braucht es mehr Aufmerksamkeit, Lobbyarbeit und Kommunikation.



## Teil III | Vorschläge für erste Maßnahmen

In den Gesprächen wurde eine Vielzahl von wünschenswerten Maßnahmen benannt, um die Situation für „Spielfilme 6 – 8“ und für den Kinderfilm generell zu befördern. Die AG „Spielfilme 6 – 8“ schlägt in einer Auswahl davon eine Kombination von zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmten Veranstaltungen bzw. Maßnahmen vor. Sie sollen das Thema „Spielfilme 6 – 8“ im Zeitraum 2024/25 ins Zentrum stellen. Es geht darum, dafür eine breite Aufmerksamkeit in der Branche (und darüber hinaus) zu schaffen sowie erste konkrete Projekte zu ermutigen und zu unterstützen.

### Veranstaltungsreihe

- Forum / Runder Tisch zum Austausch zwischen Sendern/Streamern, Produzent:innen und Autor:innen unter Einbeziehung von Medienpädagog:innen, BfJ, VISION KINO
- Fachveranstaltungen mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten im Rahmen bestehender Festivals und Fachforen:
  - Goldener Spatz, Schlingel, FilmStoffEntwicklung, Nordische Filmtage
  - Vorstellen von Best-Practice-Beispielen aus anderen europäischen Ländern (Schlingel/NFL)
  - Austausch mit Verleihfirmen und Kinobetrieben (Filmkunstmesse Leipzig)

### Fortbildung

- Workshop und/oder Branchen-Event im Rahmen des Stoffentwicklungsprogramms AKM
- eigenständiges Fortbildungs-Angebot im Rahmen von „AKM+“
- Mentoring durch pädagogische Expert:innen und Kinder während des Schreibprozesses

### Förderungen

- Schwerpunktsetzung im Rahmen der Initiative „Der besondere Kinderfilm“ auf die Zielgruppe 6 – 8 Jahre, z. B. durch gezielte Einladung innerhalb des kommenden Jahrgangs, solche Projekte einzureichen.

### Verbandsintern

- Bildung einer **Initiativ-Gruppe „Spielfilme 6 – 8“**, die weiterhin regelmäßig Lobbyarbeit für die Zielgruppe betreibt, Schwerpunkte herausarbeitet und Maßnahmen vorschlägt. – Diese neue Gruppe könnte eventuell auch für Nicht-Mitglieder geöffnet werden.
- Formierung einer **Arbeitsgruppe „Finanzierung Kinderfilme“** zur Untersuchung, ob und ggf. wie Kinderfilme durch Förderstrukturen und Regulierungen systematisch benachteiligt werden, und zur Erarbeitung eines Konzepts zur Lobbyarbeit „Finanzen“. Dies kann mit der Vergabe eines Rechercheauftrags verbunden sein, u.a.:
  - Anteil der Kinderfilme am deutschen Filmmarkt
  - Wirtschaftskraft des Kinderfilms
  - Anteil der öffentlichen Gelder (Förderung und Rundfunkbeiträge) für Kinderfilm/ Kinderprogramm

## **Befragte Personen**

Wir danken allen Befragten für Ihre Bereitschaft, sich mit unserem Anliegen auseinanderzusetzen:

### *Autor:innen*

Rüdiger Bertram, Andreas Cordes, Heike Fink, Anne Gröger, Gerrit Hermans, Judith Kleinschmidt, Barbara Kronenberg, Holly-Jane Rahlens, Bernd Sahling, Florian Schnell, Heike Sperling u. a.

### *Filmbildung*

Michael Jahn, Amelie Hartung (Vision Kino, SchulKinoWochen), Reinhold T. Schöffel (Bundesverband Jugend und Film e. V.)

### *Initiative „Der besondere Kinderfilm“*

Margret Albers (Projektleitung)

### *Kinobetreiber:innen*

Katrin Farner-Kölle (Caligari FilmBühne, Wiesbaden), Ulrike Spann (Hackesche Höfe Kinos, Berlin)

### *Medienpädagogik*

Christian Exner, Thomas Hartmann (beide: Deutsches Kinder- und Jugendfilmzentrum KFJ)

### *Produzent:innen*

Bettina Brokemper (Heimatfilm, Köln), Philipp Budweg (Lieblingsfilm, München), André Fetzter (Amour fou, Luxemburg), Nicole Kellerhals (X-Filme Creative Pool, Berlin), Norbert Lechner (Kevin Lee Filmges., Grünwald), Marcel Lenz (Ostlicht Filmprod., Weimar), Corinna Poetter (Orange Roughy Filmprod., Köln), Thomas Springer (Tradewind Pictures, Köln), Martina Sakova (Projector23, Berlin)

### *Vertreter:innen der Sendeanstalten*

Sandra LeBlanc (NDR), Anke Lindemann (MDR), Jens Opatz (WDR), Stefan Pfäffle (Kika), Jens Ripke-Desaules (ZDF), Stefanie von Ehrenstein (SWR)

### *Verleih*

Alexandre Dupont-Geisselmann (Farbfilm Verleih)

## **Die Mitglieder der AG „Spielfilme 6 – 8“**

Milena Baisch, Dr. Siegfried Barth, Theresia Dittrich, Dr. Rüdiger Hillmer, Roman Klink, Anette Unger, Beate Völcker