

CV2030 @ Berlinale



Ergebnisse der Ideenbörse

#1 Dörfy Dancing	3
#2 Wein-Filmfestival: Winter- & Sommer Weinale	4
#3 Kino-Influencer werden	4
#4 Schau in meine Welt	5
#5 IT'S YOUR FESTIVAL	6
#6 Motto: Wir machen uns ein Festival	7
#7 Jugend macht Kino	8
#8 Drehort-Tour & Film	9
#E Take your Granny* to the Cinema	10
#10 Party-Event: Film Berlin Calling	11

Kino International, 15. Februar 2023

1

Dörfy Dancing

Valeska, Emil, Gerd, Fabian, Sven

CINEMA
VISION 2030
@ Berlinale

Ziel

- Musik und Tanzfilm zeigen mit Begleitprogramm und Mitmach-Charakter
- Filme für die Älteren werden selbst ausgewählt
- Ziel: Begeisterung für den Ort Kino als Begegnungsstätte + SPASS!!!!

Zielgruppe

- KiJu von 6-17: 6-12 & 13-17
- Sportvereine
- Tanzbegeisterte, Musikbegeisterte
- Musikschulen, Tanzschulen
- Musiklehrer*Innen
- eventuell kl. Nebenprogramm für kleinere Geschwister & Eltern
- Ein Programmpunkt ohne Sprachbarriere → somit Kinder von Geflüchteten, Migrationshintergrund

Angebot

- Mehrere Filme mit/über Musik und Tanz
- mit Tanzworkshops begleitet von der regionalen Tanzschule
- HipHop für ältere
- Ausweitung durch Tik Tok Wettbewerb
- Vorstellung der Tanzschulen, eventuell interkultureller Aspekt
- gemeinsames, tänzerisches Austoben für die Kleinen
- Gespräche mit Tänzern/Choreograf*innen nach dem Film für die größeren
- Transportangebot wird organisiert

Botschaft

- Musik und Tanz im Kino verbindet
- Film berührt emotional
- Film und Musik öffnet Horizonte
- => Kann ohne Sprache funktionieren, verbindet, + verständlich sein

BUBBLE: Für kleinere: z.B. Der Junge und die Welt, Träume sind wie wilde Tiger, Billy Elliot

Inszenierung

- 9:30 2 Filme für 10-12
- 11:00 2 Filme für 6-10
- 12:45 Mittagspause
- ab 14:00 Workshop und Tanzvorstellung
- 16:30 TikTok Videopräsentation und Preisverleihung
- ab 18:00 Filme 14+
- ab 21:30 Workshop RHPS Überraschungsfilm -> der ausgewählte Film für 13-17J bleibt ein Geheimnis bis zum Screening
- 22:00 Screening
- 0:00 Black Swan 16+

Sonstiges

- Mini Huber Brezelkino
- VORAB: TikTok Video Wettbewerb (Kann überregional stattfinden), wird am Tag per Publikumsvoting abgestimmt
- Beispiele: Dancing in Yaffa, High School Musical, Neukölln Unlimited, Midnight-Special Rocky Horror Picture Show
- Bildung einer Auswahl / Präsentation Gremiums für Filme 13-17

Wein-Filmfestival: Winter- & Sommer Weinale

Claudia Overath, Sandra Hoff, Nico de Zeiler, Dana Lange, Margret Günzel, Heike Grasshoff, Margret Albers

Ziel

- regionale Gemeinschaft kreieren
- Marke kreieren
- Kundenbindung
- Kundenneugewinnung
- Wohlfühlfaktor
- Kommunikation über Filme erhöhen
- Touristen-Bindung an Region, Kino & Winzer
- Sehr unterschiedliche Zielgruppen zusammenbringen -> Heterogene Zielgruppe

Zielgruppe

- Erwachsene 20+ (Erweiterte Zielgruppe)
- Erwachsene 30+ (Kernzielgruppe-60+)
- Kultur- und Genuss - Interessierte
- Weinliebhaber
- Touristen
- Studierende
- Die verlorenen & die neuen & die bestehenden Kunden (Pandemie)

