

KINDER- UND JUGENDFILMZENTRUM IN DEUTSCHLAND

Aufgaben und Aktivitäten 2013

Gefördert vom:



Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
Bundes-Medienwettbewerbe: Foren für Vermittlung von Medienkompetenz und Talentförderung.....	5
Ziele und Schwerpunkte.....	5
Aktivitäten	6
Erfahrungen und Ergebnisse	9
Trends und Tendenzen.....	10
Schlussfolgerungen und Perspektiven	12
Bundes-Medienwettbewerbe: Veranstaltungen.....	12
Ziele und Schwerpunkte.....	12
Aktivitäten	13
Deutscher Multimediapreis mb21.....	14
Ziele und Schwerpunkte.....	15
Aktivitäten	15
Erfahrungen und Perspektiven.....	19
Kinder- und Jugendfilm	21
Medienempfehlungen.....	21
• Top Videonews.....	21
• Kinderfilmwelt	23
Festivals und Medienvertrieb	26
Bundesweite Bildungsarbeit	28
Zielsetzungen	28
Aktivitäten	29
• Fachtagungen und Seminare für Jugendliche	29
• Seminare an Hochschulen und Universitäten	30
• Publikationen	31
Ergebnisse, Schlussfolgerungen und Perspektiven	33
Institutionelles / KJF	34
Kuratorium	34
Personal.....	34
Fortbildung.....	35
Öffentlichkeitsarbeit	36

Anhang

Vorbemerkung

Medien prägen Menschen, Werte und Kulturen, sie beeinflussen das Denken und die Wahrnehmung, Das Internet ist ein Kulturraum, den Kinder und Jugendliche in seinem Facettenreichtum entdecken. Die Leitmedien Film und Fotografie, die jeweils eine eigene Kulturgeschichte aufweisen und sich in neuen multimedialen Konstellationen weiterentwickeln, sind zentrale Träger von Informationen und ästhetischen Formen. Wir im KJF richten – mit Fachkompetenz, Erfahrung und Visionen – den Fokus auf die Chancen der Medien, um sinnstiftende und persönlichkeitsbildende Prozesse zu fördern. Wer sich kritisch mit Medien beschäftigt, erhöht seine Kompetenz. Wer Medien gestaltet wird zum Experten.

Anlässlich des 50jährigen Bestehens der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung im Jahr 2013 gab es diverse Gelegenheiten (wie in der eigens neu aufgelegten Mitgliederbroschüre ‚55 starke Partner‘, aus der oben zitiert ist), die bundesweiten Aktivitäten und das Selbstverständnis des KJF im Kontext kultureller Bildung zu präsentieren.

Das Internet als Mittler von Film und vor allem mehr und mehr auch als Spielfeld und Kommunikationsplattform ist ein vergleichsweise noch junger, aber höchst attraktiver und inzwischen zentraler Baustein Kultureller Bildung, bei der das Ermöglichen kultureller Erfahrungen in eigenen ästhetisch gestalteten Aktivitäten im Mittelpunkt steht. Die Bundeswettbewerbe, die das KJF im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend realisiert, stellen unter Beweis, wie vielfältig die kreativen Potenziale von Kindern und Jugendlichen sind und wie die Heranwachsenden Medien spielerisch und neugierig, kritisch und kompetent nutzen, um ihre Sichtweisen und Interessen zum Ausdruck zu bringen. Die eingereichten Beiträge der Kinder und Jugendlichen beweisen immer wieder kreative Spannbreite und spielerische Experimentierfreude, aber auch Ausdauer und inhaltliche Tiefe. Mit dem seit 2011 mit veranstalteten Deutschen Multimediapreis mb21 ist das Medienspektrum der Bundeswettbewerbe noch einmal zeitgemäß in Bezug auf die sich wandelnden Nutzungsgewohnheiten und technischen Möglichkeiten erweitert worden. Dabei stellen die Einreichungen in den Bereichen ‚Fotografie‘ und ‚Video‘ zugleich auch immer wieder ihre jeweilige spezifische Ausdruckskraft und zeitgemäße Entwicklungsfähigkeit im Kontext medientechnischer und gesellschaftlicher Veränderungen und der aktuellen Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen unter Beweis.

Daneben bleibt die rezeptive Filmbildung ein gewichtiger Baustein kultureller Medienbildung und hat daher nach wie vor eine große Bedeutung im Arbeitsspektrum des KJF. Mit der Filmempfehlungsarbeit auf den beiden Portalen des KJF – Kinderfilmwelt.de und Top-Videonews.de werden besondere Stoffe und anspruchsvolle Filme auch jenseits des Mainstreams in den Blickpunkt gerückt und Kriterien für qualitätsvolle Filme vermittelt. Eine zentrale Aufgabe im Jahr 2013 war hier neben der fachspezifischen Redaktionsarbeit die Neuaufstellung der Website Top-Videonews.de, die mit der Ausgründung des Informationsangebotes für Kinder bis 12 Jahre auf kinderfilmwelt.de nun konzentrierter und zielgruppenschärfer auf das junge Filmpublikum ausgerichtet werden konnte. Dies war ein inhaltlicher und gestalterischer Kraftakt, der zum Jahresende abgeschlossen werden konnte.

Gerade der Kinderfilm hat in Deutschland in den letzten 15 Jahren einen hohen filmhandwerklichen und auch wirtschaftlichen Level erreicht. Der relative Erfolg des Kinderfilms in der Zuschauergunst darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass ästhetisch und inhaltlich vorwiegend Literaturverfilmungen erfolgreicher Jugendbuchautoren und eingeführte Marken und Formate wie beispielsweise Märchenverfilmungen gefragt sind. Filme, die sich gegenwärtigen Lebens- und Erfahrungswelten von Kindern widmen, sind eher selten. Es ist daher erstrebenswert, originären Filmstoffen und Autorenfilmen in der Sparte Kinderfilm eine höhere Priorität einzuräumen. Im Jugendfilm werden schon eher virulente und brisante Themen und Befindlichkeiten junger Menschen aufgegriffen. Doch gerade diese Sparte erfährt keine besondere Würdigung (beispielsweise beim Deutschen Filmpreis) und hat daher auf den Kinoleinwänden und unter den Videoveröffentlichungen längst nicht den Stellenwert, den sie ihrer Qualität nach verdient hätte. Das KJF hat sich in der Vergangenheit immer wieder an filmpolitischen Initiativen und Diskussionsprozessen beteiligt, die zu Strukturveränderungen in der Filmförderung führen sollen. So hat das KJF im Jahr 2013 mit seinen Fachpartnern weiter darauf gedrungen, dass die Spezifika von Autorenfilmen und originären Filmstoffen bei der Kinderfilmförderung berücksichtigt werden. Auch eine verstärkte Publizität des Jugendfilms ist ein Anliegen des KJF, das sich seit über zehn Jahren an der Jugendreihe beim Kindermedienfestival Goldener Spatz beteiligt und in diesem Zusammenhang eine inhaltliche Vitalität der Sparte Jugendfilm verzeichnet, die sich auf kommerziellen Kinoleinwänden und in TV-Programmen bisher kaum widerspiegelt.

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.

Bundes-Medienwettbewerbe: Foren für Vermittlung von Medienkompetenz und Talentförderung

Die vom KJF durchgeführten Wettbewerbe Deutscher Multimediapreis mb21, Deutscher Jugendvideopreis, Video der Generationen und Deutscher Jugendfotopreis gehören zu den erfolgreichsten Angeboten des Bundes.

Sie verfügen dabei über besondere Alleinstellungsmerkmale:

Deutscher Multimediapreis MB21

Der Deutsche Multimediapreis mb21 zeichnet primär digitale, netzbasierte, interaktive und crossmediale Projekte und Produktionen aus. Mittlerweile zählt der 1998 gegründete Bundeswettbewerb zu einem der wichtigsten Foren junger digitaler Medienkultur. Der in Kooperation mit dem Medienkulturzentrum Dresden e.V. und mit Zusatzfinanzierung - insbesondere durch die Stadt Dresden - veranstaltete Multimedia-Wettbewerb wird seit 2008 auch vom BMFSFJ gefördert.

Deutscher Jugendvideopreis

Der Deutsche Jugendvideopreis existiert seit 1988. Er ist der größte jährliche Bundeswettbewerb für Video / Animation und mit dem Bundesfestival Video und dessen wechselnden Austragungsorten ein Impulsgeber für die medienpädagogische Arbeit. Viele ehemalige Preisträger/innen arbeiten heute erfolgreich im Medienbereich.

Video der Generationen

Der Bundeswettbewerb Video der Generationen ist seit 1998 ein – in Deutschland in dieser Form – einzigartiges Forum für die Präsentation und Diskussion authentischer und zeitgemäßer Altersbilder. Zudem motiviert er junge Menschen, sich mit dem Themenbereich „Alter(n)“ zu befassen und bietet Angebote für generationen-übergreifende Bildungsarbeit.

Deutscher Jugendfotopreis

Der Deutsche Jugendfotopreis zählt mit ‚Jugend musiziert‘ und ‚Jugend forscht‘ zu den ersten Jugendwettbewerben des Bundes und ist der einzige kontinuierlich stattfindende Bundeswettbewerb für Fotografie / Imaging. Eng vernetzt mit kulturellen Institutionen wie der Deutschen Gesellschaft für Photographie oder dem Deutschen Historischen Museum aber auch mit der Fotoindustrie stellt er die größte Plattform für die junge und jüngste Fotografie in Deutschland dar.

Ziele und Schwerpunkte

Audiovisuelle Medien sind in ihrer rezeptiven wie kreativen Nutzung fester Bestandteil unseres Alltags. Diese für alle Generationen vorhandene Relevanz greift das KJF auf, dokumentiert vorhandene kulturelle Strömungen und entdeckt zugleich neue Trends, die sich vom Mainstream abheben.

Zu den wesentlichen pädagogischen Zielen der Bundeswettbewerbe zählen die Stärkung der Medienkompetenz, die Talentförderung sowie die vorberufliche Orientierung. Wie aus den Einsendungen und prämierten Arbeiten ersichtlich, stellen die Wettbewerbe einen wichtigen Beitrag zum interkulturellen Austausch dar.

Der Wettbewerb Video der Generationen erweitert diese Funktion um den intergenerationellen Dialog. Er fördert die medialen Ausdrucksformen von Senioren/innen und motiviert zur Darstellung zeitgemäßer Altersbilder. Aufgrund ihrer pädagogischen Konzeption bieten die KJF-Bundeswettbewerbe auch ein attraktives Forum für inklusive Medienprojekte und leisten mit den zusätzlichen Jahresthemen bzw. Specials einen Beitrag bei der Umsetzung jugendpolitischer bzw. bildungsrelevanter Schwerpunkte.

Die regelmäßige Durchführung macht die vier Wettbewerbe zu gefragten Impulsgebern für die aktive Medienarbeit. Die zentralen Wettbewerbs-Events und breitenwirksam publizierten Wettbewerbsergebnisse bringen die vielfältigen Sichtweisen junger und älterer Menschen in den gesellschaftlichen Diskurs ein und stellen einen repräsentativen und öffentlichkeitswirksamen Leistungsbeweis der kulturellen Bildungsarbeit dar.

Zu den Arbeitsschwerpunkten zählte 2013 die Optimierung der Online-Kommunikation in allen wettbewerbsrelevanten Segmenten (Ausschreibung, Öffentlichkeitsarbeit, Teilnahme, Ergebnis-Präsentation, Interaktivität). Ein weiteres Ziel bestand in dem Ausbau der Kooperationen mit wichtigen Institutionen und Multiplikatoren (BDK Fachverband für Kunstpädagogik, TU Dortmund, Akademie Remscheid, Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung, Deutsches Historisches Museum Berlin, Agentur ‚Jugend für Europa‘ u.a.)

Aktivitäten

Jahresthemen setzen Akzente

Die Wettbewerbe Deutscher Jugendvideopreis 2013 und Video der Generationen 2013 wurden im Herbst 2012 ausgeschrieben. Die von der Leitung des BMFSFJ genehmigten Jahresthemen ergänzen die Kategorien „Allgemeiner Wettbewerb“ mit freier Themenwahl und setzen jährliche Akzente. Mit dem diesjährigen Jahresthema des Deutschen Jugendvideopreises wollte das KJF die mediale Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen aufgreifen und zur Motivation mit der gesellschaftlichen Realität anregen. Beim Jahresthema von Video der Generationen ging es um die Beschäftigung mit dem Sterben, einem noch heute tabuisierten Themenbereich.

Deutscher Jugendvideopreis: Ausschreibungstext zum Jahresthema ‚Crash Kaboom‘:

„Lass es in deinem Film so richtig krachen! Ob in der fantasievollen Umsetzung einer Geschichte oder der filmischen Adaption eines Games. Ob in einem Animations-



Movie oder einem anderen Film-Genre. Auf den zweiten Blick bietet das Thema CRASH-KABOOM aber auch Raum für weitere Assoziationen: zu gesellschaftlichen Konflikten, zur Finanzkrise, zum medialen, emotionalen und sonstigen Overkill... CRASH-KABOOM ist immer und überall, und manchmal entsteht dann etwas Neues. Wir sind gespannt! Auf deine Ideen, deine Story, deinen Film.“

Video der Generationen: Ausschreibungstext zum Jahresthema ‚Letzte Reise‘:
„Abschied oder Ankommen, Ende oder Übergang? Wir sind gespannt auf Ihre Beiträge, die sich diesem ganz besonderen Thema – dem Sterben – widmen. Schildern Sie Ihre Gedanken über ein würdevolles Sterben – oder bringen Sie Ihren kritischen Blick auf die Realität zum Ausdruck. Die Interpretation, ob in Form visualisierter Vorstellungen und persönlicher Erfahrungen, kann durchaus vielfältig sein und hängt von Ihrer Haltung ab: ernst, poetisch, hoffnungsvoll – oder vielleicht auch skurril? Als Videotagebuch, Dokumentation, Inszenierung oder Experimentalfilm?“

Online-Aktivitäten

Die Online-Angebote der Bundeswettbewerbe haben für die allgemeine Außendarstellung der Angebote, die zielgruppenspezifische Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation mit den Teilnehmer/innen eine große Bedeutung. Dies belegen die hohen Nutzungszahlen der Websites im Jahre 2013 mit über 600.000 Besucher/innen sowie Tausenden von Facebook-Fans.

