

**Stefan Schöggel¹, Julian Kettl¹, Christian Grünhaus¹, Verena Teissl²,
Tanja C. Krainhöfer³**

Gesellschaftlicher Mehrwert des Internationalen Kinderfilmfestivals Wien

Analyse von gesellschaftlichen Wirkungspotenzialen von Filmfestivals

¹ Wirtschaftsuniversität Wien

² FH Kufstein Tirol

³ Forschungsverbund Filmfestival-Studien



**Gefördert durch den
Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die WU Wien**

Impressum:

Dipl.-Ing. Stefan Schöggl, Julian Kettl, BA, Dr. Christian Grünhaus
Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisationen
und Social Entrepreneurship
Welthandelsplatz 1, Gebäude AR, 1.OG
1020 Wien
Tel.: +43 1 31336 5878
www.wu.ac.at/npocompetence
Kontakt: Dipl.-Ing. Stefan Schöggl; stefan.schoeggel@wu.ac.at

Prof. (FH) Dr. Verena Teissl
Professorin (FH) für Kulturmanagement & Kulturwissenschaften
FH Kufstein Tirol
Verena.Teissl@fh-kufstein.ac.at

Dipl. Medienökonomin Tanja C. Krainhöfer
Forschungsverbund Filmfestival-Studien
tck@filmfestival-studien.de

Wien, Oktober 23

Copyright: NPO & SE Kompetenzzentrum

Abstract

Das Forschungsteam untersuchte in dieser Studie den gesellschaftliche Mehrwert von kulturellen Angeboten am Beispiel eines Filmfestivals, konkret des Internationalen Kinderfilmfestivals Wien. 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; eine verstärkte Wirkungsorientierung steckt hier noch in den Kinderschuhen. Mit der Wirkungsanalyse des Internationalen Kinderfilmfestivals wurde der Frage nachgegangen, welche gesellschaftlichen Wirkungen ein künstlerisches Angebot bei verschiedenen Rezipient:innen und anderen Stakeholdern/Wirkungsbetroffenen hervorruft. Relevante Wirkungen wurden beispielhaft mit dem Konzept der ästhetischen Bildung kontextualisiert, das sich aus Ästhetischer Erfahrung, Ästhetik als Methode, Transfer-/Nebeneffekten und Ästhetischer Welterfahrung zusammensetzt. Dies unterstreicht den Beitrag des Filmfestivals zur Bildung von kulturellem Kapital und zur Entwicklung von Kreativität als Schlüsselkompetenz. Insgesamt eignen sich Wirkungsanalysen als Mittel für Förderakquise im Kunst- und Kulturbereich, um der öffentlichen Hand wirkungsvolle Gestaltungsoptionen zu eröffnen einer zunehmenden Kommerzialisierung von Kulturangeboten entgegenzuwirken und somit das hochqualitative Kulturangebot der Stadt Wien zu erhalten. Speziell die Förderung von Filmfestivals scheint sich hier anzubieten, durch die Ansprache einer von Vielfalt geprägten städtischen Bevölkerung, die Heranführung junger Bevölkerungsgruppen an kulturelle Inhalte, dem vielerorts notwendigen Beleben der Kulturszene sowie dem Entgegenwirken des Kinosterbens.

Inhalt

Abstract	I
Vorwort	IV
1. Ausgangssituation	1
1.1. Filmstadt Wien.....	2
1.2. Wirkungen und Evaluierung im Kulturbereich.....	2
2. Forschungsinteresse und Ziele der Studie	6
3. Konzeptionelle und Methodische Herangehensweise	8
3.1. Konzeptionelle Grundlage: Wirkungsanalyse.....	8
3.2. Methodische Vorgehensweise	11
4. Filmfestivals	14
4.1. Filmfestivalförderung	15
4.2. Das Internationale Kinderfilmfestival	18
5. Wirkungen des Internationalen Kinderfilmfestivals	20
5.1. Wirkungen bei den rezipierenden Kindern	20
5.2. Wirkungen bei der Kinderjury	22
5.3. Wirkungen bei Lehrkräften	23
5.4. Wirkungen bei rezipierenden Erwachsenen	23
5.5. Wirkungen bei Kooperationspartner:innen.....	25
5.6. Wirkungen bei Sponsor:innen	25
5.7. Wirkungen bei Veranstaltungskinos	26
5.8. Wirkungen beim Organisationsteam	28
5.9. Wirkungen bei der öffentlichen Hand (Politik & Verwaltung).....	29
6. Operationalisierung Ästhetischer Bildung	32
6.1. Quadranten und Wirkungen Ästhetischer Bildung	34
6.1.1. Ästhetische Erfahrung.....	37
6.1.2. Ästhetik als Methode	37
6.1.3. Transfer-/Nebeneffekte.....	38
6.1.4. Ästhetische Welterfahrung	38
6.1.5. Conclusio der Quadranten	39
6.2. Möglichkeit zur Quantifizierung anhand von Wirkungsindikatoren	39
7. Diskussion und Fazit	42
7.1. Empirische Ergebnisse	42
7.2. Praxisrelevanz	44
7.3. Theoretische Beiträge.....	45
7.4. Grenzen und weiterführende Forschung	45
Literatur	47
Anhang	55
Partielles Wirkungsmodell des Internationalen Kinderfilmfestivals	55

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 3-1: Schritte einer Wirkungsanalyse.....	9
Abbildung 3-2: Einfache Wirkungskette	10
Abbildung 3-3: Die Wirkungsbox	11
Abbildung 3-4: In die Untersuchung inkludierte Stakeholder & Wirkungsbetroffene.....	12
Abbildung 5-1: Beschriftung der Wirkungsdimensionen	20
Abbildung 6-1: Quadranten Ästhetischer Bildung	36
Abbildung 6-2: Ansatzweise Operationalisierung ästhetischer Bildung anhand von Wirkungsindikatoren	40
Abbildung 7-1: Einordnung in Wirkungsdimensionen	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 0-1: Partielles Wirkungsmodell des Internationalen Kinderfilmfestivals .	55
----------------------------------------------------------------------------------	----

Vorwort

Der vorliegende Bericht sowie die zugrundeliegende Analyse wurden vom NPO & SE Kompetenzzentrum der Wirtschaftsuniversität Wien erstellt. Ermöglicht wurde das Forschungsprojekt durch eine Förderung aus Mitteln des Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die WU Wien. Ziel war es, die gesellschaftlichen Wirkungen von Kulturangeboten anhand eines Filmfestivals zu identifizieren. Mittels der methodischen Herangehensweise der Wirkungsanalyse wurde das Internationale Kinderfilmfestival in Wien auf dessen ausgelöste Wirkungen bei verschiedenen Gruppen an Wirkungsbetroffenen untersucht. Dies stellt eine Neuheit in der Wirkungsforschung und im Bereich der Filmfestivalstudien dar und bringt Erkenntnisse für die Forschung zu Wirkungen gesellschaftsorientierter Leistungen und gesellschaftlichem Mehrwert im Kunst- und Kulturbereich.

In einem kollaborativen Prozess mit Expert:innen aus dem Kunst- und Kulturbereich sowie Beteiligten wurde ein hypothetisches Wirkungsmodell erstellt. Dieses wurde durch Interviews und Fokusgruppen empirisch belegt und angepasst. Untersucht wurden ausgelöste Wirkungen bei rezipierenden Kindern, der Kinderjury, Lehrkräften, rezipierenden Erwachsenen, Kooperationspartner:innen, Sponsor:innen, Veranstaltungskinos, dem Organisationsteam sowie der öffentlichen Hand (Politik und Verwaltung). Ein weiterer theoretischer Beitrag dieser Studie ist die Verknüpfung von gesellschaftlichen Wirkungen mit der Operationalisierung ästhetischer Bildung. Durch die Systematisierung des Begriffs und die Verknüpfung mit Wirkungsindikatoren wurde ein Weg für deren zukünftige Messung bereitet.

Filmfestivals können durch Wirkungsanalysen darin unterstützt werden, ihre gesellschaftlichen Mehrwerte zu konkretisieren, zu fokussieren und aufzuzeigen. Dadurch kann ein maßgeblicher Beitrag für ihre Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit ebenso wie eine Unterstützung bei der konkreten Mittelakquise geleistet werden. Bei der Vergabe öffentlicher Kulturförderungen scheint sich speziell die Förderung von Filmfestivals durch die Ansprache einer von Vielfalt geprägten städtischen Bevölkerung, die Heranführung junger Bevölkerungsgruppen an kulturelle Inhalte und kreative Bereiche, dem vielerorts Beleben der Kulturszene sowie dem Entgegenwirken des Kinosterbens anzubieten. Dadurch können Filmfestivals dazu beitragen, die Wiener Stadtregierung bei der internationalen Positionierung und bei Lösungen für die städtischen Herausforderungen des aktuellen Jahrzehnts zu unterstützen.

Besonderer Dank gilt den Verantwortlichen des Internationalen Kinderfilmfestivals, Franz Grafl und Martina Lassacher.

Stefan Schöggel, Julian Kettl, Christian Grünhaus,
Verena Teissl, Tanja C. Krainhöfer

Wien, im Oktober 2023

1. Ausgangssituation

Im Strategiepapier „WIEN 2030 - Wirtschaft & Innovation“ der Stadt Wien wird dem Thema „Kunst & Kultur“ hohe Bedeutung beigemessen. Das Ziel der „Kultur- und Kreativmetropole Wien“ stellt eines der sechs Spitzenthemen dar, in denen die Stadt bereits Stärken und Kompetenzen hat, die durch innovative Lösungen bis 2030 noch weiter ausgebaut werden sollen. Dadurch erhofft sich die Wiener Stadtregerung internationale Positionierung und Lösungen für die städtischen Herausforderungen des aktuellen Jahrzehnts (Stadt Wien, 2019a).

In der Executive Summary des Strategiepapiers heißt es dazu im Detail:

Von Staatsoper, Musikverein, Musical-Theatern und Museen hat so gut wie jeder Tourist und jede Touristin schon einmal vor dem ersten Wien-Besuch gehört. Das soll und wird auch so bleiben. Zusätzlich blühen und gedeihen zunehmend Design, Mode und die Werbe-, Musik- und Filmwirtschaft in Wien. Mit ihren innovativen Impulsen und Dienstleistungen stärken die Kreativberufe den gesamten Standort. Wien wird und will diese Kreativität als Motor für das Wiener Innovationsmilieu nutzen. Die Wettbewerbsfähigkeit und die Rahmenbedingungen für die Wiener Kreativwirtschaft werden daher gestärkt. (Stadt Wien, 2019b, S. 15)

Eine international renommierte Stadt mit hoher Lebensqualität birgt durch eine aktive Kultur- und Kreativwirtschaft zahlreiche Vorteile für die lokale wie überregionale Wirtschaft. In der Standortpolitik, bei der es um den Wettbewerb im internationalen Vergleich geht, spielt Lebensqualität eine große Rolle, wovon diverse Rankings zeugen, in denen Wien traditionell hervorragend abschneidet (Economist Intelligence Unit, 2022; Mercer, 2019; Monocle, 2023). Mit der Rolle einer Kulturmetropole macht Wien nicht nur als attraktiver Wirtschaftsstandort auf sich aufmerksam, sondern auch als hochqualitativer Innovationsstandort (Stadt Wien, 2019a).

Die Weiterentwicklung der oben erwähnten Spitzenthemen erfolgt mittels zehn Strategischer Handlungsfelder. Eines dieser zehn Handlungsfelder ist das Thema Bildung. Der Fokus der Stadt liegt auf qualitativ hochwertiger Ausbildung und der Förderung von Kreativität als zukunftsweisende Schlüsselkompetenz. Dies soll hohe Lebensqualität und Beschäftigungsquoten sowie gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen und somit sozialen Ungleichheiten gegenwirken. Betonte Lernziele sind Innovationsfähigkeit und Kreativität (Stadt Wien, 2019a):

Kreative Fähigkeiten sollen geweckt und das Interesse an Wirtschaft, Technik und Naturwissenschaften gefördert werden (Stadt Wien, 2019b, S. 18)

Auch in der Smart City Rahmenstrategie der Stadt Wien spielt Kunst und Kultur im Bildungskapitel eine wichtige Rolle, festgehalten durch das Ziel, vielfältige Vermittlungsprogramme zu schaffen, die Zugang zum städtischen Kunst- und Kulturangebot ermöglichen. Unterstrichen wird die spezifische Bedeutung nicht nur auf intellektueller, sondern auch auf emotionaler Ebene. Dies ermöglicht Kreativität und Diskurs, beides essenzielle Komponenten der Veränderungsprozesse in der Smart City Wien (Magistrat der Stadt Wien, 2019).

1.1. Filmstadt Wien

Der Film, Leitmedium des 20. Jahrhunderts, hat im Zuge der Digitalisierung seine gesellschaftliche Bedeutung und Wirkungspotentiale kontinuierlich ausgebaut. 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 großes Potenzial, gegenwärtige gesellschaftliche Transformationsprozesse zu befördern. Als vorwiegend zivilgesellschaftlich getragene Organisationen eröffnen sie der breiten Bevölkerung große Partizipationschancen und damit jedem einzelnen, sich an gesellschaftlichen Themen zu beteiligen (Krainhöfer & Kurz, 2022a).

Wien ist mit 26 Lichtspielhäusern, wovon 18 Arthouse Kinos sind, eine cinephile Stadt, unterstrichen durch die Ansiedlung relevanter kultureller und kulturpolitischer Institutionen (Teissl et al., 2021). Jährlich werden in Wien kleine und mittlere Kinos mit rund 1,2 Millionen Euro gefördert, weil sie laut Kulturstadträtin Veronica Kaup-Hasler „mit ihrer besonderen Programmgestaltung und vielfältigen Rahmenveranstaltungen einen wichtigen Beitrag zum kulturellen und sozialen Leben einer Großstadt leisten“ (Mein Wien, 2023a, S. 6). Des Weiteren fördert die Stadt Wien künstlerisch wertvolle Filmfestivals und Sommerkinos in verschiedensten Bezirken, um „Kulturgenuss ohne Kommerz“ zu garantieren (Mein Wien, 2023b, S. 8). Ergänzend hierzu erhalten Filmfestivals bundesweit Förderung seitens des BMKÖS (Mein Wien, 2023a).

Laut einer Studie zur kulturellen Teilhabe in Wien besucht rund ein Drittel der Wiener Bevölkerung mindestens einmal im Jahr ein Musik- oder Filmfestival (Schönherr & Oberhuber, 2015). Ihr gesellschaftlicher Mehrwert wurde bislang allerdings noch nicht untersucht. Anhand des Beispiels des Internationalen Kinderfilmfestivals Wien wird in dieser Studie der Frage nachgegangen, welche gesellschaftlichen Wirkungen ein künstlerisches Medium bei Rezipient:innen und anderen Gruppen hervorruft. Dies hilft auch spezialisierten Festivals sowie ihren (Finanzierungs-)Partner:innen zu kommunizieren, welchen gesellschaftlichen Mehrwert sie generieren.

Diese Herangehensweise stellt eine Innovation im Kulturbetriebssektor dar. Eine Wirkungsorientierung steckt hier noch in den Kinderschuhen, wiewohl es auf nationaler Ebene in Deutschland und Österreich sowie auf EU-Ebene erste Projekte gibt (EU National Institutes for Culture, 2020; García et al., 2010; Goethe-Institut, 2016; Grünhaus & Herzog, 2020; Lechner et al., 2008; More-Hollerweger & Schober, 2013; Richards & Wilson, 2010; Žilič Fišer & Kožuh, 2019). Gesellschaftliche Wirkungsmessung bringt Kulturproduktion bzw. -angebote, Stadtentwicklung und Wissenschaft im Interesse wirksamer, nachhaltiger gesellschaftlicher Transformationsprozesse zusammen. Ihre Kooperation bildet eine Art Real-labor, das die Chance eröffnet, Filmfestivals in ihrer Wirkungsabsicht und -potenzial zu unterstützen und noch wirksamer mit der Zivilgesellschaft zu verbinden.