Angebot

- Kurzfilm-Auswahl durch Winzer und passende Weinempfehlung (nach jedem Film eine Weinprobe)
- kulinarisches Angebot
- Auswahl von 3 Langfilmen
- Gäste (Schauspieler, Regisseure, Autoren...) -> Kurator:innen mit einbeziehen
- Büchertisch

BUBBLES: Mittel-/Kleinstadt, 30T-50T Einwohner, werde Wein-Influencer im Kino, Kino mit Weinreben schmücken und als Selfie-Ecke mit Gewinnspiel

promoten, Qualität

Botschaft

- Voller Genuss: Qualität auf der Leinwand und im Glas
- Ein Genuss

Inszenierung

- Winter Edition: Winzer im Kino vor Ort
- Sommer Edition: Open Air auf dem Weinberg
- Weinkönigin präsentiert einen Film
- Kooperationspartner:innen, die/der ihre/seine regionalen Köstlichkeiten sponsert
- Wahl des besten Weines (wird ins Saisonale Sortiment aufgenommen)

Sonstiges: Marketing (B2B, B2C)

- Bindung des Winzers ans Kino
- Thema Nachhaltigkeit in verschiedenen Aspekten (-> Kauf den Wein regional)
- Publikum wählt einen von 3 Langfilmen aus
- Marketing über die Winzer und Weinläden, Buchläden
- Plakate, Radio, Flyer, Weinfest, Zeitung,
- Hotels, Landhausl-Fans, Wandervereine
- Elitäre Clubs, Vinotheken, Studentenkneipe

Kino-Influencer werden

David Sprinz, Birgit Gamke, Torsten Scheller, Vanessa Pohle,
Tobias Kunow, Christian Pfeil

Ziel

- Kinomagie vermitteln
- Kinobotschafter:in werden
- Kinoleidenschaft teilen

Zielgruppe

- 6-10
- 10-15
- 15-18

Angebot

Kinomesse:

- 1) Den Ort Kino entdecken
- 2) Teaser und Trailer-Präsentation
- 3) Workshop nach Altersgruppe (Equipment, Präsentationsskills u.ä.)
- 4) Challenge: gegenseitige Filmempfehlungen, um Lieblingsfilme sehen zu können -> gemeinsam im Kino!
- 5) im Anschluss gemeinsamer Austausch

Botschaft

- Kino ist ein Ort, für den es sich zu werben lohnt
- Kino ist ein Ort, für den man Leidenschaft entwickeln kann
- Kino- und Filmprogramm kann man aktive mitgestalten

Inszenierung

- Input, lernen, machen!
- Ganztägige Mischung aus Messe, Festival & Performance
- Workspace, Kommunikationsräume schaffen, Vorbilder einladen, Catering

Schau in meine Welt

Christin Schubert, Leopold Grün, Steven Behrendt, Daniela Zuklic

Ziel

- Aktivierung +
- Beteiligung +
- Emotionale Bindung +
- = Kino als sozialer Raum
- = Schule der Empathie

Zielgruppe

- Themenabhängig
- Musikliebhaber*Innen
- niedrigschwellig für alle
- Musik als verbindendes Element

Angebot - Bsp. Musik

- Bands stellen sich vor
- Konzerte
- Stummfilm (neu) vertont / Battle
- Politisch / Soziale Diskussion:
Auftritte
Problemsituation
Musikschule
Instrumentenkreisel
- Musik im Film
- Bad Practice

Botschaft

- Kino als Ereignis
- Mach mit / Zeig dich
- Lust auf mehr...

Inszenierung

- Moderator mit Bezug
- Clips produzieren
- Lichtkonzept / Lichtinstallation
- Klanginstallation
- Publikum und Bands musizieren
gemeinsam
- Kino als Klangraum
- Lust auf mehr

Sonstiges

- ...Musik
- ...Buchklub
- ...Food
- ...Sport

5

IT'S YOUR FESTIVAL

Team: tba

CINEMA
VISION 2030
@ Berlinale

Ziel

Jugendliche ins Kino und zwar alle!

Zielgruppe

- Jährlich wechselnde Zielgruppe: Fußballclubs, Musikacts
- Jugendliche 12-16 J.
- Über Emotionen, Erfahrungen und ihre eigene Realität abholen!

