



## Dokumentation

---

### Podium III Kino und Film gestern, heute, (über-)morgen - Chancen und Perspektiven für die Filmvermittlung durch Wandel

Donnerstag, 8. Dezember 2016, 11:00 - 12:30 Uhr

<b>PODIUM III KINO UND FILM GESTERN, HEUTE, (ÜBER-)MORGEN - CHANCEN UND PERSPEKTIVEN FÜR DIE FILMVERMITTLUNG DURCH WANDEL .....</b>	<b>1</b>
<b>1. ÜBERBLICK .....</b>	<b>2</b>
<b>2. THESENPAPIER VON PROF. DR. JAN DISTELMEYER .....</b>	<b>2</b>
<b>3. THESENPAPIER VON ERWIN M. SCHMIDT .....</b>	<b>3</b>
<b>4. BERICHT – PODIUM III KINO UND FILM GESTERN, HEUTE, (ÜBER-)MORGEN - CHANCEN UND PERSPEKTIVEN FÜR DIE FILMVERMITTLUNG DURCH WANDEL .....</b>	<b>4</b>

Diskussion:

**Prof. Dr. Jan Distelmeyer**, Medienwissenschaftler an der Fachhochschule Potsdam/Universität Potsdam (Europäische Medienwissenschaft)

**Christian Pfeil**, Kinobetreiber, u.a. ino im Schillerhof, Jena und Metropol, Gera

**Dr. Jan Ole Püschel**, Ministerialdirigent, Gruppenleiter Medien und Film; Internationales bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien

**Erwin M. Schmidt**, Cinemathon

**Yasemin Şamdereli**, Regisseurin

Moderation: **Frank Völkert**, stellvertretender Vorstand der Filmförderungsanstalt

Bericht: **Theresia Zimmermann**

## 1. Überblick

Die fortschreitende Digitalisierung und Konvergenz der Medien verändern die Sehgewohnheiten und Rezeptionsweisen aller, vor allem jedoch jüngerer, besonders medienaffin geltender Zuschauer/innen. Gerade für diese Zielgruppe(n) eröffnet die Digitalisierung der Medien neue Möglichkeiten der Filmrezeption und -aneignung. Der Medienwandel erfasst das Kino als Ursprungsort der bewegten Bilder nicht allein in medientechnikgeschichtlicher Perspektive. Durch transmediales Storytelling beeinflussen neue populäre Medienformate wie etwa Games die Art und Weise, wie Geschichten in bewegten Bildern erzählt werden. Gleichzeitig behauptet das Kino als Ort gemeinschaftlichen Filmerlebens noch immer sein soziokulturelles Plus mit der ihm eigenen Form des Erzählens, mit emotional berührenden Geschichten, Identifikation stiftenden Protagonisten und unvergleichlichen Bildkompositionen auf der großen Leinwand. Mit innovativen Konzepten versuchen Kinobetreiber/innen, Kurator/innen besonderer Filmreihen im Kino, Schulkinoveranstalter etc. ihrem Publikum historische wie aktuelle Themen nahezubringen. Damit unterstreichen sie die Möglichkeiten zeitgemäßer Filmvermittlung im Kino durch Wandel. Vor diesem Hintergrund sollen die Zukunft des Kinos, seine gegenwärtige wie zukünftige Bedeutung im Verbund anderer Medien diskutiert werden. Im Hinblick auf die schulischen wie außerschulischen Bildungsmöglichkeiten mit Filmen im Kino soll danach gefragt werden, welche zukunftssträchtigen Konzepte es hier gibt bzw. geben sollte.

## 2. Thesenpapier von Prof. Dr. Jan Distelmeyer

Hier laufen (mindestens) drei Fragen zusammen, die jede für sich reichlich Stoff für Diskussionen bietet. Sie zunächst zu trennen – obwohl sie sich berühren und zum Teil auch wechselseitig beeinflussen – scheint mir ein guter Weg zu sein, gerade um dann die Zusammenhänge genauer zu betrachten zu können.