1.2. Wirkungen und Evaluierung im Kulturbereich

Wirkungsorientierung ist der neue Maßstab, wenn (organisationale) Aktivitäten geplant, durchgeführt, evaluiert und schließlich gesteuert werden. Längst wird

nicht nur in Nonprofit-Organisationen, welche diese Ausrichtung bereits in ihrer Mission festgelegt haben, Erfolg abseits der ökonomischen Gewinnerzielung gemessen. Der Nachweis, gesellschaftlichen Mehrwert zu erbringen, wird auch für gewinnorientierte Unternehmen und in Teilen auch die öffentliche Hand immer wichtiger. Statt primärem Fokus auf Effizienz steht nun im Rahmen einer Wirkungsorientierung Effektivität stärker im Vordergrund, was beispielsweise in der Haushaltsführung zur vermehrten Erarbeitung von Wirkungszielen führt (Grünhaus & Rauscher, 2022). Darüber hinaus kommt es im Rahmen der EU-Taxonomie und Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) vermehrt zur Verpflichtung zu nicht-finanzieller Nachhaltigkeitsberichterstattung mittels speziell entwickelter European Sustainability Reporting Standards (ESRS) zu Umwelt, Sozialem und Governance (ESG) (Europäische Kommission, 2023).

Auch Investitionen und Förderungen werden verstärkt auf Basis deren Beitrags zur Erzielung von gesellschaftlichem Mehrwert vergeben. Financiers interessieren sich dafür, was ihre Gelder bewirken und wollen dadurch selbst gestalten. Geben, um zu gestalten, bedingt aber auch, Ziele zu definieren und die Wirkung der Ergebnisse zu messen. Wirkungsmessung und evidenzbasiertes Vorgehen, mit Blick auf gesellschaftlichen Mehrwert, rückt daher bereits seit geraumer Zeit in den Mittelpunkt des Interesses. Auf nationaler Ebene wird eine wirkungsorientierte Steuerung bereits in der österreichischen Bundesverwaltung umgesetzt. Ziel ist hier ein Wandel weg von der Ressourcensteuerung, hin zur Steuerung an den Beiträgen „zur Zielerreichung bei der Lösung von gesellschaftlichen Problemen“ (BMKÖS, 2020b).

Das Thema Evaluierung gesellschaftlicher Wirkungen hat den Kulturbereich erst relativ spät erreicht. Während Wirkungsmessung und Evaluation im Sozialbereich bereits seit geraumer Zeit mit Fokus auf gesellschaftlichen Mehrwert durchgeführt werden und ökologische Wirkungen auch in der gewinnorientierten Privatwirtschaft unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten im Mainstream angekommen sind, wird im Kulturbereich vielerorts noch auf Basis von Output-Kennzahlen, etwa der Anzahl an Besucher:innen oder der Auslastung von Kulturangeboten, gesteuert. Im Jahr 2019 ist hierzu ein Basiswerk erschienen, welches die Notwendigkeit von Evaluation im Dreiklang mit Kulturpolitik und Förderwesen betont und Bedenken von Kulturinstitutionen und –schaffenden sowie Förderstellen gegenüber dieser abbauen soll (Birnkraut, 2019).

Auch im Kulturbereich werden übergeordnete Ziele gesetzt, um gesellschaftlichen Mehrwert zu erreichen. Unter österreichischem EU-Ratsvorsitz wurde etwa der „EU Arbeitsplan für Kultur“ (BMKÖS, 2020a) verabschiedet, in dem der Beitrag von Kultur zum Zusammenhalt in der Gesellschaft als Schwerpunktthema festgelegt wurde. Bereits im Juli 2006 ratifizierte Österreich die UNESCO-Konvention über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen (UNESCO, 2005).

Auch in der wissenschaftlichen Forschung wird zunehmend der Wert von Kultur(angeboten) diskutiert. Kulturangebote werden gemeinhin als Beitrag zu symbolischer Bedeutungsproduktion in einem demokratischen Spannungsfeld verstanden (Hall, 1999; Holden, 2006). Die zwei sich ergänzenden Seiten der Kulturproduktion umfassen die ökonomische und die symbolische Wertebildung (Zembylas & Tschmuck, 2006). Die ökonomischen Aspekte überwiegen nach wie vor die Analyse der symbolischen und sozialen Wirkungen. Die Diskussion reicht von einer Auseinandersetzung mit der Entstehung von Wert oder „value“ im Kulturbereich und dessen Kommunikation (Dowell et al., 2019) über die Bedeutung des Wertes von Kultur in der Kreativökonomie und dessen Gestaltung (Granger, 2020) bis hin zu einem Vergleich unterschiedlicher Methoden zur Bestimmung

eines Preises von Kunst und Kultur (Snowball, 2008). Im Vordergrund stehen hier jeweils ökonomische Aspekte von Kultur(angeboten), im Rahmen von sogenannten Umwegrentabilitätsberechnungen (z.B. Pretzell & Mertens, 2012)

Evaluationen konkreter kultureller Veranstaltungen wurden in den vergangenen ca. 15 Jahren vermehrt durchgeführt, etwa von Musik- und Kulturfestivals (Antonio Rivera et al., 2008; Bracalente et al., 2011; Tohmo, 2005) oder anderen Kulturangeboten (Nadotti & Vannoni, 2019; Pasanen et al., 2009). Hier liegt allerdings ein starker Fokus auf der Evaluation ökonomischer Wirkungen, vor allem der für den Tourismus relevanten Wirkungen. Ebenso zentrale Bedeutung hatten ökonomische Wirkungen im Rahmen einer Studie über Beitrag von Kultur zum Markenprofil einer Stadt (Kolotouchkina & Seisdodos, 2016). Ziel war es dabei, eine Matrix zu entwickeln, mithilfe derer Auswirkungen des kulturellen Profils auf das Markenprofil einer Stadt aufgezeigt werden und Implikationen für Zielgruppen abgeleitet werden können.

Eine weitere Studie beschäftigte sich mit dem Effekt von Filmfestivals auf das städtische Branding von Kopenhagen (Ooi & Pedersen, 2009). Für Österreich wurden im Rahmen einer Forschung zum Mehrwert von Kunst und Kultur für den städtischen Raum im Auftrag des Österreichischen Städtebunds (Lechner et al., 2008) neben den Bereichen Tourismus und Wirtschaftsstruktur auch Auswirkungen auf kulturelle Teilhabe und Lebensstile analysiert. Dass es sinnvoll ist, Wirkungen von Kulturangeboten im Kontext des städtischen Raumes zu analysieren, zeigt eine Evaluation von Kulturangeboten und deren Auswirkungen auf Aspekte der Stadtentwicklung (Sroda-Murawska & Biegańska, 2014).

Soziale Wirkungen werden meist als positive apriori Legitimierung für öffentliche Förderungen angeführt. Zugleich gibt es kaum empirische Untersuchungen zu Erwartungen der sozialen Inklusion oder ästhetischen Bildung (Kawashima, 2006). Jedoch lohnt es sich, nach diesen sozialen Wirkungen zu fragen, wie die Vorstellung vielfältiger Auffassungen darüber, was Kunst bei den Menschen auf einer sozialen Ebene bewirken kann, zeigt. Der Mehrwert von Kultur(angeboten) wurde auch auf Ebene der psychischen und physischen Gesundheit bereits nachgewiesen (Davies et al., 2014), wenngleich es sich hierbei um eine biopsychosoziale Betrachtung vor dem Hintergrund sozialepidemiologischer Theorien handelt. Dass es eine Verbindung zwischen kulturellem Engagement und Gesundheit gibt, ist sicherlich eine wertvolle Erkenntnis für den Kulturbereich.

Auch für Fördergeber:innen ist die Evaluation von Kultur von Bedeutung, wenn es um die Vergabe von Geldern und die dadurch induzierten Wirkungen geht: so wurden (geförderte) österreichische Kunst- und Kultureinrichtungen etwa durch das Institut für Höhere Studien (IHS), im Auftrag des österreichischen Kulturministeriums, hinsichtlich ihrer ökonomischen Wirkungen untersucht (Felderer et al., 2008). Auch die Wirkungen (geförderter) grenzüberschreitender Kulturprogramme wurde im Auftrag des Kulturministeriums untersucht. Hier konnte das NPO Kompetenzzentrum (More-Hollerweger & Schober, 2013) in einer breiten Wirkungsanalyse Stakeholder-übergreifende Wirkungen in unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen aufzeigen.

Wenn man die in den genannten Evaluationen aufgezeigten Ergebnisse entlang einer Wirkungskette (Output vs. Outcome, siehe auch Kapitel 3.1) sowie vor dem Hintergrund unterschiedlicher Wirkungsdimensionen (inhaltlich sowie auch zeitlich und strukturell, siehe auch Kapitel 3.1) analysiert, so zeigt sich, dass bisher vor allem ökonomische Wirkungen erhoben und analysiert wurden. Der Wirtschaftsfaktor von Kultur(angeboten) stand bei bisherigen Evaluationen in den allermeisten Fällen im Vordergrund. So kommen etwa soziale, politische,

gesundheitliche oder kulturelle Wirkungen vergleichsweise selten vor. Solcherart wird gesellschaftlicher Mehrwert auf die ökonomischen Wirkungen reduziert und bleibt die innewohnende Definition nicht-gewinnorientierter Organisationen unbeachtet. Das kann sich negativ auf die potenziellen Wirkungen sowie die kulturpolitische Legitimierung auswirken.

Betrachtet man Wirkungen mit einem erweiterten Blick auf unterschiedliche Stakeholder und Wirkungsbetroffene, so fehlt es vielfach an einer Stakeholder-übergreifenden Analyse von Wirkungen. Bei einem Fokus auf ökonomische Wirkungen, wie er in vielen der genannten Studien gesetzt wird, werden Wirkungen in erster Linie für den Markt bzw. die Tourismusbranche, oder für die Kunst- und Kulturinstitutionen selbst gemessen. Wird das kulturelle Angebot in einer Stadt untersucht, werden dadurch implizit Wirkungen für Rezipient:innen oder allenfalls die lokale Bevölkerung abgebildet. Welcher Mehrwert aber für Kulturschaffende, andere Kulturbetriebe, die lokale Kulturpolitik oder auch Bildungsinstitutionen – um nur einige relevante Stakeholder zu nennen – durch Kultur(angebote) entsteht, bleibt unterbeleuchtet. Wenn wir nun an die Bedeutung der Wirkungsorientierung bei der Formulierung übergeordneter Ziele von Kultur(angeboten) denken, so sehen wir, dass auch im Kulturbereich zunehmend stärker auf das Erzielen von gesellschaftlichem Mehrwert gesetzt wird. Es liegt daher nahe, dass soziale, politische, kulturelle oder ökologische Wirkungen auch im Rahmen einer Wirkungsanalyse verstärkt betrachtet werden sollen.

2. Forschungsinteresse und Ziele der Studie

Die vorliegende, empirische Studie setzt genau dort an, wo Wirkungsanalysen im Kulturbereich bisher zu kurz gegriffen haben: Ziel ist es, den gesellschaftlichen Mehrwert von kulturellen Angeboten im Allgemeinen und Filmfestivals im Speziellen an einem konkreten Beispiel fundiert und umfassend darzustellen, Wirkungen also Stakeholder-übergreifend und über einen rein ökonomischen Nutzen hinaus zu identifizieren und zu analysieren. Hierbei soll die Entstehung gesellschaftlicher Wirkungen im kulturellen Kontext nachvollziehbar gemacht werden. Konzeptionell wurde dieses Ziel mithilfe des Aufbaus eines Wirkungsmodells erreicht, das Wirkungen in den Dimensionen des Konzepts der Wirkungsbox (siehe Kapitel 3.1) beinhaltet.

Als Studienobjekt und Praxispartner wurde das Internationale Kinderfilmfestival Wien analysiert. Konkret sollte auf Basis eines Wirkungsmodells des Festivals, das die Wirkungen der betroffenen Stakeholder hypothetisch beschreibt, empirisch festgestellt werden, inwieweit diese Wirkungen eingetreten sind und welchen Wert die betroffenen Personen diesen beimessen. Partizipativ eingebunden und kooperiert wurde hierfür einerseits mit dem Festivalteam, andererseits inhaltlich mit zwei Expertinnen zum Thema: Verena Teissl von der FH Kufstein Tirol, Professorin für Cultural Studies & Cultural Management (Teissl et al., 2021) sowie Tanja C. Krainhöfer, Dipl. Medienökonomin und Senior Researcherin des unabhängigen Forschungsverbands Filmfestival Studien (Krainhöfer, 2018). An dieser Stelle sei ihnen großer Dank für ihr Mitwirken ausgesprochen.

Die forschungsleitenden Fragen lauteten:

Forschungsfrage 1: Welche Stakeholder und Wirkungsbetroffenen spielen bei der Konzeption des Wirkungsmodells eines Filmfestivals im Allgemeinen und beim Internationalen Kinderfilmfestival im Speziellen eine Rolle?

Forschungsfrage 2: Welche kurz- und mittelfristigen Wirkungen entfaltet das Internationale Kinderfilmfestival in unterschiedlichen inhaltlichen Dimensionen (sozial, kulturell, politisch, ökonomisch, ökologisch, psychisch/physiologisch) bei ausgewählten Stakeholdern und Wirkungsbetroffenen?

Forschungsfrage 3: Wie lässt sich das Konzept der ästhetischen Bildung operationalisieren?

Forschungsfrage 4: Wie können die Instrumente und Ergebnisse des Pilotprojekts eine Grundlage für zukünftige fundierte Erhebungen bzw. Messungen von Wirkungen im Kulturwesen darstellen?

Die Erhebung des gesellschaftlichen Mehrwerts von Filmfestivals, wie im vorliegenden Projekt in ersten Schritten durchgeführt, bietet Vorteile auf verschiedenen Ebenen. Die Ergebnisse, in Form einer Informationsgrundlage, sind in drei Perspektiven verwertbar:

- **Filmfestivals als Organisationen** können ihre Wirkung genauer identifizieren, steuern und vergrößern. Die gesellschaftlichen Wirkungen sind

identifiziert und können für die weitere Entwicklung und Profilschärfung sowie zur Einwerbung von Ressourcen, insbesondere von Finanzmitteln, genutzt werden. Die Wirkungsdimensionen sind bekannt und mit Vorschlägen für zukünftige Evaluationen auf Basis quantitativer Messungen unterlegt.

- **Gesellschaftliche Öffentlichkeit und Legitimität:** Der Mehrwert von Filmfestivals wird sichtbar. Gesellschaftliche Wirkungen von Filmfestivals werden transparent gemacht und positionieren Festivals als Akteure der gesellschaftspolitischen Auseinandersetzung und Weiterentwicklung.
- **Finanzierung:** Gesellschaftlicher Mehrwert von Filmfestivals kann aufgezeigt werden, womit die Wirkung einer Förderung dargestellt wird. Politische Legitimität wird gestärkt, indem eine nachvollziehbare Grundlage für öffentliches Handeln geschaffen und eine Antwort auf die zunehmende Forderung nach Wirkungskennzahlen gegeben wird.

3. Konzeptionelle und Methodische Herangehensweise

Um die gesellschaftlichen Wirkungen des Internationalen Kinderfilmfestivals zu analysieren, wurde eine Wirkungsanalyse durchgeführt. Methodisch wurden, aufbauend auf einem Wirkungsmodell, das im Rahmen des Projekts erarbeitet wurde, qualitative Erhebungen bei Vertreter:innen relevanter Stakeholdergruppen und Wirkungsbetroffenen geführt. Es galt herauszufinden, inwiefern vermutete Wirkungen eingetreten sind bzw. eintreten könnten.

3.1. Konzeptionelle Grundlage: Wirkungsanalyse

Die vorliegende Studie spielt nicht nur im Kontext gemeinwohlorientierter Kulturorganisationen, sondern auch im Zusammenhang mit dem Diskurs zu gesellschaftlichen Wirkungen und deren Analyse eine wesentliche Rolle. Seit geraumer Zeit wird das Thema gesellschaftliche Wirkungen verstärkt diskutiert. Begriffe wie wirkungsorientierte Haushaltsführung, Wirkungscontrolling, Social Impact, Social Value, Social Return on Investment (SROI) und dergleichen, begleiten nicht nur NPOs und die öffentliche Hand, sondern in der nicht-finanziellen Berichterstattung zunehmend auch gewinnorientierte Unternehmen (Grünhaus & Rauscher, 2022). Zeiten, in denen es ausreichend war, den finanziellen Gewinn auszuweisen, sind zumindest für mittlere und große Unternehmen vorüber (vgl. Business Roundtable, 2019).

