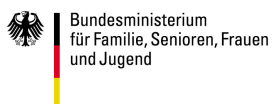


Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland

Aufgaben und Aktivitäten 2010

Gefördert vom:



INHALTSVERZEICHNIS

VORBEMERKUNG	3
GENDER MAINSTREAMING	4
MIGRATION	4
BUNDESWETTBEWERBE.....	6
ZIELE UND SCHWERPUNKTE.....	6
AKTIVITÄTEN.....	7
ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE	8
TRENDS UND TENDENZEN	9
VIDEO DER GENERATIONEN.....	9
DEUTSCHER JUGENDVIDEOPREIS.....	10
DEUTSCHER JUGENDFOTOPREIS.....	11
BUNDESFESTIVAL VIDEO UND PREISVERLEIHUNG DJF	12
ZIELE UND SCHWERPUNKTE.....	12
AKTIVITÄTEN.....	12
ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE	13
SCHLUSSFOLGERUNGEN UND PERSPEKTIVEN	14
KINDER- UND JUGENDFILM	16
MEDIENEMPFEHLUNGEN	16
TOP VIDEONEWS	16
KINDERFILMWELT.....	18
FESTIVALS UND MEDIENVERTRIEB	20
BERATUNG / INFORMATION /NACHWUCHSFÖRDERUNG	21
BUNDESWEITE BILDUNGSARBEIT	22
VERANSTALTUNGEN	23
PUBLIKATIONEN.....	25
DAS KJF ALS INSTITUTION	27
KURATORIUM	27
PERSONAL	28
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT.....	29
TECHNIK, RÄUME.....	31

VORBEMERKUNG

Die Trennung von realer und virtueller Welt ist obsolet geworden. Viele *digital immigrants* – die Menschen, die ein Leben vor dem Internet (sogar noch vor Handy, Computer und Privatfernsehen) kennen und damit ein Leben ohne diese virtuelle Dimension – mögen hinsichtlich der Richtigkeit dieser Aussage skeptisch sein und zuweilen die ausschließliche Präsenz der „realen“ Welt zurücksehnen. Aber spätestens bei der Online-Bestellung eines Buches, dem Download eines Films oder dem schnellen Gruß per mail oder über facebook wird klar, wie verzahnt der reale und virtuelle Alltag heutzutage ist. Wenn Kinder und Jugendliche Filme drehen oder Fotos machen, nutzen sie ganz selbstverständlich die vorhandene Technik und die Publikationsmöglichkeiten – und stellen sich nicht die Frage, wie Medienproduktion in früheren Zeiten stattgefunden hat.

Wie früher die analogen Medien haben naturgemäß auch die digitalen Medien einen spezifischen Einfluss auf das Erkennen der Welt, auf die persönliche Verortung darin sowie auf neue Formen von Aktivitäten und Aktionsradien. Auch die Trennung von Produktion und Rezeption ist inzwischen oftmals verwischt oder gar aufgehoben – aus reinen Konsumenten werden so genannte Prosumenten.

Diese schöne neue Bilderwelt existiert nicht „einfach so“, sondern ist das Ergebnis von Aktivitäten Erwachsener, die in ihren jeweiligen Bereichen (Wirtschaft, Medien, Politik, usw.) die ökonomischen, kulturellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen definieren. Nicht zuletzt nach dem „Verursacherprinzip“ gehört es ebenfalls zum Verantwortungsbereich von Erwachsenen, Kinder und Jugendliche bei den Entwicklungen nicht allein zu lassen, sondern ihnen Orientierung zu bieten und ihnen die notwendigen Kompetenzen zu vermitteln. Dies gilt auch und insbesondere für den Medienbereich, der für Kinder und Jugendliche seit jeher eine wichtige Sozialisationsinstanz bedeutet. Orientierung und Unterstützung benötigen jedoch nicht nur junge Menschen. Auch Senioren dürfen nicht ins digitale Abseits geraten, auch sie sollen von den Vorzügen digitaler Lebenswelten profitieren und aktiv am Mediengeschehen teilhaben können.

Mit den Chancen und Potenzialen von audiovisuellen und visuellen Medien für die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen befasste sich das KJF auch mit seinen Angeboten für das Jahr 2010. Der vorliegende Bericht über die Aktivitäten und Erfahrungen des Jahres 2010 macht deutlich, wie sich das KJF als ein Zentrum für kulturelle Medienbildung zu diesen Herausforderungen nicht nur positioniert, sondern wie es zu den vielfältigen Herausforderungen konkrete und passgenaue Angebote liefert; wie es Kinder, Jugendliche, Familien sowie ältere Menschen beim rezeptiven wie kreativen Umgang mit Medien stärkt und die Potenziale der Mediennutzung als Chance für Kreativität, Kommunikation und Information in die Fachöffentlichkeit hineinträgt – gemäß der Leitidee, dass Medienkompetenz der beste Medienschutz ist.

Zugunsten der besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit wurde in dem Jahresbericht zum Teil darauf verzichtet, die männliche und die weibliche Schriftform anzuführen, obwohl die Aussagen selbstverständlich für beide Geschlechter gelten.

GENDER MAINSTREAMING

Bezogen auf die Aktivitäten des KJF bedeutet Gender Mainstreaming, die Gesamtheit der Arbeit, Projekte und Angebote darauf auszurichten, dass sie auf das Ziel einer tatsächlichen Gleichstellung von Männern und Frauen sowie Jungen und Mädchen hinwirken und einen Beitrag zur Chancengleichheit der Geschlechter leisten. Diese Vorgaben und Bestimmungen, wie z.B. des Bundesgremienbesetzungsgesetzes, werden bei der Zusammensetzung von Jurys der Bundeswettbewerbe eingehalten.

Die Konzeption und Durchführung der Bundeswettbewerbe erfolgt ebenfalls mit der Maßgabe, dass Mädchen und Jungen die gleichen Chancen zur Teilnahme erhalten. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass sich für den aktiven Gebrauch der Medien Fotografie und Video in erster Linie Jungen interessierten. Das KJF bestärkte daher durch gezielte Förderung Mädchen und junge Frauen, an den Wettbewerben und ihren medienpädagogischen Begleitangeboten teilzunehmen. Dies geschah u. a. durch Quotierung und mit Mädchenspezifischen Angeboten. Diese Maßnahmen liegen mittlerweile ca. fünfzehn Jahre zurück und verdeutlichen das frühzeitige Engagement des KJF. Seit den 1990er Jahren hat sich bei Mädchen und jungen Frauen in Bezug auf das Interesse am aktiven Mediengebrauch ein Wandel vollzogen. Am deutlichsten wahrnehmbar ist dies beim Medium Fotografie, wo sich nachgerade eine Umkehrung der Verhältnisse ergeben hat. Derzeit sind es deutlich mehr Mädchen und junge Frauen, die sich fürs Fotografieren interessieren. Die Formulierung tendenziell jungenspezifischer Sonderthemen und der Imaging-Bereich können künftig diesem Trend entgegenwirken.

An den Wettbewerben Deutscher Jugendfotopreis und Deutscher Jugendvideopreis beteiligten sich insgesamt ungefähr gleich viele Mädchen / junge Frauen und Jungen / junge Männer. Dieses Ergebnis ist ein Gradmesser für die gelingende zielgruppenadäquate Konzeption und Ausschreibung der Wettbewerbe durch das KJF. Berücksichtigt man die Tatsache, dass es sich bei beiden um die größten Bundesmedienwettbewerbe Deutschlands handelt und in den letzten dreißig Jahren ca. 50.000 Kinder und Jugendliche an ihnen teilgenommen haben, darf durchaus von einer gesamtgesellschaftlichen Wirksamkeit der medienpädagogischen Angebote des KJF ausgegangen werden. Das KJF ermöglicht somit in nachhaltiger Weise die Förderung der Medienkompetenz und verbessert die Chancengleichheit der Geschlechter. Mit seinen vielseitigen Angeboten verhilft es Kindern und Jugendlichen zu emanzipiertem und reflektiertem Medienhandeln.

MIGRATION

Es gibt viele Gründe, warum Menschen ihre Heimat verlassen. Manche fliehen vor dem (Bürger-)Krieg aus ihrem Heimatland. Andere werden dort wegen ihres Glaubens oder der Zugehörigkeit zu einer ethnischen Minderheit missachtet und verfolgt. Wieder andere finden keine Arbeit, mit der sie sich und ihre Familie ernähren könnten. Sie verlassen ihr Ursprungsland und hoffen, in der Ferne bessere Bedingungen und eine neue Heimat zu finden. Angesichts der aktuellen Konflikte in Nordafrika sind auch weiterhin Migrationsbewegungen zu erwarten. Durch die sehr fragwürdigen Thesen Thilo Sarrazins und die nachfolgenden öffentlichen Debatten wurde deutlich, dass sich Fragen nach kultureller Vielfalt und nach Integration immer wieder stellen.

Vorstellungen von Akzeptanz, Toleranz und Integration rücken wieder weiter in die Ferne während sich in Deutschland eine Generation von Filmemachern immer stärker artikuliert, deren Eltern und Großeltern einst als Migranten nach Deutschland kamen.

Das KJF sieht einen seiner jahresübergreifenden Arbeitsschwerpunkte in der fachbereichs- und projektübergreifenden Behandlung des Themas Migration. Die Themenausgabe „Migration - Heimat in der Fremde“ im Internetportal Top-Videonews empfiehlt eine breite Palette von Filmen zu diesem Themenkomplex. Zusätzlich bietet sie Linklisten und eine Liste pädagogischer Arbeitsmaterialien zu den entsprechenden Filmen.

Im KJF-Medienvertrieb verfügbar war auch 2010 der Film „Geh und lebe“ von Radu Mihaileanu. Er behandelt ein sehr paradoxes Migrationsschicksal, das ein Kaleidoskop von Identitäten in einer Figur vereint. Erzählt wird die Geschichte von Salomon alias Schlomo. Mitte der achtziger Jahre wurden tausende äthiopischer Juden aus sudanesischen Flüchtlingslagern nach Israel ausgeflogen. In den Wirren der Rettungsaktion trennt sich eine Mutter von ihrem neunjährigen Salomon, damit er überleben kann. Als Schlomo wächst er fortan in Tel Aviv auf, stets in Sorge, dass er das Land verlassen muss, wenn jemand erfährt, dass er kein Jude ist. Als afrikanischer Einwanderer ist er doppelt Außenseiter. Schlomo ist hin- und hergerissen zwischen verschiedenen Identitäten: Einerseits ist er Äthiopier und Christ, andererseits fühlt er sich auch als Jude und gewinnt sogar ein Streitgespräch über die Tora. Ein Film, der in sehr bewegender und aufschlussreicher Weise Identitäts-Konstruktionen und ihre Verwerfungen durchspielt. Im Spektrum der thematisch gefragten Produktionen des KJF-Medienvertriebs steht diese Produktion sehr weit vorne. Sehr zu Recht.

BUNDESWETTBEWERBE

Förderung der audiovisuellen Eigenproduktion - Die Bundeswettbewerbe und ihre innovativen Angebotsformen für Kinder, Jugendliche und Senioren

ZIELE UND SCHWERPUNKTE

Mit bislang über 120.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern zählen die vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) geförderten Wettbewerbe Video der Generationen, Deutscher Jugendvideopreis und Deutscher Jugendfotopreis zu den erfolgreichsten Angeboten des Bundes. Sie verfügen dabei über besondere Alleinstellungsmerkmale:

- Der Bundeswettbewerb **Video der Generationen** ist seit 1998 ein in dieser Form in Deutschland einzigartiges Forum für die Präsentation und Diskussion authentischer und **zeitgemäßer Altersbilder**.
- Der **Deutsche Jugendvideopreis** ist bundesweit das größte jährliche Forum für Videoproduktionen und Animationsfilme – und mit dem Bundesfestival Video und dessen wechselnden Austragungsorten ein **Impulsgeber für die aktive Kinder- und Jugendmedienarbeit** sowie Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen.
- Der **Deutsche Jugendfotopreis**, gegründet 1961, zählt neben Jugend musiziert (1963) und Jugend forscht (1966) zu den ersten Jugendwettbewerben des Bundes. Er ist der einzige kontinuierlich stattfindende Bundeswettbewerb für Fotografie und Imaging und kann mit **Rekordbeteiligungen** aufwarten.