Im Mittelpunkt der Optimierung der Online-Aktivitäten standen diese Projekte:

Website des Wettbewerbs Video der Generationen

Der Online-Auftritt des Wettbewerbs Video der Generationen wurde von Grund auf verändert. Verbessert wurde in erster Linie die Bedienbarkeit mit mobilen Geräten, insbesondere mit sog. Tablets bzw. iPads. Zudem wurde die Optik der Website aufgefrischt, die Informationen klarer strukturiert und die generelle Programmierung auf künftige Erweiterungen ausgelegt. Aber auch inhaltlich hat sich etwas getan: Die Sichtbarkeit und der Nutzwert des umfangreichen und einzigartigen Preisträger-Archivs konnten optimiert werden, und mit der „Infothek“, die herausragende und beispielgebende Filmemacher/innen porträtiert, wurde ein neuer redaktioneller Bereich eingerichtet. Die Website ging im September 2013 pünktlich zur Ausschreibung des neuen Wettbewerbs online.

Online-Teilnahme beim Deutschen Jugendvideopreis und bei Video der Generationen

Für Videomacher/innen ist es immer selbstverständlicher, Filme nicht mehr nur auf DVD, sondern direkt im Internet zu veröffentlichen – auf eigenen Websites oder auf Portalen wie ‚Vimeo‘ oder ‚YouTube‘. Diese Entwicklung hat das KJF mit der Ausschreibung der Videowettbewerbe 2013 aufgegriffen und nach eingehenden Testläufen die Möglichkeit für eine Online-Teilnahme geschaffen. Für die Teilnehmer/innen bedeutet das eine erhebliche Vereinfachung und kann zu einer noch größeren Verbreitung des Wettbewerbs beitragen. Unmittelbar nach der Freischaltung ab Mitte Oktober ließ sich eine große Akzeptanz bei den Nutzern beobachten.

Online-Datenbank des Deutschen Jugendfotopreises im Deutschen Historischen Museum, Berlin

Das sich als Dauerleihgabe im Deutschen Historischen Museum befindende Archiv des Deutschen Jugendfotopreises konnte – nach rechtlichen Abklärungen – auf der Website des Museums veröffentlicht werden. Zum Schutz der Autor/innen sind die Bilder in einer geringen Auflösung dargestellt und mit Wasserzeichen versehen; hochwertige Versionen lassen sich beim DHM anfordern. Ein Bildbestand zur Jugendfotografie und Jugendkultur der letzten 50 Jahre ist somit öffentlich zugänglich und für wissenschaftliche Zwecke verfügbar.

Präsenz in Sozialen Netzwerken

Nach der Abschaltung der Community schülerVZ, mit der das KJF eine enge und erfolgreiche Kooperation hatte, galt es neue Anspracheformen aufzubauen. Zur Diskussion standen Blogs auf den Wettbewerbsseiten, Microblogs wie z.B. Twitter oder Tumblr oder Fanpages auf Facebook und Google+. In Abwägung der jeweiligen Vor- und Nachteile wurden die Fanpages auf Facebook eingerichtet. Sowohl beim Deutschen Jugendfotopreis als auch beim Deutschen Jugendvideopreis bewähren sie sich bestens, da sie einen schnellen und persönlichen Kontakt gestatten. Beim Deutschen Jugendfotopreis ist Facebook nach Google der zweitwichtigste „Wegweiser“ zur Website des Wettbewerbs.

Kooperationen

Die Bundeswettbewerbe arbeiten mit großen und fachlich relevanten Partnern zusammen, um die Sichtweisen der kreativen Medienmacher/innen in den öffentlichen und fachlichen Diskurs zu tragen sowie um über die neuen Kanäle weitere potentielle Teilnehmer/innen über die Angebote des KJF zu informieren.

Die bereits bei mb21 bestehende Kooperation mit dem ‚BDK Fachverband für Kunstpädagogik‘ wurde weiter ausgebaut und auf den Deutschen Jugendfotopreis und Deutschen Jugendvideopreis erweitert. Damit verbunden war u.a. die Veröffentlichung eines Fachbeitrages in der Zeitschrift BDK-Mitteilungen.

Die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Museum Berlin wurde in zwei Bereichen fortgeführt. So konnte ein praxisgerechter Ablauf gefunden werden, bei dem das KJF die Übersicht über Ausleih-Anfragen beim DHM behält und über die Kommunikation mit den ehemaligen Preisträger/innen informiert bleibt. Des Weiteren wurde die Planung der Verleihung und Ausstellung des Deutschen Jugendfotopreises 2015 anlässlich des 25. Jahrestages der Wiedervereinigung weiter konkretisiert. Die Preisverleihung findet am 25. September 2015 im „Pei-Bau“ des DHM statt, die Ausstellungsdauer beträgt ca. vier Wochen.

Mit der Agentur ‚Jugend für Europa‘ hat das KJF bereits 2012 eine Kooperation begonnen, die 2013 für die Durchführung des Jugendvideopreises 2014 und Jugendfotopreises 2014 erneuert wurde. Die Agentur ‚Jugend für Europa‘ übernimmt auch diesmal wieder die Preise in den beiden Jahresthemen.

Bei der Festveranstaltung der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens, die am 28. November 2013 in der Akademie der Künste in Berlin stattfand, präsentierte der Deutsche Jugendfotopreis mit einem Videoclip fünf Jahrzehnte Jugendfotokultur.

Zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Photographie hat das KJF den ‚DGPh-Bildungspreis‘ entwickelt, der 2013 erstmalig verliehen wurde. Dieser Preis zeichnet Personen und Projekte aus, die sich im Bereich der Fotografie-Vermittlung engagieren. Insofern ist dieser Preis auch für Einrichtungen der kulturellen Kinder- und Jugendbildung interessant. Primär auf die Qualität der Vermittlungsprozesse eingehend, stellt der DGPh-Preis eine sinnvolle Ergänzung des Deutschen Jugendfotopreises dar, bei dem vor allem die Ergebnisse prämiert werden.

Preisstruktur der Wettbewerbe:

Deutscher Jugendvideopreis 2013

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend stiftete für den Allgemeinen Wettbewerb, das Jahresthema ‚CRASH-KABOOM!‘, den besten Animationsfilm, die beste Gruppenarbeit und den Spezialpreis Gelder in einer Gesamthöhe von 13.000 €. Von Adobe Systems wurde ein Sachpreis zur Verfügung gestellt, ARRI Film TV stiftete für den Innovationspreis einen Produktionsgutschein im Wert von 1000 € und die Stadt Halle richtete einen Publikumspreis in Höhe von 500 € aus.

Video der Generationen 2013

In den Kategorien 50plus, Generationsübergreifend und dem Jahresthema ‚Letzte Reise‘ stellte das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Preise in Höhe von 6.000 € bereit. Das Konzeptbüro Dialog der Generationen vergab als Preis für die beste Gruppenarbeit 1.000 €, Adobe Systems stiftete zwei Sachpreise, ARRI Film & TV stellte einen Produktionsgutschein im Wert von 1000 € zur Verfügung und für den Publikumspreis gab es einen Reisegutschein vom Reisebüro Reuter.

Erfahrungen und Ergebnisse

Beteiligung an den Wettbewerben 2013:

- Deutscher Jugendvideopreis: eingesandte Filme: 559; Teilnehmer/innen: 5236, davon 47% weiblich
- Video der Generationen: eingesandte Filme: 134; Teilnehmer/innen: 954 davon 54% weiblich

Auswahlgremien und Jurys

Die vom KJF im Auftrag des BMFSFJ durchgeführten Bundeswettbewerbe regen dazu an, Medien für subjektive künstlerische Artikulation zu nutzen und eigene ästhetische Formen zu entwickeln. Das Spektrum reicht von sozialkritischen Projekten, in denen Video zur Berichterstattung und Dokumentation eingesetzt wird über die Darstellung und Reflexion (jugend)kultureller Lebensstile bis hin zu Medienkunst. Bei der Bewertung ist nicht allein die filmtechnische Qualität ausschlaggebend. Wichtig sind innovative, unkonventionelle und originelle Gestaltungsweisen sowie eigenständige Ausdrucksformen. Die jeweiligen Produktionsbedingungen werden insbesondere bei den Filmen von jüngeren Teilnehmer/innen berücksichtigt.

Deutscher Jugendvideopreis – Auswahlgremium:

- Martin Bregenzer, Student der Filmwissenschaften, Mainz
- Hannes Güntherodt, Medienkulturzentrum Dresden
- Lisa Landau, Studentin der Medienwissenschaften, Bochum
- Dora Osinde, Studentin der Medienwissenschaften, Halle (Saale)
- Larissa Schmiede, Studentin der Kultur und Medienbildung, Ludwigsburg
- Stefan Stiletto, Medienpädagoge, München

Deutscher Jugendvideopreis – Fachjury:

Die Mitglieder der Fachjury wurden durch die frühere Bundesministerin Dr. Kristina Schröder berufen.

- Mirko Pohl, Medienpädagoge, Offener Kanal Gera
- Nico Sommer, Regisseur und Preisträger 2008 DJVP / VdG, Berlin

- Elisa Klement, Filmemacherin, Preisträgerin 2011, Berlin
- Janet Torres Lupp, Medienpädagogin, Leipzig

Video der Generationen – Auswahlgremium

- Sarah Kuschel, Kulturwissenschaftlerin, Hildesheim
- Jan Schmolling, stellv. Leiter des KJF, Remscheid
- Holger Twele, Filmpublizist, Nieder-Roden
- Sonja Wessel, Medienpädagogin, München

Video der Generationen – Fachjury

Die Mitglieder der Fachjury wurden durch die frühere Bundesministerin Dr. Kristina Schröder berufen.

- Volker Amrhein, Projektbüro Dialog der Generationen, Berlin
- Helga Goedecke, Rentnerin, Preisträgerin bei Video der Generationen 2012, Berlin
- Horst Krause, Rentner, Preisträger bei Video der Generationen 2007/2009, Mönchengladbach
- Dr. Anja Hartung, Vorsitzende von Gesellschaft-Altern-Medien e.V., Leipzig
- Sarah Kuschel, Kulturwissenschaftlerin, Hildesheim

Trends und Tendenzen

Video der Generationen

Am Wettbewerb Video der Generationen 2013 beteiligten sich 954 Videomacher/innen im Alter von sechs bis 103 Jahren mit 134 Filmen. Detaillierte statistische Auswertungen für wissenschaftliche Zwecke sind beim KJF verfügbar.

Mit Blick auf alle eingereichten Filme lassen sich folgende Trends festhalten:



Die Altersbilder der vergangenen Jahre, die auch 2013 noch in manchen Filmen als Stereotype, Klischees oder Gegensatzpaare zwischen Jung und Alt dargestellt wurden, befinden sich dennoch unübersehbar im Wandel. Insbesondere das Alter wird inzwischen wesentlich differenzierter als noch vor wenigen Jahren filmisch dargestellt und reflektiert. Diesen Eindruck vermitteln sowohl die Filme von Jugendlichen über alte Menschen als auch die Filme von älteren Videomacher/innen. Dieser Entwicklung hinken jedoch gerade die medienpädagogischen Projekte oft noch hinterher.

Krankheiten des Alters spielen nach wie vor eine Rolle, sowohl aus der Perspektive junger wie auch älterer Filmemacher. Aber

inzwischen geht es weniger um subjektive Darstellungen und unmittelbare persönliche Betroffenheit, sondern um eine oft Mut machende, im positiven Sinn exemplarische Auseinandersetzung, das Themenfeld Inklusion inbegriffen.

Ältere Filmemacher/innen bleiben immer länger „medien-aktiv“, was auch anhand der regelmäßig an Video der Generationen Teilnehmenden festzustellen ist. Sie sind sowohl bereit, sich neuen technischen Entwicklungen in Kamertechnik und Videoschnitt zu öffnen, als auch dazulernen und sich filmisch weiterzuentwickeln. Dazu gehört auch ein gestiegenes Interesse an den Lebenswelten - und Filmen - von Jugendlichen.

Der technische Standard der eingereichten Produktionen ist insgesamt noch einmal deutlich gestiegen. Dagegen fehlt es weiterhin oft noch am Mut zu Experimenten und an individueller Perspektive jenseits der gängigen Fernsehformate. Dennoch werden bei weitem nicht nur konventionelle Themen und Sujets behandelt (Familie, Tierwelt, Natur), sondern auch unmittelbar gesellschaftspolitische Themen. Bei der Themenwahl stehen Zeitzeugenfilme und Einzelporträts - häufig aus der Familie selbst - weiterhin hoch im Kurs. Der Fokus hat sich jedoch eindeutig weg von der NS-Zeit auf die jüngere Vergangenheit verschoben. Zugleich findet eine stärkere, unmittelbare Interaktion zwischen älteren Zeitzeugen und jüngeren Filmemachern statt.

Deutscher Jugendvideopreis

Am Deutschen Jugendvideopreis 2013 beteiligten sich 5236 Videomacher/innen mit insgesamt 562 Filmen. Wie bei allen Wettbewerben ist auch die statistische Auswertung des Deutschen Jugendvideopreises für wissenschaftliche Zwecke



beim KJF verfügbar. In der Gesamtschau aller eingereichten Filme konnten folgende Trends beobachtet werden. (Die Trends der prämierten Filme sind mit den generellen Einschätzungen nicht deckungsgleich.)



