

## Gesellschaftliche Wirkungen des Internationalen Kinderfilmfestivals

Nicht zuletzt aufgrund seiner großen Attraktivität und breiten Nutzung über alle Bevölkerungsgruppen hinweg, kommt dem Medium Film eine zentrale Rolle bei der Beantwortung gesellschaftspolitischer Herausforderungen wie Demokratiebildung, Inklusion, sozialer Zusammenhalt und kultureller Teilhabe zu. Insbesondere Filmfestivals bieten durch kuratierte Programme, Vermittlungsarbeit und umfangreiche Rahmenprogramme ein großes Potenzial, gegenwärtige gesellschaftliche Transformationsprozesse zu befördern. Ihr gesellschaftlicher Mehrwert wurde bislang allerdings noch kaum untersucht. Mit dem hier vorgestellten Studiendesign soll der Frage nachgegangen werden, welche gesellschaftlichen Wirkungen ein künstlerisches Feld bei Rezipient:innen und anderen Gruppen hervorruft. Diese Herangehensweise stellt eine Innovation im Kulturbereich dar: Während im Sozial- und Gesundheitsbereich die Beschäftigung mit Wirkungen bereits länger ein Thema ist, werden im Kulturbereich bisher hauptsächlich Leistungskennzahlen (z.B. Anzahl Veranstaltungen oder Anzahl Besucher:innen) betrachtet – der Ansatz einer Wirkungsorientierung steckt hier noch in den Kinderschuhen.

Gesellschaftliche Wirkungsmessung bringt Kultur und Wissenschaft im Interesse wirksamer, nachhaltiger gesellschaftlicher Transformationsprozesse zusammen. Ihre Kooperation bildet eine Art Reallabor, das die Chance eröffnet, Filmfestivals in ihrer Wirkungsabsicht zu unterstützen und noch wirkungsvoller mit der Zivilgesellschaft zu verbinden. Filmfestivals sind eine lebhafte Szene in der Kunst- und Kulturwelt und bereichern unsere Gesellschaft auf vielfältige Weise. Abseits der medial vermittelten Bilder von Celebrities und Preisen stehen Filmfestivals viel mehr für Programmpolitiken der Diskurserzeugung – etwa bei Themenfestivals wie Human Rights – und für Ästhetische Bildung (de Valck et al., 2016; Krainhöfer, 2018; Teissl, 2021).

Ästhetische Bildung zählt zu den Aufgabenfeldern der Kulturellen Bildung, ein Oberbegriff für unterschiedliche Aktivitäten und Angebote mit der Zielsetzung, Chancengleichheit zu fördern (Keuchel & Werker, 2020). Die kultursoziologische Forschung geht von strukturellen Ungleichheiten in der Gesellschaft aus, welche auf soziale Herkunftszusammenhänge zurückzuführen sind. Die prägenden Phasen finden dabei im frühkindlichen und jugendlichen Alter statt. Bourdieu (1985) definierte das Konzept des kulturellen Kapitals als Zusatz zum ökonomischen und sozialen Kapital, die kombiniert die Denk- und Handlungsstruktur des Menschen, den Habitus, formen. Unter kulturellem Kapital versteht Bourdieu generell das Bildungsniveau einer Person (Bourdieu, 1983); unter anderem definiert er das inkorporierte Kulturkapital, das durch individuelle Bildungsarbeit erworben wird und kognitive, reflexive Fähigkeiten stärkt. Ungleichheit beeinflusst das kulturelle Kapital, da es unterschiedliche Startvoraussetzung in der Bildung von Kindern erzeugt, was Sozialstrukturen reproduziert und Chancenungleichheit fördert (Jungbauer-Gans, 2004). Diese Unterschiede auszugleichen ist ein essentieller Auftrag auch der Kulturpolitik und zentrale Aufgabe im Kulturmanagement.

Das Konzept der Ästhetischen Bildung fußt auf dem Gedanken einer ästhetischen Erfahrung nicht als Kunsterfahrung beschränkt auf Objekte, sondern vielmehr als „ein Modus, Welt und sich selbst im Verhältnis zur Welt und zur Weltsicht anderer zu erfahren“ (Otto, 1994, S. 56). Ästhetische Bildung wird unter anderen von der UNESCO als Schlüsselkompetenz für kulturelle Teilhabe etwa in der Auseinandersetzung mit kulturellem Erbe, kultureller Vielfalt sowie für die persönliche Entwicklung verstanden (Grosser, 2020). Sie ermöglicht Kriterien der Einschätzung, Wissen und Verständnis für den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt und gesellschaftliche Weiterentwicklung.

