

*Warum ist Filmbildung wichtig, und wo liegen die Chancen und Herausforderungen von Filmbildung in D.?*

Aus Sicht einer Kinobetreiberin ist Filmbildung wichtig, um Kinder und Jugendliche auch zukünftig für ein breites, vielschichtiges Filmangebot zu interessieren. Ohne dass Verständnis und Interesse geweckt und fundiert gefördert werden, besteht für die Kinos (sowie alle, die in der Folge daran hängen) die Gefahr, dass nicht "offensichtliche" Filme und Themen immer weniger Beachtung finden und gegenüber den wenigen echten Blockbustern, die jetzt schon einen großen Teil des Angebot fast alleine bestreiten, noch mehr in den Hintergrund treten.

Chance ist, das zukünftige Publikum „heranzuziehen“, größte Herausforderung ist, dies nicht mit dem erhobenen Zeigefinger zu tun sondern wirklich für das Medium Film und Kino zu begeistern.

*Partnerschaften zwischen Bildungsorganisationen und Filmwirtschaft: Wie lässt sich der Ist-Zustand beschreiben?*

Einzelne Kinobetreiber haben im Laufe der Zeit gute Kontakte zu Schulen, Lehrern und Bildungseinrichtungen aufgebaut & bedürfen nicht unbedingt organisatorischen Hilfe. Einem Großteil der Kinos ist dieser Bereich noch fremd. Von der „Gegenseite“ werden Kinos oft als kommerzielle, abzockende Betriebe gesehen, die liebend gerne kommerzielle Werbung in Schulen schleusen möchten, um den armen Kindern das Geld aus der Tasche zu ziehen (etwas überspitzt...)

Meine persönliche Meinung: bis auf Ausnahmen existiert auf beiden Seiten zu wenig Wissen um die gegenseitigen Umstände, Zwänge und Bedürfnisse. Dieser Kongress zeigt: wir sind auf dem richtigen Weg.

*Welche Synergieeffekte können sich aus einer Zusammenarbeit von Bildungseinrichtungen, Kinder- und Jugendmedien und Filmwirtschaft ergeben?*

Ein (zugegeben nicht sehr kreatives) praktisches Beispiel zum Thema Schulvorstellungen: wenn ich als kommerzielles Kino einen Film mit Regisseurbesuch oder zu einem bestimmten Thema oder anlässlich eines bestimmten Tages/Termins anbiete, kann ich mit ein bis zwei Schulklassen höchstens rechnen. Wenn eine Institution wie das HELP (Hessisches Landesinstitut für Pädagogik bzw. jetzt deren "Nachfolger") zum Holocaust Gedenktag zu uns ins Kino einlädt, erscheinen bis zu 700 Schüler an einem Vormittag. Tatsächlich nutzen beide Veranstalter dieselben Verteiler... die Informationen des Kino kommen als Werbung an, die Infos des HELP werden als Bildungsangebot wahrgenommen.

Je mehr als kompetent empfundene Institutionen bei den Interessierten auf das Kino hinweisen, desto mehr wird Kino und Film als ernstzunehmender Unterrichtsergänzung wahrgenommen.

*Inwiefern sind Sie auf Zusammenarbeit mit anderen Institutionen/Unternehmen angewiesen?*

Mir persönlich (und so wird es vielen Kinokollegen gehen) fehlt die fachliche Kompetenz, um medienpädagogische Arbeit zu leisten. Daher kann ich zwar Referenten ein exzellentes Umfeld bieten und Veranstaltungen initiieren, diese aber selbst nicht inhaltlich ausfüllen.

Außerdem benötigt ein kommerzielles Kino einen „Türöffner“ um Angebote „ungestraft“ auch in Lehrerzimmern und bei Direktoren bekannt machen zu können.

Finanzielle Unterstützung für besondere Angebote bzw. Entgegenkommen von Filmverleihfirmen bei Mindestgarantien und Sonderanfragen sind ebenso hilfreich bzw. nötig.

*Mehr Geld für Film und Bildung: Wie können Projekte an Förderungen kommen, wie müssen sich die Rahmenbedingungen in der Filmwirtschaft ändern?*

Zu ändernde Rahmenbedingungen:

- Kinos brauchen "Türöffner" um Kontakt zu bekommen, um aus der Werbeecke herauszukommen
- Kinos brauchen leichten Zugriff auf gefragte Filme (Rechteverfügbarkeit, DVD Vorführung)
- Erleichterungen bei Mindestgarantieren, wenn mal eine kleinere Gruppe kommen möchte
- Verständnis auf Schul-Seite, dass Eintrittspreise nicht immer auf 3 Euro sein können
- keine Einschränkungen der Filmverleiher bei Preisgestaltung
- nachhaltiges Fortbildungsangebot, das die Kinos anbieten können, sollte verfügbar sein