In der Altersgruppe A - bis 10 Jahre - sind überwiegend Gruppenarbeiten vorzufinden. Märchen bzw. Fantasy-Geschichten kommen gehäuft vor, ebenso wie die Umsetzung als Animation. Alle drei Preisträgerfilme in dieser Altersgruppe waren 2013 Animationsfilme.

Die Videomacher/innen der Altersgruppe B - 11 bis 15 Jahre - verfügen über erstaunliche technische und gestalterische Fähigkeiten. Bereits in dieser Altersgruppe liegen starke Produktionen einzelner Videomacher/innen vor. Auf eigenen Websites präsentieren sie sich und ihre Filme im professionellen Look. Die Themenfelder ihrer Filme umfassen auffallend oft das Ausgegrenzt- und Anderssein. Mädchendarstellungen sind oft stark und selbstbewusst; die Jungendarstellungen ausdifferenziert und tendenziell gefühlsbetont.

Typisch für die Altersgruppe C - 16 bis 20 Jahre - sind Filme, in denen die Reflexion über die Gesellschaft, das Leben im Allgemeinen und die persönliche Zukunft im Besonderen vorherrscht. Technische und gestalterische Kompetenzen befinden sich auf hohem Niveau.

In der Altersgruppe D - 21 bis 25 Jahre - wird der Themenbereich der vorigen Altersgruppe um die Beziehungsthematik erweitert. Wie finde ich einen Partner? Wie gestalte ich die Beziehung? Wie halte ich daran fest? In welchem Umfeld lebe ich, welche Freunde umgeben mich, welche familiären Wurzeln habe ich?

Für alle Altersgruppen – die Gruppe A der Allerjüngsten ausgenommen – gilt, dass sich viele Filme tendenziell mehr durch technische Feinheiten als durch inhaltliche bzw. narrative Qualitäten auszeichnen. Anders als in den Vorjahren gab es 2013 kaum Dokumentationen, sondern viel Fiktionales. Relativ selten gegenüber den Vorjahren

waren auch Animationen und Experimentalfilme, wobei immer häufiger Elemente des Animationsfilms oder CGI-Effekte in Realfilme einfließen.

Thematisch, insbesondere in der Vorauswahl sichtbar, waren die Themenbereiche Krebs und Sterben. Die Grundstimmung vieler Filme war von Melancholie und Orientierungslosigkeit geprägt.

Schlussfolgerungen und Perspektiven

Aufgrund der Akzeptanz der Online-Kommunikation und Online-Teilnahme gilt es diesen Bereich weiter auszubauen. Klassische Pressearbeit über Printmedien spielt lediglich eine untergeordnete Rolle. Es ist entscheidend, durch die Wahl der Anspracheformen und Kommunikationskanäle die jeweiligen Zielgruppen - Kinder, Jugendliche, Senioren - zu erreichen und zur Teilnahme zu motivieren.

Den Beobachtungen des Jahres 2013 (z.B. wenig Animationen, geringer Anteil an Filmen von Mädchen bzw. jungen Frauen) kann u.a. mit entsprechenden Jahresthemen oder Specials gegengesteuert werden. Die Probleme der Jugendlichen beim Storytelling sollten aufgegriffen werden. Hier mangelt es offenbar an geeigneten Qualifizierungsangeboten. Dies gilt auch für das Arbeitsfeld des intergenerationellen Dialogs, dessen ‚gut gemeinte Anliegen‘ filmsprachlich leider zu oft unzureichend vermittelt werden. Aber auch alte Menschen, die Film als Ausdrucksmittel entdecken, benötigen Unterstützung und Förderung der Gestaltungskompetenz: Wichtige Aufgaben für das KJF und seine Kooperationspartner.

Bundes-Medienwettbewerbe: Veranstaltungen

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 seiner Gründung 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.

Begleitveranstaltungen



Integraler Bestandteil der Wettbewerbe – im Sinne der medienpädagogischen Impulssetzung und der Bildungsarbeit – sind die besonders konzipierten Seminare, Fachveranstaltungen und Präsentationen. Bei ‚Video der Generationen‘ sei hier die erneute Beteiligung des KJF an ‚SilverScreen‘, dem Europäischen Filmfestival der Generationen genannt. Der Deutsche

Jugendvideopreis präsentierte seine Highlights des Jahres 2013 bei einer Open-Air-Kinoveranstaltung in München und im Rahmen eines Seminars an der PH Ludwigsburg bei Prof. Horst Niesyto.

Aktivitäten

Bundesfestival Video

Das Bundesfestival Video bildet den Abschluss und Höhepunkt des jährlich vom Bundesjugendministerium gestifteten Jugendmedienwettbewerbs Deutscher Jugendvideopreis. Es wird an wechselnden Standorten in ganz Deutschland durchgeführt. Das Finale des Bundesjugendwettbewerbs verfolgt das Ziel, die Medienkultur junger Menschen zu stärken, den kreativen Umgang mit Medien zu fördern und den medienpädagogischen Aktivitäten regional und lokal Impulse zu geben. Aus diesem Grund wechselt es in einem Turnus von 2 bis 3 Jahren seinen Austragungsort.

Das Bundesfestival Video fand vom 21.6. bis 23.6.2013 zum ersten Mal in Halle an der Saale im Land Sachsen-Anhalt statt.

Sowohl bei der Vermittlung von Medienkompetenz und Filmbildung als auch bei der Talent- und Nachwuchsförderung zählt der Deutsche Jugendvideopreis zu den bundesweit bedeutendsten Wettbewerben für Video und Animation, und für Ausdrucksformen an den Schnittstellen von Video/Games und Medienkunst. Über 65.000 Kinder und Jugendliche, darunter auch viele Gruppen aus Kindergärten, Schulen und Jugendeinrichtungen, haben seit dem Start im Jahr 1988 hier ihre ersten Schritte in die Öffentlichkeit gewagt. Und zahlreiche Filmemacher, die im Kino und Fernsehen erfolgreich sind, haben beim Bundesfestival Video ihre ‚Frühwerke‘ präsentiert.

Die besten Nachwuchsproduktionen, aber auch die Arbeiten der jüngsten Medienmacher werden auf dem Bundesfestival Video gezeigt. Sie treffen auf die Arbeiten von Filmemachern der älteren Generation mit den Beiträgen des Wettbewerbs Video der Generationen. Durch diese Mischung finden medienbegeisterte Kinder ebenso wie Filmstudenten ihre Inspirationen. Zugleich wird ausgehend von Medienkreativität und Medienbegeisterung ein Dialog zwischen den Generationen angeregt.



Die Schirmherrschaft des Bundesfestival Video 2013 übernahm Staatssekretär Marco Tullner (Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen Anhalt), der zum Ausdruck brachte, dass das Festival Halle als künstlerischen Medienstandort bekannter machen werde und die Diskussion über die Entwicklung der Neuen Medien auf hohem Niveau lebendig halte.

In Halle wurden Filme produziert, die weithin bekannt sind: die Kinderfilme ‚Mullewap‘, und ‚Der kleine Eisbär‘ ebenso wie ‚Luther‘ oder ‚Ein russischer Sommer‘. Die Staatskanzlei Sachsen-Anhalt hat in Halle 1997 ein modernes Medienhaus errichtet, das Mitteldeutsche Multimedia Zentrum, in dem Produktions- und Ausbildungsstätten unter einem Dach vereint sind. Hier finden Studierende ideale Bedingungen vor und können in Kooperation mit der Medienwirtschaft studieren und umgekehrt sich in der Kreativwirtschaft erproben. Das Bundesfestival Video wurde

auf der Basis dessen zu einem Lehrprojekt des Halleschen Instituts für Medien an der Martin Luther Universität.



Durch die Überschwemmungskatastrophe, von der das Medienzentrum direkt betroffen war, konnten nicht alle geplanten Programm-Parts umgesetzt werden. Letztlich musste aber nur auf wenige Workshop-Angebote verzichtet werden und das Festival konnte im Thalia Theater vergleichsweise reibungslos stattfinden, was dem außerordentlichen Engagement des Hallenser Teams zu verdanken war.

Auf dem Programm standen von Freitag bis Samstag 36 Produktionen der Wettbewerbe Video der Generationen und Deutscher Jugendvideopreis. Knapp 500 Besucher, davon ca. 150 Wettbewerbs-Teilnehmer/innen aus dem gesamten Bundesgebiet, zählte das Festival mit seinen diversen Programmangeboten und seinen Weiterbildungs- und Qualifizierungsangeboten. In 11 Workshops, die vom Halleschen Institut für Medien (HIM) und Kommunikationswissenschaft ausgerichtet und durch die Medienanstalt Sachsen Anhalt gefördert wurden, konnten sich die Besucher fortbilden und ihre filmhandwerklichen Fähigkeiten ausbauen. Inhaltliche Schwerpunkte der Workshops lagen auf der Postproduktion und der Ton/Sound-Bearbeitung. Gerade „der gute Ton“ stellt nicht-professionelle Filmemacher vor besondere Herausforderungen. Hier konnte das HIM mit seinen Referenten und Studios seine besonderen Stärken ausspielen.

Der Regisseur und Autor Andreas Dresen animierte die Besucher und Wettbewerbsteilnehmer in seinem Grußwort, ihren Impulsen zu folgen: „Ohne den Druck finanzieller Budgets loszuziehen mit einer Gruppe Gleichgesinnter - was gibt es Schöneres? Es gibt so viele Geschichten zu erzählen und die heutigen technischen Möglichkeiten machen es einfach und preiswert. Filme werden nicht mit der Brieftasche gemacht, sondern mit dem Herzen. Es ist nicht nötig, den Profis nachzueifern. Manchmal kann eine Reise vor die eigene Haustür, ins eigene Wohnzimmer spannender sein, als die in eine entfernte Galaxie. Und das könnt nur ihr, denn nur ihr kennt euch dort aus - bei euren Nachbarn, Kollegen, Freunden gibt es bestimmt so viele spannende Menschen und Geschichten.“ Viele solcher Geschichten und Entdeckungen waren auf der Leinwand im Thalia Theater tatsächlich zu sehen und sie animierten die Besucher und Filmemacher zu intensiven Gesprächen über ihre filmischen Erfahrungen und kreativen Anliegen.



Deutscher Multimediapreis mb21

Seit 2011 verantwortet das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) als bundeszuständiger Veranstalter gemeinsam mit dem Medienkulturzentrum Dresden e.V. die Durchführung des Wettbewerbs „Deutscher Multimediapreis mb21“. Das Projekt wird seit 2008 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert und ist dem Referat „Jugend und Medien“ zugeordnet.

Ziele und Schwerpunkte

Der 1998 gegründete Deutsche Multimediapreis mb21 zeichnet primär digitale, netzbasierte, interaktive und crossmediale Projekte und Produktionen aus und hat sich mittlerweile als eines der wichtigsten Foren junger digitaler Medienkultur etabliert. Als der einzige bundesweite Multimediawettbewerb für Kinder und Jugendliche in Deutschland leistet mb21 einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Medienkompetenz von Heranwachsenden im Bereich digitaler Medien.



Der Deutsche Multimediapreis unterstützt junge Menschen dabei, kompetent und fantasievoll mit den vielfältigen Multimedia-Angeboten umzugehen, eigene Ideen zu entwickeln und selbständig kreative Beiträge zu produzieren. Dabei fungiert der Kreativwettbewerb als bundesweiter Impulsgeber für medienpädagogische Projekte, spricht aber auch direkt Kinder und Jugendliche an. Mit Unterstützung vieler bundesweiter Kooperationspartner können jährlich mehr als 20 Medienprojekte und -produkte von einer Expertenjury ausgewählt werden. Auf dem Festival des Deutschen Multimediapreises finden die Teilnehmenden ein Forum, auf dem sie ihre Arbeiten einer interessierten Öffentlichkeit präsentieren können. Darüber hinaus spielt das Festival auch als Ort der bundesweiten Vernetzung und Qualifizierung der Macher/innen und Pädagogen/innen eine große Rolle

Ziel des Wettbewerbs ist die Vermittlung von Urteils- und Handlungskompetenzen für eine reflektierte und kreative Partizipation von Kindern und Jugendlichen an der digitalen Medienwelt. Darüber hinaus gilt es, den Wettbewerb als bundesweiten Impulsgeber für schulische und außerschulische medienpädagogische Multimedia-Projekte sowie als einen wichtigen Knotenpunkt im Netzwerk kreativer Medienarbeit in Deutschland weiter zu etablieren.

Aktivitäten

Zur Teilnahme am Wettbewerb waren junge Medienmacher aus ganz Deutschland aufgerufen. Zugelassen war das gesamte Spektrum multimedialer Beiträge von Kindern und Jugendlichen, die in außerschulischen Projekten, Freizeit oder im schulischen Kontext entstanden sind. Sowohl die Einsendung von Medienprodukten von Einzelpersonen als auch von Gruppenprojekten war möglich.

Neu war im Wettbewerbsjahr 2013 die Anhebung des Höchstalters für die Einreichungen von 21 auf 25 Jahre. Die Erweiterung der Altersstruktur war mit inhaltlichen Erwartungen wie auch Erwartungen bezüglich der Reichweite des Wettbewerbs verknüpft, da sich der Wettbewerb damit für eine breitere Zielgruppe öffnete, die nun auch Studierende und junge Menschen in einer Ausbildung einschließt.

Schon in den Vorjahren wiesen die Beiträge der höheren Alterskategorien ein deutlich breiteres technisches und inhaltliches Spektrum auf, sodass die Veranstalter

durch das neue Teilnahmealter mit einer sowohl quantitativen wie auch qualitativen Steigerung der Wettbewerbsbeiträge rechneten. Eine Erweiterung der Altersgruppen empfahl sich auch aus pädagogischen Gesichtspunkten, um den Austausch jüngerer Wettbewerbsteilnehmer mit den fortgeschrittenen Teilnehmenden/Young Professionals zu ermöglichen und damit den Beitrag des Kreativwettbewerbs zu einer vorberuflichen Orientierung zu stärken. Um eine faire Chancengleichheit zu wahren, wurde eine neue Alterskategorie eingeführt und die Alterskategorien wie folgt aufgeteilt: Vorschule (bis 6 Jahre), 7 - 10 Jahre, 11 - 15 Jahre, 16 - 20 Jahre und 21 - 25 Jahre.