Ziel des hier dargestellten Studiendesigns ist es, den gesellschaftlichen Mehrwert von kulturellen Veranstaltungen am Beispiel eines Filmfestivals konkret aufzuzeigen. Hierbei soll die Entstehung gesellschaftlicher Wirkungen im kulturellen Kontext nachvollziehbar gemacht werden. Konzeptionell soll dieses Ziel mithilfe des Aufbaus eines Wirkungsmodells erreicht werden (siehe Abbildung 1), das Wirkungen in den Dimensionen des Konzepts der Wirkungsbox (siehe Abbildung 2) beinhaltet. Untersuchungsobjekt und Projektpartner ist das Internationale Kinderfilmfestival in Wien, das mit seiner 34. Auflage im November 2022 eine renommierte Institution darstellt. Das Internationale Kinderfilmfestival Wien ist im deutschsprachigen Raum aufgrund seiner zeitgemäßen Programmpolitik und durchdachten Umsetzung bekannt: Filme aus der ganzen Welt ermöglichen ein frühes Kennenlernen

internationaler Ausdrucksformen und Themen für ein Zielpublikum zwischen vier und vierzehn Jahren. Live-Synchronisierung (eingesprochen) ermöglicht dabei eine authentische ästhetische Erfahrung fremdsprachiger Filme (Grafl et al., o.J.). Eine Besonderheit des Kinderfilmfestivals bzw. von Kulturveranstaltungen für Kinder ist das generationsübergreifende Moment. Dort sind nicht nur Kinder, sondern auch Eltern, Großeltern und Erwachsene in anderen Rollen anzutreffen; sie sind also Orte der Generationenbegegnungen. Die verschiedenen Altersgruppen unterscheiden sich nicht nur in ihren Perspektiven, sondern auch in ihrer Wahrnehmung (Liebau, 2013; Zill, 2015).

### **Wirkungsanalyse: Wirkungsmodell und Wirkungsbox**

Ein vollständiges Wirkungsmodell umfasst Stakeholder und Wirkungsbetroffene sowie die unterschiedlichen erbrachten Produkte oder Leistungen, für die jeweils eine Wirkungskette erstellt wird (siehe Abbildung 1). Stakeholder sind hierbei Institutionen, Gruppen oder Individuen, die eine Organisation oder Unternehmen beeinflussen und/oder Interesse an diesen haben. Die jeweiligen Wirkungsketten erzeugen entsprechende stakeholder-spezifische Bruttowirkungen (Outcome) und bei Berücksichtigung des Deadweights auch Nettowirkungen (Impact). Deadweight bezeichnet jene Wirkungen, die auch ohne die Aktivitäten eingetreten wären. Diese Wirkungen müssen konsequenterweise von den Bruttowirkungen (Outcome) abgezogen werden, um jene Wirkungen zu ermitteln, die ausschließlich dem Unternehmen oder Projekt zugerechnet werden können: den Nettowirkungen (Impact). Die Aggregation der intendierten und un-intendierten Nettowirkungen über alle Leistungen sowie Stakeholder ergibt den gesellschaftlichen Mehrwert. Diesen zu quantifizieren und zu bewerten ist beispielsweise über eine monetäre Abbildung möglich (Grünhaus & Rauscher, 2022).

Gesellschaftlicher Mehrwert, also Social Impact, kann in mehreren Dimensionen auftreten: inhaltlich (als ökonomische, soziale, politische, ökologische, kulturelle oder physio-/psychologische Wirkungen), zeitlich (kurz-, mittel- und langfristige Wirkungen) sowie strukturell (Mikroebene sind Individuen, Mesoebene sind Organisationen/Gruppen, Makroebene ist die Gesellschaft als Ganzes). Das Konzept der Wirkungsbox (siehe Abbildung 2) verknüpft diese drei Dimensionen der Wirkungsbetrachtung (inhaltlich, zeitlich, strukturell) und zeigt, wie eine darauf aufbauende Messung erfolgen kann. Allein auf Basis der ersten Wirkungsüberlegungen dient dieses Instrument im Strategieprozess, ein Wirkungsdenken miteinzubeziehen. Dies kann Schwerpunkte und Lücken der eigenen Arbeit veranschaulichen (Grünhaus & Rauscher, 2022).

