

Protokoll der Ergebnisrunde des Table Talk „Kino jetzt erst recht – Zukunft der Filmbildung“ am 10.06.2021

In drei Round Table Sessions wurde der Ort Kino in neue Richtungen gedacht und eine mögliche Vision eines „Zukunftskinos für die Filmbildung“ entwickelt: Kino als Kulturort, als Begegnungsstätte, als Diskursraum, als Möglichkeitsraum.

Die Schwerpunkte der drei Diskussionsrunden waren:

1. Krise als Chance?!

Bedeutet die Streaming-Transformation die Fortsetzung der Kino-Krise oder kann Kino Ausdruck einer Zukunft sein?

2. Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

Wo und wie kann/soll/muss Filmbildung in der Kino-, Festival- und Kulturarbeit mitgedacht werden?

3. Kino-Visionen 2021

Was und wen braucht das Kino der Zukunft?

Die Gesprächspartner*innen waren:

„Kino als Gespräch“:

Petra Rockenfeller, *Filmpalast Oberhausen*

Luc-Carolin Ziemann, *Filmvermittlerin*

„Kino als Raum“:

Lisi Zeininger, *Architektin*

Holger Tepe, *City 46/Kommunales Kino Bremen*

„Kino als Organisation“:

Kathrin Bohm-Berg, *Multikulturelles Centrum Templin e.V./Netzwerk der Kinofrauen*

Felix Bruder, *AG Kino*

„Kino als Kulturort“:

Iris Praefke, *Movimento Berlin*

Ola Staszal, *Neiße Filmfestival Großhennersdorf*

"Europa als Kino":

Dimitra Kouzi, *Journalistin und Filmemacherin, KinderDocs, Greece*

Valeska Hanel, *Kinoleitung Neue Kammerspiele*

"Kino als Festival":

Nicola Jones, *Festivalleiterin Goldener Spatz*

Gudrun Sommer, *Leiterin doxs! dokumentarfilme für kinder und jugendliche, Duisburger Filmwoche*

Melika Gothe, *Berlinale Generation*

"Kino als digitaler Raum":

Mikosch Horn, *Cinemalovers*

Maya Reichert, *Projektleiterin DOK.Education*

"Kino als Geschäftsmodell?!":

Alexandre Dupont-Geisselmann, *Geschäftsführer farbfilm-verleih*

Astrid Muckli, *Kinobetriebe Muckli*

„Kino als Gespräch“

Petra Rockenfeller, *Filmpalast Oberhausen*
Luc-Carolin Ziemann, *Filmvermittlerin*

Krise als Chance?

Was können wir mitnehmen, um die Zeit nach der Krise (Gab es eine? Gab es keine?) besser zu gestalten?

- Kino auch im Digitalen verorten: Kino als Ort mit ins Digitale nehmen, um neue Räume zu schaffen, in denen man diskutieren kann; Räume, die demokratischer und nicht so hierarchisch auf die Projektion ausgerichtet sind.
- Wir schöpfen die Möglichkeiten der Digitalisierung noch gar nicht ganz aus. Beispiele:
 - Man kann den Film auch erst einmal sacken lassen und dann später mit digitalen Möglichkeiten zu einem Film arbeiten
 - man kann jetzt auf der digitalen Autobahn mit den Schüler*innen kommunizieren
- Wie können wir die Ideen, die jetzt entstehen auch mit in den Kinosaal nehmen?
 - Chatkommunikation nutzen, um es schüchternen Schüler*innen leichter zu machen
 - im analogen Raum: Fragen auf Zetteln einsammeln und Kommentare einholen (analog zu Kommentarfunktion im digitalen Raum)
 - Wurfmikro!

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Filmbildung ist Filmvermittlung: Filmbildung nicht nur auf Schulen reduzieren, sondern Kino als Gespräch größer denken
 - Auch das Kino und die Produktion in die Vermittlung einbeziehen (Behind the Scenes, etc.)
- Begleitmaterialien: Zu welchen Filmen wird Material erstellt?
 - Warum nur zu Fritz und nicht auch zu Inglourious Basterds?
 - Aufforderung, sich mehr zu trauen, provokantere Fragen zu stellen, um nicht nur eine „Aufhübschung eines Pressehefts“ zu haben
- „Tinder“-Gespräche: Neue Apps einbinden - Wie kann man miteinander ins Gespräch kommen? Kinos und Filmvermittler*innen finden sich nach dem Tinder-Prinzip

