

Maßnahmenkatalog „Zukunftsagenda der FBW“

1. Neue Konzepte und Strukturen für Kommunikation und Marketing

- Aufbau eines breitenwirksamen **Social Media-Marketing**
- Ausbau des **Kommunikations-Radius für Prädikatsfilme**
- Kooperation mit Presseabteilungen, Verleih/Agenturen für gemeinsame PR-Kampagnen und Aktivitäten (TV, Radio, Social Media) über die gesamte Verwertungskette
- Einbindung einer PR-Agentur (Imagekampagnen und Markenstärkung)
- **Medienpartnerschaften** mit Publikumsmedien: Radiosender, Zeitschriften, Stadtmagazine, Kulturredaktionen. Anzeigen, platzierte Beiträge und feste Rubriken
- Redaktionelle Beiträge (für Fach- und Publikumsmedien) zur Transparenz der Arbeit und der Juryentscheidungen
- Zielgruppenspezifische PR-Arbeit für **neue Formate** (Serien, Webserien, Podcast) und diverse Kanäle (**TV-Mediatheken, Streamingdienste**)
- Zusammenarbeit mit Branchenevents, Messen und Festivals. Preisstifterin und Vergabe eigener Preise (z.B. Buchmesse beste Kinderbuchadaption)
- Produktion von **FBW-Vorspann** „diese Produktion wurde mit dem- ... ausgezeichnet“ (20 Sek.) und **FBW-Intro** (einsetzbar für Kino, TV, Social Media, Stream, Home Entertainment)
- Mitwirkung bei generischen Kino-Kampagnen
- **Neugestaltung** des FBW-Auftritts (**FBW-Homepage** und **Gütesiegel**)

2. Neue Gebührenordnung mit angepassten Gebühren

Eine **neue Gebührenordnung** soll zukünftig **allen Einreichern** adäquate Konditionen bieten. Neben Sondergebühren bei niedrig budgetierten Filmen, Kurzfilmen, Hochschul- und Debütfilmen, sollen gestaffelte Gebühren das finanzielle Risiko im Falle von Nichtvergabe eines Prädikates mindern. Eine noch mit den Ländern im Detail abzustimmende neue GBO verfolgt nicht mehr das Ziel einer vollständigen Kostendeckung. Mit einer Sockelfinanzierung durch die Länder wird die Gebührenhöhe entlastet und eine breite Unterstützung deutscher und internationaler Produktionen ermöglicht. Kriterien für eine Staffelung könnten Herstellungskosten und Herausbringungsbudgets sein.

3. Kino als Kulturort stärken

- Die FBW erstellt gemeinsam mit Kinopartnern und der Expertise ihrer FBW-Jurys **Kuratierungen von besonders wertvollen Programmen**. Filmhighlights werden durch Begleitprogramme und dem vertrauten FBW-Gütesiegel exklusiv präsentiert, wie bei der bereits erfolgreich kuratierten Reihe „Die FBW präsentiert“ (Film-Gespräche mit Gutachter*innen und Filmgästen).
- Generisch einsetzbare Filmvorspanne „Ausgezeichnet mit Prädikat!“, kurze Clips mit Gutachter*innen, die nach den Juryentscheidungen aufgezeichnet werden, bieten in

Zukunft anregende **Film-Einleitungen** und **Trailer** für das Publikum. Sie eignen sich auch für den Einsatz auf den Social Media-Kanälen der Kinos und Verleiher.