Um sich erfolgreich am Finanzmarkt zu positionieren sind zunehmend nicht-finanzielle Informationen von hoher Bedeutung. So hat sich das aggregierte Veranlagungsvolumen mit Bezug zu ESG (Environmental, Social, Governance) in den USA seit 2010 verfünffacht und lag 2020 bei 15 Billionen USD (Döttling & Kim, 2021). Auch in Deutschland betrug 2020 die Höhe von verwaltetem Vermögen, welches einen Bezug zu Impact hat, 18,1 Milliarden Euro (Then & Schmidt, 2021). Nicht zuletzt wird auch ein Diskurs um wirkungsorientierte Steuerung geführt. Selbst die Republik Österreich hat auf Bundesebene im Jahr 2013 mit Wirkungscontrolling begonnen (BMKÖS, 2020b).

Wirkungsmessung wird als Querschnittsthema in unterschiedlichen Kontexten diskutiert. Zentral ist es bei der Beurteilung von Aktivitäten und Leistungen, v.a. in den Bereichen Evaluationsforschung, soziale Rechenschaftslegung (Social Accounting) und die Umwelt- und Sozialverträglichkeitsprüfung (Social Impact Assessment) (Schober & Rauscher, 2014). Inhaltlich werden von Wissenschaft und Praxis eine Reihe von Aspekten im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Wirkungen thematisiert (Grünhaus & Rauscher, 2021, 2022).

Aus wissenschaftlicher Sicht ist jedenfalls die konzeptionell fundierte Durchführung von Analysen mit dem Ziel valider Ergebnisse zu gesellschaftlich relevanten Wirkungen vor allem in neuen Themenfeldern interessant. Die Erstellung eines Wirkungsmodells mit entsprechender zentraler Unterscheidung zwischen Leistungen, gemessen an Output-Kennzahlen, und Wirkungen, gemessen an Wirkungsindikatoren oder in Form von Wirkungsbeschreibungen dargestellt, sind hier zentral (Rauscher et al., 2015). In diesem Zusammenhang wird der

Indikatorenentwicklung, häufig im Bereich der Lebensqualität (Thümler & Scheu-erle, 2013), Raum gegeben. Daran angeknüpft geht es aber auch um die Dar-stellung der oft komplexen Sachverhalte.

Im Rahmen einer Wirkungsanalyse ist ein schrittweises Vorgehen empfehlens-wert. In der folgenden Grafik (Abbildung 3-1) sind diese Schritte ersichtlich, so-wie welche davon optional zu gehen sind. Der Zweck der vorliegenden Studie ist die Kommunikation der Wirkungen. Dies wird erreicht, indem die ersten vier Schritte sowie Schritt acht gegangen werden:



ABBILDUNG 3-1: SCHRITTE EINER WIRKUNGSANALYSE

Quelle: Grünhaus & Rauscher, 2022, adaptiert

In den meisten Wirkungsanalysen wird der Fokus auf kausale logische Ketten ge-legt (Rauscher et al., 2015), die mit Bezug zu Stakeholdern und Wirkungsbet-roffenen sinnvoll zu einem Wirkungsmodell ausgebaut werden können. Abgese-hen von der Differenzierung nach wirkungsbetroffenen Stakeholdern sollten in der Gesamtsicht auch unterschiedliche Leistungen eines Unternehmens, einer (Nonprofit)Organisation oder eines Programms dargestellt werden. Nicht jede Leistung wird die gleichen Wirkungen hervorrufen, und eine Zuordnung von Wir-kungen zu Leistungen wird häufig sinnvoll sein. Ein vollständiges Wirkungsmodell umfasst demnach Grünhaus und Rauscher (2022) folgend Stakeholder, Wir-kungsbetroffene und die unterschiedlichen erbrachten Produkte oder Leistungen, für die jeweils eine Wirkungskette erstellt wird (siehe Abbildung 3-2). Stakehol-der sind hierbei Institutionen, Gruppen oder Individuen, die eine Organisation oder Unternehmen beeinflussen und/oder Interesse daran haben. Wirkungsbet-roffene werden hingegen ohne Einfluss oder Interesse beeinflusst (Grünhaus & Rauscher, 2022).

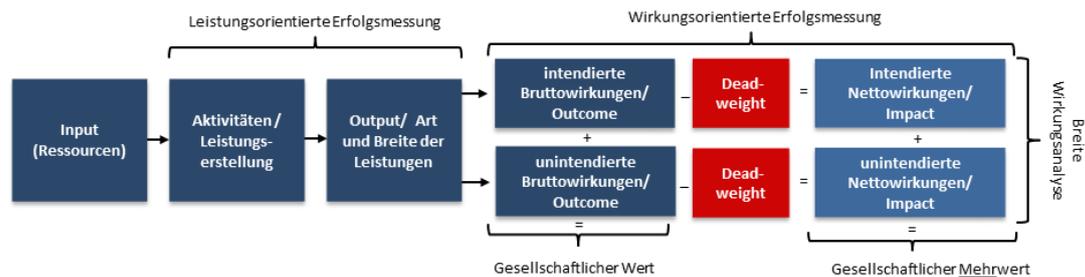


ABBILDUNG 3-2: EINFACHE WIRKUNGSKETTE

Quelle: Grünhaus & Rauscher, 2022

Zur Missionserreichung werden mittels der in das Programm investierten Ressourcen (**Input**) regelmäßig Aktivitäten gesetzt, die **Leistungen** unterschiedlichster Art erstellen. Der **Output** stellt das Ausmaß der erbrachten Leistungen dar. **Wirkungen** bezeichnen im Gegensatz dazu jene positiven und/oder negativen Veränderungen, die an Begünstigten bzw. Betroffenen nach erbrachter Aktivität bzw. konsumierter Leistung (z.B. Menschen, Gruppen, Gesellschaft) oder in der Umwelt festzustellen sind. Stehen die Wirkungen im Fokus, wird es nochmals komplexer. Wirkungen können intendiert oder nicht-intendiert sein. Sind sie intendiert, also für den angestrebten Erfolg wesentlich, handelt es sich um geplantes zielorientiertes Handeln. Sind sie nicht-intendiert, können sie dennoch bedeutsam sein und einen positiven oder auch negativen Einfluss auf die Gesamtwirkung der gesetzten Aktivitäten bzw. erbrachten Leistungen haben. Dies ist von zentraler Relevanz hinsichtlich der Art und Breite einer allfälligen Wirkungsbreiteanalyse. Wird nur auf intendierte Wirkungen fokussiert, handelt es sich um einen zielbasierten Ansatz. Dieser hat zwangsläufig einen engeren Fokus und beschränkt die Aussagen auf einzelne Wirkungsdimensionen.

Als **Deadweight** werden jene Wirkungen bezeichnet, die ohnehin eingetreten wären, auch ohne die konkreten Aktivitäten. In der Evaluationsliteratur wird in diesem Zusammenhang auch vom Programmeffekt (Rossi et al. 2004: 207) oder kontrafaktischer Evaluation (S. L. Morgan & Winship, 2015) gesprochen. Diese Wirkungen müssen konsequenterweise von den Bruttowirkungen (**Outcome**) abgezogen werden, um schließlich jene Wirkungen zu erhalten, die ausschließlich durch die Organisation bzw. das Projekt generiert werden (**Impact**). Dieser Deadweight wird in der vorliegenden Studie nicht erhoben.

Gesellschaftlicher Mehrwert, also Social Impact, kann in mehreren Dimensionen auftreten: inhaltlich als ökonomische, soziale, politische, ökologische, kulturelle oder physio-/psychologische Wirkungen. Beispielsweise die Einbindung von Freiwilligen in die Leistungserstellung erzeugt nicht nur soziale Wirkungen, wie die Bildung von Sozialkapital, sondern auch ökonomische, wie eine Kostenreduktion bei der Leistungserstellung (Grünhaus & Rauscher, 2022). Die identifizierten Wirkungen können aber darüber hinaus auch auf zeitlicher und struktureller Ebene unterschieden werden. Zeitlich gesehen gibt es kurz-, mittel- und langfristige Wirkungen. Freiwillige können, als psychologische Wirkungen, nicht nur unmittelbare Freude an ihrer Tätigkeit haben, sondern auch langfristig als soziale Wirkung bessere gesellschaftliche Inklusion erlangen. Strukturell umfasst die Mikroebene Wirkungen bei Individuen. Häufig geht es um Begünstigte einer Intervention oder Mitarbeitende der Leistungserstellung. Die Mesoebene bezieht sich auf Organisationen/Gruppen und die Makroebene auf gesamtgesellschaftliche

- Publikum:
 - Kinder
 - Kinderjury
 - Begleitpersonen
 - Erwachsene ohne Kinderbegleitung
 - Originalsprachler:innen
- Nicht anwesende Familienangehörige der rezipierenden Kinder
- Kinosektor
 - Kinosektor gesamt
 - Veranstaltungskinos
 - Am Festival vertretene Filmschaffende
 - Am Festival nicht vertretene Filmschaffende
 - Verleiher:innen
 - Produktionsfirmen
- Partner:innen
 - Kooperationspartner:innen
 - Sponsor:innen
 - Rahmenprogrammpartner:innen
 - Medienpartner:innen
 - Andere Filmfestivals
 - Interessensvertretungen
- Intern
 - Trägerverein
 - Organisationsteam
 - Einsprecher:innen
 - Partnerkinderfilmfestivals
- Schulen
- Lehrkräfte
- Öffentliche Hand – Politik
- Öffentliche Hand – Verwaltung
- Anrainer:innen
- Betriebe im lokalen Umfeld
- Allgemeine Bevölkerung

In einem nächsten Schritt wurden, wiederum zusammen mit Expert:innen sowie Verantwortlichen des Internationalen Kinderfilmfestivals, jene zentralen Stakeholder festgelegt, bei denen empirische Erhebungen stattfinden sollten. Diese sind in Abbildung 3-4 ersichtlich. Für jeden dieser Stakeholder bzw. Wirkungsbetroffenen wurde in diesem kollaborativen Prozess eine Stakeholder-spezifische hypothetische Wirkungskette (siehe Abbildung 3-2) erstellt.

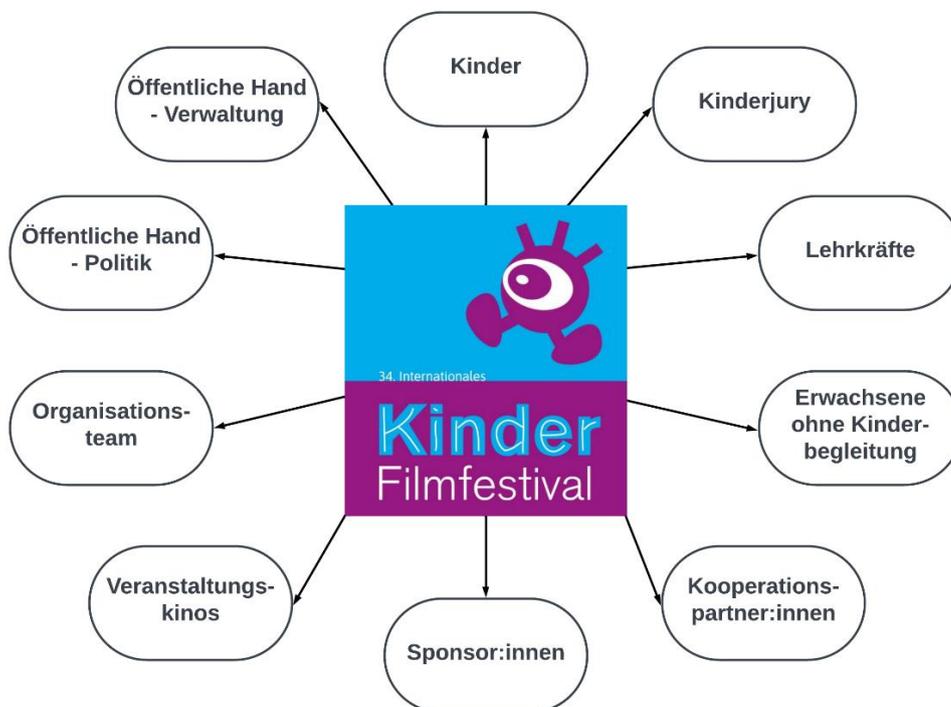


ABBILDUNG 3-4: IN DIE UNTERSUCHUNG INKLUDIERTER STAKEHOLDER & WIRKUNGSBETROFFENE

Quelle: eigene Darstellung

Für jede zu interviewende Stakeholder-/Wirkungsbetroffenengruppe wurde ein zugeschnittener Interviewleitfaden entwickelt, basierend auf den zuvor erarbeiteten Wirkungsketten. Diese galt es zu verifizieren und zu ergänzen. Das konkrete Erhebungsdesign folgte einem qualitativen sozialwissenschaftlichen Paradigma. Empirische Primärdaten wurden im Rahmen von zwei Fokusgruppen, neun Leitfadeninterviews und einer schriftlicher Beantwortung gesammelt. Beide Fokusgruppen sowie zwei der Interviews fanden physisch statt, die restlichen sieben Interviews per Zoom oder Telefon. Interviews und Fokusgruppen dauerten ca. 30-45 Minuten und wurden aufgezeichnet, per Essenz-Transkription transkribiert (Paulus et al., 2014; Stonehouse, 2019) und so wie die schriftliche Beantwortung entlang der Prinzipien der qualitativen Textanalyse nach den Wirkungen codiert und ausgewertet (Froschauer & Lueger, 2020). Dies ermöglicht die Verifizierung der hypothetischen Wirkungen sowie eine Identifizierung von zusätzlichen, unintendierten Wirkungen. Die Erhebungen können wie folgt den Stakeholdern zugeordnet werden:

- F1: Kinder einer Volksschulklasse
- F2: Mitglieder der Kinderjury (ca. 12 Jahre)
- I1: Lehrkraft
- I2: rezipierender Erwachsener
- I3: rezipierende Erwachsene
- I4: Vertreterin einer Kooperationspartnerin
- I5: Vertreterin einer Sponsorin
- I6: Vertreter eines Veranstaltungskinos
- I7: Mitglied des Organisationsteams
- I8: Vertreterin der öffentlichen Hand (städtische Verwaltung)
- I9: Vertreterin der öffentlichen Hand (Stadtpolitik)
- I10: Vertreter:innen der öffentlichen Hand (Bundespolitik)

Nach der Auswertung der Interviews und der einhergehenden Verifizierung der Wirkungsketten wurde das hypothetische Wirkungsmodell anhand der aus den Interviews gewonnenen Erkenntnisse überarbeitet und angepasst (siehe Anhang). Die Wirkungen wurden zusätzlich in die Wirkungsdimensionen eingestuft und mit der Untersuchungsfrage zu Ästhetischer Bildung verknüpft (siehe Kapitel 6).

4. Filmfestivals

Der weltweite Filmfestivalsektor verzeichnet seit den 1980er Jahren eine anhaltende Zunahme und Ausbreitung (Krainhöfer & Petri, 2023). Aufgrund mangelnder systematischer Erhebungen lässt sich in Österreich die genaue Anzahl an Filmfestivals nicht ermitteln. Der Bedeutungszuwachs des Sektors führte 2012 zum Zusammenschluss von mittlerweile 24 österreichischen Filmfestivals im Forum österreichischer Filmfestivals (FÖFF) (Teissl et al., 2021). Es definiert Filmfestivals als:

...mehrtägige, periodisch stattfindende Veranstaltungen, bei denen die bestmögliche Projektion von Filmen jeglicher Form und die Diskussion darüber im Mittelpunkt stehen. Sie sind Ort der Meinungsbildung sowie der Begegnung mit Filmkultur und zeichnen sich durch eine kuratorische Absicht und ein klares programmatisches Profil aus. Sie verdichten Filmerlebnisse in einem abgegrenzten räumlichen und zeitlichen Horizont und dienen als Foren und Orte des Austauschs. Filmfestivals stehen für eine lebendige Auseinandersetzung mit Film. (Forum Österreichischer Filmfestivals, 2023, o. S.)