Angebot

- Kostenlos
- Diskussion nach dem Film
- Einladen von Gästen
- Über die Qualität der Auswahl abstimmen?

Botschaft

- Film ist ein Medium, was von dir erzählt!
- Kino ist ein Ort für dich!

Inszenierung

- Trailer sichten und anhand derer entscheiden, welcher Film präsentiert wird
- digital erreichen (FB, Insta, TikTok) -> zusammen mit auch bezahlten Influencern
- PARTIZIPATION: Online-Abstimmungen -> beworben von ihren Influencer*Innen
- Verschiedene Sektionen: Sportfilm, Musikfilm, LiebeODER AUCH NICHT?

Motto: Wir machen uns ein Festival

*Christiane (Potsdam), Sybille (Hannover) Inka (imFilm),
Ulrike (Linse), Laura (Pupille), Ruth (FFA)*

Ziel

- emotionale Bindung ans Publikum, auch Kino
- barrierefrei, nachhaltig, mehrsprachig

Zielgruppe

- erweiterte Nachbarschaft + Kinoeinzugsgebiet + XXXXXXXXXXXXXXXX

Angebot

- Filme + Podiumsdiskussion gestaltet von und für das Publikum
- Workshops zu Filmbildung - und Kinovermittlung

Botschaft

Wir gestalten gemeinsam "unser" Kino-Festival

Inszenierung

- Aufbau über mehrere Monate
- Filmakademie als überregionaler Partner, hilft Filmschaffende anzusprechen, Presse mit dabei: Essen + Trinken - Angebote aus der Region (nachhaltig)
- 1. Aufruf ans Publikum: Wer will mitmachen
- 2. Soziale Träger und Geschäfte in der Umgebung ansprechen
- 3. weitere regionale gelegene Kinos ansprechen -> Abspielring

Sonstiges

- Stärke des Festivals: Vielfalt der Themen + Sektionen aufgrund des offenen Charakters
- Blaupause: überregionaler Rahmen (via Schirmherrschaft) für etliche regionale Events
- Umsonst für alle, die mitmachen (Akkreditierung)
- diverse Themen von diversen Communities auf dem Festival

Post-It's:

- Mitmachfestival: Regional, Titel Vorwahl, PLZ, Nummernschild
- Filmfestival mit Schauspieler*Innen und Regisseur:innen bzw. Filmen und Themen mit regionalem Bezug
- Konzept ähnlich 1 Stadt sieht einen Film - 1 Region sieht einen Film, thematisch zu eurer Region
- Aufruf ans Publikum + regionale Träger: Wer will ein Festival zum Thema X machen (Thema = regionaler Bezug)

Jugend macht Kino

Andreas Fink, Hanna Dobsław, Forchland, U. Belli, B. Buchler, J. Witte, M. Elwardt, M. Gralla

Ziel

Kino aktiv erleben und gestalten - "Erlebnis Kino"

Zielgruppe

- Kinder und Jugendliche 10-12 Jahre und 13-16 Jahre
- Schulklasse und Jugendtreff
- auch Kinoeinsteiger:innen

Angebot

1x jährlich:

- selbst inszenierter Kurzfilm (max. 10 min.)
- Wunschfilm aus vorgegebenen Angebot
- Blick hinter die Kulissen -> Berufsbilder im Kino + Film (ggf. auch per Zoom?)
- Attraktiver Preis (z.B. Besuch Berlinale)

Botschaft

Kino ist mehr

Inszenierung

- Filmschaffende in ihrem Heimatkino (z.B. Matthias Schweighöfer)
- Kurzfilmwettbewerb
- Trailering im Kino und Social Media
- Eventtag mit Preisverleihung
- Zeigen des Gewinnerfilmes vor dem Wunschfilm

Sonstiges

Zusammenarbeit mit städtischen Ferienprogrammen

Drehort-Tour & Film

Team: Ralf Thomsen, Manja, Malz, Erwin Rajkovicanin, Magdalena Meyer

Ziel

- Regionaler Bezug im Kinosaal
- Kino zum anfassen
- Auseinandersetzung mit Region & Film & Kino