Eine weitere Änderung bei der Ausschreibung betraf den 2011 etablierten Sonderpreis des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Dieser wurde in den Jahren 2011 und 2012 unter dem Titel ‚Online vernetzt‘ ausgeschrieben und zeichnete Produktionen aus, die die Chancen einer vernetzten Welt hinsichtlich Kollaboration, Austausch und Beteiligung besonders originell thematisieren. Zur Optimierung der Sonderkategorie wurde der Preis ‚Online vernetzt‘ in einen thematischen Sonderpreis umgewandelt. Die inhaltliche Ausrichtung des Sonderpreises bedeutet eine Öffnung für multimediale Projekte aller technischen Formate und bietet die Chance, jugendaffine Themen von besonderer Aktualität oder gesellschaftlicher Relevanz aufzugreifen. Das jährlich neu ausgelobte Thema kann dazu anregen, gezielt ein Projekt zum Thema zu entwickeln und durchzuführen. Nicht zuletzt eröffnen wechselnde Themen die Möglichkeit, den Preis des BMFSFJ besonders hervorzuheben und das Thema als Aufhänger für die Presse und die eigene Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen.

Der mit 1.000 Euro dotierte Sonderpreis des BMFSFJ wurde 2013 zum Thema ‚Transformer‘ ausgeschrieben und rief zu Einreichungen auf, die sich auf technischer oder inhaltlicher Ebene mit dem Thema ‚Verwandlung/Umwandlung‘ beschäftigten. Weitere Sonderpreise wurden zu den Kategorien ‚Games‘, ‚Medienkunst‘, ‚Creative Mobile‘ sowie ‚DigitalARTisten‘ ausgeschrieben. Projektideen konnten im Konzeptbereich ‚Medienwerk‘ eingereicht werden: Hier konnten die Teilnehmenden Multimedia-Workshops gewinnen, die Unterstützung bei der technischen Umsetzung der Projektideen boten.



Layout und Redaktion des Ausschreibungsflyers und der entsprechenden Wettbewerbswebseite wurden neu abgestimmt und überarbeitet; Ausschreibungsstart war Mitte April, als Einsendeschluss wurde der 23. September 2013 terminiert.

Eine Besonderheit war 2013 die Ausschreibung der Musik für einen Wettbewerbstrailer. Kinder und Jugendliche bis 25 Jahre konnten ihre elektronisch produzierte Musik zum Trailer einreichen. Nach einer Vorauswahl durch das Projektteam wurden fünf der eingereichten Soundtracks auf der mb21-Website zur Abstimmung gestellt. Auch die Animation des Trailers stammte von Jugendlichen, darunter ein ehemaliger mb21-Preisträger. Die Ausschreibung der Trailermusik war einerseits eine Möglichkeit, im Jahresverlauf Aufmerksamkeit für den Wettbewerb zu schaffen, darüber hinaus aber vor allem ein weiteres Instrument, um die Zielgruppe des Wettbewerbs auch bei seiner Gestaltung partizipieren zu lassen.

Vom Ausschreibungsstart an bis zum Festival des Deutschen Multimediapreises und darüber hinaus stellte die intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur öffentlichen Verankerung und weiteren Etablierung des Wettbewerbs insgesamt einen wichtigen Schwerpunkt der Arbeit des KJF dar. Dafür konnte auf einen eigens für den Wettbewerb zusammengestellten, themenorientierten Presseverteiler zurückgegriffen werden, der bundesweit Medien in den Bereichen Print, Online, TV und Radio und hierbei speziell die Fachressorts Multimedia, Games, Internet, Computer, Film/Foto, Kinder und Jugendliche, Eltern, Familie, Kunst und Kultur abdeckt. Dies ermöglichte eine intensive Kontaktpflege mit relevanten Redaktionen. Hierdurch sowie mittels zielgerichteter Online-PR über soziale Netzwerke, Twitter, Newsletter, Kooperation mit Online-Portalen und die Informationsangebote der Wettbewerbswebsite www.mb21.de wurden Medienvertreter, Multiplikatoren und relevante Institutionen der Medienbildung stets aktuell über den Deutschen Multimediapreis MB21 informiert. Ferner wurde der Wettbewerb durch Verbreitung von Print-Flyern über bundesweite Partner-Netzwerke, Medienzentren, Einrichtungen der Kinder- und Jugendarbeit sowie Schulen an die Zielgruppe kommuniziert.

Zusätzlich wurde der Deutsche Multimediapreis MB21 durch die Teilnahme an bzw. Präsentation auf Messen, Medienfesten und -festivals, Tagungen sowie weiteren Veranstaltungen mit überregionaler und bundesweiter Ausrichtung der Zielgruppe vorgestellt. Zentrales Event war dabei die Tagung ‚Sommertreff Medienkompetenz‘ am 10. Juli in Berlin, die das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) gemeinsam mit der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) in enger Absprache mit dem Bundesfamilienministerium ausgerichtet hat.



Vorgelegt wurden Best-Practice-Beispiele des Deutschen Multimediapreises mb21 und des Dieter-Baacke-Preises sowie die Ergebnisse des Medienkompetenzberichtes, der im Rahmen der Initiative ‚Dialog Internet‘ vom BMFSFJ in Auftrag gegeben worden war. Gemeinsam mit Dr. Ida Pöttinger, Vorsitzende der GMK, richtete Dr. Eva Bürgermeister als Leiterin des KJF ein Grußwort an die Teilnehmenden, bezog in der Podiumsdiskussion Stellung zu „Perspektiven der Medienkompetenzförderung“ und fasste die Ergebnisse zum Tagungsende zusammen. Hervorzuheben ist auch die Beteiligung des damaligen Staatssekretärs im BMFSFJ Lutz Stroppe und des Direktors der Thüringer Landesmedienanstalt Jochen Fasco, die sich zur „Querschnittsaufgabe Medienkompetenzförderung heute“ äußerten. Die sehr gut besuchte Tagung endete mit Methodenworkshops zur praktischen Medienarbeit.

Weitere Schwerpunkte in der Präsentation des Wettbewerbs bildeten der Messeauftritt auf der gamescom 2013 in Köln vom 21. bis 25. August sowie der Stand beim Tag der offenen Tür des Bundesfamilienministeriums in Berlin vom 24. bis 25. August.

Darüber hinaus ist der Deutsche Multimediapreis als deutscher Repräsentant in dem seit 2005 bestehenden internationalen Netzwerk von Multimediawettbewerben zwischen Österreich, der Schweiz, Ungarn und der Tschechischen Republik aktiv. Die Preisträger des Wettbewerbs vertreten den Deutschen Multimediapreis auf internationaler Ebene bei den Partnerveranstaltungen im Ausland.

Die Jurysitzungen fanden Anfang Oktober statt. Nach Vorauswahl durch die Vorjury begutachteten die Medienkunstjury (Sonderpreis ‚Medienkunst‘) sowie die Hauptjury die weitergeleiteten Einreichungen. Der Hauptjury gehörten Fachleute aus den Bereichen Kinder- und Jugendkultur, Medienpädagogik, Medienproduktion und Medienkunst sowie ein Preisträger des Vorjahres an.

Vom 15. bis 17. November 2013 fand der Deutsche Multimediapreis für Kinder und Jugendliche seinen festlichen und öffentlichkeitswirksamen Abschluss im Rahmen eines Multimediafestivals in Dresden. Zu diesem dreitägigen Event reisten Nominierte und weitere Wettbewerbs-Teilnehmer sowie Multiplikatoren und Interessierte aus dem gesamten Bundesgebiet an. Bis auf eine Kindergartengruppe, die eine Videobotschaft sendete, konnten sämtliche Nominierten anreisen, ihre Projekte präsentieren und ihre Preise entgegen nehmen. An den zwei öffentlichen Festivaltagen wurden rund 700 Festivalbesucher verzeichnet.

Das Festival bietet viel Raum für junge Medienmacher und Medienmacherinnen, die kreative Welt der Medienkunst und digitalen Kultur zu erforschen, auszuprobieren und zu gestalten. In allen Etagen des Kulturzentrums ‚scheune‘ und auch auf dem Außengelände des Veranstaltungsortes gab es interaktive Installationen, Mitmach-Aktionen, Workshops und Spiele zu entdecken.



Das dreitägige Programm begann am Freitagabend mit der internen Präsentation aller nominierten Projekte. Die jungen Medienmacher konnten sich an diesem Abend über ihre Produktionen austauschen und Inspirationen für neue eigene Projekte sammeln. Diese Gelegenheit zum intensiven ungestörten Austausch untereinander wird von den Teilnehmenden hoch geschätzt und stellt sicher eine Besonderheit des Festivals dar.



Am Festival-Samstag öffneten sich dann um 10 Uhr die Tore für die Öffentlichkeit. Bis zum Höhepunkt des Festivals, der Preisverleihung des Deutschen Multimediapreises für Kinder und Jugendliche um 16 Uhr, hatten alle Besucher die Möglichkeit, bei zahlreichen Multimedia-Aktionen mitzumachen und die neuesten Entwicklungen digitaler Kultur kennenzulernen und auszuprobieren.

Die besten Multimedia-Beiträge wurden bei der Preisverleihung am Samstag von 16:00 bis 18:00 Uhr gekürt. Über 200 Teilnehmende,



Sponsoren, Vertreter von Partnerinstitutionen und weitere Gäste folgten dem Programm, durch das Moderator Marcus Richter vom Deutschlandradio Kultur führte. Unter den zahlreichen Grußworten für die Preisträger ist besonders das von Regina Kraushaar, Leiterin der Abteilung 5 des BMFSFJ zu nennen.

Insgesamt 18 Preisträger(-teams) konnten sich mit ihren multimedialen Produktionen durchsetzen, zusätzlich wurden von der Jury drei Anerkennungen ausgesprochen. Die preisgekrönten Multimediaproduktionen wurden den Gästen der Preisverleihung bei der jeweiligen Preisvergabe durch kurze Videoclips vorgestellt. Dank dieser

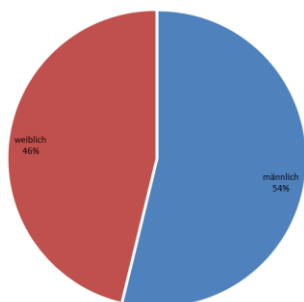
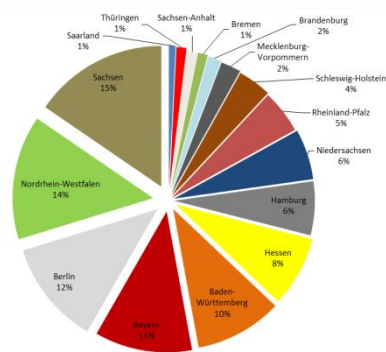


Videoclips, die Ausschnitte aus den Produktionen mit den Jurybegründungen kombinierten, konnten alle Gäste Einblick in die Vielfalt und Qualität der prämierten Einreichungen erhalten.

Erfahrungen und Perspektiven

Insgesamt beteiligten sich rund 1.300 Kinder und Jugendliche mit einer Gesamtanzahl von 259 Projekten am Wettbewerb. Damit hat sich die Anzahl der eingereichten Beiträge im Vergleich zum Vorjahr um 14% erhöht.

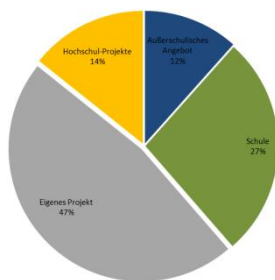
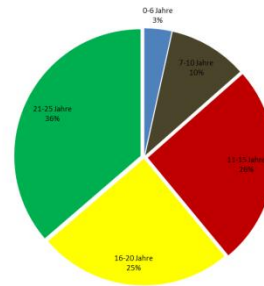
Erneut waren dabei Einreichungen aus allen Bundesländern vertreten, wobei prozentual geringe Beteiligungen einiger Bundesländer (z.B. des Saarlandes oder Thüringen) im Wesentlichen dem prozentualen Anteil dieser Bundesländer an der Gesamteinwohnerzahl Deutschlands entsprechen. Im Vergleich mit dem Bevölkerungsanteil weisen nur die Bundesländer Sachsen, Berlin und Hamburg eine deutlich höhere Repräsentanz bei der Beteiligung auf.



Mit einem Anteil von 46% sind auch Mädchen und junge Frauen gut als Wettbewerbsteilnehmerinnen vertreten. Auffällig blieb 2013 jedoch eine Unterrepräsentanz der Medienmacherinnen bei den Preisträgern, wo Mädchen und junge Frauen vorwiegend in

gemischtgeschlechtlichen Preisträgerteams vertreten waren. Ein besonderes Augenmerk auf diese Zielgruppe ist also weiterhin notwendig.

Die Anhebung des Höchstalters für die Teilnahme ist von der Zielgruppe sehr gut angenommen worden: Insgesamt 36% der Einreichungen entfielen auf die neue Alterskategorie der 21 bis 25-Jährigen. Mit gemeinsam rund 50% machen die Alterskategorien 11-15 und 16-20 Jahre aber weiterhin das Gros der Einreichungen aus. Erfreulich ist auch, dass die Anzahl der Vorschul-Projekte in absoluten Zahlen im Vergleich zum Vorjahr zugenommen hat.



Der Deutsche Multimediapreis MB21 bietet Kindern und Jugendlichen einen Anreiz, ihre Ideen in die Tat umzusetzen und selbst produktiv zu werden. Insgesamt sind 47% der Beiträge in Eigenregie in der Freizeit der Kinder- und Jugendlichen entstanden. Eine Zahl, die seit vielen Jahren annähernd konstant bleibt und uns jedes Jahr aufs Neue begeistert. Denn wer seine Freizeit nutzt, um mit Medien zu gestalten, investiert Zeit und Leidenschaft.