Diese Wettbewerbe sind dabei fester Bestandteil des medienpädagogischen Arbeitsbereichs in Deutschland und bieten:

- Förderung der Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und Senioren sowie Talentförderung und vorberufliche Orientierung
- Inspiration und Orientierung für Multiplikatoren und Entscheidungsträger
- Impulse für jugendkulturelle Maßnahmen.

Aufgrund ihrer regelmäßigen Durchführung sind die Wettbewerbe kontinuierliche Motivationsinstrumente für die aktive Medienarbeit. Mit den Sonderthemen bzw. Specials leisten sie zudem einen Beitrag bei der Umsetzung jugendpolitischer Schwerpunkte. Die zentralen Wettbewerbs-Events und breitenwirksam publizierten Wettbewerbsergebnisse bringen die vielfältigen Sichtweisen junger und älterer Menschen in den gesellschaftlichen Diskurs ein und stellen nicht zuletzt einen repräsentativen und öffentlichkeitswirksamen Leistungsbeweis der kulturellen Bildungsarbeit dar.

Seit vielen Jahren werden in der Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Senioren die Potenziale digitaler Medien genutzt. Das Spektrum fotografischer und audiovisueller Ausdrucksformen hat sich hierdurch erheblich erweitert. Durch die Verfügbarkeit

entsprechender Geräte (Foto- und Videokameras/Computer/Smartphones) im privaten Bereich nimmt die Medienproduktion von Kindern und Jugendlichen stetig zu.

Die Akzente im Videobereich lagen auch im Jahr 2010 auf der zusätzlichen Fokussierung des Deutschen Jugendvideopreises auf den Bereich des Animationsfilms, der insbesondere bei der frühkindlichen Medienbildung eine besondere Rolle spielt.

Weiteres Ziel war die Stärkung medienpädagogischer Strukturen durch das Bundesfestival Video.

Im Fotobereich galt es zum einen mittels Sozialer Netzwerke neue Teilnehmerkreise zu erschließen; zum anderen wurde angesichts der großen Popularität der digitalen Fotografie bei Jugendlichen aber auch bei Kindern der Versuch unternommen, die Chancen dieses Mediums für die Kinder- und Jugendbildung zu verdeutlichen.

Neben den Bereichen der aktiven Film- und Fotoarbeit existiert seit vielen Jahren eine immer größer werdende Jugendszene, die sich mit der Gestaltung multimedialer Produktionen beschäftigt. Das Spektrum reicht dabei von Podcasts über Games bis zu medienkünstlerischen Projekten, die sich im Rahmen der Foto- und Videowettbewerbe jedoch nur schwer in angemessener Form präsentieren lassen. Das Ziel bestand daher darin in Zusammenarbeit mit anderen Partnern eine passgenaue Veranstaltung zu konzipieren.

AKTIVITÄTEN

Die Wettbewerbe wurden im Herbst 2009 ausgeschrieben. Neben der Kategorie „Allgemeiner Wettbewerb“ wurden die Sonderthemen „Viel zu tun“ (VdG) und „Wunderland“ (DJF und DJVP) vorgegeben. Video der Generationen wurde um einen vom Projektbüro Dialog der Generationen gestifteten Gruppenpreis ergänzt; im Rahmen des Deutschen Jugendvideopreises wurde ein besonderer Animationspreis ausgelobt. Der Deutsche Jugendfotopreis erhielt die zusätzliche Imaging-Kategorie „Next Level“ mit Preisen des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW (MGFFI NRW). Insgesamt wurden in den drei Wettbewerben Preise im Gesamtwert von 37.000 Euro ausgelobt (Geldpreise des BMFSFJ: 28.000 Euro; MFKJKS NRW: 2.000 Euro, Photoindustrie-Verband: 2.000 Euro, Projektbüro Dialog der Generationen: 1.000 Euro, Sachpreise von der Fa. Adobe: 4.000 Euro).

Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgte über genau zugeschnittene Medienansprachen in allen Kommunikationssegmenten. Dabei wurde das KJF punktuell durch eine PR-Agentur beraten und bei der Umsetzung der Aktivitäten unterstützt. Ein Ergebnis war u. a. die Gewinnung der Community schülerVZ als Medienpartner und die Einrichtung eines sog. Edelprofils für den Deutschen Jugendfotopreis. Die Verbreitung der Ausschreibungen erfolgte zudem über Facebook und Twitter. Große Resonanz auf die Wettbewerbsangebote des KJF war auch bei den offiziellen Jugend- und Schülerportalen der Bundesländer zu verzeichnen. Des Weiteren wurde die Kommunikation der Bundeswettbewerbe durch den Photoindustrie-Verband unterstützt. Als ein weiteres Informationsmedium für den Filmnachwuchs dient die vom Bundesverband Jugend und Film betriebene Website filmfestivals4u.net, auf der die beiden Videowettbewerbe präsent sind.

Weitere Motivationsfaktoren für die Kinder- und Jugendfotografie waren die Sonderausstellungen des Deutschen Jugendfotopreises. Einen besonderen Stellenwert hatte dabei die Ausstellung „Wunderland etc.“, die im Rahmen des Europäischen

Monats der Fotografie Berlin vom 27.10. bis 28.11.2010 die aktuellen Preisträgerarbeiten im Bundesjugendministerium präsentierte und von Staatssekretär Josef Hecken eröffnet wurde. Zusammen mit dieser Ausstellung und den drei thematischen Wanderausstellungen war der Deutsche Jugendfotopreis während des gesamten Jahres in der Öffentlichkeit präsent.

In den Jahren 2011/2012 feiert der Deutsche Jugendfotopreis sein 50-jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass veranstaltet das Deutsche Historische Museum (Berlin) eine große Retrospektive des Bundeswettbewerbs. Das KJF hat ca. zehn Jahrgänge digitalisiert; die restlichen 40 Jahrgänge werden sukzessive vom DHM reproduziert. Mit der Verschlagwortung des gesamten Bildbestandes (ca. 10.000 Fotos) hat das DHM begonnen. Für die Bildauswahl wurde vom KJF, dem DHM und der DGPh ein Gremium zusammengestellt, das seine Arbeit Ende 2010 aufgenommen hat.

Neben den Aktivitäten im Film- und Fotobereich hat das KJF sein Engagement auf den Multimediabereich ausgeweitet. Im Rahmen der Gamescom wurde vom 19. bis 22. August unter dem Motto „Games & Movies“ ein Machinima-Workshop für jugendliche Messebesucher durchgeführt. Kooperationspartner waren die Initiative Creative Gaming und die Bundeszentrale für politische Bildung. Im Rahmen des Deutschen Multimediapreises für Kinder und Jugendliche MB21 förderte das KJF den Bereich Games & Movies mit einem Preis für die beste Machinima-Einreichung und wirkte in der MB21 Jury mit. Ende 2010 führte das KJF mit dem bisherigen Veranstalter Medienkulturzentrum Dresden erste Gespräche hinsichtlich der künftigen Bundeszuständigkeit für diesen Wettbewerb. MB21 würde zusammen mit dem Deutschen Jugendvideopreis und dem Deutschen Jugendfotopreis die Angebotspalette des BMFSFJ bei der Förderung der Medienkompetenz vervollständigen.

ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE

Beteiligung an den Wettbewerben 2010

Deutscher Jugendfotopreis:

7.066 Teilnehmer/innen (+ 135% gegenüber Vorjahr) / 36.053 Fotos (+ 113%)

Deutscher Jugendvideopreis:

5854 Teilnehmer/innen (+ 23%) / 601 Filme (+ 6%)

Video der Generationen:

1027 Teilnehmer/innen (+ 59%) / 153 Filme (+ 33%)

Die statistischen Hauptdaten befinden sich im Anhang; die differenzierten statistischen Auswertungen sind für wissenschaftliche Verwendungszwecke beim KJF erhältlich.

Die hohe und weiterhin steigende Teilnehmerresonanz verweist auf den Stellenwert der kreativen Medienarbeit bei Kindern, Jugendlichen, jungen Erwachsenen und Senioren. Sie bringt zudem die große Akzeptanz der Bundeswettbewerbe zum Ausdruck. Aber sie zeigt auch, welche Teilnehmerzuwächse möglich sind, wenn man, wie 2010 beim Deutschen Jugendfotopreis geschehen, die Öffentlichkeitsarbeit testweise auf die Sozialen Netzwerke ausweitet. Entsprechende Steigerungen könnten auch beim Deutschen Jugendvideopreis erzielt werden.

Hohe Beteiligungen erfordern angemessene Jurierungskonzepte. So musste beim Deutschen Jugendfotopreis 2010 die Vorsichtung der Einsendungen deutlich

ausgeweitet werden. In allen drei Wettbewerben konnten das KJF-Team, die Auswahlgremien und die Jurys die Arbeit bewältigen. Die im Vergleich zu vielen anderen Veranstaltern längeren Jurysitzungen bieten die nötige Zeit, sich mit jeder Einreichung intensiv zu befassen, um z.B. die Entstehungskontexte und medienpädagogischen Projektbedingungen zu berücksichtigen. Diese den Beiträgen gerecht werdende Durchführung der Sichtungen erforderte im Jahr 2010 einen besonders großen Organisationsaufwand und verursachte höhere Kosten als geplant.

Die Ausweitung der KJF-Aktivitäten auf die Bereiche Games und Multimedia erwies sich als ein richtiger Schritt, um die Zielgruppe der multimedial interessierten Kinder und Jugendlichen anzusprechen. Die Beteiligung an der Workshop-Aktion „Games&Movies“, die auf der Gamescom durchgeführt wurde, fiel zwar zufriedenstellend aus. Aus Sicht des KJF erschwerte aber die für eine Messe dieser Art wohl typische Dynamik und Hektik eine intensive Workshoparbeit. Die Kooperation mit der Initiative Creative Gaming und der Bundeszentrale für politische Bildung gestaltete sich jedoch überaus positiv – ebenso wie die Zusammenarbeit des KJF mit dem Medienkulturzentrum Dresden und der Bundesinitiative Jugend online beim Multimedia-Wettbewerb MB21.

TRENDS UND TENDENZEN

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stammen aus den unterschiedlichsten kulturellen Kontexten, sodass die Wettbewerbe eine große Bandbreite an inhaltlichen und ästhetischen Ausdrucksformen dokumentieren. In ihren Beiträgen zeigen Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene und Senioren, welche Themen sie aktuell bewegen. Ihr Umgang mit Medien ist von großer Begeisterung geprägt und zeugt z.T. von hoher technischer Kompetenz, wie sie vor zehn bis fünfzehn Jahren nur selten anzutreffen war.

Video der Generationen

Positiv ist zu vermelden, dass die technische Qualität der Filme 2010 zugenommen hat. Problematisch ist jedoch in vielen Fällen die dramaturgische Umsetzung; die Filme sind zu lang und zudem oftmals pseudo-objektiv gehalten. Wie in den Vorjahren handelte es sich bei den meisten Einreichungen um Dokumentarfilme. Generationenthemen werden nur selten als Spielfilme umgesetzt; eine Ausnahme sind die Einreichungen von Jugendlichen bzw. Studierenden, die sich mit dem Alltag alter Menschen beschäftigen. Hinsichtlich der Themenwahl beziehen sich Senioren zumeist auf Natur- und Tierfilme. Oft werden gängige Rollenklischees in den Filmen aufgegriffen. Gleichzeitig zeigt sich aber eine Varianz bekannter Themen und Sujets. Bei den herausragenden Beiträgen des Jahres 2010 handelte es sich um Zeitzeugenfilme, die sich nicht wie früher primär auf die Zeit des Nationalsozialismus und den Holocaust bezogen, sondern auch die jüngere DDR-Vergangenheit und den „Fall der Mauer“ zum Thema hatten. Auch die Beiträge dieses Wettbewerbs, der sich an ältere Filmemacher und Generationen übergreifende Teams richtet, spiegeln die gesellschaftliche und individuelle Wirklichkeit wider. So ist die Finanz- und Wirtschaftskrise jetzt in den Produktionen angekommen und wird in Bezug zu eigenen Erfahrungen und/oder Ängsten gesetzt. Auffallend sind auch originelle Animationsfilme und experimentelle Arbeiten, die 2010 das Spektrum des Wettbewerbs erneut bereicherten. Heitere und humorvolle Filme waren bei Video der Generationen 2010 kaum vertreten.