Filmfestivals haben drei Grundanforderungen: Erstens müssen sie einen Grund haben. Dazu zählt das Zeigen von bewahrenswerten Filmen. Sekundär brauchen sie ein daran interessiertes Publikum, abseits von Glamour und Unterhaltung. Und tertiär ist eine Kontextualisierung nötig, also ein Herstellen von Film UND ... Zweitens, sie müssen ein Design haben, das einen „bestimmten Blick“ auf die gezeigten Filme ermöglicht, durch ein „Abbild und Gegenbild zur Gesellschaft“ (Seeblen, 2022, S. 13). Das beinhaltet Inklusion, Diversität und systemische Charakteristika (Bezahlung/Ausbeutung). Teil des Designs ist auch die Beziehung des Festivals mit seiner Umwelt, beispielsweise mit lokalen Aktivist:innen, und die öffentliche Präsenz des Festivals. Seeblen nennt dies die „äußere Form“. Drittens, sie müssen das Ziel haben, aus Filmen eine Bewegung zu kreieren, sprich „[a]us der gemeinschaftlichen Arbeit an und mit Filmen eine gesellschaftliche und kulturelle Gemeinschaftlichkeit zu erzeugen“ (Seeblen, 2022, S. 14).

Es geht um die Vision, dass Filme Teil der Veränderung der Welt sein können (Seeblen, 2022). Festivals sind ein eigenes Format, das durch Diskurstiftung und das Schaffen künstlerischer Experimentierräume zu Horizonterweiterung beitragen möchte (Teissl, 2013). Im Zentrum eines jeden Filmfestivals steht folglich ein konkretes Anliegen. Im Gegensatz zu kommerziell ausgerichteten Kinobetrieben, die wirtschaftliche Ziele verfolgen, adressieren Filmfestivals gemeinwohlorientierte Ziele.

Profile von Filmfestivals unterscheiden sich nach Genre, Form, Thema und Reichweite (regional, national, international, siehe Teissl et al., 2021). „Ausschlaggebend für den Besuch bei einem Filmfestival sind die Gelegenheit, Filme zu sehen, die sonst nicht regulär ins Kino kommen, ein generelles Interesse für Film, die Stimmung der Filmfestivals bzw. die thematische Ausrichtung der Festivals“ (Zacher & Paul, 2016, S. 5). Festivals kreieren einen "Ausnahmestandard", ein Zeit-Raum-Arrangement, das zu einem intensiveren Erleben führt (Teissl, 2013). Rahmen- und Vermittlungsprogramme sind essenzielle Bestandteile von Filmfestivals; sie heben diese vom regulären Kinobetrieb ab und steigern das kollektive Erlebnis der Besuchenden. Beispiele sind Diskussionen (mit Filmteams),

Vorträge, Workshops, Partys/Konzerte, Ausstellungen, Preisverleihungen und Branchentreffen (Zacher & Paul, 2016) sowie Premieren und historische Wieder- bzw. Neuentdeckungen.

Die Zukunft des Films erscheint zunehmend abhängig von Programmarbeit, Vermittlung, Festival-Design und Nachhaltigkeit „Während der Filmfestivalsektor seit Ende des letzten Jahrhunderts ein rasantes Wachstum verzeichnet, [...] lässt sich nicht mehr übersehen, dass die Zahl der Lichtspielhäuser und deren Besucher:innen seit Jahrzehnten permanent nach unten weisen“ (Krainhöfer & Kurz, 2022b, S. 21). Zwar wird das Kino mittelfristig nicht aussterben, seine Anzahl wird sich aber reduzieren (Krainhöfer & Kurz, 2022a). Filmfestivals können somit einen wichtigen Beitrag zur Gewinnung jüngerer Kinofans und zur Erhaltung von Lichtspielhäusern beitragen (Krainhöfer & Kurz, 2022b).

Vor dem Hintergrund vermehrter Forderungen der Politik gegenüber der Kultur, ihren Beitrag bei der Transformation der Gesellschaft zu leisten, nehmen Filmfestivals eine Vorreiter:innenrolle ein (Krainhöfer & Kurz, 2022c). Deutlich wird dies durch zahlreiche Impulse im Bereich von Genderparität, Inklusion, Nachhaltigkeit (sowohl ökologisch als auch sozial) und Digitalisierung (Krainhöfer & Kurz, 2022a). Sie bedienen fragmentierte Publikumsinteressen und geben marginalisierten Gruppen eine Bühne (Krainhöfer & Kurz, 2022b). Inmitten einer oftmals rassistisch geprägten Gesellschaft bieten Filmfestivals „safe spaces“ (Erfahrungs- und Begegnungsräume) sowie interkulturelle Räume für Austausch zwischen Gruppen mit Migrationsbiographie und Autochthonen (Duffy & Mair, 2017). Darüber hinaus ermöglicht eine inter-/transnationale Ausrichtung ein Empowerment von lokalen Communities und Diaspora (Booth, 2016) und dient „neben dem ästhetischen Erleben ebenso als Instrument eines gesellschaftspolitischen Aktivismus, der sich gegen soziale Konstruktionen der Unterdrückung richtet“ (Krainhöfer & Kurz, 2022c, S. 77).

4.1. Filmfestivalförderung

Die Finanzierung von Filmfestivals beruht (zumeist) auf drei Säulen: den Einnahmen durch den Ticketverkauf, Finanz- und Sachmittel durch Partnerschaften und Sponsoring sowie die Förderungen der öffentlichen Hand. Zwar werden Kulturangebote oftmals entgeltlich angeboten; die daraus lukrierten Einnahmen sind jedoch in der Regel bei Weitem nicht kostendeckend, was zusätzliche finanzielle Mittel durch Förder- oder Sponsorengelder nötig macht (Towse, 2014). Während bis in die 1970er Jahre Kulturangebote mehrheitlich von staatlichen (oder ehemals öffentlich-rechtlichen) Organisationen geprägt wurden, entstand ab den 1970er der Dritte Sektor durch zivilgesellschaftlich betriebene, alternative Angebote mit gemeinnützigen Rechtsformen (Wimmer, 2011). Zu diesem Sektor zählen in Österreich auch die Filmfestivals (Teissl, 2021).

Auf Basis des Regelungsprinzips der Subsidiarität zur Stärkung zivilgesellschaftlicher Aktivitäten etablierten sich kulturpolitische Fördergesetze auf Landes- und Bundesebene ebenfalls seit den 1970er Jahren (Teissl, 2021; Wimmer, 2011). In der österreichischen Förderpraxis liegt die Erstzuständigkeit bei den Ländern, der Bund fördert in der Regel Angebote mit überregionaler Wirkung, und die EU nach europapolitischen Agenden. Eine Vollfinanzierung, also vollständiges Tragen aller Kosten, ist dabei ausgeschlossen; in der Regel ist für eine Teilfinanzierung eine bereits vorhandene Finanzierung nachzuweisen.

Im Jahr 2015 hatten die Mitgliederfestivals von FÖFF ein Gesamtbudget von mehr als € 6,5 Mio., wovon mehr als die Hälfte aus öffentlichen Quellen von 36 verschiedenen Förderstellen lukriert wurde. Davon kamen 51% von der Stadt Wien, 16,5% vom Bundeskanzleramt (hier sind die Kulturagenden des Bundes angesiedelt) und 7,2% vom Österreichischen Filminstitut (Zacher & Paul, 2016). Vor diesem Hintergrund einer zunehmend komplexen Fördersituation und dem Anliegen der Filmfestivalorganisatoren, das Format „Filmfestival“ zu stärken, richtete die Wiener Kulturpolitik eine Förderstelle für in Wien stattfindende Filmfestivals und Sommerkinos ein. Darin wurde an der Erstellung einer Festivaldefinition gearbeitet sowie Förderkriterien erstellt. Auch für die Besetzung des empfehlenden Fachbeirats arbeitet diese Stelle mit der Interessensvertretung der Österreichischen Filmfestivals FÖFF zusammen (Teissl et al., 2021). Neben der fragmentierten Förderlage sahen sich die Filmfestivalorganisatoren mit Problemen wie einem fehlenden Verständnis für die Potenziale des Formats, zu geringe Förderungen zur besseren Etablierung und Weiterentwicklung sowie prekären Arbeitsbedingungen konfrontiert (Teissl et al., 2021). Einjahresverträge verschärfen das Problem der finanziellen und personellen Planungsunsicherheit (Zacher & Paul, 2016).

Mit einer Festival-Definition und eigenen Richtlinien sollte das Format gestärkt werden, da "Festival" kein geschützter Begriff ist. Die Bedingungen, die erfüllt sein sollten, reichen von einer vorgegebenen Anzahl an Spieltagen und gezeigten Filmen, einem inhaltlichen Rahmenprogramm bis hin zu einer nachvollziehbaren programmatischen Linie und professionellem Management (Forum österreichischer Filmfestivals et al., 2020). Als Kriterien der Förderwürdigkeit wurden Aspekte des Programms, der Professionalität, der Einbettung in lokale, regionale und internationale Strukturen, der Kooperation mit anderen Kulturakteur*innen und ein Beitrag zu Filmkultur und Wirtschaft erarbeitet. Laut aktuellster Website der Filmfestivalförderung der Stadt Wien zum Zeitpunkt der Studie sind nun die Kriterien für die Einreichenden: Innovation, Angebote in kulturell wenig versorgten Stadtteile, eigenständiges Profil, das Anstreben nationaler und internationaler Synergien und Partnerschaften, Filmvermittlung und kinogerechte Vorführungen (Stadt Wien, 2023).

Wiewohl der Staat die Kulturlandschaft wohlfahrtsstaatlich dazu fördert, kulturpolitische Ziele zu erreichen (Konrad, 2011), sind in der Kulturarbeit zunehmend Ökonomisierungstendenzen zu erkennen. Gleichzeitig verstärken begrenzte Budgets im Kultursektor das als „Kostenkrankheit“ bekannte Phänomen (Baumol & Bowen, 1966). Besonders deutlich zeigt sich dieses Dilemma im privaten Non-Profit-Sektor. Jedoch ist die Logik kulturpolitischer Förderung eine Gemeinwohlmaximierung (Towse, 2014); Kultur sollte nicht dem freien Markt überlassen werden, sondern sollte für alle leistbar zu produzieren und zugänglich sein (Wimmer, 2011). Darüber hinaus werden in einer prosperierenden Kulturlandschaft zahlreiche wirtschaftliche Potenziale gesehen, wie die Erhöhung des Bekanntheitsgrades, die Verbesserung des Images sowie die Steigerung der Attraktivität als Lebens-, Arbeits-, Wirtschafts- und Tourismusstandort (Heinrichs, 1997).

Das Kultur- und Wirtschaftsgut Film muss sich mehr als andere Kunstformen an wirtschaftlichen Kriterien messen. Krainhöfer & Kurz (2022a) zufolge dürfen Filmfestivals aufgrund ihrer Bedeutung für die Bewahrung der Film- und Kinokultur nicht dem Markt überlassen werden, sondern sollten entsprechend gefördert werden (Krainhöfer & Kurz, 2022a). Als Orte der Diskursivität zu gesellschaftspolitischen Themen sind sie gemeinwohlorientierte Angebote und tragen zur Vielfalt kultureller Ausdrucksformen wie von der UNESCO definiert bei. Österreich hat die entsprechende UNESCO Konvention 2007 ratifiziert, woraus langfristig eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für gemeinwohlorientierte Angebote

wie Filmfestivals resultieren sollten (Ellmeier, 2007). Diese Konvention stärkte auch die langjährige Forderung nach verbesserten Arbeitsbedingungen. Die 2011 initiierte Kampagne Fair Pay der Interessenvertretungen gemeinnütziger Kulturanbieter wurde im Regierungsabkommen (2020-2014) aufgenommen (Teissl et al., 2021) und 2022 mit ersten Maßnahmen verankert (BMKÖS, 2023). Bereits 2020/21 wurde das Budget für Filmfestivals in Wien erhöht und mit der Verwendung für Fair Pay-Maßnahmen gebunden.

Der Großteil an Festivals ist außerdem gezwungen, alljährlich erneut eine Gesamtförderung zu beantragen und unter entsprechend großen Planungsunsicherheiten zu agieren (Simsa, 2015). Dieser Problematik wird aktuell mancherorts mit zweijährigen Förderperioden entsprochen. Vor dem Hintergrund sinkender Fördervolumina, steigender Kosten und einem wachsenden Wettbewerb um Fördermittel könnte Kommerzialisierung den Kultursektor marktkonform umgestalten, wodurch Konsumorientierung und Gewinnerorientierung in den Mittelpunkt rücken (Heinrichs, 1997). In der Folge entsteht die Gefahr, zunehmend nach wirtschaftlichen Logiken zu operieren (Simsa, 2015). Daraus folgt eine Ausrichtung des Managements auf Effizienz, Produktivität und Outputorientierung, also eine Vermarktwirtschaftlichung und stärkere Dienstleistungsorientierung (Badelt et al., 2013). Vonseiten des Kulturmanagements wird versucht, weiterhin Kultur ohne Kommerzialisierung zu ermöglichen (Hausmann, 2019; Heinrichs, 1997).

Die grundsätzliche Problematik der Förderung anhand eines Gießkannenprinzips liegt im Dilemma zwischen möglichst breiter Förderungsverteilung vs. gezielter Stärkung einzelner Veranstaltungen (Teissl et al., 2021). Für letztere fehlt es u.a. an systematischen, transparenten Kriterien, die zugleich keine demokratischen Grundprinzipien verletzen. Deshalb sind Förderkriterien bewusst breit gehalten und niederschwellig.

Die effektive Förderung von Kunst und Kultur durch das BMKÖS hängt aktuell nicht von Festlegungen wie der ICOM-Definition⁴ ab, sondern ist bewusst offengehalten, um der vielen unterschiedlichen Ausprägungen von Filmveranstaltungen gerecht zu werden und Innovation zu ermöglichen. Relevant sind zielgerichtete und nachhaltige Maßnahmen der Filmfestivals vor Ort, deren Umsetzung vom Fördergeber auf Basis von Beiratsempfehlungen entsprechend begleitet und subventioniert wird. Gleichzeitig ist ein permanenter Dialog mit dem FÖFF und anderen Vertretungen notwendig, um die sinnvolle Ausgestaltung der Fördermaßnahmen sicherzustellen.
(I10)

Evaluierung und Neusondierung von Kulturförderung trägt zu einem sachgerechten Umgang mit Steuergeldern bei (Löscher, 2019). Um sich dabei nicht nur auf KPIs wie Anzahl der Besuchenden, der gezeigten Filme und der gesamten Spieldtage (Zacher & Paul, 2016), sondern auch auf wirkungsorientierte Kriterien zu beziehen, könnte die Methode der Wirkungsanalyse Abhilfe schaffen:

Abgefragte Zahlen bieten immer nur ergänzende Informationen für die Antragsbeurteilung und sollen eine Einordnung der Veranstaltungen ermöglichen, sind aber nicht Ausdruck gewünschter quantitativer Wachstumsziele und dienen auch keiner systematischen Evaluierung. Die Förderentscheidungen werden projektspezifisch getroffen und basieren auf

⁴ Der nicht-staatliche Dachverband ICOM – International Council of Museums hat sich seit seiner Gründung 1946/47 zu einer Institution mit globaler Diskursmacht für die Museumspraxis und Förderpolitik entwickelt. Die von ICOM entwickelte Museums-Definition wird in zahlreichen Ländern zur Förderlegitimierung verwendet.

einer Gesamtbeurteilung der eingereichten Projektvorhaben. Bei der nachträglichen Evaluierung von Förderentscheidungen sind neben quantitativen jedenfalls auch qualitative Aspekte zu berücksichtigen, im Verantwortungsbereich etwa die Publikumserfahrung. (I10)

Durch einen Qualitätsnachweis basierend auf einer Wirkungslogik kann Kostenminimierungs-/Effizienzmaximierungsdruck entgegengewirkt werden, und inhaltliche und qualitative Ansprüche können gefördert werden. In der Folge können dadurch Ökonomisierungstendenzen und damit verbundene inhaltliche Einflüsse unterbunden werden.

4.2. Das Internationale Kinderfilmfestival

Das Internationale Kinderfilmfestival Wien ist seit seiner Gründung Ende der 1980er Jahre 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. Neben der vielschichtigen Kuratierung eines international ausgerichteten Programms, ermöglicht die Live-Synchronisierung (eingesprochen) eine authentische ästhetische Erfahrung fremdsprachiger Filme (Grafl et al., 2021).