- Die Zusammenarbeit mit Verleihern bei Kinotouren wird verstärkt.
- **Kinder und junges Publikum** sollen durch neue faszinierende Angebote unter der vertrauten goldenen Marke FBW-Prädikat **ab frühestem Alter** begeistert und für das Kino (zurück)gewonnen werden. Die FBW schafft kuratierte Event-Angebote wie das **„Mitmachkino“ für Schulkinder** ab 6 Jahren, mit dem Kinder und ihre Begleiter*innen das Kino als magischen Ort mit einer Live-Moderation erleben und nachhaltig erinnern. Der schnelle Einsatz in den Kinos und die bestmögliche Zielgruppenansprache wird erleichtert durch Moderationsleitfäden und von der FBW bereitgestelltes Infomaterial (Flyer, Plakate, Texte).
- Das bei Kindern bestehende Interesse an Filmen wird gefördert durch altersgerechte Filmdiskurse: Angebote für KiTas und Grundschulen steigern schon im frühesten Alter das Verständnis, die Freude und das Verlangen nach Filmen mit anspruchsvollen Themen und künstlerischen Gestaltungsformen. Die Reihe **„Kurzfilme für Kinder. Mit Prädikat!“** sorgt mit einem **medienpädagogischen Begleitprogramm** für eine schnelle Handhabe durch die Erzieher*innen. Die FBW will die Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Jugend und Film verstärken.
- Die FBW achtet auf **Diversität** in ihren Gremien und ihren Bewertungskriterien. Um ein breiteres Publikum für das Kino zu gewinnen, erweitert sie ihre Angebote und Maßnahmen hinsichtlich Diversität und **Inklusion**. Mit einem neuen Qualitätssiegel werden beispielsweise Audiodeskriptionfassungen für Sehbehinderte herausgestellt.

4. Qualität breitenwirksam sichtbar machen

Um herausragenden Filmen und Medien auf den relevanten Kanälen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen, weitet die FBW ihren Tätigkeitsbereich aus. Sie steigert damit auch die **Relevanz des Gütesiegels für alle Branchenteilnehmer**. (Kino, Home-Entertainment, DVD/BD, Streaming, Mediatheken/TV, Podcasts, Webserien).

5. FBW-Jugend Filmjury (FBW-JFJ)

In Kooperation mit Kinos, Verleihern, Schulen, Festivals, Filmfestivals, Institutionen wie Vision Kino/SchulKinoWochen und Pädagog*innen.

- Die **partizipative FBW-Jugend Filmjury** soll mit einem Länderauftrag fest verankert werden.
- Ausbau des bundesweiten Netzwerks von 10 auf 16 Jurys (10 bis 17 Jahre) und damit Verstärkung der **Ansprache von Kindern und Jugendlichen auf Augenhöhe** mit selbst formulierten Empfehlungstexten und Altersempfehlungen.
- Die FBW ruft das Projekt **Filmbeauftragte** ins Leben. An ihren Schulen gestalten Jurymitglieder regelmäßig Filmscreenings und gründen Filmclubs. Die ausgewählten Highlights dienen auch der Inspiration für einen Kinderfilm-Kanon, der an Schulen zur Filmauswahl herangezogen wird. Kinder von Eltern aus anderen Kulturen stellen ihren Klassenkamerad*innen die Lieblingsfilme aus ihren Kulturkreisen vor.

- Stärkung der Branchen-Kooperationen (FKM Leipzig/Kuratierungen für Jugendliche. Vision Kino/ Jurys im Austausch mit Filmemacher*innen über Drehbücher (Kindertiger von FFA und KiKA). SchulKinoWochen/Workshops für Schulklassen zum Thema Audiodeskription oder Drehbuchschreiben. Kongress Bundesverband Jugend und Film / Jurymitglieder im Gespräch mit Pädagog*innen (u.a. als Filmpat*innen. Stiftung Deutsche Kinemathek / Workshops mit Jurymitgliedern).
- Etablierung fester Partnerschaften mit Publikumsmedien (Online, Print, TV, Radio).
- Die Zusammenarbeit mit Kinos, Verleihen, Schulen, Vision Kino/Schulkinowochen, Festivals, Filmemacher*innen, Produzent*innen und der Presse wird verstärkt.
- Der überregionale Austausch über Videokonferenztools befördert zukünftig innovative Projektideen. Zentral ist die **Nutzung der Ideen aus der Zielgruppe** selbst.
- Mitglieder der FBW-JFJ beschäftigen sich in einem eigenen **Podcast** mit Filmthemen und führen Interviews mit Schauspielerinnen und Filmemacherinnen, Vertretern von Filminstitutionen wie der FSK.
- Ihre **Interviews mit Schauspieler*innen und Filmemacher*innen** können als **kurze Clips** zu den Kinostarts von den Kinos, Verleihen auf Social Media eingesetzt werden.
- Verstärkte Nutzung der Bewertungen im Sinne einer stetigen und qualifizierten **Feedback-Kultur**. Für die Kreativbranche formulieren sie ihre Sicht und Bedürfnisse bei dramaturgischen Konzepten, sind eingebunden in die Drehbucharbeit oder den letzten Filmschnitt. (**Co-Creation**). Sie vergeben Filmpreise und könnten eine beratende Stimme bei Förderentscheidungen sein.