Filmästhetisch und filmhandwerklich gewinnt der Animationsfilm in beiden Videowettbewerben zunehmend an Bedeutung. Die Bandbreite der Techniken von der Stopptrickanimation bis hin zur Computeranimation wird immer versierter bedient. Auch der Dokumentarfilm gewinnt gegenüber dem Spielfilm an Attraktivität.

Deutscher Jugendvideopreis

Die Themen Freundschaft und Liebe werden nach wie vor in vielen Produktionen aufgegriffen. Deren filmische Auflösung reicht von Verlust-Szenarien bis zum klassischen Happy End. Mit zunehmender Tendenz wird in den letzten Jahren zudem die Beschäftigung mit Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes sichtbar. Als prägender Lebensraum für Kinder und Jugendliche taucht die Schule zudem folgerichtig in vielen Filmen als dramaturgischer Rahmen oder als inhaltlicher Fokus auf. Die Amokläufe Jugendlicher, eine diffuse Bildungs- und Ausbildungsplatzdebatte oder Mobbing-Erfahrungen unter Heranwachsenden werden in den Filmen zum Gegenstand von Dokumentationen oder fiktionalen Umsetzungen. Geprägt sind diese Produktionen in der Regel durch starke Angstgefühle und der zukunftsentscheidenden Frage nach dem eigenen Platz in der Gesellschaft.

In Altersgruppe A (bis 10 Jahre) prägt ein Stil den Eindruck: Animationen, vor allem Legetrick und Plastilinanimationen, bestimmen die Produktionen der jüngsten Teilnehmenden, die zudem zumeist in Gruppen und im Rahmen medienpädagogischer Projekte entstanden. Auffällig war aber auch, dass zunehmend Eltern gemeinsam mit ihren Kindern filmen oder deren Filmprojekte unterstützen. Thematisch kündigt sich an, was in fast allen Altersgruppen sichtbar ist: Der Klimawandel hat die Nachwuchsfilmzene erreicht. Die Geschichten greifen Umweltzerstörung und Umweltschutz auf. Der Öko-Trend setzt sich auch in der nächsten Altersgruppe fort. Doch dieses Thema wird nicht nur dokumentarisch angegangen, sondern auch nachinszeniert, beispielsweise mit den eigenen Haustieren. Eine wichtige Bedeutung nimmt darüber hinaus die Schule als Lebensraum ein. Dort werden Konflikte ausgetragen, der Umgang mit Fremden erprobt, wenn etwa ein neuer Mitschüler in die Klasse kommt oder Kinder gemobbt werden. Besonders perfide: die Lehrer/innen mobben mit! Erste Erfahrungen mit Alkohol und Drogen führen bereits zu handfesten bedrohlichen Dramen.

Die Filme in der Altersgruppe C (16-20 Jahre) sind technisch auf einem überaus hohen Niveau, was bei der aufwendigen Logo-Gestaltung, bei Animationen und digitaler Nachbearbeitung deutlich wird. Ökologische Themen werden gerne als Hintergrund fiktiver Ereignisse eingebunden; der Klimawandel als Setting, nicht nur als Hauptmotiv. Inhaltlich spielt auch die Schule hier eine wichtige Rolle, jedoch mit einer deutlichen Tendenz: Dieser Raum ist mit einem starken Gefühl der Verunsicherung und Bedrohung verbunden, sei es durch Amokläufe, Bombendrohungen oder Mobbing. Damit geht oft der Erwartungsdruck der Gesellschaft einher, den die Jugendlichen zu verspüren scheinen: Wo ist mein Platz im Leben? Aber auch: Wie soll ich aussehen? Auch Schönheitsideale werden aufgegriffen, und Magersucht ist kein Thema, das nur Mädchen betrifft. Wenn der Körper nicht problematisiert wird, so wird er vor der Kamera auch gerne zur Schau gestellt und inszeniert. Während Computerspiele inhaltlich oder formal kaum thematisiert werden, erlebten bei den Einsendungen zum Deutschen Jugendvideopreis 2010 die Quentin-Tarantino-Nachahmer in Bezug auf Gewalt eine neue Renaissance: Jungs spielen wieder gerne mit Knarren. Und auch die

derbe Sprache der Gangster-Rapper („Opfer“ und „Bitches“) hat Spuren hinterlassen. Insgesamt stehen die gegenseitigen Umgangsformen häufig zur Diskussion; die Filmgeschichten erzählen, ebenso humorvoll wie ernst, von der Möglichkeit des Zusammenlebens verschiedener Religionen und Nationalitäten. Positives von der Beziehungsseite: Eifersucht und Neid gibt es zwar immer noch, aber auch Glücksmomente, durch Freunde oder sogar die Liebe auf den ersten Blick. Nur wenig Experimentelles prägt die Filme der Altersgruppe D (21-25 Jahre) – dafür die Orientierung an bekannten Erzähl- und Inszenierungsmustern. Dies mag dem Umstand geschuldet sein, dass es sich bei den meisten Teilnehmern um Studierende an Filmhochschulen handelt. Dementsprechend glatt und vorhersehbar sind viele Filme (und Videoclips); routiniert, aber nicht überraschend. Und vor allem kaum humorvoll. Melancholie und Depression bestimmen einige Werke. Sonderthema „Wunderland“: Was bei Alice noch fantastisch, bunt und abenteuerlich war, wurde vor allem düster interpretiert: Das Wunderland wurde oft als bedrohlich gezeigt – oder als ein Ort, in den man flieht: vor Mobbing, Rassismus und Gewalt. Sogar abstrakte Ängste erhielten ein Gesicht. Altersgruppenübergreifend fällt vor allem die Sprachlosigkeit zwischen Kindern und Eltern auf, bis hin zur vollständigen Abwesenheit der Eltern in den Altersgruppen B, C und D.

Deutscher Jugendfotopreis

Die starke Zunahme der Beteiligung beim Deutschen Jugendfotopreis 2010 bezog sich auch auf die Aktivitäten von Fotogruppen. Durch die Auslobung spezieller Preise für schulische Fotogruppen durch den Photoindustrie-Verband gelang es, erheblich mehr Schulfoto-Projekte zur Teilnahme zu motivieren.

Insgesamt wurde deutlich, dass bereits Kinder im Vorschulalter die Fotografie als Ausdrucksmittel nutzen – zumeist unter elterlicher oder pädagogischer Anleitung. Kreativ und mit unbefangener Neugierde erforschen sie die Welt. Wie die Kinder einer Grundschule, die das Wunderland Wald erkunden, fotografieren die Jüngsten oft impulsiv aus der Bewegung heraus Tiere, Natur und Technik.

Die Jugendlichen entdecken ihren Sinn für Ästhetik und entwickeln einen durch Vorbilder geschulten Blick. Sie halten nicht mehr fest, was ihnen spontan interessant erscheint, sondern fotografieren, um ein ästhetisches Bild zu schaffen.

Selbstinszenierung bleibt auch bei Jugendlichen an der Schwelle zum Erwachsensein ein zentrales Thema, doch der Blick weitet sich: Freunde und Partner rücken vermehrt in den Fokus. Die Beschäftigung mit dem eigenen Ich weicht einer zunehmend kritischen Auseinandersetzung mit Kultur und Gesellschaft. Junge Menschen reisen viel, nehmen an Austauschprogrammen teil, befassen sich intensiv mit Medien und Kunst, erkunden fremde Kulturen, Subkulturen und Szenen. Landschaft, Architektur und Porträt sind die beliebtesten Genres; dabei hat die ästhetische Umsetzung nach wie vor Priorität. Auch hinsichtlich der Fototechnik erweitert diese Altersgruppe ihr Repertoire. Sie testet die Möglichkeiten von Fotografie und Imaging aus, bleibt aber traditionellen visuellen Vorbildern und Bildsprachen verhaftet. Viele der jungen Erwachsenen, die am Deutschen Jugendfotopreis teilnehmen, absolvieren eine Ausbildung oder ein Studium im Bereich Fotografie und Design. Sie können offensichtlich auf eine professionelle Ausrüstung zurückgreifen und verfügen über fundierte fototheoretische und -historische Kenntnisse, die sie in ihren Arbeiten reflektieren. Von intensiver Auseinandersetzung mit dem Medium zeugt auch der souveräne Umgang mit Bildgestaltung, Licht und Bearbeitungstechniken – bis hin zur Entwicklung neuer

Umsetzungsmöglichkeiten und Stilmittel, wie z.B. vollständig am PC erschaffener Bildwelten. Thematisch weichen die ästhetischen (Selbst-)Inszenierungen sowie Landschafts- und Architekturfotos der jüngeren Teilnehmer konzeptionell durchdachten Serien und Reportagen, die sich vielfach kritisch mit sozialen Fragestellungen auseinandersetzen.

BUNDESFESTIVAL VIDEO UND PREISVERLEIHUNG DEUTSCHER JUGENDFOTOPREIS

ZIELE UND SCHWERPUNKTE

Die Abschlussveranstaltungen der Bundeswettbewerbe sind als kommunikationsstiftende Events konzipiert. Neben der Präsentation und Auszeichnung der Eigenproduktionen von Kindern, Jugendlichen und Senioren geben sie der medienpädagogischen Arbeit wichtige Impulse.

Seit seinem Beginn im Jahre 1998 ist der Wettbewerb Video der Generationen in das vormalige Jugendvideo-Festival integriert. Das Bundesfestival Video ist ein Ort des Austausches von Jung und Alt auf verschiedenen Ebenen: Der Dialog der Generationen beginnt durch die Wahrnehmung von spezifischen Erzählperspektiven und Inhalten in den Videofilmen älterer und junger Menschen. Er setzt sich fort in Bühnengesprächen und Diskussionen und mündet schließlich in persönlichen Begegnungen – bisweilen sogar in neuen generationenübergreifenden Projekten. Für die Preisverleihung des Deutschen Jugendfotopreises im Rahmen der photokina Köln ist neben dem Austausch der jungen Bilderfinder untereinander die Weiterbildung in Workshops und im Rahmen des Besuchs der Fotoausstellungen auf der photokina sowie durch das Gespräch mit professionellen Fotografen entscheidend.

AKTIVITÄTEN

Zum vierten (und vorläufig letzten) Mal wurde es in Ludwigsburg in der bewährten Kooperation mit der Filmakademie Baden Württemberg, der Stadt Ludwigsburg (Fachbereich Wirtschaft, Touristik und Medien) sowie der Pädagogischen Hochschule vom 11. bis 13. Juni durchgeführt. Von 754 Filmen, die sich um Preise des Bundesjugendministeriums und weiterer Stifter beworben hatten, gingen 40 Filme im Wettbewerbsprogramm ins Finale. Highlight des Festivals war die Preisverleihung am 13. Juni, bei der Hans-Peter Bergner die Preise des Bundesjugendministeriums, Oberbürgermeister Werner Spec den Publikumspreis gestiftet von der Stadt Ludwigsburg und Andreas Friedrich den Innovationspreis der Filmakademie Baden-Württemberg überreichten. Neben dem Programm bestehend aus prämierten und nominierten Filmen der Bundesmedienwettbewerbe 2010 bot das Bundesfestival Video eine breite Palette an Weiterbildungsangeboten. Durch die Förderung der Landesrundfunkanstalt und die inhaltliche Ausgestaltung insbesondere durch die Filmakademie und die Pädagogische Hochschule konnten 11 Workshops angeboten werden. Ihr inhaltliches Spektrum reichte von unterschiedlichen Techniken des Animationsfilms über Sound- und Tongestaltung bis hin zu Lichtsetzung und Videojournalismus.