Kino-Visionen 21

- Die Kultur hinter der Kinokultur muss sichtbarer werden; die Ergebnisse müssen sichtbarer werden: Kino muss kommunizieren, was Filmbildung ist, Berichterstattung über Veranstaltungen (wenn es ein tolles Gespräch im Kino gab, muss das Kino dafür sorgen, dass auch Bilder davon nach außen dringen)
- Weg vom Gedanken, dass das Filmgespräch die Königsdisziplin ist: weitere Gesprächskulturen etablieren; Filmgespräch ergänzen durch Apps: direkt nach dem Film ein schnelles Feedback formulieren können; sich mit Videos zu Filmen ausdrücken
- Wunsch/Forderung: Filmvermittlung muss stetig sein, das heißt, stetig finanziert, stetig organisiert, stetig (ganzjährig) angeboten werden. Um die Leute zu binden, braucht es gute Rahmenbedingungen

„Kino als Raum“

Lisi Zeininger, *Architektin*

Holger Tepe, *City 46/Kommunales Kino Bremen*

- Erkenntnis: Es braucht nicht nur den Kinosaal, sondern auch einen zusätzlichen Raum für den begleitenden Austausch, für Seminare, etc.
- Darüber hinaus: Wichtigkeit des Foyers im Kino. Es fungiert **als Schnittstelle zwischen dem öffentlichen Stadtraum und dem Kinosaal**. Dieser "Zwischenraum" soll folgendes erlauben/anbieten:
 - **konsumfreie Zonen**, fürs Warten, Diskutieren, sich Informieren und Austauschen (oft dominiert die Gastronomie diese Bereiche. Hier müssen klare Grenzen gesetzt werden und Synergien ausgelotet werden (Öffnungszeiten, Kinoprogramm in der Speisekarte, geteilte Personalkosten,...))
 - **einen niederschweligen Zugang**
 - **barrierefrei sein**
- Im Zuge dessen wurde der **Kinoraum als demokratischer Raum** im städtischen Gefüge diskutiert und besprochen, dass die Ideen eines demokratischen Raums (wie er bereits in den Visionen der 60er und 70er Jahre vorgedacht wurde) mit den **neuen digitalen Möglichkeiten** und Techniken **erweitert gedacht werden muss**.

Weitere Ergänzungen folgen in Bälde.

„Kino als Organisation“

Kathrin Bohm-Berg, *Multikulturelles Centrum Templin e.V./Netzwerk der Kinofrauen*
Felix Bruder, *AG Kino*

Krise als Chance?

Es wurde ein eher optimistischer Blick in die Zukunft geworfen:

- Digitale Kommunikation als Chance: Kinoverbände und Kinos können sich leichter und besser vernetzen
- Nicht jede*r muss das Rad neu erfinden, wir können voneinander profitieren
- Krise ist lediglich ein Brennglas für das, was wir zuvor auch schon hatten: Streaming-Problematik war auch davor schon relevant, nun ist sie noch wichtiger geworden. Je spezifischer das Angebot, desto erfolgreicher ist es.

Kino = Raum der Demokratie

- die analoge Kultur ist ein Wert für die Demokratie: Man kann in einem geschützten Raum einen Diskurs führen, geschützt miteinander sprechen
- Kinos sind gesellschaftliche Orte, an denen sich Menschen verbindlich zu einem Thema austauschen und gemeinsam erleben. Das ist es, was Gesellschaft ausmacht
- Es entstehen immer mehr Parallelwelten: Kino hat dadurch nun noch eine höhere Funktion. Es kann die Leute zurückholen in die Gesellschaft, in einen gesellschaftlichen Raum

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Kuratorischen Film und Publikum zusammenbringen: Welches Programm erreicht Leute? Neugier auf andere Filme wecken!
- Das Kino stärker als Ort der Entschleunigung sehen, an dem konzentriert Filme geschaut werden können
- Problem mit der Finanzierung der film- und medienpädagogischen Leistung: Kinos haben große Schwierigkeiten, Filmbildungsangebote zu finanzieren.
- Fortbildung von Kinobetreiber*innen: Kinoleute müssen kompetenter werden: Zusammenarbeit mit kompetenten Leuten ist wichtig; Fortbildung von Kinobetreiber*innen

Kino-Visionen 21

Was braucht Kino?