Zielgruppe

- Nicht-Kinogänger aus region wieder animieren
- Leute aus der Region des Films
- Regionale Vereine, Organisationen, Institutionen als Kooperationspartnerinnen / VHS
- heimatverbunden
- Menschen, die sich für Stadtentwicklung interessieren / für Filme in der Region
- sehr filmabhängig

Angebot

- Kombi-Ticket
- geführte Tour an Drehorten, in der Hintergrundwissen vermittelt wird (ggf. Bus / Fahrrad)
- Screening von regionalem Film
- Q&A mit Filmschaffenden bei der Führung / Screening
- regionale Speisen zwischen Tour und Film

Botschaft

“Abgedreht, abgefahren, angeschaut, walk then watch. your city on the big screen”

- Lerne deine Stadt / Region kennen
- Sieh deine Region mit neuen Augen
- Deine Stadt im Kino / auf der Leinwand

Inszenierung

- Filmausschnitte am Drehort zeigen (Auf LW oder Tablets) -> mit Kommentaren von Filmschaffenden
- Entscheidung ob Screening oder Führung zuerst gezeigt/gemacht wird
- als Matinee (insgesamt max. 4h)

Sonstiges

- Repertoire, Neufilm (???) möglich
- Spoiler / Handlung nicht zu sehr vorwegnehmen
- auf zeitliche Komponente achten

E

Take your Granny* to the Cinema

*Thorsten Schaumann, Brigitte Hurmann, Elise Miguet,
Lisa Gewehr, In Quinton, Tanja Kraisköter, Elena
Diesbach, Elisabeth Brunelo*

**CINEMA
VISION 2030**
@ Berlinale

Ziel

- dialogue & changing generational perspectives
- empowering / activating (young) audiences
- finding role models

Zielgruppe

- people across all generations
- 1) Marketing targets are the young ones who bring their grandparents (kicked off by influencer)
- 2) famous old person who brings grandchild

Angebot

- both the young and the old will choose a movie from a pre-curated shortlist
- one-day event, can be repeated
- shuttle services / transfer
- inclusive concept: subtitles, hearing, age appropriate seating, concessions

Botschaft

- Enjoy building bridges

Inszenierung

- reception
- discussion after movie -> cross generational
- photo booth
- centered around holidays -> usually when families are united

Sonstiges

- incorporating media / Film school -> Analogue, digital
- Film journalists
- working with schools & retirement homes
- working with / inviting influencers
- transport partner
- Social media content: collecting and sharing moment

Party-Event: Film Berlin Calling

Anne, Michael, Sabine, Kilian, Martina, Nadine, Paulina,
Jan

Ziel

- 360 Grad Experience
- 24h
- Positiv! -> Die Besucher kommen wieder!

Zielgruppe

- Party-Macher*Innen
- Zurück ins Kino !
- "Cinema Calling" (20-45)

Angebot

- Sponsoren
- Radio-Koops, Radio Eins-Spot
- Türsteher: Inszenierte Drogenkontrolle, Spürhund (???)
- Event-Trailer
- Alle Party-Getränke
- DJ im Saal
- Street Food Angebot
- Wir bringen das Kino in die Clubs - Trailer im Club
- Alle Clubs promoten Film XX
- Razzia, die zur Party führt
- Paul Kalkbrenner legt auf

Botschaft

- Lebe deinen Film!
- Partner:
 - a) Clubs
 - b) Radios
 - c) Spirituosen
 - d) Food Truck
 - e) DJ Talent
 - f) Brauereien
 - g) Hochschulen
- Spots bei Streamern
- Kooperation Öffentliche / Taxigutscheine
- Super-Öko-Ticket

Inszenierung

- endet in Matinee
- spezielle Bändchen
- Trailer für Parties
- Rooftop-Bar mit Infinity Pool
- Kino im Industrial-Look
- Für jeden Besucher wird ein Baum gepflanzt oder eine Waldaktie gekauft
- veganes Essen

Sonstiges

Entwicklung Vorlage eines Formats, auch auf andere Fälle anwendbar