Dabei war die formale Vielfalt innerhalb des Deutschen Multimediapreises im Wettbewerbsjahr 2013 so hoch wie noch nie: Zu den Einreichungen zählten - neben Websites, Apps, Computerspielen und zahlreichen Animationsfilmen, Blogs und YouTube-Channels - auch überaus überraschende und ausgefallene Medienprojekte wie eine interaktive Hörinstallation, ein sich ausbalancierender Roboter, künstlerisches Projection-Mapping und eine begehbare Medieninstallation. Die Erwartungen an eine quantitative wie auch qualitative Steigerung der Wettbewerbsbeiträge durch die Einführung der neuen Altersgruppe können demnach als erfüllt gelten.

Bei der inhaltlichen Auswertung hob die Jury hervor, dass der Umgang mit Medien längst zu etwas Selbstverständlichem bei den jungen Teilnehmenden geworden ist. Mediennutzung ist nichts Besonderes mehr, sondern so fest in der Lebenswirklichkeit der Kinder und Jugendlichen verwurzelt, dass nun die Inhalte in den Vordergrund treten. Diese inhaltlichen Freiräume werden genutzt, um sich den verschiedensten Themen zu widmen: ob Gesellschaftskritik, Umwelt und Nachhaltigkeit, Fragen nach der Identität in einer vernetzten Welt bis hin zu Migration und Trauer. Die Jury hob in ihrem Abschluss-Statement diese thematische Vielfalt der Beiträge hervor und betonte dabei, dass darüber hinaus viele Projekte nicht nur bloße Demonstration multimedialer Fertigkeiten darstellen, sondern sich gleichsam als Kommunikationsangebote verstehen, um Inhalte zu vermitteln und zum Austausch anzuregen. Darüber hinaus zeigte sich die Jury von jenen Einreichungen begeistert, bei denen sich die Teilnehmer und Teilnehmerinnen ganz auf sich gestellt mit sperriger Open-Source-Software auseinandergesetzt haben. Das erfordert Ausdauer und nicht zuletzt auch ein beachtliches Maß an Fantasie und Leidenschaft. Kritisch beurteilte die Jury den häufig nicht erkennbaren Eigenanteil der Kinder in den beiden unteren Alterskategorien.

Im Wettbewerbsjahr 2014 werden die erfolgreichen Eckpunkte der Ausgestaltung und Umsetzung des Wettbewerbs beibehalten und um zwei Projektvorhaben ergänzt: Die schärfere Profilierung des Wettbewerbs sowie die gezieltere Ansprache besonderer Zielgruppen.

Neben primär digitalen, netzbasierten, interaktiven und crossmedialen Projekten und Produktionen zeichnete der Deutsche Multimediapreis bislang auch Animationsfilme von Kindern und Jugendlichen aus. Gerade in den Alterskategorien ‚Vorschule‘ und auch ‚7 bis 10 Jahre‘ bildet die Produktion von Trickfilmen häufig den kreativen und niederschweligen Einstieg in die Multimediaarbeit. In diesen Alterskategorien sollen Animationsfilme weiterhin als Einreichung zugelassen werden. Für die Altersgruppen ab 11 Jahren werden erstmals nur noch Computeranimationen - als genuin digitale Produkte - zur Einreichung zugelassen und in einem eigenen Bereich prämiert. Damit wird in den Alterskategorien die Sichtbarkeit innovativer Multimediaprojekte gesteigert, deren Relevanz in der Jugendmedienarbeit zugenommen hat.

Darüber hinaus werden im Wettbewerbsjahr 2014 verstärkt Bemühungen vorgenommen, um die Teilnahme von Vorschulgruppen, Mädchen und jungen Frauen sowie von inklusiven Projekten zu erhöhen. Gerade dank der großen Vielfalt persönlicher und medialer Ausdrucksformen, die als Einreichung bei mb21 denkbar ist, bietet der Deutsche Multimediapreis die Chance, sich mit ganz unterschiedlichen Begabungen und Interessen in den Wettbewerb einzubringen.

Ferner wird das Festival 2014 an einem neuen Standort in Dresden stattfinden. Eine Sondierung neuer Örtlichkeiten fand bereits im Festivaljahr 2013 statt, da die Platzkapazität des Kulturzentrums ‚scheune‘ nahezu ausgeschöpft ist. Mit der Technischen Sammlung Dresden wurde ein neuer Festivalort gefunden, der interessante Räumlichkeiten sowie inhaltliche Anknüpfungspunkte bietet.

Kinder- und Jugendfilm

Medienempfehlungen

Top-Videonews

Ziele und Schwerpunkte



In dem Internetmagazin Top-Videonews schaffen sich Jugendliche und junge Erwachsene einen Überblick über neue und besonders interessante DVD- und Blu-ray-Filme. Die Redaktion des Portals greift aus der Vielzahl der Videoveröffentlichungen die für

Jugendliche relevanten Werke heraus und stellt sie mit unabhängigen Fachkritiken vor. Es bringt den jungen Internet-Nutzern Filmkunstwerke, anspruchsvolle Genre- und Unterhaltungsfilm und Coming-Of-Age Filme nahe. Der Querschnitt der vorgestellten Produktionen weckt die filmästhetischen Ansprüche junger Menschen und fördert die Auseinandersetzung mit persönlichkeitsbildenden Themen. Dabei liegt ein besonderer Akzent auf Filmen, die sich mit Gender-Rollen, sozialen und historischen Realitäten, Suchtgefahren, Familienkonflikten, interkulturellem Austausch, Radikalismus und Gewalterfahrungen, Identitätsbildung, Partnerschaft,

Schule und Beruf und ähnlichen Themen auseinandersetzen. Besonders berücksichtigt werden Filme, die einen breiten Querschnitt von Erzählformen und Herkunftsländern repräsentieren. Filme von hohem künstlerischem Renommee, die mangels Marketing-Power nur schwer ein junges Publikum finden, stehen besonders im Fokus der Redaktion. Durch dieses Informations-Angebot weitet Top-Videonews den Horizont junger Filmfans und schafft Wertschätzung für komplexe und differenzierte Werke jenseits des Mainstreams. Es unterstützt junge Mediennutzer dabei, eine sinnvolle und bedürfnisgerechte Filmauswahl zu treffen.

Aktivitäten

Das Internetmagazin Top-Videonews bietet einen breitgefächerten Informationsservice. Zentraler Inhalt des Portals sind die wöchentlich aktuellen **Kritiken** zu DVD- und Blu-ray-Neuerscheinungen. Die Top-Videonews stellten im Jahr 2013 ca. 600 Filme mit Fotos, Credits, Inhaltsbeschreibungen, Hintergrundinformationen und Kritiken vor. Qualitativ besonders wertvolle Video-Filme erhielten das Siegel „**Top-Video**“ und wurden in monatlichen Besten-Listen besonders akzentuiert. Junge Surfer, die sich einen schnellen Überblick verschaffen wollen und direkt nach besonders herausragenden Filmen suchen, orientieren sich an diesen Highlights.

Top-Videonews wurde 2001 als Informationsportal entwickelt, das sich vorwiegend an Multiplikatoren, Eltern und junge Erwachsene richtet. Seit dieser Zeit haben Kinder und Jugendliche verstärkt Zugang zum Internet bekommen. Das Netz, an dem 2001 nur eine Teilöffentlichkeit partizipierte, ist zu einem Massenmedium geworden. Entsprechend kann das KJF die Zielgruppen seines Medieninformationsservices viel direkter ansprechen und erreichen. Aus diesem Grund wurde die Kinderfilmwelt als Angebot für Kinder im lesefähigen Alter geschaffen. Die Konsequenz für Top-Videonews lag klar auf der Hand. Es konnte sich nun als Jugendportal profilieren. Dies hatte einen Relaunch mit einer tiefgreifenden Umgestaltung zur Folge. Das Update von Top-Videonews zielte auf folgende konzeptionelle Veränderungen.



- Mehr Raum für die Rezensionen und eine direktere Ansprache der Leser
- Übersichtlichere und intuitivere Präsentation des Contents
- Verkürzung der Menüwege
- Mehr optische Eindrücke zu den Filmen (Foto-Sets anstelle von Einzelbildern, Trailer als Vorschau auf den Film)
- Verbesserte Suchfunktionen
- Anpassung an die Usability von Tablets
- Grafische Aufwertung und Modernisierung
- Erhöhte Schnelligkeit und Effizienz des Datenzugriffs und der Suchmaschinen-Treffer-Quote
- Jugendaffine Aufmachung ohne stilistische Anbiederung

Im Zuge des Relaunchs wurde ein neues Content-Management System implementiert, das die Arbeitsabläufe in der Redaktion vereinfacht und mehr Flexibilität zulässt.

Vor dem neuen Auftritt der Website musste das Datenarchiv von ca. 8000 Datensätzen durchgearbeitet werden und nach den Kriterien Marktverfügbarkeit des Films, Stil des Textes und Altersgruppenzuordnung redigiert und editiert werden.

Erfahrungen und Schlussfolgerungen

Filminformationen sind häufig Marketinginformationen. Die Filmkritik von der Werbung zu trennen, ist in der Wahrnehmung der Internetnutzer nicht einfach. Wer intensiv, kundig und methodisch die Fundstellen zu Filmen untersucht, der kommt zu dem Ergebnis, dass oftmals Texte der Presseagenturen ungefiltert reproduziert werden. Eher selten sind unabhängige, eigenständig erzeugte und somit wirklich kritische Rezensionen. Denn die Informationsfülle im Internet bürgt keineswegs für Meinungsvielfalt. Starke Haltungen zu Filmen können nur durch Portale und Redaktionen erzeugt werden, die sich fachkundig, unabhängig und mit ausreichenden Ressourcen mit Video befassen. Dies ist und bleibt der Anspruch von Top-Videonews.

Video on Demand ist der Vertriebsweg der Zukunft. Die Anteile am Markt nahmen im Jahr 2013 deutlich zu. Internet-Filmanbieter gewinnen an Boden. Doch die Bilanz des Interessenverbandes der Videowirtschaft BVV zeigt auch, dass der Absatz von DVD und insbesondere von Blu-rays als Kaufmedium weiter wächst. Video in jeglicher Form liegt also weiter im Trend, – auch und gerade bei Jugendlichen.

Tablets finden zunehmend Verbreitung. Top-Videonews kommt in seinem Design und seiner Usability den Nutzungsgewohnheiten junger Netz-Surfer entgegen und haben über die Jahre ein stetig hohes Niveau an Nutzerzahlen aufweisen können. Gegen Ende des Jahres 2013 lag es bei ca. 1500 täglichen Besuchern mit ca. 4000 Page-Impressions. Nach der Umstellung des Portals war ein Einbruch dieser Quote zu erwarten, weil sich die Suchmaschinen nach der Neuaufstellung der Homepage neu justieren müssen. Erst nach einer längeren Anlaufphase wird eine Rückkehr zu dem vorherigen Niveau eintreten.

Kinderfilmwelt.de – Das Filmportal für Kinder

Ziele und Schwerpunkte

Seit November 2010 bildet Kinderfilmwelt einen wichtigen Eckpfeiler in der Filmempfehlungsarbeit im Angebotsspektrum des KJF. Ziel ist es, mit diesem Portal Kindern im Alter von 6-12 Jahren - sowie sekundär deren Eltern und Pädagogen - einen unabhängigen Wegweiser in der Vielfalt des Filmangebots zu bieten. Durch frühzeitige 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 Webseite zu entwickeln, welche alltagsnahe Features anbietet, die Spaß mit Mehrwert verbindet und die hierdurch die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe trifft.

Kinderfilmwelt.de stellt ein sicheres, weitgehend barrierefreies, werbefreies, kostenloses und kindgerechtes Angebot im Internet bereit, das dem Informationsrecht von Kindern ebenso Rechnung trägt wie ihrem Schutzbedürfnis. Ihnen wird ein Informationsmittel an die Hand gegeben, 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 ermöglicht das Portal Einblicke in die Welt des Films und animiert Kinder, am Meinungsbildungsprozess über Filme mit eigenen Statements zu partizipieren. Kinderfilmwelt liefert zuverlässige, fachlich fundierte Informationen zu Filmen, Terminen und Hintergründen aus der deutschsprachigen Kinderfilm-landschaft und wird als zentrales, vertrauenswürdige und kompetente Informationsportal im Bereich Kinderfilm aufbereitet.

Im Jahr 2013 bildete die redaktionelle Betreuung des Portals den Schwerpunkt der Aufgaben, wobei in Antizipation des Relaunches von Top-Videonews.de neben dem Kinofilmangebot verstärkt auch der DVD-Markt in den Blick genommen wurde.

Aktivitäten

Der medienpädagogische Service des Portals fächert sich in unterschiedliche Informationsangebote auf, wobei die allwöchentlichen Filmkritiken zu neuen Kinderfilmen in Kino und auf DVD im Mittelpunkt des Angebots stehen. Neben stets aktuellen Rezensionen inklusive der medienpädagogischen Altersempfehlungen stellen die Moderation des Meinungsbildungsprozesses von Kindern zu einzelnen Filmen, die Beantwortung von Nutzeranfragen, die Verlinkung zu Unterseiten des Portals und zu Kooperationspartnern, die Redaktion von Veranstaltungshinweisen, News und medienpädagogischen Hinweisen im Elternbereich und der Ausbau des Filmlexikons für Kinder die Schwerpunkte der redaktionellen Arbeit am Portal dar.