Was, das wäre die erste Frage, verbirgt sich hinter dem so aufgeladenen Schlagwort der Digitalisierung? Welche Vorstellungen sind damit verbunden? Worauf soll da reagiert werden, wenn die Gegenwart und Zukunft mit Digitalisierung assoziiert wird? Sich dazu zu verhalten,

ist deshalb wichtig, weil „digital“ heute einer der wirksamsten mythischen Begriffe ist, in dem eine Reihe von Versprechungen und Ängsten zusammenlaufen. Die mit dem mythischen Begriff „digital“ assoziierten Versprechung und Ängste (z.B. Hoffnungen interaktiver Ermächtigung bzw. Sorgen maschineller Entmachtung, grenzenlose Universalität/Flexibilität, magische Immaterialität usw.) laden Diskussionen über Folgen „der Digitalisierung“ immens auf. Das ist umso genauer zu befragen, je alternativloser „die Digitalisierung“ erscheint und je flächendeckender wir uns darauf verlassen. Gerade der mit „digital“ beschriebene „Medienwandel“ muss, denke ich, genauer daraufhin befragt werden, welche Gebrauchsformen computerbasierte Medien anbieten und welche Beziehungen (nicht nur zur Technik, sondern auch zur damit zu regelnden Welt) damit nahegelegt und eingeübt werden.

Die zweite Frage betrifft das Kino. Auch hier hilft es, davon zu sprechen, was wir uns davon erwarten. Die so unterschiedlichen Formen des Kinos, die glücklicherweise (an einigen Orten) immer noch existierende Vielfalt von Off- und Laden-Kinos über Programmkinos bis hin zu Multiplex-Varianten, demonstrieren und zelebrieren unterschiedliche Spielformen. Wenn wir über die Zukunft des Kinos sprechen und Konzepte überlegen wollen, muss dann auch die Rede davon sein, was uns Kino überhaupt sein soll.

Und schließlich gilt diese dritte Frage natürlich auch für den Film und eine sich darauf ausrichtende Vermittlung. Die große Chance dieser durch das Schlag- und Druckwort „Digitalisierung“ erzeugten Dringlichkeit und eingebauten Aktualität („to be is to be updated“) besteht darin, dass wir uns fragen müssen, was da eigentlich unter Druck gerät. Film ist ein Medium in Bewegung. Filme testen und verschieben immer wieder ihre eigenen Grenzen und Traditionen, von denen das Erzählen von Geschichten nur ein Teil ist. Immer wieder neugierig darauf zu sein, was Film war, ist und sein kann, könnte gerade auch die Aufgabe von Filmvermittlung sein.

Ausgehend von diesen drei Fragen lassen sich sowohl Verbindungen zwischen historischen und aktuellen Entwicklungen (z.B. zwischen der 3D-Bewegung der 1950er Jahre und heute) ziehen als auch neuere Konzepte wie z.B. die „Second Screen Live“-Experimente von Disney oder die Kino-Variante von „Terror - Ihr Urteil“ zueinander in Beziehung setzen.

### **3. Thesenpapier von Erwin M. Schmidt**

#### Diskussionspunkte

- Kluft zwischen modernen Sehgewohnheiten (kurze, schnelle Inhalte) und klassischem Kinoformat (lang und langsam) wird immer größer
- Impact von Allgegenwärtigkeit von Technologie und consumer electronics
- Generationenkonflikt
- Top Down Verständnis bezüglich Film- und Medienbildung (Form des Erzählens, emotional berührenden Geschichten, Identifikation stiftender Protagonisten und unvergleichlicher Bildkompositionen auf der großen Leinwand)

- Findet Bottom Up in diesem Kontext überhaupt statt? Werden die jüngeren, medienaffinen Zielgruppen überhaupt nach ihren Bedürfnissen gefragt?
- Design Thinking
- Recherche vor Cinemathon Workshop:
  - Experience
  - Community
  - Agency

Metrics /Kennzahlen: wie wird der Impact / Erfolg der gegenwärtigen Filmvermittlung gemessen? Nach welchen Kriterien?