Die Pädagogische Hochschule Ludwigsburg als einer der Kooperationspartner des Bundesfestivals Video nutzte die Präsenz der Bundeswettbewerbe, um die aktuellen Trends der Jugendvideoarbeit in die Studienangebote einzubeziehen. Für den Wettbewerb „Goldene Gans“ des evangelischen Medienhauses bot das Festival einen sehr passenden Rahmen, um sein Abschlussforum und seine Preisverleihung im Kontext der Gesamtveranstaltung zu präsentieren.

Das Preisträgerforum des Deutschen Jugendfotopreises fand vom 24. bis 26. September in Remscheid und Köln statt. Die Finanzierung erfolgte durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen. Die regelmäßige Austragung des Preisträgerforums in Nordrhein-Westfalen hat die Arbeitsgemeinschaft der Obersten Landesjugendbehörden im Jahre 2000 beschlossen. Für die Ausstellung und Verleihung des Deutschen Jugendfotopreises konnte erneut die photokina, die weltweit größte Messe für Fotografie und Imaging, als Kooperationspartner gewonnen werden. An der Programmdurchführung wirkte zudem die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) mit, die insbesondere mit ihrer Sektion Bildung und Weiterbildung die kulturellen Potenziale der (Jugend-)fotografie fördert.

Die Preisverleihung konnte dank der Unterstützung durch die Koelnmesse erneut in der besonders publikumswirksamen Halle 1 stattfinden, in der auch die Highlights der Fotokultur und die wichtigsten Ausstellungen präsentiert werden. An der Preisverleihung am 26. September nahmen ca. 250 Gäste teil, darunter die ca. 80 Preisträger und Begleitpersonen.

Michael Biedowicz (ZEITmagazin) und Julia Fassbender (Bundespresseamt) berichteten über die Juryarbeit und die Trends des Wettbewerbs. Anschließend folgten die Auszeichnungen der Preisträger durch Dieter Hackler (Abteilungsleiter im BMFSFJ), Prof. Klaus Schäfer (Staatssekretär im MFKJKS NRW), Christian Müller-Rieker (Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes), sowie den Sponsor Adobe Systems. Der Preisverleihung vorangegangen waren zahlreiche Workshops und Diskussionsveranstaltungen in der Akademie Remscheid.

ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE

Bundesfestival Video

Etwa 120 junge und ältere Filmemacherinnen von 6 bis 75 Jahren waren beim Bundesfestival Video präsent und mit ihren Werken vertreten. Ungefähr 200 Besucher nahmen das Programm des Festivals wahr und erlebten „großes Kino“. Für sie alle gilt, was Prof. Dr. Horst Niesyto von der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg und Prof. Thomas Schadt als Direktor der Filmakademie in ihrem Grußwort akzentuiert haben: „Wer einmal selbst hinter der Kamera oder beim Schnitt Entscheidungen getroffen hat, weiß, wie viel Macht bewegte Bilder haben können. Diese Erfahrung schärft den Blick auf alles, was in den Medien sieht. Viele junge Filmemacherinnen und Filmemacher machen ihre ersten Schritte bei Filmproduktionen; mutig, oft mit zitternden Beinen, aber getrieben von einer Leidenschaft für das Medium Film. Allerdings dürfen diejenigen Kinder und Jugendlichen nicht außen vor bleiben, für die dieser Weg aus unterschiedlichsten Gründen nicht immer einfach ist. Hier sind medienpädagogische Initiativen und Einrichtungen wichtig, die allen Kindern und Jugendlichen Zugänge zu einer kreativen und selbstbestimmten Film- und Medienproduktion ermöglichen.“ Das

Bundesfestival ist entsprechend bestrebt Zugänge für alle Schichten und Generationen zu schaffen. Zugleich fußt es auf der Arbeit, die in medienpädagogischen Projekten geleistet wird. Sie bietet deren Ergebnissen eine Plattform. Sie spiegelt ihre Erfolge zurück in die Arbeits-Praxis der aktiven Medienarbeit und regt so zu neuen Projekten an. Zugleich gibt das Bundesfestival Video Auskunft über Sichtweisen und Befindlichkeiten sowohl älterer wie junger Menschen.

Preisverleihung DJF

Ebenso wie Filme auf die große Festival-Leinwand gehören, gehören Fotografien in attraktive Ausstellungen. Junge Medienmacher brauchen diese ganz besonderen Orte, um ihre Arbeiten in der Öffentlichkeit zu präsentieren und die Resonanz des Publikums zu erleben. In diesem Sinne war die photokina für den Deutschen Jugendfotopreis ein idealer Ort. Die Ausstellung befand sich in der Halle 5 „Meet the Communities“, die zumeist vom jungen Messepublikum besucht wurde. Insgesamt haben ca. 30.000 Personen den Ausstellungsbereich des Bundeswettbewerbs gesehen. Die Preisverleihung in der Halle 1, in der die Top-Ausstellungen internationaler Fotokünstler und Fotohochschulen präsentiert werden, bot für die Preisverleihung ein optimales Umfeld. Bewährt hat sich auch die Entscheidung, Teile des Workshop-Programms in die Akademie Remscheid auszulagern, da hier ein intensiveres Arbeiten möglich ist. Unterstützt durch das BMFSFJ, das MFKJKS NRW, die photokina und die Fotoindustrie konnte die Abschlussveranstaltung des Deutschen Jugendfotopreises in allen Belangen erfolgreich umgesetzt werden.

SCHLUSSFOLGERUNGEN UND PERSPEKTIVEN

Der besondere Durchführungsmodus des Bundesfestivals Video, mehrere Jahre in einem Bundesland präsent zu sein, hat sich auch bei der Veranstaltung in Ludwigsburg bewährt. Durch das Festival wurde eine Verzahnung der Aktivitäten unterschiedlicher Träger erreicht. Die Akteure in den Bereichen Filmbildung, Medienkompetenzvermittlung, Ausbildung von Filmkünstlern, Medien- und Kulturwissenschaft wirkten bei der Veranstaltung zusammen und werden über das Bundesfestival Video hinaus gemeinsame Angebote schaffen.

Die Mischung von Beiträgen junger und älterer Menschen im Deutschen Jugendvideopreis und Video der Generationen ist im Medienbereich eine bisher einzigartige Festivalform, die die kulturelle Begegnung der Generationen im Dialog über Medien und ihre Botschaften umsetzt.

Die Kombination aus Filmpräsentationen und Workshopprogramm bietet eine anregende Mischung aus Rezeption, Diskussion, Motivation und Kompetenzförderung. Insgesamt haben die Beiträge in beiden Wettbewerben eine Qualität und Vielfalt erreicht, die es schwer macht, alle sehenswerten Produktionen in einem dreitägigen Programm unterzubringen. Es gibt mehr zeigenswerte Filme als Programmzeit. Die Ausdehnung des Festivals auf vier Tage, die daher im Jahr 2009 erstmalig durchgeführt wurde und eine angenehme Entzerrung der Programmdichte erbrachte, konnte im Jahr 2010 nicht wiederholt werden, weil es das gekürzte Budget des KJF nicht zuließ. Trotz des Angebots der Stadt Ludwigsburg, das Bundesfestival dauerhaft dort anzusiedeln, ist im Jahr 2011 ein Standortwechsel geplant. Erstmals soll das Kindermedienland mit der Stadt Gera Austragungsort des Bundesfestival Video werden.

Der vom Festival ausgehende Impuls einer Stärkung der Jugendmedienarbeit in unterschiedlichen Regionen in Deutschlands soll weiter getragen werden.

Die Integration des Wettbewerbs Video der Generationen ist auch für das kommende Bundesfestival geplant. Es ist jedoch zu diskutieren, ob nicht aufgrund der zunehmenden Bedeutung kultureller Aktivitäten für Senioren perspektivisch ein eigenständiges Wettbewerbsforum für Video der Generationen durchgeführt werden sollte, das um andere Medien erweitert ist.

Durch die zielgruppengenaue Ausschreibung und den erheblichen Anstieg der Beteiligung konnten die Potenziale der Nutzung von Sozialen Netzwerken für die Kommunikation der Wettbewerbe aufgezeigt werden. Eigentlich existiert für die Bundeswettbewerbe zu diesem Vorgehen keine Alternative; dennoch wurde deutlich, dass der resultierende Mehraufwand bei der Juryarbeit das bisherige Kostenvolumen übersteigt – was wiederum Auswirkungen auf andere Wettbewerbsprojekte, wie z.B. die Dokumentation hat, mit deren Herstellung in diesem Jahr nicht begonnen werden konnte.

Die derzeitige Phase multimedialer und medienkünstlerischer Ausdrucksformen steht in engem Zusammenhang mit der Mediensozialisierung von Kindern und Jugendlichen. Games, Websites, Podcasts, Apps – der Bedarf an medienpädagogischen Aktivitäten, um jungen Menschen die kritische und kreative Nutzung der neuen Medien zu vermitteln, ist offensichtlich. Multimediale Projekte im Bereich der Kinder- und Jugendmedienarbeit werden auch deshalb zunehmen, da die neuen technischen Möglichkeiten im Hard- und Softwarebereich Einzelnen wie Gruppen neue Freiräume eröffnen. Multimedial arbeiten heißt künftig, sich weniger mit Technik und mehr mit den Inhalten und der ästhetischen Umsetzung befassen zu können. Die derzeitige Situation der Multimediaarbeit scheint vergleichbar mit der Phase des Übergangs von analoger zu digitaler Videoarbeit Mitte der 1990er Jahre, als sowohl medienpädagogische Projekte als auch junge Nachwuchsfilmer die neuen PC-basierten Produktionsmöglichkeiten zu nutzen begannen. Dieser Trend wird sich auf alle KJF-Wettbewerbe auswirken – ein passgenaues Forum für Multimedia und Medienkunst wäre jedoch ein eigenständiger bundesweiter Multimediapreis.

KINDER- UND JUGENDFILM

MEDIENEMPFEHLUNGEN

Wer sich über DVD-Neuerscheinungen für Kinder und Jugendliche bzw. für Kinderfilmangebote im Kino und auf DVD informieren möchte, findet kaum unabhängige Filmbeschreibungen oder Rezensionen, die besonders auf die Bedürfnisse junger Zuschauer nach altersadäquaten Medien eingehen.

Das KJF bietet seit dem Jahr 2010 nun zwei unabhängige Internetportale, die bundesweit einzigartige Orientierungshilfen, Filmempfehlungen und fein abgestufte Altersempfehlungen enthalten. Das breit aufgelegte Angebot in die beiden Onlineportale soll zur Auseinandersetzung mit filmkulturell und medienpädagogisch hochwertigen Filmen anregen.

TOP VIDEONEWS

ZIELE UND SCHWERPUNKTE

Das Internetmagazin Top-Videonews.de gibt Jugendlichen, Eltern und Multiplikatoren Orientierung im breiten Angebot an DVD- und Blu-ray-Filmen. Es ist DIE zentrale Informationsquelle über qualitätsvolle und altersgerechte DVD-Filme für Kinder und Jugendliche. Das Portal stellt wöchentlich aktuell neue Filme mit unabhängigen Fachkritiken vor. In den Rezensionen finden die Rezeptionsbedürfnisse junger Menschen besondere Berücksichtigung. Top-Videonews gibt Hilfestellungen bei der Medienauswahl in Familie und Freizeit. Außerdem setzt es Impulse und gibt Ideen für die Auseinandersetzung mit spezifischen Genres oder speziellen Themen.

AKTIVITÄTEN

Der medienpädagogische Service des Portals fächert sich in unterschiedliche Informationsangebote auf. Im Mittelpunkt stehen die allwöchentlichen Filmkritiken. Aus diesen Filmen werden die besten des Monats als „Top-Videos“ zusammengestellt und besonders empfohlen. Am Ende des Jahres werden die „Top-Videos“ nochmals gefiltert. So entsteht die sehr gefragte Jahresbestenauswahl „Best Of“. Die „Best Of“ enthalten herausragende DVD-Titel für alle Altersstufen von 5 bis 16 Jahren. Neben den Filmkritiken geben die „News“ einen breiten Überblick über das aktuelle Geschehen rund um DVD und Kinderfilm. In dieser Rubrik erscheinen Kinotipps, Veranstaltungsinformationen über Festivals und Preisverleihungen sowie Sammelrezensionen besonders herausragender Editionen. Die Filminformationen und Filmempfehlungen der Top-Videonews werden über das Internet hinaus auch in Print-Flyern verbreitet. Dies geschieht insbesondere zur Vorweihnachtszeit, wenn Erwachsene nach DVD-Geschenken für Kinder Ausschau halten.