Die Kooperationen mit dem Portal kinofenster.de und der Deutschen Film- und Medienbewertung (FBW) wurden fortgesetzt: Alle Rezensionen der Kinderfilmwelt werden mit den Filmbesprechungen von Kinofenster.de und fbw-filmbewertung.de und deren Angeboten für Eltern gegenseitig verlinkt. Somit kann einerseits an prominenter Stelle auf eine Vielzahl von Einzelseiten der Kinderfilmwelt.de hingewiesen werden, andererseits ist es so möglich, interessierten Eltern, Lehrern, Erziehern und anderen Multiplikatoren im „Elterninfo“-Reiter der jeweiligen Filmbesprechung ein zusätzliches Informationsangebot wie ausführliche Filmbesprechungen für Erwachsene und medienpädagogisches Begleit- und Hintergrundmaterial bereitzustellen. Ältere Datenbankeinträge wurden systematisch überprüft und fehlende Verlinkungen nachgetragen; in diesem Zuge wurden an geeigneten Stellen auch Texte aus Top-Videonews.de in den Bereich der Elterninfo eingepflegt. Im Bereich der Extras wurde bei thematischer Eignung auf Kinder-Websites des Seitenstark-Netzwerks verwiesen, in dem die Kinderfilmwelt seit zwei Jahren Mitglied ist.

Im Juni 2013 wurde der Spielbereich im „Filmstudio“ der Kinderfilmwelt um ein Filmquiz zu Trickfilmen erweitert. Ein neues Lernspiel wurde Ende 2013 konzeptionell vorbereitet und soll 2014 online gehen. Ebenfalls konzeptionell und inhaltlich vorbereitet wurde ein neues Modul mit thematischen Filmempfehlungslisten. Mit positiver Resonanz präsentiert das Online-Portal Top-Videonews entsprechende Zusammenstellungen zu jugendaffinen Genres und Themenfeldern der Jugend(medien-)arbeit bereits seit 2009. Ende 2013 wurden für die Kinderfilmwelt Themenlisten zu Rollenbildern, fremden Ländern, Sportfilmen und Animes vorbereitet, die im Laufe des Folgejahres online gehen werden. Zusätzlich wurde die Datenbank der Kinderfilmwelt durch Besprechungen älterer Kinderfilme ergänzt, die weiterhin bei den Nutzern sehr gefragt oder besonders empfehlenswert sind.

Die seit 2004 vom KJF herausgegebene Broschüre ‚Kinderfilme zum Weihnachtsfest‘ (ehemals: ‚Weihnachtsnews‘) ist als Online-Version erstmals ausschließlich auf dem Portal Kinderfilmwelt.de erschienen. Der kostenlose Flyer mit Empfehlungen aus dem

aktuellen Video-Angebot hilft Eltern dabei, bei der Suche nach einer DVD oder Blu-ray als Weihnachtsgeschenk eine gute Wahl zu treffen - passend für jeden Geschmack und vor allem passend für jedes Alter. Dabei wurde die Attraktivität der Printausgabe weiter gesteigert: Dank zusätzlicher Kooperationspartner konnten mehr Titel als im Vorjahr beworben werden und der Flyer als geheftete Broschüre erscheinen. Insgesamt 27 Geschenketipps speziell für Kinder im Alter von 4 bis 10 Jahren stellte der kostenlose Flyer aus dem aktuellen Angebot des Videohandels vor, von bezaubernden Klassikern bis hin zu populären Neuheiten.



Bei der Online-Präsentation ermöglichen die Besprechungen und Kommentare, die Einbindung von Trailern und Szenenfotos sowie die Verlinkungen zu weiterführenden Informationen interessierten Nutzern, sich vor einem Kauf umfassend über die empfohlenen Filme zu informieren und dabei einen Einblick in die vielfältigen Funktionalitäten der Kinderfilmwelt zu gewinnen. Damit fungiert die Broschüre als wirksames Werbeinstrument für das Online-Portal.

Als weitere Maßnahme der Öffentlichkeitsarbeit war die Kinderfilmwelt gemeinsam mit dem Deutschen Multimediapreis beim Tag der offenen Tür des Bundesfamilienministeriums mit einem Stand vertreten. Zwei Tage lang konnten sich die Besucher über das Filmportal für Kinder informieren und es vor Ort an einer Computerstation ausprobieren. Auch auf anderen Veranstaltungen wurde im Laufe des Jahres Informationsmaterial zur Kinderfilmwelt verbreitet, so zum Beispiel auf der Berlinale, beim Aktionstag Kulturelle Bildung in Dortmund, dem Bundesfestival Video in Halle oder dem Kinderfilmfest in Köln.

Erfahrungen und Perspektiven

Kinderfilmwelt.de kommt in medienpädagogischen Fachkreisen ebenso gut an wie bei der Zielgruppe selbst. Exemplarisch belegen dies die Aufnahme in die Liste der



„Top 100 Kinderseiten“ bei klick-tipps.net sowie die steigenden Nutzerzahlen. Im Jahr 2012 konnten die bislang deutlichsten Nutzerzuwächse verzeichnet werden. Innerhalb eines Jahres steigerten sich die monatlichen Nutzerzahlen von durchschnittlich ca. 18.000 Besuchern mit durchschnittlich 75.000 Seitenaufrufen im Frühjahr 2012 auf über 42.000 Besucher mit über 150.000 Seitenaufrufen im Dezember 2012. Die Zugriffszahlen haben sich im Jahr 2013 auf diesem hohen Niveau

stabilisiert und konnten zum Jahresende sogar gesteigert werden. Im Jahresdurchschnitt lag die Anzahl der monatlichen Besucher bei über 37.000 mit über 130.000 Seitenaufrufen; im Dezember 2013 wurde ein Spitzenwert von über 48.000 Besuchern im Monat mit insgesamt über 154.000 Seitenaufrufen erreicht – ein Wert, der sicherlich mit der hohen Anzahl an Kinostarts zum Jahresende, aber auch mit der öffentlichkeitswirksamen Herausgabe der Broschüre „Kinderfilme zum Weihnachtsfest“ in Verbindung steht. Die hohen Nutzungszahlen schlagen sich auch in der regen Nutzung der Kommentar- und Bewertungsfunktion nieder. Im Jahresdurchschnitt wurden monatlich 126 Kommentare zu den Filmen auf dem Portal abgegeben; einen Spitzenwert erreichten die Kommentare mit 168 Einträgen im Juni 2013. Dabei schwankt die Anzahl sichtbar mit der Anzahl populärer Kinderfilme im Kino: So entfielen im Juni 2013 fast die Hälfte aller Kommentare auf die Filme der „Hanni & Nanni“-Reihe sowie auf den Film „Ostwind“. Die Kommentar- und Bewertungsfunktion ermöglicht es den Kindern, sich mit eigenen Statements am Meinungsbildungsprozess über die Qualität und Gestalt eines vorgestellten Films zu beteiligen. Gerade der Abgleich zwischen der Filmbeurteilung und –bewertung durch die Autoren der Kinderfilmweltredaktion mit den (durchaus auch konträren) Einschätzungen und Bewertungen der Zielgruppe selbst, stellt für viele Nutzer des Portals einen besonderen Mehrwert dar. Zusätzlich nutzen viele Kinder die Kommentarfunktion, um ihre Fragen zu den Filmen zu formulieren. Um den zunehmenden Aufwand in der redaktionellen Betreuung abzufangen, steht perspektivisch ein Ausbau des Bereichs mit den häufig gestellten Fragen an.

Primäre Aufgabe bleibt weiterhin, die Inhalte des Portals stets aktuell und attraktiv zu halten und dabei möglichst schnell auf Nutzeranfragen zu reagieren. Mit neuen Angeboten und Modulen, die Nutzerinteressen aufgreifen, soll das Portal weiter optimiert werden. Bereits in Bearbeitung sind thematische Empfehlungslisten sowie ein neues Lernspiel, zusätzlich ist ein Modul mit TV-Tipps der Woche geplant. In Kombination mit einer breiteren Vernetzung und Verlinkung soll so die Funktionalität und Bekanntheit von Kinderfilmwelt.de weiter erhöht werden.

Festivals und Medienvertrieb

Festivals

Goldener Spatz

Das KJF förderte und kuratierte das Jugendprogramm beim Deutschen Kinder-Medien-Festival Goldener Spatz in Erfurt und Gera, das vom 26. Mai bis 1. Juni 2013 stattfand. Der Goldene Spatz ist das renommierteste und bedeutendste Festival für TV, Film und Multimedia für Kinder in Deutschland, das in Gera und Erfurt ausgetragen wird.

Das Jugendprogramm, das das KJF zusammen mit dem Goldenen Spatzen ausgewählt hatte, bot keine leichte Kost und forderte seine Zuschauer zu ernsthaften Auseinandersetzungen mit anspruchsvollen Themen heraus.

Gibt es den idealen Übergang von der Kindheit zur Jugend? Wie geht man damit um, seine Freiheit zu entdecken und Verantwortung zu tragen. Sah man sich die in den Jahren 2012 und 2013 in Deutschland produzierten Jugendfilme an, dann schien dieser Schritt mehr als heikel. Von einem Tag auf den anderen gibt es weder Sicherheit noch Gewissheit im Leben von „Lore“, die das Ende des zweiten Weltkrieges im gleichnamigen Film allein mit ihren Geschwistern überstehen muss.

(„Lore“, Regie: Cate Shortland) Johanna hingegen wäre es zu wünschen, mal ohne Eltern zu sein. Ihr Alltag ist überschattet von der Tyrannei eines gewalttätigen Vaters. Familienzusammenhalt wird da zu einer unentrinnbaren „Festung“ – so auch der Titel des Familiendramas in der Regie von Kirsi Marie Liimatainen.

Der Kleinkriminelle Benjamin meint zwar „Schuld sind immer die Anderen“ (Regie: Lars-Gunnar Lotz), doch damit kommt er nicht durch in seinem Resozialisierungsprojekt. Eine extrem kontrollierte Heimerziehung erfahren auch die „Drachenmädchen“ (Regie: Inigo Westmeier, Benjamin Quabeck) einer chinesischen Kung Fu-Schule. Ihre Ausbildung bedeutet Drill und Verzicht.

Das Schicksal der Hauptfiguren in der Jugendreihe war extrem. Aber wie sie sich in gebrochenen Lebensverhältnissen behaupten, wie sie Charakterstärke zeigen und ihrem inneren Kompass folgen, das war faszinierend anzuschauen und traf auf eine sehr positive Resonanz in den Schulveranstaltungen und bei den jungen Besuchern des Festivals.

Nordische Filmtage

Bei den Nordischen Filmtagen in Lübeck vom 30.10. bis 03.11.2013 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. Das KJF berät bei der Besetzung der Kinder- und Jugendfilmjury und war 2013 mit einem Sitz in der dreiköpfigen Jury vertreten

Internationale Kurzfilmtage Oberhausen

Sichtungskommission 1. bis 4. März

Das KJF war in der Programmkommission zur Auswahl des Kinder- und Jugendprogramms der Internationalen Kurzfilmtage vertreten, des bedeutendsten Kurzfilmfestivals in Deutschland.

KJF Medienvertrieb/Filmbildungsserver

Seit Gründung des KJF in den späten 70er-Jahren haben sich die technischen Rahmenbedingungen für den Medienvertrieb im Bildungssektor gleich mehrfach grundlegend gewandelt: vom 16-mm-Zelluloid-Film zum VHS-Video, schließlich zum DVD-Verleih bzw. -Verkauf. Neben der Bereitstellung von Qualitätsfilmen von hoher ästhetischer und inhaltlicher Bildungsrelevanz für Kinder und Jugendliche hat das KJF als bundesweites Medienzentrum auch immer Informationen gebündelt und angeboten, die die Strukturen der Kinder- und Jugendfilmarbeit bundesweit stärken. Dazu zählten Empfehlungslisten zu verschiedenen Themen der jugendpolitischen Agenda und zu spezifischen Film-Genres. Weiterhin hat das KJF verleihübergreifende Kataloge und Schlagwortverzeichnisse herausgegeben.

Eine Tagung zu Perspektiven des Medienvertriebs im nichtgewerblichen Sektor im Jahr 2012 hat ergeben, dass dieses Bündel an Maßnahmen mehr denn je erforderlich ist. Allerdings muss es sich als publizistisches Angebot und als Medienvertrieb wiederum auf neue technische Gegebenheiten einrichten. Das Internet ist prädestiniert für einen Filmbildungsserver, der die Bereitstellung von Medien mit der Vernetzung von Informationsangeboten aller relevanten Filmbildungsträger sowie der inhaltlichen Strukturierung der gesamten Filmbildungsangebote vereint.

Zu diesem Zweck hat das KJF im Jahr 2013 ein Anfangskonzept für einen solchen Server erarbeitet, in dem die bisherigen Filmbildungsangebote im Internet

ausgewertet wurden und eine Struktur für den zu entwickelnden Filmbildungsserver als Homepage angelegt wurde.

Während im März 2013 durch einen Beschluss der Kulturministerkonferenz die Filmbildung an Schulen zum festen Bestandteil der Bildung erklärt wurde, gilt es, die Vorzüge und Stärken der Filmvermittlung in außerschulischen Kontexten nun nicht aus den Augen zu verlieren und speziell für die außerschulische Medienbildung unterstützende Service-Module in das Portal zu integrieren. Das Anfangskonzept zur Entwicklung des Filmbildungsservers wartet darauf, im Jahr 2014 durch die Sondierung von Kooperationen und Fördermöglichkeiten konkretisiert zu werden.

Im KJF Medienvertrieb sind im Jahr 2013 keine neuen Lizenzankäufe getätigt und keine neue DVDs produziert worden.

Die DVD-Filme EVIL, GEH UND LEBE, RAUS AUS DER HAUT und LIEBE, LEID UND LEIDENSCHAFTEN waren im KJF-Onlineshop im Angebot, erfuhren aber kaum einen nennenswerten Absatz.