Aus Artikel „Teens, Whoe needs them“ von Mark de Quervain (Managing Director, Action Marketing Works; Mai 2015):

2006: Kinobesuch auf Platz 2 der Freizeitaktivitäten der Teenager (nach Freunden)

2014: Kinobesuch auf Platz 12 der Freizeitaktivitäten der Teenager (nach Musik, Internet, TV/DVD, Hobbies, Rumhängen mit Freunden, Bücher, Videospiele, Sport, Shopping Mals, Fast Food Restaurants, Jugendclubs)

Was bedeutet Innovation in diesem Zusammenhang?

Online / Offline Verständnis von Jugendlichen – kennen sie offline überhaupt noch?

Konvergenz von Internet, Film und Fernsehen ...

„Alter, ich habe seit drei Jahren nichts legales mehr gesehen!“ (2 Jungs im Park)

#### **4. Bericht – Podium III Kino und Film gestern, heute, (über-)morgen - Chancen und Perspektiven für die Filmvermittlung durch Wandel**

Frank Völkert, stellvertretender Vorstand der Filmförderungsanstalt FFA, begann den Impuls für das Podium mit einer Analogie: Lehrerinnen und Lehrer seien Regisseure ihres eigenen Unterrichts. An 200 Drehtagen im Jahr geben sie an verschiedenen Institutionen, die Goethe-Gymnasium oder Erich-Kästner-Grundschule heißen, Wissen, das er mit Kino verglich, an ihre Schüler/innen weiter. Dabei stellte er die Frage: „Was ist Kino und steckt Kino in einer Krise?“ Bereits seit 120 Jahren befinde sich Kino in einer Krise, es erfolge aber immer eine Neuerfindung des Kinos. In einem Exkurs zeigte Frank Völkert anhand eines Plakates der Internationalen Artistenloge und des Deutschen Musiker-Verbands die anfänglichen Bedenken gegenüber dem Tonfilm auf. Anlass war der 1927 erschienene Film „The Jazz Singer“, bei dem der Gesang erstmals über eine Tonspur hörbar war. Hier nannte er den Medienwandel als Schlagwort: Veränderte Präsentations- und Sehgewohnheiten forderten andere Medienformate. Film sei dabei immer Kultur- und Wirtschaftsgut geblieben. Die Veränderungen im Zuge des Medienwandels ließen sich aber für spartenübergreifende Projekte und cross-mediale Vermarktung nutzen.

Heute erfolge aber gerade die Mediennutzung Jugendlicher vorwiegend zeit- und ortsunabhängig. Wo findet Kino dort seinen Platz? Für Frank Völkert begründet sich die Bedeutsamkeit des Kinos in dessen Exklusivität. Hierzu führte er den Leitspruch der 2006 gestarteten Kampagne der deutschen Filmwirtschaft an: „Kino. Dafür werden Filme gemacht!“.

## **Bedeutung des Kinos**

Die Podiumsdiskussion wird mit der Frage nach der filmischen Sozialisation der Teilnehmenden eröffnet. Während die ersten gesehenen Kinofilme von der Horrorkomödie „Gremlins“ bis zum Märchenfilm „Der Hirsch mit dem goldenen Geweih“ reichten, fand sich ein Konsens in dem erlebten Besonderheitscharakter des Kinos: Sei es durch das Sparen auf das nächste Kinoticket oder dem anschließenden Austausch über den Film.

Die Bedeutung des Kinos für die Politik sah Dr. Jan Ole Püschel in dessen Funktion als kulturelles Erlebnis für alle. Es biete einen direkteren Zugang als andere Medien, für die erst Qualifizierungen erlangt werden müssten, wie beispielsweise die Lesekompetenz für die Rezeption von Büchern. Daher sollte Kino auch stärker in der Fläche erlebbar gemacht werden.