Die exemplarische Vermittlungsarbeit des Kinderfilmfestivals umfasst zielgruppengerecht aufbereitete Unterlagen, vor allem aber Nachbereitungen, um das Gesehene und Erfahrene zu artikulieren und zu reflektieren: „Im Nachbereiten des Filmerlebnisses und Sprechen darüber lernen Kinder, aufmerksam zuzuhören und genau zu beobachten“; es werde „die Fähigkeit zur Differenzierung“ gefördert sowie „andere Kulturen besser zu verstehen“. Vor allem aber „lernen Kinder durch das geleitete Filmschauen aber, Schlüsse zu ziehen, Vertrauen zu den eigenen Gedanken zu haben, sich eine Meinung zu bilden und diese auch ausdrücken zu können. Gute Filme sind ein wichtiges Werkzeug im Prozess der sozialen Entwicklung“ (Grafl et al., 2021, S. o. S.).

Beim Festival werden drei Preise vergeben. Der Publikumspreis wird von allen Besucher:innen bestimmt. Hierfür können am Ende jedes Films die Eintrittstickets als Stimmkarten in eine von drei Abstimmbehältnisse geworfen werden, die Gefallen, Neutralität oder Nichtgefallen ausdrückt. Daneben gibt es den Hauptpreis und den UNICEF-Preis, die beide von der Kinderjury vergeben werden. Dies ist eine Gruppe aus 2022 sechs Kindern zwischen 11 und 13 Jahren, die zusammen als Juror:innen mitwirken. Darauf werden sie in Workshops im Vorfeld des Festivals vorbereitet, bei denen sie sich auch ihre eigenen Beurteilungskriterien überlegen. Der Hauptpreis wird von ihnen nach diesen Kriterien vergeben. Der UNICEF-Preis hingegen geht an jenen Film, der am stärksten auf die Kinderrechte aufmerksam macht (Internationales Kinderfilmfestival, 2022).

Laut neuesten Zahlen der Kulturstatistik konnte das Internationale Kinderfilmfestival im Jahr 2021 9.600 Besucher*innen verzeichnen. Dabei wurden 20 Filme gezeigt (davon fünf mit <45 min), allesamt aus dem europäischen (15) bzw. außereuropäischen Ausland (5) (Statistik Austria, 2023). 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).

5. Wirkungen des Internationalen Kinderfilmfestivals

Im Folgenden werden die identifizierten Wirkungen pro Stakeholder vorgestellt und beschrieben. Dabei werden, zur Einordnung in die in Kapitel 3.1 vorgestellte Wirkungsbox pro Wirkung folgende Symbole nachgestellt:

inhaltliche Dimension	 ökonomisch	 sozial	 politisch
	 ökologisch	 kulturell	 psychisch/physiologisch
strukturelle Dimension	 Mikro-Ebene	 Meso-Ebene	 Makro-Ebene
zeitliche Dimension	 kurzfristig	 mittelfristig	 langfristig

ABBILDUNG 5-1: BESCHRIFTUNG DER WIRKUNGSDIMENSIONEN

Quelle: eigene Darstellung

Hypothetische Wirkungen, die nicht verifiziert werden konnten, wurden ausgeklammert. Wirkungen, die sich nur teilweise bestätigen ließen, sind in *kursiv* markiert. Der Deadweight (siehe Kapitel 3.1) wurde in der Erstellung des Wirkungsmodells nicht berücksichtigt – abgebildet sind dementsprechend nur die Bruttowirkungen (Outcome). Die vollständigen Wirkungsketten der untersuchten Stakeholder sind im Anhang zu finden.

5.1. Wirkungen bei den rezipierenden Kindern

Für die rezipierenden Kinder war die Art des Films, den sie rezipiert haben, zunächst ungewohnt, da sie üblicherweise eher mit Mainstream-Filmen mit vielen Action-Elementen in Kontakt kommen. Den am Kinderfilmfestival gezeigten Film hatten sie nicht zur Gänze verstanden. Nichtsdestotrotz waren sie teilweise **gut unterhalten und hatten Spaß** (   ). Weiters empfanden sie ein **Gemeinschaftserlebnis** durch eine gemeinsame **soziale Erfahrung bzw. soziales Lernen** (  ). Zwar fühlten sich einige der Kinder durch andere Kinogäste gestört, trotzdem war die Mehrheit der interviewten Klasse der Ansicht, das gemeinschaftliche Filmschauen im Kinosaal habe einen Mehrwert gegenüber dem Filmschauen allein. Mit anderen zu lachen macht Spaß und ist etwas Besonderes, alleine würden sie weniger lachen.

Die Kinder profitierten auch teilweise von **ästhetischem Lernen** (☺ ☐ >>). Die Nachbesprechung mit einem der Kurator:innen des Festivals regte das Erinnerungsvermögen der Kinder an. Dabei wurde der Inhalt des rezipierten Filmes gemeinschaftlich aus dem Gedächtnis der Schüler:innen heraus erarbeitet, zudem haben die Kinder über folgende Inhalte in Bezug auf den Film wie auch auf ihre eigenen Lebenserfahrungen (etwa mit Träumen) reflektiert: Sprachen, Licht, Farben, Ästhetik, Bildanalyse, Filmtechnik. Über ein künstlerisches Medium kam es bei den Kindern zu **Wissenszuwachs** (☺ ☐ >). Die Kinder gaben an, dass im Film Menschen mit Krankheit oder Beeinträchtigung gezeigt wurden, die trotzdem ihre Sache erfolgreich machten. Dies habe ihnen gezeigt, dass auch Menschen mit Beeinträchtigungen Dinge schaffen können. Zudem gaben die Kinder an, dass sie durch den Film lernen konnten, wie wichtig das Pflegen von familiären und freundschaftlichen Beziehungen im Leben sei. Auch in anderen Filmen wurden „interessante Themen“ behandelt, darunter auch die Themen Depression & Selbstmord, womit die Kinder erstmals konfrontiert waren. Laut ihnen waren die Themen gut aufgearbeitet und gut dargestellt, sie bekamen einen Einblick, wie man reagieren könnte. Dies hat eine große Bedeutung:

Das Internationale Kinderfilmfestival im Besonderen ermöglicht es Kindern andere Lebenswelten kennenzulernen und diese in ein Verhältnis zu ihrer eigenen Lebensrealität zu setzen. Dies stellt einen großen medienpädagogischen Mehrwert dar. Auch trägt das Kinderfilmfestival zur Filmbildung und zum Filmverständnis bei und ist für viele Kinder und Jugendliche der erste Kontaktpunkt mit anspruchsvollem Kino. Das Kinderfilmfestival ist daher – trotz des altersbedingt wechselnden Publikums – eine in der Bevölkerung anerkannte und im Wiener Kulturleben gut etablierte Veranstaltung. (I10)

Verbunden mit dem Wissenszuwachs kam es auch zum **Wecken von Interessen, Aufzeigen von Zukunftsperspektiven sowie zur Eröffnung von Möglichkeitsräumen** (☺ ☺ ☐ >>): In fremde Länder reisen und etwa die iranische Wüste besuchen, die eigenen Eltern unterstützen und ihnen gegenüber hilfsbereit sein, technische Tätigkeiten zu verrichten (im Film wurde ein Helikopter repariert), Pilot zu werden und generell zu "arbeiten". Durch die eingesprochene Live-Synchronisierung der Filme wurde das Potenzial aufgezeigt, Sprachen zu lernen. Auch ein Interesse in der Filmbranche zu arbeiten wurde vereinzelt ausgelöst, durch **Inspiration, Kreativität, Fantasie** (☺ ☐ >) beispielsweise für den Bereich Schauspiel oder Animation. Es wird die Begeisterung für Filme geweckt; das Festival eröffnet Filmerfahrungen abseits von reiner Unterhaltung, es werden Handlungen wiedergeben, die gezielte Inhalte vermitteln.

Auch eine **Persönlichkeits- und Werteentwicklung** (☺ ☺ ☐ >>>) findet statt. Die Kinder gaben an, gelernt zu haben, dass man "nett" sein solle (Achtsamkeit) und man sich "für Geld keine Liebe kaufen kann" (postmaterielle Werte). Teilweise kann auch ein **erhöhtes Selbstbewusstsein bzw. Empowerment** (☺ ☐ >) identifiziert werden. Durch das Publikumsvoting haben die Kinder die Möglichkeit zu **Bewertung und Meinungsdruck** (☺ ☺ ☐ >). Teilweise kann, vor allem durch Reflexion, von einem **Kompetenzgewinn** (☺ ☐ >>>) die Rede sein. Das Festival ermöglicht den Kindern generell **kulturelle Teilhabe im Allgemeinen und eine Sensibilisierung für bzw. die Heranführung an Art-house-Filme & -Kinos** (☺ ☐ >>), unterstützt vor allem auch durch einen

niedrigen Ticketpreis. Dabei kommt es zu einer **kritischen Reflexion gesellschaftsrelevanter Themen** (🏠 🧑 🗣️ 🗑️ >>>), wie Menschen mit Behinderung, Depression, Suizid und Tod, Interkulturalität, Krieg, u.v.m.:

Ebenso erlernen die Kinder **interkulturelle Kompetenz und eine Sensibilisierung für Sprache** (🧑 🗣️ 🗑️ >). In den Filmen werden teilweise die Lebensrealitäten von Kindern in anderen Teilen der Welt thematisiert, und durch die Live-Synchronisation fühlte es sich für die Kinder fast so an, als könnten sie diese fremde Sprache selbst sprechen:

Die Internationalität der Filmauswahl des Kinderfilmfestivals ermöglicht Kinder und Jugendlichen bereits früh das Kennenlernen anderer künstlerischer Traditionen oder (Erzähl-)Formen. [...] Originalsprache, Tonlage, Dialekte und Ausdrücke sind integraler Bestandteil von Filmen und tragen wesentlich zur Darstellung von Charakteren, Handlung und Themen bei. Filme in der Originalsprache erleben zu können kann ein tieferes Verständnis anderer Kulturen und Sprachen fördern, aber auch Neugierde wecken, ein authentischeres Erlebnis bieten, den Spracherwerb verbessern und eine kritischere Betrachtung der Produktionen ermöglichen. Filmfestivals leisten hier einen ergänzenden Beitrag, da in Österreich Filme meist in synchronisierter Fassung gezeigt werden. (I10)

Ganz generell profitieren die Kinder durch das **Erleben einer Erzählung** (🗣️ 🗑️ >), wodurch Erinnerungen erzeugt werden. Als negative Wirkung kann eine gewisse **Überforderung** (🧡 🗑️ >) genannt werden, da die Kinder die Botschaft bzw. den Inhalt des gesehenen Films nicht gänzlich verstanden haben. Darüber hinaus kritisierten manche Schüler:innen die Live-Synchronisation; diese habe Verwirrung gestiftet, denn man habe nicht erkennen können, welcher Filmcharakter gerade spreche.

5.2. Wirkungen bei der Kinderjury

Zusätzlich zu den oben genannten Wirkungen, die bei rezipierenden Kindern auftreten, konnten bei der Kinderjury noch weitere ausgelöste Wirkungen festgestellt werden. Das Thema Ästhetik und **ästhetisches Lernen** (🗣️ 🗑️ >>) stand hier mehr im Vordergrund, die Kinder wurden in Vorbereitungstreffen darauf aufmerksam gemacht und darin geschult, auf ästhetische Elemente zu achten. Davon hatten sie nie auf die Farben in Filmen geschaut – in Zukunft werden sie nicht mehr in so hohem Ausmaß wie am Festival machen, da dies sehr viel Anstrengung benötigt, sie sind jedoch dafür jetzt sehr sensibilisiert. Ebenso stärker ausgeprägt ist bei den Kindern der Kinderjury ein **erhöhtes Selbstbewusstsein bzw. Empowerment** (🧡 🗑️ >): Sie trauen sich mehr zu, sind selbstsicherer und haben sich in den Filmcharakteren wiedergefunden (z.B. in einer Drachenprinzessin, die einem Bären auf die Nase geschlagen hat). Empowerment bezieht sich primär auf das Kennenlernen und Reflektieren der Kinderrechte.

Die Kinder der Kinderjury haben **neue soziale Kontakte** (🧑 🗑️ >) untereinander geschlossen. Durch gemeinsame Reflexion sowie schriftliche Rezension jedes Films haben die Kinder der Kinderjury einen großen Effekt bei **Bewertung und Meinungsdruck** (🏠 🧑 🗣️ 🗑️ >) erfahren. Sie haben gelernt, dass die eigene Meinung zählt und wie man sie ausdrückt; ebenso lernten sie, die Meinungen der anderen anzuhören, und mit Meinungsverschiedenheiten konstruktiv

umzugehen. Damit zusammenhängend kann ein **Kompetenzgewinn** (☞☐>>>) beobachtet werden: Sie lernten, Filme besser wahrzunehmen, sowie vor Publikum zu reden. Weiters nahmen die Kinder der Kinderjury eine **Multiplikator:innenrolle** ein (☞☐>), indem sie das Kinderfilmfestival verbreiteten, andere einluden und sich in ihrer Rolle präsentierten.

Die Negativwirkung der **Überforderung** (♥☐>) wurde bei der Kinderjury dadurch verschärft, da sie sich zusätzlich zur Handlung des Films auch sehr stark auf Einzelheiten konzentrieren mussten. Das inkludiert auch oben genannte ästhetische Elemente, auf die sie ansonsten nicht geachtet hätten. Manche der Filme waren für sie auch inhaltlich überfordernd. Durch ihre Jury-Funktion hatten sie in der Phase des Festivals zeitlichen **Stress** (♥☐>): Sie mussten direkt nach der Schule ins Kino und kamen erst spät nach Hause, wo sie dann auch noch schulische Aufgaben (Hausaufgaben) zu erledigen hatten.

5.3. Wirkungen bei Lehrkräften

Für die Lehrkräfte, die das Internationale Kinderfilmfestival mit ihrer Schulklasse besuchen, bietet das Festival eine **inhaltliche Bereicherung des Unterrichts**, es stellt also in weiterer Folge eine **Angebotserweiterung in der Kinder- und Jugendarbeit** (☞☐>) dar. Die Klasse der interviewten Lehrkraft zählt zu einer der schwierigsten sogenannten "Brennpunktklassen" und eine der schwierigsten der Schule. Doch bzgl. des Kinderfilmfestivals haben sich fast alle Kinder beteiligt und waren interessiert. Dies gelinge sonst nur bei wenigen Inhalten. Daraus gefolgert ist der Besuch des Festivals und die Thematisierung des gesehenen Films eine **Abwechslung** (☞☐>). Bei der Lehrkraft veränderte sich durch den Besuch des Festivals zudem der Blick auf Themen, die für Kinder interessant und relevant sind. Es sei überraschend, wie vielseitig die Themen der dort gezeigten Kinderfilme sind. Das zeige, dass sich Kinder für viel mehr interessieren als oft angenommen. Es ist also auch von einer **Fortbildung bzw. einer gesteigerten Medienkompetenz** (☞☐>>) auszugehen, der sich aus einer **Schaffung eines Zugangs zu Medien** (☞☐>) ergibt.

Die Lehrkraft gab an, selbst "**sehr gut unterhalten**" (☞☐>) gewesen zu sein. Da sie, wie die Schüler:innen, beim Film viel über die Lebensumstände in anderen Kulturkreisen lernen konnte, kann von einer **persönlichen Bereicherung** (☞☐>) die Rede sein. Weiters gab der Besuch der Lehrkraft Bestätigung und Sicherheit, "dass ich am richtigen Weg bin, dass man den Kindern viel mehr zutrauen kann, als man schlechthin denkt, weil sie voll viel mit [dem Film] anfangen konnten". Dies kann als **erhöhtes Selbstbewusstsein** (♥☐>) bezeichnet werden.

5.4. Wirkungen bei rezipierenden Erwachsenen

Im Rahmen dieses Projekts wurden jene rezipierenden Erwachsenen in die Untersuchung einbezogen, die ohne Kinderbegleitung, also nicht in der Rolle einer Begleitperson oder einer Lehrkraft, das Festival besuchten. Die interviewten Personen gaben an, von den gesehenen Filmen **gut unterhalten** gewesen zu sein und **Spaß** (☞☐>) gehabt zu haben: „Das wichtigste ist, Freude zu haben" (I2). Und das, obwohl Erwachsene nicht die Hauptzielgruppe sind: "Es sind zwar Kinderfilme, aber ich finde das muss nicht unbedingt heißen, dass es nicht auch

für Erwachsene sehr spannend und interessant sein kann" (I3). Ein besonderer Reiz wird durch die Exklusivität ausgelöst, da Filme gezeigt werden, die quasi nur auf diesem Festival zu sehen sind. Diese Filme sind auch in ihrer Art besonders: sie sind zwar "Entertainment", aber auch "ein Medium, das nicht nur zum Entertainment da ist, sondern auch Inhalte vermitteln kann" (I3). In diesem Sinne sei es immer wieder spannend, welche Filme die Preise gewinnen.