Sonderprojekt Kinomagazine von Jugendlichen für Jugendliche

Im Rahmen des Projektes „Kinomagazine von Jugendlichen für Jugendliche“ wurden im Jahr 2013 vier Workshops mit Jugendlichen bei vier überregionalen Filmfestivals durchgeführt. Bei den Workshops in Erfurt (Deutsches Kindermedienfestival Goldener Spatz), München (Münchener Filmfest), Düsseldorf (Kinderkinofest) und Köln (Cinepänz) entstanden jeweils 5 bis 10 Filme mit pointierten Videokritiken.

Die Jugendlichen waren im Rahmen des Sonderprojekts als Reporter bei überregional bedeutsamen Filmfestivals aktiv. Sie nahmen die Filmprogramme kritisch unter die Lupe und berichteten in selbst erstellten Video-Beiträgen über die jugendrelevanten Programmbeiträge. Dabei entstanden Filmkritiken, die das KJF in seine Medieninformationsportale integriert und einer breiten Öffentlichkeit vorstellt. Dadurch können Jugendliche an der Meinungsbildung nicht nur per Textkritik sondern auch audiovisuell teilhaben. Sie bieten gleichaltrigen einen Service zur gezielten Auswahl von Qualitätsfilmen und animieren zugleich einen weiteren Kreis von Jugendlichen durch ihr Vorbild, an der Meinungsbildung über Filme teilzunehmen.

Bundesweite Bildungsarbeit

Zielsetzungen

Das KJF als Bundeszentrum für Kulturelle Medienbildung hat die Aufgabe, fachlich kompetent zu informieren und medienpädagogische Impulse zu setzen, indem es Rahmen schafft für Diskurse und Zukunftsentwicklungen. Ein wesentlicher Baustein hierfür ist die Bildungsarbeit des KJF mit seinen vielfältigen Zielgruppen, Formen und Partnern.

Hierzu zählt das klassische Seminar- und Tagungsangebot für (angehende) Pädagogen und Multiplikatoren der Sozial-, Bildungs- und Kulturarbeit ebenso wie für Jugendliche, aber auch Publikationen zu den KJF-Fachthemen sowie thematisch bezogene Initiativen, die den bundesweiten Diskurs über aktuelle medienpädagogische und / oder kultur- und bildungspolitische Themen anregen und weiter entwickeln sollen. Wichtig ist uns, dass die Medien in all ihren Facetten, d.h. den politischen, kulturellen, ästhetischen, kommunikativen und technischen Aspekten betrachtet werden. Bezugspunkt sind die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen, die pädagogische Praxis und die aktuellen technischen und

gesellschaftlichen Perspektiven und Herausforderungen. Traditionell spielt die Filmbildung eine wichtige Rolle – hier insbesondere die Seminare an Hochschulen und die unterschiedlichen thematischen Publikationen online (Filmrezensionen) und als Print. Im Spektrum der digitalen Kultur, in der die Bilder – verstärkt auch als Einzelbild im Internet - eine immense Rolle spielen, erfährt auch der Fotobereich für die Medienbildung insgesamt allmählich eine höhere Aufmerksamkeit, sicherlich auch ein Verdienst der kontinuierlichen Publikations- und Bildungsangebote des KJF in den vergangenen Jahren.

Die Bildungsangebote der im Auftrag des Bundesjugendministeriums durchgeführten Wettbewerbe dienten auch im Jahre 2013 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.

Aktivitäten

Fachtagungen und Seminare

Multimedia-Seminar „BilderBewegungBerlin“

Bei den Teilnehmenden des Deutschen Jugendvideopreises und des Deutschen Jugendfotopreises ist das in Zusammenarbeit mit dem wannseeFORUM Berlin seit vielen Jahren angebotene Seminar besonders beliebt. Es fand vom 27. Juli bis 3. August 2013 unter dem Motto „Zeitzone“ statt. Die Arbeitsinhalte bezogen sich im filmischen Bereich auf experimentelle Inszenierung, im Fotobereich auf digitales Storytelling und inszenierte Fotografie (schwarzweiß/analog). Im Rahmen des Seminars wurden auch die KJF-Medienwettbewerbe sowie die Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten im Filmbereich vorgestellt; hierfür konnte der Filmemacher Axel Ranisch, ehemaliger Preisträger beim Deutschen Jugendvideopreis und bei Video der Generationen, gewonnen werden. Die Ergebnisse sind auf der Website des wannseeFORUMs veröffentlicht.

Der Bildungshintergrund der Teilnehmenden wurde nicht systematisch abgefragt. Durch Gespräche und die Vorstellungsrunde ergab sich jedoch das Bild, dass der größte Teil noch zur Schule ging bzw. diese gerade beendet hatte und vor dem Beginn eines Studiums stand. Zwei Teilnehmer befanden sich in der Berufsausbildung, einer besuchte eine Förderschule. Die aus unterschiedlichen Lerngeschwindigkeiten resultierenden Herausforderungen wurden durch die Arbeitsgruppen aufgefangen. Von Seiten der Seminarleitung hatte ein Vorgespräch mit der Mutter des Förderschülers stattgefunden, um gemeinsame Lernsituationen besser gestalten zu können. Auch der Migrationshintergrund wurde nicht speziell abgefragt, Gespräche dazu ergaben sich eher informell. Zwei Teilnehmerinnen stammten aus Afghanistan, vier Teilnehmende hatten einen osteuropäischen Migrationshintergrund, eine Teilnehmerin einen asiatischen Familienhintergrund, eine Teilnehmerin einen arabischen. Damit nahm der Anteil der Teilnehmenden aus Familien mit Migrationserfahrungen im Vergleich zu den Vorjahren zu.

Seminare an Hochschulen und Universitäten

21. bis 25. Januar **„Anime Filme“**

Hochschule für Sozialwissenschaft Köln

Dozenten: Prof. Dr. Angela Tillmann, Christian Exner KJF

„Anime“ steht für Animationsfilme made in Japan – Filme, die bei Kindern und Jugendlichen deutlich populärer sind als bei Erwachsenen. Das Seminar nahm Highlights und Kernstücke japanischer Animationskunst unter die Lupe. Es ging dabei der Frage nach, welche Stoffe und Gestaltungsweisen die besondere Jugendaaffinität von Animes ausmachen. Es beleuchtete auch jugendkulturelle Begleiterscheinungen wie J-Rock, Cosplay oder Manga-Conventions von denen das Interesse an Anime eingerahmt wird. Speziell zu Jugendsubkulturen rund um Anime referierte als Veranstaltungsgast die Erziehungswissenschaftlerin Friederike von Gross, die die Anime- und Manga-Kultur als ein informelles Lernfeld für Jugendliche absteckte.

4. bis 7. Februar **„Der skandinavische Kinderfilm“**

Universität Bielefeld – Fachbereich Pädagogik

Dozenten: Prof. Dr. Uwe Sander, Friederike von Gross, Christian Exner

Der Ruf des skandinavischen Kinderfilms ist legendär: Ronja Räubertochter oder Peterson und Findus sind international so populär wie Möbel von Ikea. Was genau macht die ungebrochene Qualität der Kinderfilme aus Dänemark, Schweden oder Norwegen aus? Wie setzen sie Kinder als Protagonisten in Szene, wie gehen sie auf die Medienbedürfnisse des jungen Publikums ein und wie inszenieren sie soziale Erfahrungen? Diesen Fragen widmet sich das Filmseminar anhand eines Querschnitts neuerer preisgekrönter Werke jenseits von Astrid Lindgren.

22. bis 25. Juli **„Rausch und Realität“**

Universität Bielefeld – Fachbereich Pädagogik

Dr. Ivonne Niekrenz, Universität Rostock, führte als Expertin zum Thema Rausch im Jugendalter zur Eröffnung des Seminar mit einem Vortrag in das Thema ein.

Grenzerfahrung, Erlebnishunger, Genussucht – unter diesen Aspekten bietet das Thema Drogen viel Stoff für rauschhafte Filme. Zugleich erzählen nicht wenige Filme, das Drama der Abhängigkeit, des Verfalls und der Entpersönlichung bis zum bitteren Ende.

Das Seminar thematisierte den Umgang mit Drogen in jugendaffinen Filmen und ging den Fragen nach, in welche sozialen, politischen und persönlichen Kontexten Drogenkonsum und Drogenerfahrungen gestellt werden.

Dr. Ivonne Niekrenz von der Universität Rostock führte als Expertin zum Thema Rausch im Jugendalter zur Eröffnung des Seminars mit einem Vortrag in das Thema ein.

03. April **Präsentation des DJVP**

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Das KJF kooperiert seit vielen Jahren mit der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. Auch im Jahr 2013 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 2013 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.

Publikationen

Filmkritiken

Ein Schwerpunkt der Publikationstätigkeit des KJF ist traditionell der Filmbereich. Hier stehen die vielfältigen und mit ca. 650 Filmbesprechungen jährlich auch zahlreichen Rezensionen zu Kinder- und Jugendfilmen auf den Online-Portalen des KJF (www.top-videonews.de und www.kinderfilmwelt.de) im Mittelpunkt. Sie werden von einem erfahrenen Autorenstamm verfasst und redaktionell im KJF bearbeitet. Hinzu kommen neue bzw. aktualisierte Filmempfehlungslisten zu Themen wie „Rechtsextremismus“, „Anime“ und „Comicverfilmungen“.

„ZOOM 12: Bilder & Projekte“ - Dokumentation des Deutschen Jugendfotopreises

Die ZOOM-Ausgabe präsentiert die besten Bilder des Deutschen Jugendfotopreises 2012. Die Teilnehmer/innen konnten die Dokumentation kostenlos erhalten – als Dank für ihr Mitmachen und als Motivation für den nächsten Wettbewerb. Für den allgemeinen Vertrieb zeichnete der Kopaed-Verlag verantwortlich. Das Buch zeigt, wie Kinder Fotografie als Ausdrucksmittel entdecken und Jugendliche und junge Erwachsene ihren eigenen, ganz besonderen Stil entwickeln. Das Spektrum der Arbeiten reicht vom analogen Camera-Obscura-Bild über digitale Experimente bis zum künstlerisch gestalteten Fotobuch. Thematisch steht die Gedanken- und Gefühlswelt junger Menschen im Mittelpunkt. Wie inszenieren sie ihren Alltag, wie dokumentieren sie ihr Umfeld? Wie ist ihre Befindlichkeit? ZOOM 12 bietet faszinierende Bilder und motiviert zur Umsetzung persönlicher Sichtweisen jenseits des konventionellen Bilderstroms. In ergänzenden Textbeiträgen werden Methoden vorgestellt, wie fotopädagogische Projekte erfolgreich und mit großem Spaßfaktor und Erkenntnisgewinn realisiert werden können. ZOOM 12 richtet sich an alle, die sich für die junge Fotografie mit ihren besonderen Themen und Formensprachen interessieren. Herausgeber: Carsten Eisfeld und Jan Schmolling / Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland, 88 Seiten, Format: 21x28 cm, ca. 200 Fotos; kopaed München; ISBN 978-3-86736-292-4

MedienConcret 2013 „Sex & Crime – Medienpädagogik zwischen Lust und Grauen“

Das Fachmagazin MedienConcret verbindet Theorie und Praxis und bietet (angehenden) Pädagogen, Eltern und Medieninteressierten ein lebendiges, praxisnahes und fachlich inspirierendes Forum der Medienpädagogik. Jede Ausgabe der seit Jahren etablierten und seit dem Jahr 2008 gemeinsam von KJF und jfc Medienzentrum Köln herausgegebenen Schriftenreihe beschäftigt sich in Hintergrundartikeln, Praxisberichten und einem umfangreichen Serviceteil mit einem jeweils aktuellen Thema aus dem Spektrum der Medien, die Kinder und Jugendliche nutzen.



Die Ausgabe 2013 befasste sich mit dem etwas spektakulär anmutenden, gleichwohl für die Lebenswelt von Heranwachsenden bedeutsamen Themenfeld von Sexualität und Gewalt. ‚Sex & Crime‘ sind in der heutigen Medienwelt allgegenwärtig und auch Jugendliche können problemlos darauf zugreifen. Zwischen Erotik und Hardcore-Porno, zwischen Krimi und Gewaltexzessen liegen auch für Heranwachsende mitunter nur wenige Klicks. In der Werbung, der Pop-Kultur und in Casting-Shows begegnen Jugendliche einer zunehmend sexualisierten Medienwelt – und das in einer Lebensphase, in der die sexuelle Identitätsfindung und das Entdecken der eigenen Lust eine zentrale Rolle spielen. Mit der Sexualisierung der Medien- und Alltagswelt

sind zudem neue Formen von Gewalt entstanden: Cyber-Mobbing, „Happy Slapping“, sexuelle Belästigung in Chats oder die missbräuchliche Weitergabe intimer Fotos. Wie wirken solche Darstellungen auf sie und wie gehen sie mit den vielfältigen Herausforderungen um?

Jugendliche werden nicht nur unabsichtlich mit Sex & Crime konfrontiert, sondern handeln auch absichtsvoll: sie konsumieren Pornografie, Gewaltszenen werden per Smartphone verbreitet und in „Ballerspielen“ wird umgienetet und „geloetet“ was das Zeug hält. Führt dies zu einer Verrohung der „Generation Porno“, wie manche reißerischen Medienberichte vermuten lassen? Erkenntnisse aus der Jugendforschung geben Anlass zu vorsichtiger Entwarnung: Die meisten Heranwachsenden kommen mit diesem Phänomen der Medienwelt relativ gut zurecht, sie wissen Fiktion und Realität klar zu unterscheiden. Gewaltszenen dienen der Kanalisierung von Emotionen, sexualisierte Inhalte werden auch zur Selbstaufklärung genutzt, soziale Netzwerke fungieren als Probestühne, um die eigene Wirkung zu testen. Mädchen inszenieren sich gerne in lasziven, Jungen in martialischen Posen. Doch welchen Effekt Sex- und Gewaltdarstellungen auf den Einzelnen haben, hängt letztlich immer von einer Vielzahl von Einflussfaktoren ab.