- Finanzierungsmöglichkeiten für die aktive Programmarbeit schaffen! Hier braucht es Unterstützung! Filmbildung finanziert sich nicht über ein Schulkinoprogramm.

Welche Lücke kann Kino im städtischen Raum schließen?

- Popup-Kino aufbauen! Warum? Um Kino vom ökonomischen Druck zu befreien (Kinoräume sind teuer; freie Räume außerhalb nutzen, es braucht neue Lösungen!)

„Kino als Kulturort“

Iris Praefke, *Movimento Berlin*

Ola Staszal, *Neiße Filmfestival Großshennersdorf*

Krise als Chance?!

- These 1: Es gibt keine Krise, weil die Kinobesucherzahlen in den vergangenen Jahren stabil waren; nach der Pandemie wird es möglicherweise so weitergehen.
- These 2: Die Zukunft ist ungewiss. Der Kampf reale Leinwand vs. digitale Leinwand hat keinen klaren Ausgang und niemand im Moment weiß, wie es in Zukunft sein wird. Umso wichtiger ist es, dass alle Beteiligten (alle Verbände und Politik) gemeinsam darüber sprechen, wie aus der Krise eine Chance werden kann.
- In der Diskussion war aber klar, dass die bisherigen Kinogänger*innen wieder bereit sein werden in die Kinos zu gehen. Die Bereitschaft der Eltern und der Lehrkräfte im Bereich Kinderfilm und Filmbildung sind vorhanden. Dennoch besteht die große Gefahr, das junge Publikum für das Kino durch digitale Angebote zu verlieren.
- Problematisch ist allerdings die aktuell diskutierte Verkürzung der Auswertungsfenster - z.B. die Kinos brauchen Blockbuster, um kommerziell überleben zu können. Die Lösung für die Kinos ist, diese für das Publikum attraktiver zu machen und Argumente zu bringen, warum man ins Kino gehen soll.

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Finanzierung von Filmbildungsmaßnahmen ist schwierig für die Kinos und nicht über die Einnahmen abzudecken. Der Kinobetrieb oft so schon prekär und kreative Selbstaussbeutung. Ohne viel Herzblut und Zeit funktioniert es nicht.
- Filmbildung funktioniert nicht ohne Förderprogramme, die aber meist auch nur die Programm- und nicht die Personalkosten abdecken.
- Das Förderprogramm der FFA war weitestgehend unbekannt und muss stärker ausprobiert werden
- Postulat, bzw. Aufforderung an die Politik - Erhalt oder Entstehung neuer Kommunalkinos, vor allem in den ländlichen Regionen, wo die kommerziell geführten Programmkinos keine Überlebenschance haben.

Kino-Visionen 21

Es geht weiter, die Leute haben das Kino vermisst!

- Wir müssen in das junge Publikum investieren: Bildungsangebote sind eine Investition in die Zukunft, in das Publikum der Zukunft und dafür die personellen und finanziellen Herausforderungen meistern
- Am Ball bleiben und das junge Publikum besser abholen: Mit welchen Themen beschäftigen sich Kids? Und wie beschäftigen sie sich damit?
- Kino sollte zur Hochkultur neben Theater und Musik erhoben werden. Somit wären die Kinos als Kulturorte unbedingt erhaltenswert und förderfähig.
- Mehr Zielgruppenwerbung durch die Verleih: Wenn das durch die Kinos direkt gemacht wird, dann ist die Personaldecke dafür ebenfalls dünn

"Europa als Kino"

Dimitra Kouzi, *Journalistin und Filmemacherin, KinderDocs, Greece*
Valeska Hanel, *Kinoleitung Neue Kammerspiele*

Krise als Chance?

Durch Corona wurde eine Demokratiekrise ausgelöst: Wie kann man den beschädigten Debattenraum in Europa über das Kino/im Kino wieder schärfen?

- Die neuen digitalen Möglichkeiten sind für Europa und die grenzüberschreitende Kommunikation eine große Chance: Distanz kann einfacher überwunden werden; es ist einfacher, sich mit anderen Ländern zu vernetzen.
- Über digitale Angebote können sich „Audiences“ miteinander vernetzen: Das trägt zur Stärkung der kulturellen/europäischen Identität und des europäischen Denkens bei. In Europa fühlen sich viele Menschen nicht gesehen. Das Kino kann hier sichtbar machen und eine Demokratisierung schaffen; Menschen können sich kennen- und verstehen lernen.