### **Methodisches Forschungsdesign und Projektablauf**

Die forschungsleitenden Fragen lauten:

- Welche Stakeholder und Wirkungsdimensionen spielen bei der Konzeption des Wirkungsmodells eines Filmfestivals, am konkreten Beispiel des Internationalen Kinderfilmfestivals, eine Rolle?
- Welche kurz- und mittelfristigen Wirkungen entfaltet das Filmfestival in unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen (sozial, kulturell, politisch, ökonomisch, ökologisch, psychisch/physiologisch) bei ausgewählten Stakeholdern?

Konkret sollen folgende Schritte einer Wirkungsanalyse im Rahmen des Projekts gegangen werden:

- 1) Identifizierung der wichtigsten Stakeholder und Wirkungsbetroffenen
- 2) Auslotung, welche gesellschaftlichen Wirkungen bei diesen hypothetisch entfaltet werden
- 3) Erstellung des hypothetischen Wirkungsmodells
- 4) Durchführung und Auswertung qualitativer Erhebungen
- 5) Ergänzung bzw. Adaption des Wirkungsmodells anhand der Erhebungsergebnisse

Zu Beginn des Projekts werden Workshops mit relevanten Teilnehmenden durchgeführt, einerseits Expert:innen zu Kultur und Wirkungsanalyse, andererseits wichtige Stakeholder und Wirkungsbetroffene des Filmfestivals. Bei diesen Workshops werden in einem kollaborativen Prozess Stakeholder-spezifische Wirkungsketten erstellt, die den konzeptionellen Hintergrund bilden (hypothetisches Wirkungsmodell, siehe oben). In einem weiteren partizipativen Schritt erfolgt die gemeinsame Auswahl der Interviewpartner:innen, die jeweils einer Stakeholder-Gruppe zuzuordnen sind. Auf diesem

Wirkungsmodell aufbauend werden qualitative, leitfadengestützte (teilstrukturierte) Interviews mit Vertreter:innen relevanter Stakeholdergruppen und Wirkungsbetroffenen geführt. Die Ausarbeitung der Interviewleitfäden basiert sowohl auf einem theoretischen Hintergrund, als auch auf dem hypothetischen Wirkungsmodell. Es gilt herauszufinden, inwiefern vermutete Wirkungen eingetreten sind bzw. eintreten könnten. Dieses konkrete Forschungsdesign zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragen folgt einem qualitativen sozialwissenschaftlichen Paradigma.

Die hypothetischen Wirkungsketten werden im darauffolgenden Schritt anhand der Ergebnisse der qualitativen Interviews verifiziert. Auf diese Weise können die Perspektiven unterschiedlicher Anspruchsgruppen in der Konzeption des Wirkungsmodells berücksichtigt werden. Erhoben werden dabei sowohl intendierte, als auch unintendierte, positive sowie negative Wirkungen. Nach der Auswertung der Interviews und der einhergehenden Verifizierung der Wirkungsketten wird das hypothetische Wirkungsmodell entsprechend angepasst.