In dem Themenheft wurden diese Fragen aufgegriffen und für einen verantwortungsbewussten Umgang mit medialen Darstellungen zu Sex und Gewalt sensibilisiert. Es werden Wege aufgezeigt, wie Eltern und Pädagogen junge Menschen sinnvoll begleiten und sie dabei unterstützen können, mit solchen Herausforderungen der Medienwelt selbstbewusst und selbstbestimmt umzugehen. Denn juristische und technische Maßnahmen, die vor Gewaltdarstellungen und Pornografie schützen, stoßen angesichts der sich rapide weiterentwickelnden Möglichkeiten schnell an ihre Grenzen. Auch deshalb liegt der pädagogische Fokus auf einer verantwortungsvollen subjektorientierten Begleitung der Heranwachsenden. Es gilt, ihre Medienkompetenz sowie ihre Urteils- und Empathiefähigkeit zu stärken und sie dabei zu unterstützen, Vertrauen in ihre Bedürfnisse und Gefühle zu entwickeln.

In der aktuellen MedienConcret mit 21 Beiträgen werden Impulse und Materialien für Medienarbeit und Sexualpädagogik geboten, es wird nach den Risiken für Kinder und Jugendliche gefragt und die Ergebnisse der Jugendforschung zur Gefährdungsdebatte diskutiert. Zugleich werden die Botschaften von Sex & Crime in den Medien beleuchtet und nach der Ursache für das Interesse junger Menschen an derartigen Inhalten gefragt. Internet-Plattformen werden ebenso unter die Lupe genommen wie soziale Netzwerke, Games, TV- und Kinofilme sowie Popkultur. Beispiele aus der pädagogischen Praxis dokumentieren, wie Jugendliche in Filmprojekten ihre Erfahrungen mit Sex und ihren Umgang mit Pornografie reflektieren, und zeigen neue Wege für die pädagogische Mädchen- und Jungenarbeit auf. Nicht zuletzt werden wie immer themenbezogene Materialien und Links vorgestellt.

Neben Experten aus den Bereichen Medien-(Pädagogik), Film, Fernsehen und Literatur konnten aus dem Umfeld des KJF Prof. Ralf Vollbrecht für den Beitrag „Jugend in Gefahr – Gefährdungsannahmen, Debatten und pädagogische Herausforderungen“ (gemeinsam mit Christine Dallmann) sowie Werner C. Barg zum Thema „Künstlerische Provokation oder kommerzielles Kalkül – Gedanken zur Schaulust von Sex und Gewalt im Kino“ gewonnen sowie eine großformatige Anzeige zu Top-Videonews platziert werden.

Digitale Kreativität

Im BKJ-Jubiläumsmagazin „Kulturelle Bildung - Reflexionen. Argumente. Impulse - 50 Jahre BKJ“ (Hg. Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V.) erschien ein kleiner Beitrag von Eva Bürgermeister zu Grundsätzen der Kulturellen Medienbildung im Kontext der BKJ, der auf dem Positionspapier aus dem Jahr 2011 fußt.

Krass & Crazy – 50 Jahre Jugendkultur. Ein Fotofilm

Im Rahmen des Programms der Festveranstaltung der BKJ in der Akademie der Künste in Berlin hat das KJF einen Fotofilm präsentiert, der 50 Motive zu 50 Jahren Jugend-Foto-Kultur aus dem Archiv des Deutschen Jugendfotopreises mit insgesamt über 10.000 Bildern zeigte. Studentenprotest, Flower-Power, Gender-Trouble, Attac-Bewegung, Kinderblicke, Beziehungen, Bilder von Suche, von Heimat, Aufbruch und Rebellion, Spaß und Trash, Glück und Liebe sind nur einige Themen, die sich in zeittypischen Fotografien von Jugendlichen aus 5 Jahrzehnten widerspiegeln. Musikalisch untermalt wurde die Filmvorführung live von dem Beatbox-Orchester Berlin Massive. Der Fotofilm ist veröffentlicht unter <http://www.jugendfotopreis.de/basics/chronik.htm>

Ergebnisse, Schlussfolgerungen und Perspektiven

Die verschiedenen Veranstaltungen, die immer in Kooperation mit kompetenten Partnern durchgeführt wurden, haben sich bewährt und stießen allesamt auf großen Zuspruch. Sowohl hinsichtlich der organisatorischen und inhaltlichen Kooperationen mit den jeweiligen Partnern als auch mit Blick auf die pädagogischen Zielsetzungen und die gewünschten Zielgruppen sind die Kooperationen erfolgreich verlaufen. Sie werden fortgesetzt bzw. erweitert und ergänzt werden. Für die Perspektive ist der weitere Ausbau der Bildungsinitiative Kinder- und Jugendfotografie von Bedeutung, die das KJF gemeinsam mit Partnern im Jahr 2008 mit einer Tagung in Berlin Veranstaltung initiiert und kontinuierlich weitergeführt und in den Fokus der medienpädagogischen Praxis gerückt hat. Für 2014 ist eine Publikation zu dem komplexen Handlungsfeld sowie erneut eine Tagung in Kooperation mit der Akademie Remscheid mit Vorträgen, Workshops und Projektpräsentationen geplant. Diese wird das 175-jährige Bestehen der Fotografie zum Anlass nehmen, um die jeweiligen Verankerungen der Kinder- und Jugendfotografie im Bildungsbereich zu diskutieren und Methoden für gelingende Methoden vorzustellen. Allerdings wird zu prüfen sein, wie eine Veranstaltungsform zu konzipieren ist, die die Arbeitsfelder der Wissenschaft und Forschung und Praxis in schulischen und außerschulischen Bereichen in einer stimmigen Form vereint. Für die Seminararbeit mit Jugendlichen könnte der Fokus verstärkt auf die zunehmenden Überschneidungen der Bereiche Fotografie und Film gelegt werden.

Im Vertrieb für die MedienConcret stand im Jahr 2013 die Ausgabe zum Thema „Kinder und Medien“ im Mittelpunkt, die sich wie erwartet als das bislang am meisten nachgefragte Themenheft erwies. Zum Erfolg wird neben dem grundsätzlich populären Themenfeld und den verstärkten Anstrengungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit auch die Akzeptanz der neuen Website beigetragen haben. Für die MedienConcret sind die Überlegungen für eine Internet(-Teil-)Ausgabe noch nicht abgeschlossen, da sich das Lese- und Abonnementverhalten erkennbar verändert.

Insgesamt wird das Handlungsfeld ‚Bildungsarbeit‘ angesichts der schnellen und

tiefgreifenden gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen und der damit verbundenen vielfältigen Herausforderungen für alle mit dem Heranwachsen von Kindern und Jugendlichen befassten Personen - bezogen auf Medien und Bildung - wichtig bleiben.

Institutionelles / KJF

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 des Kuratoriums:

Hans-Peter Bergner, Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
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
Anke Mützenich, Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des
Landes NRW

Kuratoriumssitzungen:

28. Juni 2013 im LVR-Zentrum für Medien und Bildung, Bertha-von-Suttner-Platz 1,
40227 Düsseldorf
4. – 5. Dezember 2013 in der Akademie Remscheid, Küppelstein 34, 42857 Remscheid

Personal

Im Personalbereich sind an zwei Positionen Veränderungen erfolgt. Natália Wiedmann hat zu Beginn des Jahres die wissenschaftliche Leitung des Bereichs Kinderfilmwelt sowie die Verantwortung für den Bundeswettbewerb Deutscher Multimediapreis mb21 übernommen. Nach einer Umstrukturierung im Bereich der Sachbearbeitung wurde die Stelle von Frau Kümpel mit Frau Rossa besetzt, die nun als Assistentin der Leitung für diverse zentrale Aufgabenbereiche zuständig ist und die Öffentlichkeitsarbeit für die allgemeinen Aktivitäten des KJF unterstützt.

Leitendes / Wissenschaftliches 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
Natália Wiedmann, Wiss. Päd. Mitarbeiterin, Kinderfilmwelt, Deutscher
Multimediapreis für Kinder und Jugendliche mb21

Verwaltung

Anja Drees-Krampe, Sachbearbeitung, Veranstaltungsmanagement
Ariane Kumpel / Nicole Rossa, Sachbearbeitung, Allg. Fachaufgaben
Martina Ledabo, Sachbearbeitung, Wettbewerbsorganisation
Ursula Stachuletz, Sachbearbeitung, Top Videonews, Kinderfilmwelt
Heike Stäblein, Mitarbeiterin, Text- und Datenverarbeitung
Ute Cabibi, Mitarbeiterin, Archiv
Andrea Mittelbach, Mitarbeiterin, Top Videonews, Kinderfilmwelt
Heinz Christ, Mitarbeiter, Technik, Archiv
Brigitte Langbein, Mitarbeiterin, Buchhaltung
Christiane Wehn, Sachbearbeitung

Praktikanten 2013

Jan Noyer – Top Videonews / Kinderfilmwelt
Marvin Rodemann – Kinderfilmwelt / Deutscher Multimediapreis mb21
Esther Yen – Kinderfilmwelt

Die regelmäßigen Mitarbeiterbesprechungen zur Organisation und Abstimmung in den Fachbereichen mit allen Mitarbeitern und Praktikanten haben sich bewährt und wurden auch in diesem Jahr fortgeführt. Ebenso die in größeren Abschnitten stattfindende Runde der Sachbearbeiter mit der Leitung zur Klärung zentraler organisatorischer und verwaltungstechnischer Aufgaben. Auch die wissenschaftlichen Mitarbeiter trafen sich in größeren Abständen zu Klausursitzungen (Jour Fixe), um die allgemeine Strategie des KJF und die zentralen Fragen aus den einzelnen Fachbereichen und der Öffentlichkeitsarbeit zu behandeln.

Technik

Das KJF konnte im Jahre 2013 zentrale Komponenten bei der Hard- und Software erneuern. Das betraf insbesondere auch den Server, der nun wieder die erforderliche Größe und Datensicherheit bietet und mit der Software der Arbeitsplatzrechner kompatibel ist. Zudem wurden mehrere Desktop-Rechner ersetzt, da ihre Kapazität nicht mehr ausreichte. Ebenso wurde die Adressdatenbank technisch überarbeitet, sodass sie wieder an allen Arbeitsplätzen genutzt werden kann. Die Office-Software wurde an den meisten Arbeitsplätzen harmonisiert. Für die verlässliche Sicherung der Preisträgerfilme der Videowettbewerbe wurde eine separate Archivierungstechnik eingerichtet.

Fortbildung

Aufbauend auf das Kommunikationstraining aus dem vergangenen Jahr fanden im Jahr 2013 unter der Anleitung von Frau Armbruster aus Köln zwei vertiefende Schulungen zu den Themenfeldern Kommunikation und Konfliktmanagement statt. Der erste Termin beinhaltete die Überprüfung der Umsetzung der gelernten Inhalte aus der vorhergehenden Sitzung im Jahr 2012. Frau Armbruster wohnte einer Teamsitzung bei und besprach im Anschluss mit allen beteiligten Mitarbeitern ihre Eindrücke. Erfahrungen wurden ausgetauscht und diskutiert und es zeigte sich, dass die Mitarbeiter den Teamsitzungen und auch dem täglichen Miteinander eine hohe Qualität zusprechen.

Der zweite Termin hatte ‚konstruktive Konfliktlösungsstrategien‘ und ‚Interaktion durch Improvisation‘ als Schwerpunkte. Auch dieser Termin wurde von den Mitarbeitern sehr positiv angenommen und unter der kompetenten und anregenden

Anleitung von Frau Armbruster wurde mithilfe von Improvisationsszenen ein breites Spektrum an ‚Konfliktsituationen‘ angesprochen.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil der vielfältigen Arbeit des KJF. Sie erfolgte über genau zugeschnittene Medienansprachen, seit einigen Jahren neben dem Print-Bereich auch online mit Schwerpunkt Social Media. Gerade für die Medienwettbewerbe sind die Aktivitäten auf den Social Media Kanälen von zentraler Bedeutung und wachsen weiter, denn die kontinuierliche Kommunikation und Dialogbereitschaft im Netz wird von Jugendlichen erwartet und ganz selbstverständlich genutzt. Durch das Weiterposten der Infos aus dem KJF erreichten die Wettbewerbe einen besonders großen Kreis potentieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Gute Resonanz auf die Wettbewerbsangebote gab es auch bei den Portalen des Bundes (www.bmfsfj.de u.a.) sowie den Jugend- und Schülerportalen der Bundesländer. Aber auch die filmspezifischen Portale wie z.B. www.filmfestivals4u.net hatten einen großen Anteil bei der Öffentlichkeitsarbeit für die Wettbewerbe.

Die Website des KJF als das zentrale Organ für alle Aktivitäten wurde regelmäßig gepflegt und mit aktuellen Informationen sowie Filmtipps aus den Online-Redaktionen und Veranstaltungshinweisen versehen.

Der Printbereich mit Flyern, Katalogen, Printanzeigen und Programmheften spielte für die (z.T. vertiefende) Kommunikation immer noch eine große Rolle. Diese werden sowohl versandt als auch bei (medien-)pädagogischen Veranstaltungen für Interessierte ausgelegt. Die Berichterstattung über das KJF wird sorgfältig dokumentiert, so dass der wieder beeindruckende Pressespiegel des Jahres 2013 die Wirksamkeit unserer Aktivitäten unter Beweis stellt. Er zeigt im Übrigen auch, dass die Presseberichterstattung zunehmend online erfolgt.

Zur weiteren Optimierung der Zielgruppenansprachen wurde das KJF auch in diesem Jahr punktuell durch PR-Agenturen beraten und unterstützt. Da der Filmbereich immer noch ein ganz zentrales Aufgabenfeld im KJF ist, beteiligte sich das KJF gemeinsam mit anderen wichtigen Organisationen im Bereich Kinder- und Jugendfilm an der Ausrichtung des Empfangs der Kinderfilmszene im Rahmen der Berlinale.