Im Jahr 2010 kamen beim KJF 6.350 Filme auf den Prüfstand der Redaktion der Top-Videonews. 411 Filme wurden als Medienempfehlungen für Kinder und Jugendliche

ausgewählt und vom Autorenstamm des Portals rezensiert. 81 Filme wurden als Top-Videos besonders empfohlen. 27 Titel wurden von einem Fachgremium als BEST OF des Jahres 2010 ausgewählt. Die Redaktion brachte ihre Informationen in 52 Newsletter-Mailings und zwei Pressemitteilungen an die Öffentlichkeit.

ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE

Knapp 650.000 Besucher zählte die Website Top-Videonews im Jahr 2010. Im Durchschnitt rief jeder Besucher ca. 3 Seiten auf. Insgesamt wurden ca. 1.540.000 Page-Impressions erzielt. Knapp 150.000 Domains verweisen auf das Portal. Die Rankingrate der Website ist sehr hoch. Somit ist Top-Videonews ein sehr etabliertes und gefragtes Internetangebot. Allerdings konnte das hervorragende Niveau der Nutzerquoten aus dem Vorjahr nicht ganz gehalten werden. Das ist darauf zurückzuführen, dass im Jahr 2010 auf Grund von Finanzkürzungen keine Themenausgaben realisiert werden konnten.

Das Jahr 2010 war geprägt vom weiteren Aufkommen und dem wirtschaftlichen Durchbruch des Blu-ray-Formates. „Die Absatzmenge der „blauen“ Scheiben hat sich mit 12,0 Mio. Einheiten im Vergleich zum Vorjahr (6,2 Mio.) nahezu verdoppelt (+94%) – mehr als jeder zehnte abverkaufte Bildtonträger war 2010 bereits eine Blu-ray-Disc“, so Oliver Trettin, stellv. Geschäftsführer des Bundesverbandes Audiovisuelle Medien e.V., in seiner Wirtschaftsbilanz des Jahres 2010.

Für die Top-Videonews hatte dies zur Konsequenz, Wiederveröffentlichungen von Filmen und neue Konfektionierungen zusätzlich zu berücksichtigen. Auch den Entwicklungen in den Bereichen Video on Demand (Filme zum Download) und Streaming (Filme in Echtzeit im Internet anschauen) galt die Aufmerksamkeit der Redaktion. Bisher ist das Programmspektrum von Anbietern wie bspw. Maxdome, Videoload oder Lovefilm noch nicht sehr umfassend und qualitativ in der Sparte Kinder- und Jugendfilm.

ERKENNTNISSE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Das KJF wird perspektivisch den Online-Vermarktungssektor in den Fokus nehmen müssen, da er tendenziell (zumindest teilweise) bisherige Angebotsformen auf Bild-Träger-Medien ergänzen und aller Voraussicht nach in Teilen ablösen wird. Auch der Verbreitung von Filmen auf transportablen Abspielgeräten (Smartphone, Tablet usw.) wird künftig Rechnung getragen werden müssen. Daraus ergeben sich neue Anforderungen. Ein größeres Vertriebsfeld muss ausgewertet werden und möglicherweise nimmt die Vielfalt an Veröffentlichungen weiter zu. Zugleich wird das KJF seine Filmempfehlungen auch breiter gestreut und nah am Nutzer anbieten können (bspw. Top-Video-APP).

Tendenziell weitet sich das Feld der Filmvermarktung immer weiter ins Kleinkindalter aus. Inzwischen werden zunehmend Edutainment-Medien für 2 bis 3jährige auf den Markt gebracht. Von Filmrezeption im engeren Sinn kann in diesem Alter noch nicht die Rede sein. Auch ist fraglich, ob DVD-Angebote für diese Altersgruppe medienpädagogisch vertretbar sind. Für das KJF stellt sich nicht zuletzt dadurch die Aufgabe, die Grundlagen seiner Qualitätsempfehlungen medienwissenschaftlich zu

fundieren und seine Kriterien zur Filmauswahl, Filmempfehlung und Alterseinstufung öffentlich zu kommunizieren.

Bei dem notwendigen Relaunch des Portals Top-Videonews müssen sicher weitere Felder der Filmvermarktung abgedeckt und zugleich mehr Möglichkeiten gefunden werden, die Filmempfehlungen breit gestreut und nah am Nutzer anzubieten.

KINDERFILMWELT.DE – DAS FILMPORTAL FÜR KINDER

ZIELE UND SCHWERPUNKTE

Das KJF betrieb von Juni 2009 bis November 2010 den Aufbau der Internetseite www.kinderfilmwelt.de, einem Filmportal für Kinder im Alter von 6-12 Jahren sowie sekundär deren Eltern. Mit Kinderfilmwelt.de sollte erstmals in Deutschland eine multimediale Informations- und Lernplattform online gestellt werden, die speziell für die jüngsten Filmfans entwickelt wurde. Ziel war es, mit diesem Portal Kindern einen unabhängigen Wegweiser in der Vielfalt des Filmangebots zu bieten, der sich in Angebot, Design und Sprache direkt an sie wendet. Hiermit sollte ihnen ein Informationsmittel an die Hand gegeben werden, das sie bei der eigenständigen Auswahl von Filmen unterstützt und ihre Wahrnehmung auf qualitätsvolle Filme lenkt, die altersgerecht ihre Medien-Bedürfnisse nach Kultur, Bildung und Unterhaltung erfüllen. Zugleich sollte dieses Portal Einblicke in die Welt des Films ermöglichen und Kinder animieren, am Meinungsbildungsprozess über Filme mit eigenen Statements zu partizipieren. Kinderfilmwelt soll zuverlässige, fachlich fundierte Informationen zu Filmen, Terminen und Hintergründen aus der deutschsprachigen Kinderfilmlandschaft bereitstellen und als zentrales, vertrauenswürdiges und kompetentes Informationsportal im Bereich Kinderfilm aufbereitet werden. Hierbei stand im Fokus ein sicheres, weitgehend barrierefreies, werbefreies, kostenloses und kindgerechtes Angebot im Internet zu erstellen, das dem Informationsrecht von Kindern ebenso Rechnung trägt wie ihrem Schutzbedürfnis.

Die Entwicklung dieses Angebots wurde v. a. über Fördermittel der Stiftung Deutsche Jugendmarke e.V. realisiert – bei der Konzeption und Projektsteuerung waren über den aus Stiftungsmitteln finanzierten Projektmitarbeiter hinaus maßgeblich der wissenschaftliche Referent des KJF, Christian Exner, und die Leiterin des KJF, Dr. Eva Bürgermeister, beteiligt. Daher wird auch dieser Tätigkeitsbereich im Bericht des KJF berücksichtigt.

AKTIVITÄTEN

Nach Abschluss der Entwicklung der Informations- und Navigationsarchitektur des Portals wurden die grafischen Grundüberlegungen auf das entwickelte Navigationsdesign appliziert und technisch umgesetzt. Bis zum Launch des Portals am 26.11.2010 wurden ca. 100 Filmrezensionen eigens für die Datenbank des Portals erstellt. Zusätzlich wurden über 120 Beiträge für das Filmlexikon, sowie die gesamte Textarbeit für den Content des Filmstudios, des Elternbereichs, des Terminkalenders sowie alle weiteren Unterseiten des Portals geleistet.

Da die ausdifferenzierte Zielgruppe von Kindern zwischen sechs und zwölf Jahren eine besondere Herausforderung bei der Erstellung des Portals darstellt, war dem KJF bei der

Konzipierung die kontinuierliche Erhebung und Evaluation der Nutzungsbedürfnisse, Wünsche, Ansprüche an das Internetangebot sowie das technische wie inhaltliche Verständnis der Zielgruppe besonders wichtig. Der Sprachstil des Portals und der Filmrezensionen, die Designgrundlinie, die Navigationsstruktur sowie insbesondere die zielgruppengerechte Usability der einzelnen Seiten und Module wurden daher in zwei Marktforschungsanalysen ausgewertet. Hierbei kooperierte das KJF mit der Fontys Hogeschool in Venlo (NL) sowie der Universität Duisburg-Essen. Die Ergebnisse der Evaluationen flossen produktiv in die Programmierung des finalen Portals ein und trugen maßgeblich zu dessen positiven Erscheinungsbild bei.

Wichtig war zudem die Entwicklung einer PR-Strategie. Hierbei standen neben klassischen PR-Maßnahmen wie der Entwicklung von Marketingmaterialien, Pressemitteilungen sowie Artikeln in Programm-, Film- und Elternzeitschriften und Organen der Medienpädagogik insbesondere Online-Marketing/PR-Maßnahmen im Fokus. Als zentrale PR-Maßnahme zum Launch des Portals wurde am 26.11.2010 eine medienwirksame Launch-Veranstaltung durchgeführt, wofür erfreulicherweise Bundesministerin Dr. Kristina Schröder als Ehrengast gewonnen werden konnte. Seit dem 26.11.2010 ist das Portal nun im Online-Betrieb und wird täglich redaktionell betreut.

ERFAHRUNGEN UND ERGEBNISSE

Beim Aufbau des Portals haben sich neben der hervorragenden Zusammenarbeit mit der ausführenden Agentur „komm//digital“ insbesondere die vertiefenden Evaluationen des Portals in beiden Nutzergruppen (Kinder und Eltern) als sehr fruchtbar erwiesen, um die Einbeziehung der Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe auf Basis der Auswertungen sinnvoll gewährleisten zu können und eine nachhaltige Akzeptanz des Portals zu erreichen.

Hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit fand der Start des Portals nicht zuletzt durch die persönliche Eröffnung durch Bundesministerin Dr. Kristina Schröder eine breite Presse-Resonanz. So startete die Bundesfamilienministerin am 26.11.2010 im Berliner Kino Arsenal vor Medienvertretern aus den Bereichen TV-, Radio- und Printjournalismus und einem Kino voller Kinder das neue Portal des Kinder- und Jugendfilmzentrums (KJF). Niederschlag fand dies in einer Vielzahl von Printartikeln und Online-Beiträgen sowie einigen TV- und Radiobeiträgen. Die Bilanz der Verbreitung des Portals www.kinderfilmwelt.de im Internet bzw. auf Online-Portalen im Jahr 2010 ist als sehr positiv zu bezeichnen. Innerhalb von rund 2 Monaten seit dem erfolgreichen Launch des Portals wurde www.kinderfilmwelt.de auf einer Vielzahl von Internetseiten vorgestellt und verlinkt. So lieferte eine Google-Anfrage nach dem Suchwort „Kinderfilmwelt.de“ am 11.01.2011 insgesamt 4800 Treffer. Einen Monat zuvor (am 08.12.2010) fanden sich bei gleicher Suchanfrage noch 2416 Treffer. Innerhalb eines Monats hat sich die Trefferanzahl also fast verdoppelt. Besonders erfreulich ist die in der Fachpresse fast ausnahmslos sehr positive Resonanz auf das neue Kinderfilmportal. Besonders erfreulich ist die hohe durchschnittliche Verweildauer der User von knapp 5 Minuten auf dem Portal. Dies übersteigt die durchschnittliche Verweildauer im Internet von ca. 40 Sekunden (gemäß Nielsen/NetRatings) um ein Vielfaches. Positiv ist die Resonanz in der Zielgruppe in den ersten 5 Wochen nach dem Start des Portals zu bewerten. So haben im Zeitraum 26.11.-31.12.2010 insgesamt 8253

Besucher das Portal genutzt. Hierbei wurden knapp 60.000 Aktionen, Seitenaufrufe, Downloads etc. (Page Impressions) durchgeführt. In der Spitze hatte www.kinderfilmwelt.de knapp 1000 Besucher an einem Tag.