6. Debütfilme und junge Talente

- Die FBW erhöht mit neuen Kommunikationsstrategien die Sichtbarkeit für den jungen deutschen Film – im In- und Ausland.
- Um die Hürde für eine Einreichung möglichst niedrig zu halten, sorgt eine neue Gebührenordnung für **erschwingliche Einreichgebühren**. Durch diese Reform wird die finanzielle Situation der Debütfilmemacher*innen berücksichtigt, um sie zu einer Einreichung zu ermutigen. Dazu wird die Nichterteilung eines Prädikats durch eine teilweise Rückerstattung abgemildert.
- Für die Bekanntmachung der noch unbekanntesten Talente auch bei **internationalen Festivals und Weltvertrieben** werden die Jury-Auszeichnungen in englischer Sprache veröffentlicht und mit internationalen Partnern vernetzt.
- Um Synergien langfristig zu stärken und die Nachwuchsfilmemacher*innen frühestmöglich zu erreichen, wird die FBW den **Austausch mit den Hochschulen ausbauen**. Sie bietet Vorträge an sowie Moderationen bei Premieren prädikatisierter Debütfilme und Beteiligungen an Filmgesprächen. Das Feedback wird genutzt als Motor für kontinuierliche weitere Innovationen bei der Institution. Sie verknüpft ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei ausgezeichneten Produktionen.
- Die FBW schreibt regelmäßig **Wettbewerbe an Hochschulen** aus, für Social Media-Spots und innovatives Marketingmaterial aus für den Einsatz auf zielgruppenrelevanten Plattformen.
- Auf ihrer Homepage stellt die FBW den **Debütfilm** mit einer **eigenen Rubrik** heraus.
- Die FBW verstärkt ihre **Repräsentanz auf Festivals**, um die Talente mit den goldenen Gütesiegeln der „German Board of Film Recommendation“ bekannter zu machen.

- Sie baut ihren Kooperationsradius weiter aus und vergibt eigene Preise (z.B. in Form einer kostenfreien Filmbewertung) wie derzeit kuki / interfilm und den Nordischen Filmtagen.
- FBW-Jurymitglieder beteiligen sich an Panels über aktuelle Entwicklungen im jungen deutschen Film oder stellen als Jurybeteiligte Filmemacher*innen vor.
- Die stärkere Repräsentanz bei Branchenterminen ermöglicht einen engen Austausch mit Produzent*innen sowie der Gründerszene.
- Stärkere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Debütfilme. Gespräche nach der Filmvorführung geben allen Beteiligten Gelegenheit, ihr **Engagement für den Filmnachwuchs** darzulegen, zusätzlich erhalten sie ein positives Feedback.

FBW-Prädikate als Förderkriterium

Im FFG wird derzeit nur das Prädikat „besonders wertvoll“ als **Förderkriterium** anerkannt. Die FBW-Gutachter*innen, die Länder und die FBW selbst setzen sich seit Jahren für die Wiedereinbindung des Prädikats „wertvoll“ als Förderkriterium ein. Beide Prädikate sind Auszeichnungen unabhängiger Gremien, die mit ihrer Genre immanenten Bewertung der großen Vielfalt der Filmkultur Rechnung tragen.

Dabei geht mit dem Prädikat **keine automatische Förderung** einher. Bei Langfilmen setzt die Förderung eine stattliche Besucherzahl voraus und dient der Schwellensenkung der Besucherzahl. Schwellensenkung für Debüt/Kinder/Low Budget-Filme der erforderlichen 50.000 auf 25.000 Besucher*innen (mit Prädikat besonders wertvoll), bei 150.000 auf 100.000 Besucher (mit Prädikat besonders wertvoll). Für Kurzfilme werden durch das Prädikat „besonders wertvoll“ 10 von 15 für die Förderung erforderliche Referenzpunkte gewährt. Statistisch gesehen liegen die Förderungen, selbst wenn beide Prädikate dieselben Effekte gewährten, jährlich im einstelligen Bereich.