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Vielfalt stand immer im Mittelpunkt der Diskussionen: Die Vielfalt dem Rassismus entgegensetzen
- Europäischen Film stärken, weil er unserer Identität stützt und letztendlich auch die Kinos stärkt
- Lehrer*innen: Abendschüler und Studierende – wie bringe ich die ins Kino?

Kino-Visionen 21

- Digitalisierung kann Menschen aus verschiedenen Branchen zusammenbringen. Darum ist die Krise eine Chance, dafür, dass wir nicht nur in der kleinen Bubble denken, sondern europäisch
- Die Idee der Partnerstädte auf Kinos übertragen; europäische Kinopartnerschaften knüpfen
- Digitalität ermöglicht Teilnahme an Symposien, die Leute zusammenbringen, die für eine Idee brennen
- Weg vom Top-Down hin zu niedrighschwelligen Arbeitsstrukturen in der Zusammenarbeit, Stärkung der Graswurzelbewegungen: persönliche Netzwerke aufbauen; im Kleinen anfangen; miteinander in der menschlichen Dimension zusammenarbeiten

"Kino als Festival"

Nicola Jones, *Festivalleiterin Goldener Spatz*

Guhrun Sommer, *Leiterin doxs! dokumentarfilme für kinder und jugendliche,*

Duisburger Filmwoche

Melika Gothe, *Berlinale Generation*

Krise als Chance?

Welche Chancen und Begegnungen entstehen durchs Digitale und welche gehen wieder verloren?

- ➔ Der Widerspruch zwischen Kino und digitalem Raum kann nicht aufgelöst werden. Es geht vielmehr darum, immer wieder zu prüfen, welche Neuerungen man mitnehmen kann und welche nicht.

Streaming ist eher weniger etwas, was für die Zukunft mitgenommen wird. Aber die Frage danach, wie der digitale Raum als Gesprächsraum genutzt werden kann, als Raum, um ins Gespräch über Film zu finden, sollte gestärkt werden. Auch ganz praktische Gründe: Reisen fallen weg, etc.

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Digitale Filmgespräche haben finanzielle Vorteile für Kinos und Festivals (z.B.: waren bisher die finanziellen Ressourcen vielleicht nicht da, um ein Gespräch mit Gästen aus einem anderen Land zu finanzieren)
- Digitale Filmgespräche sind auch in Sachen Nachhaltigkeit von Bedeutung. Auch Festivals haben einen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel zu leisten; dies kann durch den Verzicht auf Reisen geschehen.
- Begriff der Online-Zugänglichmachung/des „Zugangs“ wurde hinterfragt: Welcher „Zugang“ ist hier eigentlich gemeint? Einen Draht zu etwas haben? Eine Beziehung zu schaffen? Oder lediglich im Sinne von „Eingang“ schaffen?
- Aber digitaler Festivalbesuch nur, wenn die analoge Teilnahme nicht möglich wäre
- Das junge Publikum muss einbezogen werden, es muss ihm mehr vertraut werden, mit Film umgehen zu können (z.B. FSK 16 etc.). Filme präsentieren, die ein Thema haben, das man sich nicht rückblickend anschauen möchte, sondern als 14-jährige*r: Konflikt: pädagogische wertvoller Film versus Filme, die nicht so Zielgruppen-getrimmt sind

Kino-Visionen 21

- Zusammenarbeit zwischen Verleih und Festival vertiefen und Festivals besser in Filmbildung einbinden, um einen Film im Kino zu platzieren
- Wie kann der Austausch zwischen Kinos und Festivals verbessert werden? (z.B. Einsprache)
- Perspektive auf Veränderungen bei Festivals im Hinblick auf elitäre Tendenz in den Besucherstrukturen, die sich aktuell auftut; auch hier Widersprüche: Filme gucken, Weinchen trinken, über Filme sprechen...

"Kino als digitaler Raum"

Mikosch Horn, *Cinemalovers*

Maya Reichert, *Projektleiterin DOK.Education*

Kino als Chance?

Die Krise des Kinos gab es auch schon vor Corona. Corona war eine Chance innezuhalten, sich einiges zu überlegen und die Digitalität zu überdenken.