SCHLUSSFOLGERUNG UND PERSPEKTIVEN

Durch frühzeitige Angebots-, Bedarfs- und Zielgruppenanalysen, ausführliche Evaluationen mit Kindern der Zielgruppe sowie Eltern in allen Planungs- und Umsetzungsphasen des Projekts sowie anschließender Optimierung des Portals, ist es gelungen, eine „State-of-the-Art“-Webseite zu entwickeln, welche sich bewusst an den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe orientiert und dabei alltagsnahe Features anbietet, die Spaß mit Mehrwert verbinden.

Parallel zum Aufbau und insbesondere im Zuge des Live-Gangs des Portals konnte eine breite Öffentlichkeit für das Angebot von Kinderfilmwelt.de gewonnen werden. Das neue Kinderfilmportal des KJF erfährt in den Medien, der Fachwelt sowie in der Zielgruppe bisher eine äußerst positive Resonanz. Im Jahr 2011 stehen die redaktionelle Betreuung des Portals sowie intensive Maßnahmen zur öffentlichen Verankerung und Vernetzung des Portals sowie die kontinuierliche redaktionelle Arbeit am Portal im Mittelpunkt der Aufgaben. Hierbei soll neben der kontinuierlichen Steigerung der Nutzerzahlen eine möglichst enge Vernetzung mit Kinderfilmfestivals, Medienkompetenzzentren, verwandten Portalen und Initiativen in den zielgruppenbezogenen Bereichen der Medienkompetenz-Vermittlung, der Medieninformation, der Filmkunde und der Medienkritik realisiert werden. Auf diesem Wege soll sich Kinderfilmwelt.de mittelfristig als erste Anlaufstelle im Internet für filminteressierte Kinder, junge Filmfans und deren Eltern etablieren.

FESTIVALS UND MEDIENVERTRIEB

JUGENDFILMREIHE GOLDENER SPATZ

Das KJF kuratiert zusammen mit der Leitung des Kindermedienfestivals GOLDENER SPATZ eine Jugendfilmreihe, die jeweils aktuelle Filme für Jugendliche und über das Jungsein in Deutschland präsentiert. Das Programm regt Jugendfilminitiativen an, ungewöhnliche Filme kennen zu lernen und in der eigenen Programmgestaltung zu berücksichtigen. Es wurden Filme ausgewählt, die von Brüchen und Entwicklungssprüngen sowohl in der Gesellschaft als auch in den Persönlichkeiten der jungen Protagonisten erzählen. Die Filme scheuen nicht die Konfrontation mit schwierigen Themen. Sie erzählen von Tod, Satanismus und Jugendgewalt. Aber auch von Freiheit, Freundschaft und der Suche nach den Wurzeln der eigenen Identität.

Die Filme im Jugendprogramm:

Friendship, Deutschland 2009, Regie: Markus Goller

Seelenvögel, Deutschland 2009, Regie: Thomas Riedelsheimer

Wenn die Welt uns gehört, Deutschland 2009, Regie: Antje Kruska, Judith Keil

Zivilcourage, Deutschland 2009, Regie: Dror Zahavi

NORDISCHE FILMTAGE LÜBECK 2010

Workshop Junge Filmkritiker bei den Nordischen Filmtagen

Bei den Nordischen Filmtagen in Lübeck hat das KJF einen Workshop für junge Filmkritiker unterstützt. Die jungen Kritiker im Alter von ca. 10 bis 16 Jahren bringen ihre Meinungen zu Wettbewerbsbeiträgen zum Ausdruck. Sie üben und praktizieren Filmjournalismus und Filmkritik. Von den Ergebnissen profitieren die Besucher des Festivals ebenso wie die Homepages des KJF auf denen die Kritiken später erscheinen, wenn die betreffenden Filme auf den deutschen Markt kommen.

Darüber hinaus war das KJF in der Kinder- und Jugendfilmjury der Nordischen Filmtage Lübeck 2010 vertreten, der folgende Personen angehörten: Robert Herfurtner, wissenschaftlich-pädagogischer Mitarbeiter des KJF, Franziska Stünkel, Regisseurin, Drehbuchautorin und Fotografin sowie Produzent Karsten Willutzki. Es wurde die beste skandinavische Produktion des Genres mit dem Kinder- und Jugendfilmpreis ausgezeichnet.

MEDIENVERTRIEB

Im Jahr 2010 knüpfte das KJF mit seiner neuen DVD-Veröffentlichung an die Newcomer-Werke der letzten Edition „Erwachsenwerden“ an. Unter dem Motto „Liebe, Leid und Leidenschaften“ setzte es seine Kompilation von Kurzfilmen hoch talentierter junger Regisseure fort und präsentierte ein Kaleidoskop von Kurzfilmwerken mit innovativer Handschrift und brisanten Themen.

Die Filme sind an der Deutschen Film- und Fernsehakademie Berlin (dffb), der internationalen filmschule köln (ifs), der Kunsthochschule für Medien Köln (KHM) sowie in freier Produktion entstanden.

Hart am Alltag von Jugendlichen erzählen die Filme von Identitätssuche und Einsamkeit, vom Glück und Leid erster Liebeserfahrungen, aber auch von der Gewalt junger Menschen untereinander und gegen andere.

Die Filme von Sabrina Sarabi, Ingo Monitor, Lars Kreyßig, Moritz Walker, Lisa Violetta Gaß und Till Kleinert & Tom Akinleminu spiegeln eine Zeit der Unruhe und des Umbruchs - eine Zeit, in der Jugendliche von den Erwachsenen weitgehend allein gelassen werden. Auf sich selbst gestellt suchen sie trotz vieler Unsicherheiten und mancher Lebensängste doch mit voller Kraft nach einem eigenen Weg ins und durchs Leben.

Für den Film „Eni“ erhielt Ingo Monitor eine lobende Erwähnung bei den 56.

Internationalen Kurzfilmtagen Oberhausen. Moritz Walker gewann mit seiner zugleich zauberhaften wie nachdenklichen Liebesgeschichte den Deutschen Jugendvideopreis.

Die DVD hat eine Gesamtlänge von 105 min. und ist ausgestattet mit einem umfangreichen Begleitheft, das Hintergrundinformationen zu den einzelnen Kurzfilmen enthält. Hierzu wurde eine Pressemitteilung versandt.

BERATUNG / INFORMATION / NACHWUCHSFÖRDERUNG

Das KJF bietet als medienpädagogisches und filmkulturelles Fachinstitut seine Expertise beratend an. In Anspruch genommen wurden Fachinformationen in folgenden Bereichen:

Filmförderung: Kinder- und Jugendfilmprojekte/Profile der öffentlichen Förderer/Weitergabe von Förderadressen/dramaturgische Beratung

Programmberatung bei Kinder- und Jugendfilmveranstaltungen, Festivals/Kommunale Kinos/Freizeiteinrichtungen/Ferienaktionen/Jugendmedienarbeit

Filmtipps zu spezifischen Themen der Jugendarbeit

Hintergrundinformationen zu den Filmen im KJF Medienvertrieb

Interviews zu Aspekten des Kinderfilms und Jugendmedienschutzes (insbesondere FSK-Debatte im Herbst 2010)

Informationen zu Berufsbildern im Filmbereich (Schülersnachfragen)

Vermittlung von Referenten zu Fragen der Jugendfilmarbeit und Medienpädagogik

Das KJF hat die Documentary Film Commission der China Radio & TV Association bei der Auswahl von Beiträgen für das Videofilmfestival 2010 in Xi'an beraten. Der vom KJF empfohlene Beitrag Kurzfilmbeitrag „Schattengewächs“, ein experimenteller Animationsfilm von Dennis Stein-Schaumburg, gewann dort einen Preis.

Das KJF hat sich am Workshop Kurzfilmbildung vom 3. bis 4. Mai bei den Internationalen Kurzfilmtagen Oberhausen beteiligt. Der Workshop hat eine Auswahl von Filmen für eine Edition mit Kurzfilmen zur Filmbildung für Kinder und Jugendliche zusammengestellt. Das KJF war zuständig für Moderation und Auswertung.

BUNDESWEITE BILDUNGSARBEIT - VERANSTALTUNGEN UND PUBLIKATIONEN

ZIELE UND SCHWERPUNKTE

Für eine Facheinrichtung des Bundes gehört es zu den zentralen Aufgaben, die Fachdiskussion kompetent mit zu gestalten und Impulse für die theoretische ebenso wie für die praktische Arbeit zu geben. Veranstaltungen, im wesentlichen Kooperationen, mit anderen Trägern, und Publikationen sind daher wesentliche Bausteine im Angebotsprofil des KJF.

Die Angebote und Aktivitäten reichen von Fachtagungen über Werkstattgespräche für Pädagogen bis zu Multimediaseminaren für junge Menschen. Bildung im Kontext des KJF-Profiles meint insbesondere Medienbildung, die sowohl ethisch-politische als auch ästhetisch-kulturelle, kommunikativ-soziale und technische Aspekte mit einbezieht. Neben der Filmbildung, die traditionell eine wichtige Rolle spielt, stehen Multimedia-Seminare, die insbesondere den kreativen Umgang mit neuester Technik fördern, sowie Seminare und andere Fachveranstaltungen, die den medienpädagogischen Diskurs stärken sollen.

Auch die Publikations- und Herausgeberebetätigkeit spielen eine wichtige Rolle und die Autorentätigkeit der Mitarbeiter in ihren jeweiligen Schwerpunkten ist ausdrücklich erwünscht. Veröffentlichungen der wissenschaftlichen Mitarbeiter spielen auch für die Außenwahrnehmung des KJF eine zentrale Rolle, da sie Aktivitäten ebenso wie Fachkompetenz, Erfahrung und Innovationskraft dokumentieren.

Die Bildungsangebote und fachspezifischen Veröffentlichungen werden von den jeweiligen Fachbereichen im KJF verantwortet.

VERANSTALTUNGEN

AKTIVITÄTEN

Die Bildungsangebote im Kontext der im Auftrag des Bundesjugendministeriums durchgeführten Bundeswettbewerbe dienten im Jahr 2010 der Vermittlung der Kinder- und Jugendvideokultur an Studierende in den Fachbereichen Medien- und Kulturpädagogik, dem weiteren Ausbau der Bildungsinitiative Kinder- und Jugendfotografie sowie der Qualifizierung junger Medienmacher. Das KJF kooperiert seit vielen Jahren mit der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. Auch im Jahr 2010 fand an der PH eine Seminarveranstaltung statt, in der die Trends und Tendenzen des Deutschen Jugendvideopreises diskutiert wurden. Für das Jugendvideokultur-Archiv der PH hat das KJF auch 2010 eine Edition mit den prämierten Filmen bereitgestellt. Hospitanten der PH konnten sich in den Jurysitzungen einen umfassenden Überblick über die aktuellen Themen von Kindern und Jugendlichen verschaffen.

Die positive Resonanz auf die 2008 gestartete Bildungsinitiative Kinder- und Jugendfotografie bestärkte das KJF, für interessierte Multiplikatoren eine Fachtagung durchzuführen. Diese wurde im Rahmen der photokina am 23. und 24. September 2010 in Kooperation mit der Akademie Remscheid und der Deutschen Gesellschaft für Photographie veranstaltet.

Der Erprobung innovativer multimedialer Arbeitsweisen dient seit vielen Jahren die Zusammenarbeit mit dem Wannseeforum Berlin veranstaltete Bundesmedienseminar „BilderBewegung“. Vom 24. bis 31. Juli 2010 waren dazu auch diesmal 30 junge Teilnehmer eingeladen. Das Seminarmotto lautete „Wirklich real?“. Die angebotenen Arbeitsweisen bezogen sich im filmischen Bereich auf experimentelle Inszenierung und Dokumentation, im Fotobereich auf experimentelle digitale Bildfindung („Imaging“) und inszenierte Fotografie (schwarzweiß/analog). Im Rahmen des Seminars wurden auch die KJF-Medienwettbewerbe sowie die Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten im Filmbereich vorgestellt; hierfür konnte die Filmemacherin Anja Flade, ehemalige Preisträgerin beim Deutschen Jugendvideopreis und später Jurymitglied, gewonnen werden. Die phantasievoll bearbeiteten Ergebnisse sind auf der Website des Wannseeforums veröffentlicht:

<http://www.wannseeforum.de/bilderbewegung/2010/08/06/links-zu-den-foto-und-filmergebnissen>

Neu im Veranstaltungsangebot des KJF war der in Köln im Rahmen der Gamescom vom 19. bis 22. August durchgeführte Workshop „Games & Movies“, der in Kooperation mit der Initiative Creative Gaming und der Bundeszentrale für politische Bildung

durchgeführt wurde. Hiermit wollte das KJF einen weiteren Schritt auf seinem Weg gehen, sich im Spektrum der pädagogischen Multimediaarbeit zu positionieren.