Christian Pfeil, Kinobetreiber (u.a. Kino im Schillerhof, Jena) antwortete auf die Frage, was Kino tun müsse, um im Wettbewerb mit anderen Anbietern, wie zum Beispiel Netflix, mithalten, dass sich Kino als Marktkonstante diesbezüglich keine Sorgen machen brauche, problematisch sei eher der Standortverlust der Kinos. Das Kino als niederschwelliges Angebot, das einen großen Nutzen für die gesamte Region biete, sei bedroht durch Baurecht und eine fehlende strukturelle Förderung. Es sei aber wichtig, dass man das Kino verstärkt anbiete. Er sieht es hier auch als Aufgabe der Lehrerinnen und Lehrer an, die Kinder ins Kino zu bringen, damit dieses für sie erlebbar wird.

Für Erwin M. Schmidt, Co-Founder des Cinemathons, steht die Erfahrung der Zuschauerin/des Zuschauers im Fokus, die unabhängiger vom individuellen Film werde und das Kino in einen Ort des kollektiven Erlebens wandle. Technische Mittel wirken dabei unterstützend für das kollektive Erlebnis.

## **Definition von Kino**

Bei der wissenschaftlichen Definition von Kino gehen die Meinungen laut Prof. Dr. Jan Distelmeyer auseinander: So könne man Kino als Bedingungsgefüge definieren und sich auf die Anordnung des Kinos fokussieren. Hier bestehe auch Ausbaubedarf der Filmbildung an den Hochschulen: Die Frage, als welches Bedingungsgefüge man Kino verstehen könne, bedürfe einer größeren Aufmerksamkeit. Man könne Kino ebenso aber auch als eine andere Definition des Sozialen verstehen. In diesem Zusammenhang stelle sich die Frage: Wie bekommt Kino Sichtbarkeit? Prof. Dr. Jan Distelmeyer bezog sich an dieser Stelle auf ein Zitat Walter Benjamins: Im Kino erlebe sich Masse als Masse.

## **Digitalisierung des Kinos**

Christian Pfeil sah in der nicht aufzuhaltenden Digitalisierung des Kinos den Vorteil, alle Filme in guter Qualität zeigen zu können sowie die Standardisierung und Vielfalt der Sprachfassungen. Besonders Vorführungen, bei denen Filme im Originalton gezeigt werden, sprächen ein ganz anderes Publikum an. Meist seien diese Vorführungen besser besucht als diejenigen, bei denen die synchronisierte Version des Films lief. Ein Problem sei jedoch, dass die Branche im Analogen stehen geblieben sei: So gebe es noch immer Schwierigkeiten bei der Zuteilung der Filme. Weiterhin sei durch die Digitalisierung der *cinema release* von Filmen sehr günstig geworden, wodurch sich die Startzahl von Kinofilmen mehr als verdoppelt habe.

## **Fernsehproduktionen im Kino**

Für Yasemin Şamdereli unterschied sich der Fernsehfilm vom Kinofilm dadurch, dass die Rahmenbedingungen des Fernsehens zu einer ganz anderen Arbeit mit dem Film führten. Bei der Umsetzung seien die Vorgaben der Redaktion und somit das entsprechende Sendeprofil sowie die Präferenzen der Kernzielgruppe zu beachten. Erst danach ließe sich schauen, ob die Produktion auch für das Kino geeignet sei.

## **Interaktivität des Kinos**

Im Oktober 2016 sendete die ARD eine interaktive Verfilmung des Theaterstücks „Terror“, bei dem die Zuschauer/innen über den Ausgang der Geschichte abstimmen konnten. Frank Völkert fragte die Teilnehmer/innen des Podiums, ob sie in dieser Form der Interaktion ein zukunftsfähiges Modell sähen.

Erwin M. Schmidt bezeichnete den Film „Terror“ als schlechtes Beispiel, denn dieses Prinzip der Interaktivität sei bereits ein „alter Hut“. Seiner Meinung nach würde es zu einem Anstieg der Techniknutzung kommen, aber nicht im Sinne der aktiven, sondern der passiven Interaktivität. Als Beispiel führte er eine Software der BBC an, bei der die feststehende Narration entsprechend des eingeloggtten Zuschauers/der Zuschauerin angepasst werde im Sinne eines anderen Gegenübers.