Es wurde ein **Gemeinschaftserlebnis** (☞ □ >) ausgelöst, die Rede war von einem gemeinsamen Erleben und Begreifen von Filmen mit Kindern und Jugendlichen: "Wenn ich im Kino sitze, achte ich auch auf die Reaktionen der Kinder - wo lachen sie? Wo fiebern sie mit und rufen sogar 'Ja, super!'" (I2). Genauso wirksam sei es, mit Bekannten oder Verwandten die Filme zu besuchen. In gewisser Weise vernehmbar ist auch ein **ästhetisches Lernen** (☎ □ >>), also das Erlernen der „Sprache der Bilder“ (I2). Gewisse Dinge im Auge zu behalten sei eine andere Art, Filme zu schauen. Die ausgewählten Filme seien ästhetisch und von der Filmsprache her schön erzählt, "die Auswahl der Filme und das ganze drumherum erinnert, dass man bewusst Filme schauen sollte" (I2): Durch die Film- auswahl am Kinderfilmfestival sei man daran erinnert, Filme wieder bewusst zu konsumieren und auf die Filmsprachen zu achten, z.B. wo und wann die Musik einsetzt/dazukommt, wie mit Licht gespielt wird, wie wird mit Kameraperspektiven gespielt, Kamera/Licht/Ton/Musik/Alltagsgeräusche/Geschwindigkeit/Tempo, etc. Dies alles gehe im Alltag manchmal verloren. Weiters lernt man, Filme nach der Ästhetik zu beurteilen. Mainstream-Filme seien demnach nicht so ästhetisch wie am Kinderfilmfestival gezeigte Filme. Kino sei eben nicht nur Action und Mainstream; das gehöre zwar auch dazu, aber es sei wichtig, dass man auch am Festival ausgewählte Filme zeigt, „wo man sagt, lehnt euch zurück und genießt einfach die Bilder. Ein Film muss nicht immer was erzählen“ (I2).

Es kam überdies zum **Wecken von Interesse sowie zur Eröffnung von Möglichkeitsräumen** (☎ ☞ □ >>): „Man entdeckt immer was Neues“, beispielsweise eine Sensibilisierung für soziale und kulturelle Unterschiede, und „Diese ganzen Filme haben mich inspiriert, etwas in die Richtung zu machen“ (I3). Genauso kann von einem **Wissenszuwachs** (☞ □ >) die Rede sein. Auch wenn dies je Film unterschiedlich sei, so gibt es doch Parallelen quer durch das Programm sowie übergeordnete Themen. Vor allem dann, wenn großer Realitätsbezug beim Film herrscht, bekomme man Einblicke in andere Kulturen und in Historisches. So lerne man, wie Kinder in anderen Ländern leben, man sieht verschiedene Personen/Kinder in Grenzsituationen. Es seien immer sehr reale Konflikte, die in den Filmen aufgearbeitet werden. Auch kommt es zu einem **Kompetenzgewinn** (☞ □ >, >>), wenn man lernt, Filme auch nach dem Ästhetischen zu beurteilen, und auch soziale Kompetenzen werden erworben.

Auch die Erwachsenen vermelden eine **Persönlichkeits- und Werteentwicklung** (☞ ☎ □ >, >>). Dies wird dadurch ausgelöst, die Welt durch andere Augen zu sehen. Man sehe, wie Menschen in anderen Situationen mit dem Leben umgehen, wodurch sich Rückschlüsse auf das eigene Leben ziehen lassen; es rege zum Nachdenken an. Dies führt zu mehr Verständnis, Rücksicht für andere, mehr Empathie, mehr Toleranz und so zu mehr Inklusion. Dies hängt zusammen mit einer **kritischen Reflexion gesellschaftlicher Themen** (☞ ☞ ☎ □ >, >>), die durch die Film- auswahl angesprochen werden. Man reflektiere über Kinderarbeit, Kinderrechte, Liebe, Ungleichheit. Dies finde man nicht in diesem Ausmaß bei Mainstream-Filmen. Sie werden sehr feinfühlig vermittelt, was eine soziale Kompetenz repräsentiert. Dabei kommt es auch zu einer **Sensibilisierung für Art- house-Filme & Kinos durch kulturelle Teilhabe** (☎ □ >>). "Zu lernen, dass es einfach unterschiedliche Arten von Filmen gibt, und dass es einen Unterschied macht, ob man zum Kinderfilmfestival geht oder normal ins Kino geht und dass

man da ganz anders einen Film anschaut und dass die Themen andere sind" (I3).

Es kann dadurch auch von einer **Horizontenerweiterung** (♥□>>) gesprochen werden. Diese drückt sich jedoch nicht unmittelbar aus: Die Filme seien Eindrücke, manche Szenen seien schwer beeindruckend, und die Masse an Eindrücken mache dann einen Unterschied (I4). Dazu gehört auch der **Aufbau von interkultureller Kompetenz und Sensibilisierung für Sprachen** (🌀☺□>). Vor allem die eingesprochene Übersetzung leiste hier einen großen Beitrag, und eben die behandelten Themen: „Es ist immer wieder erstaunlich, wie sie das schaffen, diesen großen Bogen zu spannen durch die ganze Welt, und dass man quasi im Kino die ganze Welt entdecken kann und quasi viele Facetten des kindlichen Alltags sehen kann“ (I2). Durch das Mitstimmen zum Publikumspreis sowie die eigene Reflexion kommt es in gewissem Ausmaß zu **Bewertung und Meinungsaustruck** (🏠🌀□>). In geringem Maße kommt es vor Ort zum Aufbau **neuer sozialer Kontakte** (🌀□>).

5.5. Wirkungen bei Kooperationspartner:innen

Die Kooperationspartner:innen erfahren durch die geteilten Anliegen mit dem Kinderfilmfestival politischen Zuspruch und erhöhte Reichweite. Es können **Menschen für das eigene Anliegen gewonnen** (🏠☺🌀>>) werden. Die Befragte werde nach der Vorstellung beim Festival von Erwachsenen angesprochen, die mehr über das Thema Kinderrechte wissen wollten und sich interessiert zeigten. Daher merke sie, dass eine Sensibilisierung bei vielen Menschen einsetzt. Es sei eine Rückmeldung, „dass eine Botschaft angekommen ist und eine Relevanz der Kinderrechte erkannt wurde“ (I4). Es findet also eine **Bewusstseinsbildung für die Anliegen** (🌀🌀>>) statt. Die Organisation profitiere vor allem von der Sichtbarkeit, die sie durch die Kooperation bekomme. Diese sei wichtig, um den Auftrag erfüllen zu können.

Dadurch kommt es in der Folge zu **Verstärkung bei gemeinsamen Anliegen** (🏠🌀>>). Das besondere sei, dass Kinder im Rahmen des Kinderfilmfestival Aussagen über ihre Lebenswelt machen können. Denn in der Welt würden Stimmen von Kindern wenig gehört, es sei eine „erwachsene Welt“. Das Festival gebe die Möglichkeit, die Lebensrealität von Kindern auf der ganzen Welt kreativ auszudrücken.

5.6. Wirkungen bei Sponsor:innen

Für die Sponsor:innen geht es naturgemäß um eine gewisse Außenwirkung, aber das Sponsoring wird bei der untersuchten Organisation auch im Selbstverständnis und der Innenwirkung gesehen. Grundsätzlich stellt solch ein Sponsoring eine **Steuerabsetzmöglichkeit** (☺🌀>>) dar. Für die **Neukund:innengewinnung** (☺🌀>>) spielt die Überzeugung eine Rolle, dass es nicht nur das Gefühl gibt, die Gelder für einen sinnvollen Zweck zu vergeben, sondern es gebe auch die Rückmeldung, dass Menschen aufgrund des guten Sponsorings zur Organisation wechseln, und da ist das Kinderfilmfestival ein Teil davon: "Es gibt Leute, die wechseln zur [Organisation], weil wir einfach so ein gutes Sponsoring haben, und da ist das Kinderfilmfestival ein Teil davon. [...] Dieses Feedback gibt es" (I5). Auch für die **Kund:innenbindung** (☺🌀>) sei das wichtig. Es wird die

Überzeugung ausgelöst, bei der richtigen Organisation Kund:in zu sein. Zusätzlich gibt es in Verbindung mit dem Sponsoring verschiedene Goodies und Benefits. Von Goodies und **Benefits** profitieren auch die **Mitarbeiter:innen der Sponsor:innen** (☞ ☒ >).

Das alles steht natürlich in Zusammenhang mit einem stattfindenden **Image-transfer** (☞ ☒ >). Die Erwartung ist eine Imageverbesserung, durch Präsenz auf den Druckwerken wie dem Programm und auf den Leinwänden bzw. in den Spielstätten. Gesteigerte Bekanntheit steht nicht im Vordergrund und ist nicht die Intention; das verbesserte Image solle nicht künstlich aufgebaut werden, sondern durch tatsächliche Wirkung. Die Organisation verstehe Sponsoring anders: "Wir verstehen Sponsoring nicht als Marketing, sondern als Förderung von kulturellen Ereignissen, die dadurch mehr machen können, und dadurch Mehrwert in der Gesellschaft für den Einzelnen kreiert." Es sei Teil des Selbstverständnisses, etwas Gemeinnütziges zu tun und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, mit dem Hintergedanken, dass wenn die Gesellschaft einen guten Kern hat, das auch gut für die Organisation gut ist (i.S.v. Gemeinwohl). Speziell im Bereich Kinder und Jugend, die oft vernachlässigt werden, aber der wichtigste Teil der Gesellschaft sind, wird viel Handlungspotenzial gesehen. Das Kinderfilmfestival habe einen Bildungsauftrag, den es zur Gänze erfüllt. Somit leistet das Sponsoring einen **Beitrag zur Missionserfüllung** (☞ ☒ >>) für die Organisation, die sich die Förderung kritischer gesellschaftlicher Themen als Ziel setzt.

5.7. Wirkungen bei Veranstaltungskinos

Der Hauptnutzen für die Veranstaltungskinos ist laut der interviewten Person eine **Imageverbesserung** (☞ ☒ >). Damit hängt eine **gesteigerte Sichtbarkeit bzw. Bekanntheit** (☞ ☒ >) zusammen. Es werde durch Zusammenwirken der Kräfte des Festivals und des Kinos eine Außenwirkung erreicht: „Jedes Festival erhöht die Sichtbarkeit natürlich, oder sollte es erhöhen, wenn es ein gutes Festival ist, das gut beworben ist“ (I6). Eine **Publikumsbindung** (☞ ☒ >>) ist zu erhoffen, hänge jedoch immer von den zur Verfügung stehenden Filmen ab. In jedem Falle sei es ein Baustein dafür, Menschen zu binden, wenngleich es dafür kein Messinstrument gebe.

Eine **Gewinnung neuer Publikumsgruppen** (☞ ☒ >) könne eventuell über die Eltern stattfinden, indem sie auf die Idee gebracht werden, sich auch andere Filme als nur jene im Mainstream anzusehen. Das schaffe das Kino bei den Kindern nicht direkt mit der Art der Filme, die gezeigt werden. In Wirklichkeit spreche man die Erwachsenen an, die dann mit den Kindern gehen, außer es ist eine sehr starke Marke, die auf beiden Seiten funktioniert. Dazu sind die am Festival gezeigten Filme aber zu klein. „Jenseits dieser sehr starken Marken habe ich die Werbekraft nicht, um Kinder direkt anzusprechen“ (I6).

Die interviewte Person meint, „für Kinder ist jeder Kinobesuch ein Erlebnis und stärkt die Neigung, ins Kino zu gehen“ (I6). Dies ermöglicht in weiterer Folge einen **Beitrag zur Heranführung an die Kulturpraxis Arthouse-Kino** (☞ ☒ >>), von dem die Kinos profitieren. Der Festivalgedanke springe auf junges Zielpublikum über, man bekommt das Gefühl, dass es für die Kinder etwas Besonderes ist. Sie werden frühzeitig damit vertraut gemacht, dass es abseits großer Hollywood-Produktionen auch etwas anderes Spannendes gibt, einen anderen Typus von Kino, der auf eine eigene Art punkten kann. „Dass es Filme gibt, die jetzt nicht die großen kommerziellen Spektakel sind, oder superteure

Animationsfilme, sondern die erzählerisch und gestalterisch in eine völlig andere Richtung gehen und trotzdem mindestens genauso interessant sind“ (I6).

Dies sei ein Investment in die eigene Zukunft: „Grundsätzlich wird damit ein Fundament geschaffen und gefestigt“ (I6). Dieser Nutzen übertrage sich mittelbar auf andere Kinos desselben Typs, sofern sie Kinderfilme spielen. "Junge Altersstufen werden an ein anspruchsvolleres Gegenwartskino herangeführt“ (I6). Das müsse auch gepflegt werden, was davon abhängt, was angeboten wird. Das Festival kann ein Impuls sein, damit diese Gewohnheit in den Gang kommt, oder trägt stärker zu deren Verfestigung bei als ein normaler Kinobesuch, weil es etwas Besonderes ist.

Das deckt sich mit den empirischen Befunden: Filmfestivals sprechen mehrheitlich ein junges Publikum an – fast zwei Drittel sind unter 39 Jahre alt, fast die Hälfte unter 29. Weiters tragen Filmfestivals substanziell zum Erhalt der österreichischen Kino-Infrastruktur bei. Sie unterbrechen zwar den regulären Programmbetrieb, sorgen aber für ein vielfältigeres Filmangebot und bringen neue Publikumsschichten ins Kino. Im Vergleich zu Zeiträumen ohne Filmfestivals werden in Kinos während Festivals um 4,5 mal so viele Filme gezeigt. Dabei sind die Kinos auch ausgelasteter, mit einer durchschnittlichen Auslastung von 68% im Vergleich zu 45% zu Nicht-Festival-Zeiten (Zacher & Paul, 2016).

Beim Kinderfilmfestival laufen im Kino Filme, die man im normalen Programm nicht zu sehen bekommt. Ein besonders sorgfältig kuratiertes Programm sorgt für Besonderheit in der Auswahl und für Einmaligkeit. Somit kommt es zu einer **Erweiterung des Angebots** (☺ ☒ >) während des Festivals. Aber auch für die Zeit außerhalb der Festivalzeit kommt es in gewisser Weise zu einer **Sensibilisierung bei der Programmgestaltung** (☺ ☒ >). Oft lassen sich Kinobetreiber von Festivalprogrammen inspirieren, um Highlights für ihr Programm zu finden, z.B. für Themenreihen oder Kinder-Ferienprogramme. Kooperationen zwischen Veranstaltungskinos und Filmfestivals können dabei unterstützen, die Befriedigung der Nachfrage von und Abbildung einer pluralen Gesellschaft zu gewährleisten (Krainhöfer & Kurz, 2022a). Beim Team des interviewten Kinos wird durch das Kinderfilmfestival der Fokus auf Kinderfilme gelenkt. Jedoch ist die Besonderheit der Live-Synchronisation nicht im normalen Kinoalltag möglich, wodurch das Kinderfilmfestival unmittelbar folgenlos für das Kinoprogramm bleibt.

Durch das Kinderfilmfestival kommt es teilweise zu einer **Erhöhung der Auslastung** (☺ ☒ >). Dies geschieht vor allem bei den Schulvorstellungen vormittags, da im normalen Kinoalltag zu diesen Zeiten keine Vorstellungen stattfinden. Bei den Nachmittagsvorstellungen sei es schwierig zu sagen, ob es zu einer höheren Auslastung kommt, denn das hänge von vielen Faktoren ab und ist Schwankungen unterworfen. In jedem Fall kommt es aber zu einer **Belebung des Kinos** (☺ ☒ >). Die Kinder am Kinderfilmfestival seien ein ganz besonderes Publikum: Es sind lebhaftere, interessierte, neugierige Kinder, die das Kinofoyer und den Kinosaal dominieren, was eine ganz besondere Stimmung erzeuge. Ein Festival habe bei den Kindern einen anderen Aufmerksamkeitswert, als wenn man in einen normalen Kinderfilm gehe. Zwar werden im normalen Programm im Kino auch teilweise Kinderfilme gezeigt, am Kinderfilmfestival sei die Atmosphäre jedoch nochmal besonderer.