Die Hochschulseminare im Bereich Filmbildung wurden erneut als Kooperationsveranstaltungen des KJF mit der jeweiligen Hochschule durchgeführt. Im Jahr 2010 fanden Veranstaltungen für Studierende statt in der Universität Bielefeld, FB Erziehungswissenschaft (Prof. Dr. Sander), in der Technischen Universität Dresden (Prof. Dr. Ralf Vollbrecht) sowie an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf, FB Medienwissenschaft (Prof. Dr. Claudia Wegener), jeweils in Kombination mit dem/r Hochschullehrer/in und einem Vertreter des KJF. Die Themen, Filme und Seminarziele wurden in einer gemeinsamen Vorbesprechung festgelegt, die Seminare als Blockveranstaltungen durchgeführt.

ERGEBNISSE, SCHLUSSFOLGERUNGEN UND PERSPEKTIVEN

Die 2010 durchgeführten Maßnahmen im Bereich der Bildungsarbeit haben sich bewährt und werden fortgesetzt bzw. erweitert und ergänzt.

Die PH Ludwigsburg erwägt die Einrichtung einer online-basierten Filmdatenbank zur Jugendvideokultur, an der sich das KJF inhaltlich beteiligen wird. Dies würde die bislang auf die PH begrenzte Nutzung der Ergebnisse des Deutschen Jugendvideopreises für alle interessierten Hochschulen erweitern.

Das große Interesse an der Fotografie-Fachtagung „Schöne neue Bilderwelten“ machte deutlich, dass in diesem Segment ein bislang kaum abgedeckter Bedarf nach Fortbildung und Austausch besteht. Das Veranstaltungsformat setzte sich aus Vorträgen, Workshops und Projektpräsentationen zusammen – wobei letztere für die Teilnehmer den größten Stellenwert zu haben schienen. Die Bildungsinitiative Kinder- und Jugendfotografie plant im Rahmen der kommenden photokina erneut eine Fachtagung. Diese wird das 50-jährige Bestehen des Deutschen Jugendfotopreises zum Anlass nehmen, neue Konzepte und Perspektiven zu diskutieren. Der Praxisteil soll ausgeweitet werden ebenso wie die gegenseitige Präsentationen im Programm stärker berücksichtigt werden soll. Weitere Kooperationspartner sollen gewonnen werden, um das fachliche Spektrum und den Teilnehmerkreis zu erweitern.

Auch das Multimedia-Seminar für Jugendliche „BilderBewegung“ wird fortgesetzt, mit dem Fokus auf die zunehmenden Überschneidungen des Bereichs Fotografie und Film.

Die Aktivitäten im Bereich Games & Movies sollen auf der kommenden Gamescom konzeptionell neu ausgerichtet werden. Das KJF plant, in erneuter Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung und der Initiative Creative Gaming eine Fortbildungsveranstaltung für Multiplikatoren durchzuführen, um die Medienarbeit an den Schnittstellen von Games und Film zu diskutieren.

Das KJF leistet mit den Hochschulseminaren einen Beitrag zur Ausbildung zukünftiger Medienpädagogen und Filmschaffender. Die Gewichtung der Seminare ist unterschiedlich. Alle tragen dazu bei, die Repertoirekenntnis themenbezogen zu erweitern – die jeweilige inhaltliche Schwerpunktsetzung reicht von betont praxisbezogener Filmarbeit mit der Erarbeitung von praktischen

Nachbearbeitungsmöglichkeiten über die thematische Aufbereitung bzw. Überprüfung der zielgruppenspezifischen Eignung bis hin zur Filmanalyse unter besonderer Berücksichtigung ästhetischer und dramaturgischer Fragestellungen.

Die Hochschulseminare wurden durchweg mit großem Erfolg und Zuspruch durch die Studierenden durchgeführt. In Bielefeld gab es eine komplexe Evaluation - in allen Nachfragekriterien erhielten die Seminare überdurchschnittliche Resonanz.

Diese Nachwuchsarbeit leistet nicht nur einen Beitrag zur filmkulturellen Bildung, sondern sie trägt darüber hinaus dazu bei, dass das KJF insgesamt und als Fachstelle für Filmbildung bei den Studierenden bekannt bleibt. Dies wirkt sich im übrigen auch positiv auf die Besetzung der Praktikantenstellen aus.

PUBLIKATIONEN

AKTIVITÄTEN

Die Anzahl der Publikationen und Veröffentlichungen durch die Mitarbeiter divergieren in z.T., erheblichem Maß von Jahr zu Jahr. Finanzielle Rahmenbedingungen im KJF spielen dabei ebenso eine Rolle wie die Arbeitsbelastung durch andere Fachaufgaben, ganz persönliche Zeitfenster oder fehlende Anfragen. Das KJF hat im Jahr 2010 ein Themenheft in der Reihe MedienConcret veröffentlicht und es sind einige Fachbeiträge von Mitarbeitern des KJF in Fremdpublikationen erschienen.

MedienConcret

Seit dem Jahr 2008 gibt das KJF gemeinsam mit dem jfc medienzentrum Köln eine medienpädagogische Publikation rund um ein ausgewähltes Jahresthema heraus. Das Redaktionsteam besteht aus Mitarbeiterinnen beider Institutionen, die Autoren/innen und inhaltliche Schwerpunkte gemeinsam festlegen. MedienConcret ist eine etablierte medienpädagogische Schriftenreihe, die in Fachkreisen einen ausgezeichneten Ruf besitzt. Das Magazin verbindet Theorie und Praxis und ist somit bestens geeignet für Studenten der Sozialarbeit, Pädagogik und angehende Erzieher, für Pädagogen in Schule und im außerschulischen Bereich, für Wissenschaftler ebenso wie für Produzenten in den Medien, Vertreter aus Politik und Verwaltung sowie andere Entscheidungsträger.

Jedes Heft beschäftigt sich in Hintergrundartikeln, Praxisberichten und einem umfangreichen Serviceteil mit einem aktuellen Thema aus dem Spektrum der Medien, die Kinder und Jugendliche nutzen.

Im Mittelpunkt der Ausgabe 2010, die im September erschienen ist, stand das Thema „Unterhaltung“. Spaß und Unterhaltung spielen im Alltag von Kindern und Jugendlichen eine zentrale Rolle und zwar nicht nur in ihrer Freizeit, sondern auch beim Lernen und in ihren Kommunikationsformen. Zudem haben sich Unterhaltungserwartungen und Unterhaltungsangebote durch die Neuen Medien durchgreifend verändert.

Das Themenheft 2010 mit dem Titel „Gute Unterhaltung? – Erlebnis . Entspannung . Beteiligung . Lernen“ unternimmt daher einen Streifzug durch die facettenreichen Entertainment-Welten und beleuchtet Themen, die nicht nur für Pädagogen interessant sind: Wie wandelt sich mediales Entertainment im Internet-Zeitalter? Wie verändern neue Medien und Web 2.0 die Unterhaltungsinteressen junger Menschen? Wie nutzen

und bewerten „Digital Natives“ Unterhaltungsangebote? Hat der amerikanische Autor Steven Johnson recht mit seiner These, dass das Internet die Menschen aus ihrer Isolierung befreit, in die das Fernsehen sie eingeschlossen hat? Wie wirkt sich Unterhaltung 2.0 auf Alltagskultur und soziales Miteinander aus? Wo suchen Jugendliche Vorbilder und Orientierung?

Deutlich wird, dass Jugendliche bei aller Liebe zu Casting Shows und Daily Soaps ihre Unterhaltungsaktivitäten ins Netz verlagern. Denn Internet, Facebook, Mobile Entertainment, Games & Co. sind immer und überall verfügbar, werden immer persönlicher, und vor allem bieten sie vielfältige Möglichkeiten, sich aktiv zu beteiligen. Anstatt einsam vor der Glotze zu sitzen, pflegen Digital Natives Freundschaften in sozialen Netzwerken. Sie laden sich Spielfilme aufs Notebook oder posten selbstgedrehte Videos auf YouTube. Casting Shows verfolgen sie im Internet, wo sie in Blogs gleich ihre Meinung zu den Kandidaten austauschen können. Selbst Computerspiele, die im Verdacht stehen, Vereinsamung zu fördern, ermöglichen durch die Teilnahme an Rollenspielen gemeinsames Erleben. Mit der enormen Angebotsvielfalt der Unterhaltung 2.0 gehen die meisten Jugendlichen souverän um.

In dem Heft schrieben junge Leute, was sie unter „Guter Unterhaltung“ verstehen. Das Autorenspektrum reichte von Max Fuchs, Franz-Josef Röhl und Michael Häckel über Hans-Joachim von Gottberg, Ida Pöttinger und Werner Barg bis zu Tilmann P. Gangloff und Wolfgang Schill. Die Autoren nahmen das Unterhaltungserleben von Kindern und Jugendlichen unter die Lupe. Sie betrachteten die Perlen der TV-Geschichte ebenso wie neue Games-Angebote. Sie fragten, welche Potenziale Unterhaltung 2.0 für die pädagogische Praxis bietet und gaben Impulse für attraktive Medienprojekte und spannendes Edutainment. Ein umfangreicher Serviceteil bietet Unterstützung bei der praktischen Arbeit mit einem Projektpool, einer Filmliste mit einer Auswahl von Filmkomödien. Leider konnte das Portal Kinderfilmwelt noch nicht präsentiert werden, da der offizielle Start erst zwei Monate später erfolgte, aber Eva Bürgermeister und Christian Exner sind jeweils mit einem Beitrag vertreten und Torsten Scheid hat einen Artikel zum Deutschen Jugendfotopreis veröffentlicht.

Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb wurde von beiden Herausgebern realisiert. KJF und jfc haben jeweils eine eigene Pressemitteilung dazu veröffentlicht und im Rahmen der eigenen Online- und Veranstaltungsangebote das Magazin beworben.

Fachbeiträge

In seiner Reihe Filmgenres hat der Reclam Verlag im Jahr 2010 einen Band zum "Kinder- und Jugendfilm" mit einer Auswahl bedeutsamer Kinder- und Jugendfilme herausgebracht. Die Einleitung der Herausgeberin Bettina Kümmerling-Meibauer leistet eine genaue Standortbestimmung des Films für das junge Publikum. KJF-Mitarbeiter Christian Exner veröffentlichte drei Beiträge.

Ralf Vollbrecht und Claudia Wegener haben im Jahr 2010 ein umfassendes Handbuch Mediensozialisation im VS Verlag für Sozialwissenschaften herausgegeben. Eva Bürgermeister steuerte einen Beitrag zur „Mediensozialisation in außerschulischen Kontexten“ bei.

SCHLUSSFOLGERUNGEN UND PERSPEKTIVEN

Um eine qualitätvolle Fachpublikation zu erstellen, einen professionellen Vertrieb und damit eine möglichst breite Wahrnehmung der Fachbeiträge zu gewährleisten, werden im KJF grundsätzlich verschiedene Maßnahmen, wie z.B. die Kooperation mit einem Verlag oder anderen Partnern ernsthaft geprüft. So ist die Zusammenarbeit mit dem jfc medienzentrum bei der Redaktion und Herausgabe der pädagogischen Schriftenreihe MedienConcret sehr erfolgreich und zielorientiert verlaufen und soll deshalb fortgeführt werden.

Die Resonanz auf das Heft durch die Autoren und die Fachwelt war erneut sehr positiv und das Heft wurde vielfach gelobt. MedienConcret ist in der medienpädagogischen Landschaft nach wie vor neben der völlig anders konzipierten Zeitschrift merz (medien + erziehung) die einzige medienpädagogische Fachpublikation. Um den Vertrieb zu optimieren und den Absatz zu erhöhen, werden dennoch neue Wege geprüft. Konkret soll mit der nächsten Ausgabe 2011 erprobt werden, ob ein Verkauf in Bahnhofs- und Flughafenbuchhandlungen ein größeres Publikum erreicht, d.h. über Medienpädagogen hinaus auch Lehrer, Sozialarbeiter, Eltern und andere pädagogisch interessierte Zielgruppen.