Für Christian Pfeil glich die dramaturgische Mitbestimmung einer Katastrophe, bei der Kino zur Daily Soap verkomme. Der/Die Zuschauer/in könne wie bei einem Spiel die Richtung bestimmen: Rechts oder Links; Liebe oder mehr Blut.

Prof. Dr. Jan Distelmeyer befürchtete bei dieser interaktiven Art des Kinobesuchs, dass es bei Mehrheitsbestimmung keinen Diskurs mehr geben könne.

Laut Yasemin Şamdereli müssten technische Möglichkeiten nicht immer zur Anpassung der Narration führen. Das klassische Erzählen habe hier nach wie vor seine Daseinsberechtigung, vielmehr könne man den technischen Fortschritt nutzen, um flexiblere Vorstellungszeiten zu schaffen.

### **Rolle des Kinobetreibenden**

Laut Christian Pfeil hätte das Kino komplett verloren, wenn der Kinobetreibende die Filme subjektiv auswählen würde. Die Imageschaffung des Kinos erfolge aber nicht nur durch die Auswahl des Programms, sondern auch durch die Funktionsfähigkeit und Gestaltung des Kinos. Ein Trend sei zudem die Eventisierung von Filmen: Eine Dokumentation könne man nicht mehr ohne entsprechende Moderation vorführen.

### **Filmvermittlung an Schulen**

In diesem Zusammenhang wurde auch die Bedeutung der Filmvermittlung in Schulen angesprochen. Christian Pfeil erwähnte die Möglichkeit des Angebots einer Dokumentarfilmschule. Ein Workshopangebot dabei lautete „Ich will wissen, was die Bilder mit mir machen.“

Auch für Prof. Dr. Jan Distelmeyer hört die Filmvermittlung nicht bei Kino auf. Es sei wichtig, dass Zusammenhangedenken und kritisches Bewusstsein vermittelt werden, sodass selbst Entscheidungen getroffen werden können.

Yasemin Şamdereli hatte die Vision, dass Schulen auch über eigene Kinos verfügen, sodass ein bewusstes Schauen der Filme sowie eine direkte Themenbehandlung ermöglicht werden können. Für Christian Pfeil sei das Zeigen von Filmen per Beamer im Klassenzimmer: „Nur eine Erinnerung an das, was der Film hätte sein können“. Wichtig sei die Filmbildung in Schulen, damit die Schüler ein Gefühl dafür bekommen wie „der Film arbeitet“. Eine andere Meinung war, dass Kino in der Schule nur die zweitbeste Lösung sei. Die Kinder sollten lernen, dass das Angebot Kino auch außerhalb der Schule nutzbar sei und es als kulturelles Angebot verstehen, für das es sich lohne Geld zu sparen.

### **Zukunft des Kinos**

Erwin M. Schmidt sieht das Cinemathon als Vehikel für angewandte Forschungsprojekte im Bereich Film. So wurde dort mithilfe der Design-thinking-Methode in einem Workshop der Frage nachgegangen: Wie kann man sich das Kino der Zukunft vorstellen? Die interdisziplinäre Arbeitsgruppe, die ebenfalls Personen zu ihrem Verhältnis zu Kino interviewte, kam dabei zu drei grundlegenden Erkenntnissen:

1. Die Zuschauer/innen wünschen sich ein Erlebnis.
2. Die Zuschauer/innen haben das Bedürfnis nach einer Community.
3. Die Zuschauer/innen haben das Bedürfnis nach Ansprache.

Anhand dieser Erkenntnisse erarbeitete die Arbeitsgruppe fünf Konzepte für die Gestaltung des Kinos der Zukunft.

Konsens des Podiums zur Frage nach der Zukunft des Kinos war, dass Kino auch weiterhin Bestand haben werde, nur werde eine stärkere Anpassung hinsichtlich der Bedürfnisse der Zuschauer/innen erfolgen. Wünschenswert sei außerdem eine professionelle Ausbildung für Kinoschaffende an Filmhochschulen, damit diese auf etwaige Fallstricke bei ihrer Arbeit vorbereitet werden.