- Kino ist und bleibt aber etwas anderes als Streaming: Kino als Gemeinschaftserlebnis, Kino mit kuratierten Programmen gibt es nur analog.
- Aber: Streaming ist nun mal da. Man bringt Leute nicht ins Kino, wenn man das Streaming ignoriert und sich nicht auch in diese Richtung bewegt. Zusätzliche digitale Angebote zur Vertiefung sind eine tolle Bereicherung. Man muss die Fühler ins Digitale ausstrecken, auch um mit digitalen Angeboten die Publikumsbindung zu fördern.

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

Wir haben Filmbildung über Kino und Literatur erfahren; die jungen Leute heute haben andere Bereiche. Sie grenzen sich über YouTube und TikTok ab. Der Kinofilm/Langfilm wird aus sich heraus nicht so entdeckt, das geschieht hauptsächlich über Schulen. Über freie Wege erreicht man die Kinder und Jugendliche viel weniger.

- Durch die Digitalisierung können Schulen aus dem ländlichen Raum erschlossen werden.
- Es sollte darauf geachtet werden, dass nicht nur Blockbuster nach vorne kommen, sondern auch andere, besondere Filme.
- Film sollte an Schulen den gleichen Stellenwert haben wie Theater, Literatur und Musik; zugleich sollte aber auch die praktische Filmarbeit in Schulen gefördert werden.
- Dabei ist Kino der Ort, an dem wir Kinofilme zeigen wollen. Der digitale Raum kann zur Vertiefung nach dem Kinoerlebnis bespielt werden – vom Kino in die Schulen
- Filmbildung ist DIE Stärkung für das Medium Film und für die Kinos.

Kino-Visionen 21

Beispiel Cinemalovers > Das Kino bleibt lokal und vor Ort wichtig; aber es ist zugleich die kuratorische Kompetenz da, auch digital etwas anzubieten, um für das gleiche Publikum im Kino und zu Hause da zu sein und um das Publikum zu erweitern (lokal verankerte kuratorische Kompetenz als Kundenbindung):

- Digitale Angebote sollten regional und lokal sein, zugespitzt werden auf MEIN Publikum und eine Eingrenzung im endlosen digitalen Raum darstellen.
- Es sollten beide Richtungen gedacht werden: Im Digitalen abholen und ins Kino holen und im Kino abholen und im Digitalen verlängern.
- Wo stärkt man was? Zentrale Angebote hinterfragen: Digitale Angebote auf einer großen Plattform bereitstellen? Oder eher darauf verzichten, damit die Kinos lokal und regional selbst ihre Strukturen stärken können

Netzwerke stärken und bilden: Schule und Kino, Anbieter für Filmbildung, etc.

"Kino als Geschäftsmodell?!"

Alexandre Dupont-Geisselmann, *Geschäftsführer farbfilm-verleih*
Astrid Muckli, *Kinobetriebe Muckli*

Krise als Chance?

- Viele haben die Zeit genutzt und renoviert, neue Konzepte entwickelt, um auf Besucher*innen zugehen zu können, um Prozesse zu überdenken und neu zu gestalten. Die digitalen Möglichkeiten haben auch viel Positives: Kinotouren digital zu gestalten sind ein starkes Tool, um Interaktion via Stream zu ermöglichen.
- Kino/Verleih: Kino hat Daseinsberechtigung, wenn Kinofilme laufen.
- Problemfelder Kino/Verleih – vor der Pandemie gab es eine Filmflut. Muss jeder Film ins Kino gebracht werden? Leute wollen den Ort Kino, brauchen dazu gute Filme; wenn Filme nicht im Kino laufen oder dafür nicht geeignet erscheinen, müsste die Frage der Förderung angepasst werden.

Filmbildung – Bestandteil von Kinokultur?!

- Es gibt gute Tools für die Filmbildung; Filmbildungsangebote im Kino und auf Festivals sind gut und wichtig.
- Damit die jungen Zuschauer*innen beim Kino dranbleiben, muss Filmbildung aber auch in den Schulen angesiedelt sein.
- Filmbildung stärker als Kundenbindungsprogramm gestalten: Wenn man Zuschauer*innen einmal bekommen konnte, ist es einfacher, auch alternative Filmangebote machen zu können.

Kino-Visionen 21

- Wie können einheitliche Regelungen für Auswertungsfenster gefunden werden: Wie lange muss/darf/soll ein Film im Kino sein? Der Punkt ist extrem wichtig für die Branche, eine flexible Lösung ist gewünscht.