### Abbildungen

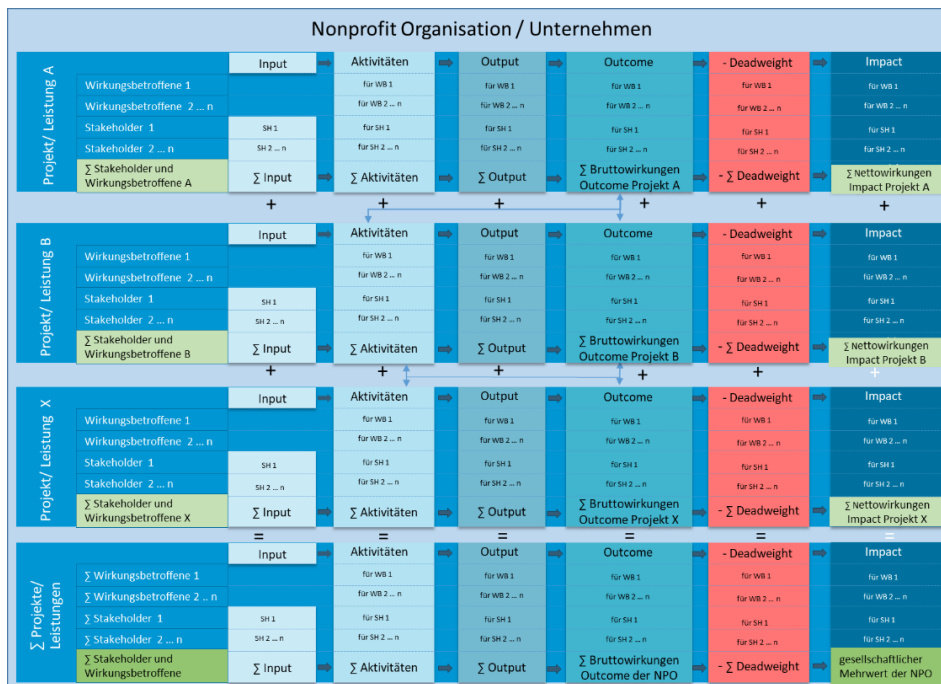


Abbildung 1: Wirkungsmodell, differenziert nach Stakeholdern / Wirkungsbetroffenen (Grünhaus & Rauscher, 2022)



Abbildung 2: Die Wirkungsbox (Grünhaus & Rauscher, 2022)

## Quellen

- Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In R. Kreckel (Ed.), *Soziale Ungleichheiten* (pp. 183-198).
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14, 723-744.
- de Valck, M., Kredell, B., & Loist, S. (2016). *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*. Routledge.
- Grafl, F., Lassacher, M., & Lichtkoppler, E. *Über uns: Das internationale Kinderfilmfestival stellt sich vor*. Institut Pitanga. Retrieved 23.03.2022 from [www.kinderfilmfestival.at/wien/das-festival/ueber-uns/](http://www.kinderfilmfestival.at/wien/das-festival/ueber-uns/)
- Grosser, S. (2020). *Ästhetische Bildung*. socialnet Lexikon. Retrieved 23.03.2022 from <https://www.socialnet.de/lexikon/Aesthetische-Bildung>
- Grünhaus, C., & Rauscher, O. (2022). Evaluation und Wirkungsmessung. In R. Simsa, M. Meyer, & C. Badelt (Eds.), *Handbuch der Nonprofit-Organisation: Strukturen und Management (im Erscheinen)* (Vol. 6). Schäffer-Poeschel.
- Jungbauer-Gans, M. (2004). Einfluss des sozialen und kulturellen Kapitals auf die Lesekompetenz. *Zeitschrift für Soziologie*, 33(5), 375-397. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2004-0502>
- Keuchel, S., & Werker, B. (2020). *Gesellschaftspolitische Dimensionen der Kulturellen Bildung*. transcript.
- Klepacki, L., & Zirfas, J. (2009). Ästhetische Bildung: Was man lernt und was man nicht lernt. In E. Liebau & J. Zirfas (Eds.), *Die Kunst der Schule: Über die Kultivierung der Schule durch die Künste* (pp. 111-139). transcript.
- Krainhöfer, T. C. (2018). *Research for the European Commission – Mapping of Collaboration Models among Film Festivals. A qualitative analysis to identify and assess collaboration models in the context of the multiple functions and objections of film festivals*. Retrieved 19.11.2020 from [http://ced.mk/ced-media/wp-content/uploads/2019/04/Report\\_20-20Mapping\\_20of\\_20Collabora-tion\\_20Models\\_20among\\_20Film\\_20Festivals\\_202018.pdf](http://ced.mk/ced-media/wp-content/uploads/2019/04/Report_20-20Mapping_20of_20Collabora-tion_20Models_20among_20Film_20Festivals_202018.pdf)
- Liebau, E. (2013). Ästhetische Bildung: Eine systematische Annäherung. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 16(S3), 27-41. <https://doi.org/10.1007/s11618-013-0433-x>
- Otto, G. (1994). Das Ästhetische ist „Das Andere der Vernunft“: Der Lernbereich Ästhetische Erziehung. *Friedrich Jahresheft*, XXII/1994, 56-58.
- Teissl, V. (2021). Anliegen institutionalisieren. Reflexion zur Filmfestival-Netzwerkförderung von Creative Europe MEDIA. *Kultur weiter denken, Magazin von Kultur Management Net*, 157b (2021), 54-62.
- Zill, E. (2015). Zu einer qualitativen Empirie ästhetischer Erfahrungen. Grundlagentheoretische Überlegungen und forschungsmethodisch Perspektiven am Beispiel kultureller Bildungsforschung. *FQS*, 16(3).