DAS KJF ALS INSTITUTION

KURATORIUM

Vorsitzender des Kuratoriums

- **Prof. Dr. Ralf Vollbrecht**, Technische Universität Dresden, Fakultät Erziehungswissenschaften

Stellvertretende Vorsitzende

- **Dr. Werner C. Barg**, Autor, Dramaturg, Produzent, Filmjournalist und Regisseur von Film- und Videoproduktionen
- **Prof. Dr. Claudia Wegener**, Hochschule für Film und Fernsehen, Potsdam-Babelsberg

Mitglieder

- **Hans-Peter Bergner**, Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
- **Klaus Dietrich**, Thüringer Ministerium für Soziales, Familie und Gesundheit
- **Linde Fröhlich**, Nordische Filmtage Lübeck
- **Dr. Peter Hasenberg**, Deutsche Bischofskonferenz, Bereich Kirche und Gesellschaft
- **Prof. Bernhard Kayser**, Fachhochschule Frankfurt am Main
- **Prof. Dr. Ulrike Mietzner**, Technische Universität Dortmund, FB Erziehungswissenschaften und Soziologie
- **Jürgen Schattmann**, Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW

Im Jahr 2010 wurde zu zwei Sitzungen des Kuratoriums eingeladen. Die Sommersitzung wurde ausnahmsweise auf zwei Tage terminiert und fand in Erfurt statt. Dies diente u. a. der (erfolgreichen) Vorbereitung einer Einladung des Bundesfestivals Video nach Thüringen. Die zweitägige Wintersitzung wurde im Dezember in Remscheid durchgeführt.

PERSONAL

- **Dr. Eva Bürgermeister**, Leitung
- **Jan Schmolling**, stellv. Leitung / Wiss. Päd. Mitarbeiter – KJF-Wettbewerbe – Jugendmedienkultur und Generationendialog
- **Christian Exner**, Wiss. Päd. Mitarbeiter, Filmempfehlungen, Filmbildung, Nachwuchsförderung

Robert Herfurtner war als Wiss. Päd. Projektmitarbeiter im Projekt „Kinderfilmwelt“ über Mittel der Stiftung Deutsche Jugendmarke e.V. beschäftigt.

Verwaltung

- **Anja Drees-Krampe**, Sachbearbeitung, Festivalmanagement
- **Brigitte Klose**, Sachbearbeitung, Allgemeine Fachaufgaben, Kinder- und Jugendfilm
- **Martina Ledabo**, Sachbearbeitung, Wettbewerbsorganisation
- **Ursula Stachuletz**, Sachbearbeitung, Top Videonews, Kinderfilmwelt
- **Ute Cabibi** Mitarbeiterin, Archiv
- **Brigitte Langbein**, Mitarbeiterin, Buchhaltung
- **Nicole Peffekoven**, Mitarbeiterin Verwaltung
- **Heike Stäblein**, Mitarbeiterin, Text- und Datenverarbeitung

Praktikantinnen 2010

- **Maren Schulze**, Hochschule Niederrhein, Mönchengladbach
- **Janina Drack**, Fachhochschule Düsseldorf
- **Caroline Lippert**, Universität Hildesheim

Zur Organisation und Abstimmung der Arbeit in den jeweiligen Fachbereichen fanden regelmäßig Mitarbeiterbesprechungen statt, an der alle Mitarbeiter und Praktikanten teilnahmen. Zur allgemeinen Strategie des KJF und zu zentralen Fragen aus den jeweiligen Fachbereichen und der Öffentlichkeitsarbeit wurden in größeren Abständen Besprechungen / Klausursitzungen der wissenschaftlichen Mitarbeiter durchgeführt.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Jedes Empfehlungs-, Veranstaltungs- und Bildungsangebot muss qualitativ hochwertig und zielgruppenscharf sein, um von den Adressaten angenommen zu werden. Gerade bei breit angelegten Initiativen, wie zum Beispiel das Empfehlungsangebot von Kinderfilmwelt oder die Bundeswettbewerbe, spielen neben der Qualität des Angebots auch die allgemeine, öffentliche Kenntnis dieses Angebots eine wichtige Rolle für den Erfolg. Daher sind die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - gezielte Werbemaßnahmen und Sponsorenkontakte - ein wesentlicher und integraler Bestandteil der Angebote des KJF, der einen immer größeren Stellenwert erhalten hat und ausgebaut wurde.

Die PR- und Öffentlichkeitsarbeit wurde daher zusammengefasst, um über eine Bündelung von Mitteln Schwerpunktaktivitäten realisieren zu können. Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass die Fachaufgaben des KJF in ihrer Bedeutung für das Gesamtprofil klar heraus gearbeitet und nach außen kommuniziert werden.

Der Schwerpunkt des Jahres 2010 war die Neugestaltung der KJF-Website. Im Sommer 2010 ist mit professioneller Unterstützung einer Agentur auf der Basis einer grundlegenden Analyse des alten Webauftritts eine komplett neu gestaltete und programmierte Website des KJF an den Start gegangen. Eine moderne und ansprechende Neugestaltung im Rahmen der bestehenden CI sowie eine inhaltliche Neustrukturierung der Haupt- und Unternavigation waren Kernpunkte des Umbaus. Angestrebt wurde eine optimierte Kommunikation der KJF-Kompetenzen; neben den Wettbewerben und den Angeboten im Bereich Kinder- und Jugendfilm vor allem auch die medienpädagogisch / wissenschaftlichen sowie die Bildungs- und Vernetzungsaktivitäten.

Entscheidend bei der technischen Umsetzung war, dass über ein modernes CMS die KJF-Mitarbeiter eigenständig und schnell Zugriff auf Text und Bilder haben und nicht mehr auf die permanente Unterstützung durch einen externen Dienstleister angewiesen sind.

Zur Einführung wurde für die verantwortlichen Mitarbeiter ein Seminar durchgeführt. Bei der Auswahl des CMS wurde auch beachtet, dass es kompatibel mit dem CMS des Kinderfilmportals ist und eine solide Basis auch für die angestrebten Anpassungen der übrigen Internetportale des KJF sein kann.

Um den Webauftritt attraktiv zu gestalten, ist nicht nur ein ansprechendes Layout mit informativen Texten von Bedeutung, sondern mindestens ebenso wichtig sind Aktualität und Informationswert. Der Bereich News spiegelt die Bandbreite der Aktivitäten im KJF; er ist aber auch wichtig als Aufmacher, der kontinuierlich Neues und Interessantes aus dem KJF präsentiert. Es zeigte sich bereits in den ersten Monaten, dass ein erheblich größerer Zeit- und Abstimmungsaufwand im Mitarbeiterteam vonnöten war, um diesen Bereich für potenzielle Nutzer wirklich attraktiv und aktuell zu halten.

In verschiedenen Schwerpunktbereichen (Wettbewerbe, Bundesfestival, Kinderfilmwelt) arbeitete das KJF mit professionellen Agenturen zusammen, die das Team bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und der Erstellung von Materialien unterstützen. Zugleich wurde erfolgreich eine Steigerung der Anzahl der Pressemitteilungen erreicht, die wesentlich zur öffentlichen Wahrnehmung der KJF-Aktivitäten beitragen. Diese

wurden zum großen Teil über Mailversand publiziert, so dass der Arbeits- und Kostenaufwand überschaubar blieb.

Wettbewerbe

Einer gesonderten Betrachtung bedarf die öffentliche Wahrnehmung der Wettbewerbe. Die zielgruppenspezifische Ansprache wurde erheblich erweitert unter Nutzung der Social Media: Facebook und Twitter wurden ebenso einbezogen wie die Community schülerVZ, mit der erfolgreich eine Kooperation realisiert wurde. Insbesondere hierauf sind auch die steigenden Teilnahmezahlen zurückzuführen. Auch die Schüler- und Jugendportale der Länder waren wichtige Kommunikatoren für die Bundeswettbewerbe. Geworben wurde für die Wettbewerbe aber darüber hinaus noch mit klassischen Materialien wie Flyer und Plakat, die bundesweit verschickt wurden.

Angestrebt wird auch weiterhin eine Zusammenarbeit mit besonders bei Jugendlichen erfolgreichen, kommerziell arbeitenden Online-Portalen wie schuelerVZ oder studiVZ, da über diese Portale ein noch größerer Adressatenkreis erreicht werden kann und zugleich - über die potentielle Bildung einer Untergruppe - medienaktive Kinder und Jugendliche zusammengeführt werden. Über die Erstellung von Printmaterialien zu den Wettbewerben wird auch aus Kostengründen nachgedacht werden müssen, zumal sie zur Ansprache – zumindest bei Jugendlichen - an Bedeutung verlieren.

Filmempfehlungen

Nach dem erfolgreichen Live-Gang des Portals Kinderfilmwelt.de, der mit einer ganz erheblichen und sehr erfolgreichen Presseresonanz verbunden war, gilt es im nächsten Jahr, die Aufmerksamkeit für dieses neue Angebot des KJF und damit auch die Zugriffszahlen zu steigern und zu festigen. Sicher hat sich das KJF mit diesem neuen Angebot als kompetenter Partner im Bereich Kinder- und Jugendfilm neu positioniert und weiter etabliert.

Daher ist auch eine komplette grafische und technische Überarbeitung des Portals Top-Videonews in absehbarer Zeit vonnöten, die ggf. auch mit konzeptionellen Veränderungen einhergeht. Dieses v. a. über die Zugriffszahlen erkennbar sehr erfolgreiche und viel besuchte Portal bedarf eines modernen Gesichts und einer verbesserten technischen Struktur, die zukünftige technische Entwicklungen und damit verbundene Erwartungen berücksichtigt.

Wichtig für die öffentliche Wahrnehmung des Portals und die unmittelbare Ansprache des Zielpublikums war aber auch ein Printprodukt. Der nun schon traditionelle Flyer mit den jeweils aktuellen Weihnachtsnews – ein kleines DIN A 6 Heft mit Tipps für den DVD-Einkauf – wurde Ende November in großer Stückzahl bundesweit versandt.

Insgesamt zeigt der umfangreiche Pressespiegel des Jahres 2010 eine beeindruckende Resonanz auf das Arbeitsspektrum des KJF. Erkennbar ist, dass die Online-Resonanz kontinuierlich zunimmt und wichtiger wird. Daher werden grundsätzlich in der weiteren Entwicklung der PR-Aktivitäten die Online-Medien wichtig bleiben. Welche Formen für welche Angebote sinnvoll und zielführend sind, wird in einer sorgfältigen Analyse erarbeitet werden müssen. Angesichts des Nutzungsverhaltens junger Menschen sollten insbesondere für die KJF-Aktivitäten, die sich direkt an Kinder und Jugendliche richten (Wettbewerbe), verstärkt diesbezügliche Anstrengungen unternommen werden.

Für ausgewählte Bereiche können gleichwohl auch die klassischen Printmaterialien von Bedeutung bleiben. So fehlt seit Jahren eine übersichtliche Informationsbroschüre über das gesamte Aufgabenspektrum des KJF, die interessierten Erwachsenen zur allgemeinen Information in die Hand gegeben werden kann.

TECHNIK, RÄUME

Im Jahr 2010 wurde die Arbeitsplatzausstattung der Mitarbeiter/innen weiter optimiert. Eine wesentliche Verbesserung der Serverstruktur wurde im Rahmen eines Serverumbaus erreicht. Für die Präsentation wurde ein lichtstarker Beamer angeschafft.

Die Räume des KJF in der Akademie Remscheid wurden unverändert genutzt. Engpässe zeigen sich v. a. im Archiv- und Lagerbereich, so dass eine permanente Anpassung vonnöten ist. Hilfreich ist die gemeinsame Nutzung von Büroinfrastruktur mit der Akademie Remscheid.

Remscheid, Juni 2011