Das alles führt zu einer **Steigerung der Einnahmen** (☺ ☒ >) trotz geringerer Eintrittspreise – das sei jedoch nicht der Hauptaspekt. Es komme jedoch auch zu einem verkraftbaren **organisatorischen Aufwand** (☺ ☒ >). „Jedes Festival ist ein Zusatzaufwand“ (I6). Das Kino leiste einen Beitrag, dass es organisatorisch klappt, es werde ein Rahmen geschaffen, in dem sich die Menschen, die das

Festival besuchen, gut aufgehoben fühlen. Dadurch entstehe dieser organisatorische und administrative Aufwand, der meist unterschätzt wird. Dazu zählen die Übertragung der Filme auf den Server, das technische Einpflegen der Filme ins reguläre Kinoprogramm, was immer ein bisschen außerhalb der normalen Kinologistik laufe, und eine zusätzliche Personaleinteilung sei nötig. Der daraus entstandene Mehraufwand sei nicht besonders dramatisch und nichts Negatives, muss aber (kalkulatorisch) berücksichtigt werden.

5.8. Wirkungen beim Organisationsteam

Die Mitarbeitenden im Organisationsteam profitieren von **Erfüllung** (♥□>) durch eine sinnvolle Tätigkeit. Die Befragte nennt zwei besonders erfüllende Aspekte ihrer Arbeit. Erstens, die Freude der Kino-Besucher:innen zu sehen und, zweitens, wenn der organisatorische Ablauf reibungslos funktioniert. „Erfüllung kommt ganz sicher in Momenten, in denen der Saal bebt. Wenn Applaus kommt und man strahlende Gesichter sieht“ (I7). Weiters kommt es zu **persönlicher Entfaltung** (♥🧠□>): Die Befragte sieht in der Arbeit am Kinderfilmfestival eine passende Herausforderung, an der sie persönlich wachsen kann. „Das finde ich super, ich sehe in den Perspektiven, die mir das Kinderfilmfestival aufmacht, genau die richtige Art der Herausforderung für mich. Es entwickelt sich für mich genau in die richtige Richtung“ (I7).

Die Tätigkeiten lösen **Spaß und Freude** (♥□>) aus. Die Befragte sieht beispielsweise die Reisetätigkeit im Rahmen des Festivals als positiv an. Sie sei durch das Filmfestival viel unterwegs, sowohl in Österreich oder auch international auf Festivals. „Das ist schon etwas sehr Positives, was der Job mitbringt. Denn ich bin gerne auf Achse“ (I7). Darüber hinaus sei positiv, dass sie ihre Zeit bei der Tätigkeit relativ frei einteilen könne. Auch kommt es zu **Erfolgsgefühlen und positiven Gefühlen** (♥□>). Vor allem mache es die Befragte glücklich, die vollen Kinosäle während den Vorstellungen zu sehen und gutes Feedback von den Besucher:innen zu bekommen. „Freude empfinde ich vor allem während der Festivalzeit, wenn ich selber in den Kinos bin. Wenn da das positive Feedback zurückkommt, kann ich die Früchte meiner Arbeit ernten“ (I7).

Dadurch kommt es zu einem **gesteigerten Selbstbewusstsein** (♥□>), die Befragte gibt an, dass sie sehr stolz darauf ist, ein Teil des Kinderfilmfestivals zu sein. Weiters kommt es zu **Kompetenzerweiterung** (🧠□>), die Befragte habe vor allem in der Organisation und der Filmauswahl viele Kompetenzen gewonnen. Auch das öffentliche Sprechen und ihre Überzeugungskraft konnte sie verbessern. „Bei der Organisation habe ich sicher Kompetenzen dazugelernt. Auch sicher bei der Filmauswahl“ (I7). In weiterer Folge eröffnen sich **Zukunftsperspektiven** (🧠□>) für den weiteren beruflichen Weg.

Mitglieder des Festivalteams profitieren naturgemäß von einem **Einkommen** (💰□>). Dieses ist jedoch mit **Prekarität** (♥💰□>) verbunden. Mitarbeit bei einem Filmfestival ist oftmals geprägt von prekären Bedingungen in Form von aneinandergereihten, kurzfristigen Beschäftigungsverhältnissen, Scheinselbstständigkeit sowie geographischer Dispersion (Krainhöfer & Kurz, 2022a). Nur 8% aller Mitarbeitenden können dies hauptberuflich machen, die anderen sind entweder geringfügig, Teilzeit, auf Honorarbasis oder ehrenamtlich involviert. Filmfestivals sind demnach ein wichtiger Ort von Freiwilligenarbeit; ohne sie wären die meisten Festivals nicht realisierbar (Zacher & Paul, 2016). Gleichzeitig sind sie wichtige Ausbildungsstätten, die dazu beitragen, dass sich junge Menschen über Praktika umfassend über Berufe in der Filmwirtschaft informieren können.

Die Befragte berichtet auch von (erwartbarem) **Zeitdruck** (♥☐>), je näher das Festival terminlich heranrückt. Vor allem im September sei die Arbeit am Kinderfilmfestival mit sehr viel Arbeit verbunden: "Dann erschlägt einen die Arbeitskeule". Auch kommt es zu **Stress** (♥☐>), weil es viele Sachen gebe, die schief laufen könnten, wie beispielsweise das Risiko einer geringen Besucherzahl.

5.9. Wirkungen bei der öffentlichen Hand (Politik & Verwaltung)

Dadurch, dass Filmfestivals wie das Kinderfilmfestival stattfinden, kommt es zu einem **vielfältigen Kulturangebot in der Stadt** (☺☒>). Filmfestivals ermöglichen dem Wiener Publikum ein spezielles Filmangebot, das im regulären Kinobetrieb nicht zu finden ist. Zudem wirken sie sich positiv auf den Weiterbestand der städtisch geförderten Arthouse-Kinos aus, welche Spielort der Festivals sind und ein heterogenes Filmangebot aufrechterhalten. "Das Publikum stößt auf Filme, die es im normalen Kinobetrieb nicht so leicht zu sehen bekommt" (I9). Das Festival bringt Filme nach Österreich, die hierzulande keinen Verleih haben. Zudem bespielt es Kinos, die von der Stadt gefördert würden, was den Kinos der Stadt nutzt und ein Vorteil für das hiesige Kinoangebot ist. Das gilt nicht nur für das Internationale Kinderfilmfestival, sondern allgemein für Filmfestivals:

Zunächst bieten Filmfestivals durch ihre Filmauswahl die grundsätzliche Möglichkeit, das Medium und die Kunstform Film einem breiten Publikum zu präsentieren und in seiner Vielfalt der Genres und Spielarten zu vermitteln. Filmfestivals eröffnen je nach Schwerpunktsetzung und Profil zielgerichtete Perspektiven auf den nationalen, europäischen und internationalen Film, erzeugen Aufmerksamkeit für Film und Filmkultur im Allgemeinen, sind ein wichtiger Publikumsbringer und bilden eine wesentliche Verwertungsplattform für Filme. Die Teilnahme an einem Filmfestival kann dazu beitragen, den Bekanntheitsgrad von Filmemacher:innen und ihren Werken zu steigern und Publikumsinteresse zu wecken. (I10)

Das ist wichtig, da Kultur auch ein Wirtschaftsfaktor ist. Filmfestivals wie das Kinderfilmfestival finanzieren die Arbeit der beteiligten Menschen und deren künstlerisches Schaffen, „das sind Arbeitsplätze“ (I9). Somit kommt es, durch Filmfestivals im Allgemeinen, mittelbar zum **Schaffen von Arbeitsplätzen im Kulturbereich** (☺☒>>). 26% der bei Filmfestivals in Österreich gezeigten Filme sind in Österreich produziert, weitere 29% im Rest von Europa. Damit werden bei Filmfestival mehr europäische Filme gezeigt als im regulären Kinobetrieb (Zacher & Paul, 2016). Allgemein stärken Filmfestivals die Kulturwirtschaft und die kulturelle Infrastruktur:

Filmfestivals spielen daher auch eine wichtige wirtschaftliche Rolle: für die Präsenz und das Marketing einzelner Filme, aber auch als Infrastruktur für die Branche, wo neue Kontakte ermöglicht und Projekte und Partnerschaften initiiert werden. Filmfestivals schaffen mediale Aufmerksamkeit und erhöhen die Berichterstattung über Filme, sind wichtiger Faktor für den Tourismus und die Entwicklung von Städten und Regionen, da oftmals überregionales bzw. internationales Publikum angesprochen wird. [...] Filmfestivals fördern die lokale Bildung von Gemeinschaften von Filmliebhaber:innen und die Vernetzung von Branchenvertreter:innen, die sich

gegenseitig unterstützen und vernetzen. Sie bieten eine Plattform für kritischen Diskurs, für filmpolitische Diskussionen, Workshops und Netzwerkveranstaltungen. [...] Filmfestivals sind nach wie vor ein wichtiger Faktor für Lichtspielhäuser und besonders für die österreichischen Programmkinos. Durch Filmfestivals können Kinos ihre Bekanntheit steigern und Publikum gewinnen, das sie sonst vielleicht nicht erreicht hätten. Sie stärken aber auch ihre Verbindung zur nationalen und internationalen Filmszene und profitieren von der Medienberichterstattung über die Festivals. (I10)

Die wirtschaftliche Bedeutung von Filmfestivals leistet auch einen Beitrag zur **Eröffnung von Zukunftsperspektiven für die städtische Jugend** (☞ ☐ »). Das Kinderfilmfestival hat das Potenzial, durch Vermittlungsangebote sowie die Möglichkeit des Mitwirkens an der Kinderjury jungen Besucher:innen zu zeigen, wie vielfältig die Berufswelt in der Filmbranche ist und kann durch das Wecken von Interessen Perspektiven für Ausbildungen oder zukünftige Berufe eröffnen. "Das zeigt jungen Menschen: es gibt nicht nur Regie, Kamera und Licht, sondern da gibt es ganz unterschiedliche Bereiche beim Film" (I9).

Nicht nur für den Kultursektor sind Filmfestivals förderlich, auch für den Tourismus. Dies gilt jedoch eher für Filmfestivals mit einer internationalen Strahlkraft und gleichzeitig in geringerem Umfang für Kinderfilmfestivals. "Es gibt Leute, die sich extra für ein Filmfestival Urlaub nehmen und nach Wien reisen" (I8). Ca. 7% der Besuchenden von österreichischen Filmfestivals sind Kulturtourist:innen, die speziell für das Filmfestival nach Österreich angereist sind – die große Mehrheit davon aus Deutschland. Durch einen indirekten und induzierten Beitrag zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt von fast € 15 Mio., ergeben sich, verglichen mit fast € 4 Mio. öffentlicher Förderungen, ökonomische Wirkungen von 4€ pro investiertem Euro öffentlicher Förderung. Davon kommen € 2,64 Mio. von Festivaltourist:innen und deren Verpflegung, Beherbergung, Transport etc. (Zacher & Paul, 2016). Somit profitiert die öffentliche Hand von einer **Steigerung der Tourist:innenzahlen** (☺ ☒ »).

Gesteigerte Tourismuszahlen sind auch eine Folge aus einer **Imageverbesserung bzw. Erhöhung der internationalen Reputation der Stadt Wien** (☺ ☒ ☒ »), die sich aus einem lebendigen Kulturbereich ergeben. Filmfestivals befördern den Stellenwert des Films in der Stadt Wien. Dies sei zum einen positiv für das kulturelle Stadtimage und ziehe internationale Filmschaffende und -begeisterte nach Wien. Das wirke sich zum anderen auch wirtschaftlich positiv aus, da mittlerweile viele internationale Filme in Wien gedreht würden, so die Befragte. "Filmfestivals sprechen für ein enorm lebendiges Stadtbild" (I9). Das Filmfestival spiele natürlich für das Stadt-Marketing eine Rolle. Es liefere einen Beitrag zu Diversität, Vielfalt und Weltoffenheit Wiens. Das seien Aspekte, die im Stadt-Marketing genutzt würden. Dies wird unterstützt von daraus folgender **medialer Berichterstattung** (☞ ☒ »).

Filmfestivals sind ein Aushängeschild österreichischer Kultur nach außen wie auch nach innen. Ein gelungenes Festival erhöht deren Reputation. Die allfällige Wirkung lässt sich u.a. erkennen an der Anzahl der Festivalbesucher:innen oder Reaktionen von Medien. [...] Aus meiner Sicht trägt das Kinderfilmfestival in Wien dazu bei, das Image Österreichs und der Hauptstadt als familienfreundlich und kulturell vielfältig zu stärken. Für Kindergerechtigkeit ist das Festival ganz wesentlich. (I10)

Auf inhaltlicher Ebene betonten die interviewten Personen die Bedeutung von Kunst als Bildungsfaktor. Einerseits kommt es zur **Förderung von kritischen**

gesellschaftlichen Diskursen (🏛️ 🗣️ 🗣️) durch die Thematisierung von gesellschaftlichen Herausforderungen und deren kritische Auseinandersetzung, filmpolitische Diskussionen, Workshops und Netzwerkveranstaltungen. Das Filmfestival sei laut der Befragten weiters wichtig für die **"Volksbildung" (Kultur, Art-house, Medienpädagogik)** (🎓 🗣️ 🗣️) in Wien:

Filmfestivals sind ganz wesentlich für die Bildung von Menschen, indem sie Zugang zu neuen oder auch komplexen Themen bieten, wie zu globalen Entwicklungen, sozialer Gerechtigkeit oder politischen Konflikten. Viele Festivals bieten spezielle Vermittlungsprogramme für Kinder und Jugendliche, die sie dazu ermutigen, sich mit Themen auseinanderzusetzen, mit denen sie sonst nicht in Kontakt treten würden. Gerade das Internationale Kinderfilmfestival trägt durch seinen speziellen Fokus bei, Kinder und Jugendliche zu sensibilisieren und Wert- und Moralvorstellungen kritisch zu vermitteln. (I10)

Mit dem Medium Film spreche man zu nahezu alle Milieus der Wiener Gesellschaft an und damit ein viel breiteres Publikum als mit anderen Medien. Dies wirke sich sehr positiv auf die gesellschaftliche Teilhabe und Inklusion in der Stadt aus und leiste einen **Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts (Vielfalt, Inklusion, Teilhabegerechtigkeit)** (🏛️ 🎓 🗣️ 🗣️):

Filmfestivals fördern nicht nur den Austausch über Filme, sie tragen zu Vielfalt und Inklusion bei. Sie erhöhen das Bewusstsein für die Vielfalt von Geschichten und Perspektiven in unserer Gesellschaft und bieten eine Plattform für unterrepräsentierte Gruppen wie ethnische Minderheiten oder LGBTQ+-Personen, die sich hier äußern und ihre Geschichten erzählen können. [...] Ein verstärkter Beitrag zur Teilhabegerechtigkeit ist nicht nur wünschenswert, sondern auch gesellschafts- und kulturpolitisch notwendig (siehe auch Maßnahmen im Rahmen der Jugendstrategie der Bundesministerien) und im Kunstförderungsgesetz verankert (siehe § 1 Abs. 2). In Österreich werden bereits einige Maßnahmen umgesetzt; dazu gehören z.B. der barrierefreie Zugang zu Kinos und Festivals, Audiodeskription für Blinde (Viennale), Förderung nachhaltiger Kinobetriebe (Umweltpass) und Ermäßigungen für einkommensschwache Personen (Kulturpass). (I10)

Das Zeigen von Filmen in der Originalsprache sei darüber hinaus auch für die fremdsprachigen Communities Wiens wichtig, es wird von einer **Stärkung der lokalen Communities** (🗣️ 🗣️) ausgegangen. Zumindest in der Verbreitung des Internationalen Kinderfilmfestivals durch die Botschaften verschiedener Länder ließ sich dies jedoch nicht erkennen. Die Autor:innen kontaktierten neun Botschaften jener Länder, aus denen Filme gezeigt wurden. Von diesen neun Anfragen blieben fünf unbeantwortet. Die Antworten der vier anderen lässt darauf schließen, dass sie das Festival nicht an ihre Communities verbreiteten. Somit stellt sich die Frage, ob die lokalen Communities tatsächlich erreicht werden, z.B. indem diese auf anderem Wege als über ihre Botschaften auf das Angebot des Kinderfilmfestivals stoßen.

6. Operationalisierung Ästhetischer Bildung

Filmfestivals bilden eine lebhaftere 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 zur Diskurserzeugung. Sie stehen außerdem für ästhetische Erfahrung und Bildung (de Valck et al., 2016; Krainhöfer, 2018; Teissl, 2021). 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 inkludiert also einerseits Wahrnehmungen verschiedener Sinne, andererseits Persönlichkeits- sowie Bewusstseinsbildung in unterschiedlichen gesellschaftlichen und sozialen Kontexten (Grosser, 2020). Aus historischer Perspektive prägte Alexander Baumgarten (1750) den Begriff "Ästhetik" für die Reaktion auf den "sinnlichen Diskurs", den er der Poesie zuschrieb. Er öffnete den Weg dafür, dass der Begriff "Ästhetik" zur Bezeichnung für eine besondere Art des Wissens wurde (Shiner, 2001). Hierbei geht es um eine Rehabilitation der sinnlichen Erkenntnis und eine Vereinheitlichung des Kunstbegriffs (Literatur, Bildende Kunst, Musik, etc.). Die Künste wurden ab Ende des 18. Jahrhunderts „zentraler Motor einer kulturellen Entwicklung und somit Teil einer politischen Vision der Freiheit“ (Fuchs, 2013).

In seiner aktuellen Verwendung ist der Begriff der ästhetischen Bildung nicht eindeutig und verfügt nicht über eine einheitliche Definition (Grosser, 2020; Kirchner et al., 2006). Er ist jedoch von aktueller Relevanz in mehreren Disziplinen, von Bildungs- und Erziehungswissenschaften bis zu Sozialer Arbeit. Grosser (2020) definiert ästhetische Bildung als „(fächer-)übergreifendes Bildungskonzept einer sinnlich-reflexiven und performativ-handlungsbezogenen menschlichen Praxis, das rezeptive und produktive ästhetische Erfahrungen als wesentlichen Teil bzw. Methode von Bildung versteht – dabei geht es auch um Fragen der Persönlichkeitsbildung durch ästhetische Erfahrungen“ (Grosser, 2020, o. S.). Dabei geht es nicht nur um Kinder und Jugendliche, sondern auch um Erwachsene bis ins hohe Alter (Stichwort Erwachsenenbildung, lebenslanges Lernen) (Grosser, 2020).

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. Sie ermöglicht Kriterien der Einschätzung, Wissen und Verständnis für den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt und gesellschaftliche Weiterentwicklung (Grosser, 2020). Kreativität ist heutzutage ein hohes Gut, weswegen es vermehrt als Bildungsziel genannt wird. Jedoch findet die Rolle der Ästhetik nur wenig Platz im heutigen schulischen Alltag (Freitag & Theurer, 2020).

Durch ästhetische Bildung sollen „Fantasiefähigkeit, Imaginationskraft und Kreativität ebenso entfaltet werden wie das kritische, emanzipierte Zurechtfinden und Verhalten in einer von Bildern und (audio-)visuellen Medien bestimmten Welt“ (Kirchner et al., 2006, S. 11). Fantasie umfasst sinnlich-fundierte Eigenschaften

wie Imaginationskraft und Intuition; Kreativität ist eher mit kognitiven Prozessen verbunden, wie Problemlösung und Flexibilität. Mittels Kreativität wird Fantasie zur Realität (Kirchner et al., 2006).

Im wissenschaftlichen Diskurs wird vermehrt versucht, die Wirkung von ästhetischer Bildung auf das psychische und physische Wohlbefinden durch Operationalisierung empirisch nachzuweisen. In unserem Falle interessiert neben dieser Mikroebene auch die gesellschaftliche Makro-Ebene. Hier geht es um die möglichst breite Ermöglichung von kultureller Teilhabe und kultureller Bildung durch ästhetische Erfahrung.

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 essenzieller Auftrag auch der Kulturpolitik und zentrale Aufgabe im Kulturmanagement. Aktuell sind es noch primär Menschen mit höherem formalen Bildungsniveau, die Kulturveranstaltungen besuchen (Schönherr & Glaser, 2023). Die Rezeption qualitativvoller Filme in jungen Jahren kann für alle sozialen Schichten ein Impuls sein, der an Kultur heranführt und anregt, auch später an kulturellen Angeboten teilzunehmen.

Ästhetische Bildung umfasst, zusätzlich zu den Dimensionen wahrnehmend-rezeptiv (aisthesis) und gestaltend-produktiv (poiesis) noch eine dritte Dimension: urteilend-kommunikativ (katharsis). Sie beschränkt sich demnach nicht nur auf die Schulung von Sinnesorganen oder das Produzieren von künstlerischen Objekten, sondern schließt auch Stellung- und Parteinahme mitein. Sozialer Austausch trägt maßgeblich zur kritischen Urteilsbildung bei und ermöglicht darüber hinaus ein Training der Ausdrucksfähigkeit über ästhetische Phänomene und Erfahrungen (Kirchner et al., 2006). Bezogen auf Filme nennen Kirchner et al. (2006, S. 30) folgende exemplarische Unterrichtsvorschläge für Ästhetische Bildung: „Sich in [...] Filmfiguren hineinendenken und aus deren Perspektive innere Monologe schreiben und/oder sprechen“ sowie „Einzelne Filmausschnitte, [...] Bildmotive genau ansehen, Assoziationen austauschen und durch variierende, ergänzende, verfremdende kreative Gestaltungsaufgaben Bedeutungshorizonte ausloten“.

Ästhetische Bildung ist also ein inter- und transdisziplinäres Forschungsthema (Liebau, 2013). Rezeption und Produktion können dabei in verschiedenen Medien und performativen Formen stattfinden, sowie auch in der Natur und in alltäglichen Dingen. Der Begriff „Ästhetik“ beschränkt sich demnach nicht nur auf Kunstwerke, sondern umfasst alles, das die Sinne anregt und Gefühle hervorruft. Beispiele ästhetischer Tätigkeiten sind Malen, Tanzen, Musizieren, Fotografieren, Lesen und Filme schauen (Freytag & Theurer, 2020).

Die Brücke zwischen Produzieren und Rezipieren kann geschlagen werden, indem der Kontakt mit Kunst als ästhetische Erfahrung gesehen wird, bei der Produzierende und Rezipierende gleichermaßen eine essenzielle Rolle einnehmen. In einem vorausgehenden Schritt ist es dafür nötig, davon auszugehen, dass Kunst an sich keine Aussage trifft. Die Aussage wird aufseiten der Produzierenden im Schaffensprozess sowie von den Rezipierenden im Wahrnehmungsprozess verliehen. Aussage spielt sich demnach im Subjekt Mensch ab, und das auf beiden Seiten, in Kombination mit einer Sinneswahrnehmung des Kunstwerks. Die Aussage kann hierbei mannigfaltig sein, von Wissenschaft, über Ethik und Religion bis hin zu alltäglichen Belangen (Aguirre, 2004).

Im Rezipieren geht es demnach nicht darum, eine vordefinierte Aussage des Kunstwerks zu identifizieren, sondern vielmehr das Kunstwerk auf sich wirken zu lassen. Für den Bildungsprozess bedeutet das, dass das Kunstverständnis nicht durch Detailwissen über das Kunstwerk oder die schaffende Person erreicht wird, sondern durch Identitätsbildung und die Entwicklung ästhetischer Sensibilität. Dies ist ein sozialer Prozess, der auf Austausch mit anderen beruht und sich in einem gesellschaftspolitischen Setting abspielt (Aguirre, 2004).

Die vermeintliche „Qualität“ der Kunstwerke ist hierbei völlig vernachlässigbar. Ästhetische Erfahrung passiert sowohl in Kontakt mit populärer Kunst, als auch mit Werken von vermeintlicher „Hochkultur“ (Aguirre, 2004). Eine mittlerweile überholte enge Sichtweise des Kulturbegriffs auf lediglich Kanon- oder Hochkultur löst Florian Mittelhammer auf, durch die Beschreibung dass Kunst die Kultur dort berührt, wenn Vermittlung stattfindet (Mittelhammer, 2018).

Durch ästhetische Bildung erzeugte Wirkungen zeichnen sich sowohl durch einen Eigenwert künstlerischer Erfahrungen („Ästhetische Dimension“) aus, als auch durch etwas, das außerhalb dieser Erfahrung liegt („Nützlichkeitsdimension“) (Freytag & Theurer, 2020). Weiters können sie grob unterschieden werden in Resultate formellen und informellen Lernens bzw. Anwendung in formellen und informellen Settings. Im Folgenden werden die Wirkungen ästhetischer Bildung entlang dieser Dimensionen systematisiert.

6.1. Quadranten und Wirkungen Ästhetischer Bildung

Seit mehr als 10 Jahren gibt es Bestrebungen, die Wirkungen von ästhetischer Bildung zu untersuchen (Freytag & Theurer, 2020). Ein bisher untererforschtes Thema ist, welche kurz- und langfristigen Wirkungen durch Ästhetische Bildung erzeugt werden (Klepacki & Zirfas, 2009). In der Wirkungsdebatte zu ästhetischer Bildung ist der Fokus meist auf „Transfereffekten“ bzw. „Nebeneffekten“, also auf universell einsetzbaren Schlüsselkompetenzen und Nützlichkeit. Originär ästhetische Kontexte und Kunstaübung werden oft ausgeklammert; jedoch muss Kunst erst gelernt werden, damit sie als Medium verwendet werden kann, mit dem etwas gelernt wird (Klepacki & Zirfas, 2009; Liebau, 2013).

In Abbildung 6-1 wurde versucht, im Rahmen der Studie empirisch erhobene (siehe Kapitel 4) sowie zusätzlich literaturbasierte (in kursiv) Wirkungen zu systematisieren. Es wurde eine Einteilung der vermuteten bzw. eingetretenen Wirkungen entlang zwei Achsen vorgenommen: Horizontal wird unterschieden zwischen der „Nützlichkeitsdimension“ und der „Ästhetischen Dimension“. Dies ist angelehnt an den Basiskategorien „Ästhetisches Erleben“ und

„Nützlichkeit/Kompensation“ von Freytag und Theurer (2020). Die Autorinnen nutzten diese Grundkategorien zur Systematisierung von Interviewaussagen von Lehrkräften zu Wirkungen ästhetischer Bildung. Sie stellen zwei divergierende Perspektiven auf das Thema dar, und repräsentieren zwei aktuelle Forschungszugänge.

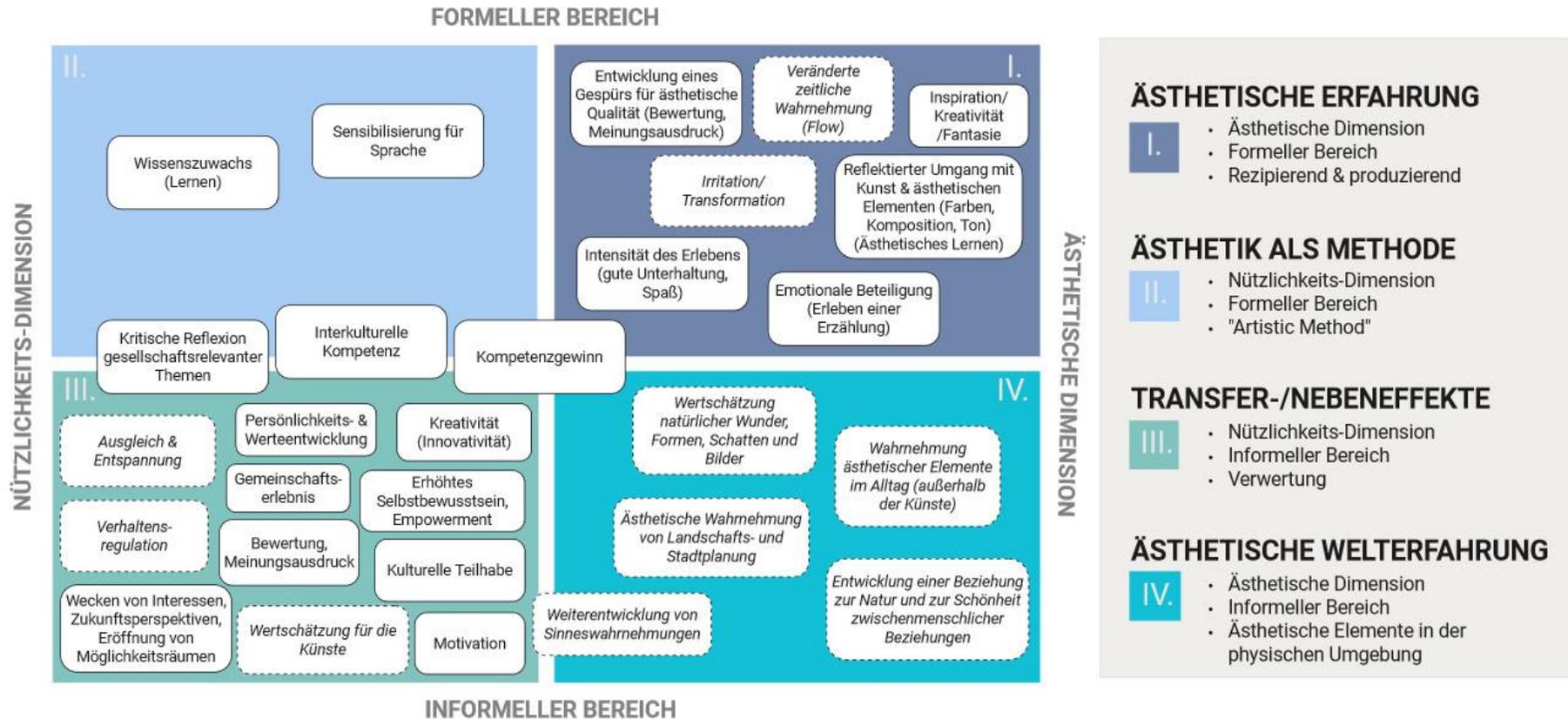
„Ästhetisches Erleben“ bezieht sich auf den Eigenwert künstlerischer Erfahrungen. Hier geht es somit um die Aneignung künstlerischer Kompetenzen und einen Erfahrungsaufbau im Umgang mit Kunst. „Nützlichkeit/Kompensation“ umfasst Wirkungen, die außerhalb der originären künstlerischen Erfahrung liegen. Hier werden also Wirkungen berücksichtigt, die über eine rein künstlerische Kompetenz hinausgehen und auf andere Lern- und Entwicklungsbereiche zutreffen (Freytag & Theurer, 2020).

Vertikal stehen sich der „Formelle Bereich“ sowie der „Informelle Bereich“ gegenüber. Der formelle Bereich, wie er hier verstanden wird, hat als Ziel die Vermittlung konkreter Inhalte, in z.B. schulischen Settings, die sich an einem vorgegebenen Curriculum orientieren. Formelles Lernen bezieht sich auf strukturierte und organisierte Lernerfahrungen, die in der Regel von Bildungseinrichtungen oder Ausbildungsprogrammen angeboten werden (Morgan, 2019). Es ist ausbilder:innenzentriert und geplant, folgt einem vorgegebenen Lehrplan und ist häufig durch einen systematischen Ansatz, klare Lernziele und formale Bewertungen gekennzeichnet (Van Der Heijden et al., 2009).

Auf der anderen Seite stehen Kompetenzen, die primär informellem Lernen entspringen bzw. in informellen Settings Anwendung finden, z.B. Sozialkompetenzen. Informelles Lernen findet außerhalb formaler Bildungseinrichtungen statt und ist oft selbstgesteuert. Es ist schüler:innenzentriert und eher spontan (Czerkawski, 2016), unstrukturiert und flexibel, und ermöglicht es, im eigenen Tempo zu lernen und Themen von persönlichem Interesse zu erkunden (Coetzer et al., 2023; Koc, 2023). Informelles Lernen kann besonders effektiv bei der Entwicklung praktischer Fertigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten und der Förderung von Kreativität sein (Taheri et al., 2022). Allerdings fehlt es bei informellem Lernen möglicherweise an formaler Anerkennung und Bewertung, was es schwierig macht, die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten zu validieren (Rüber & Bol, 2017).

Durch die Systematisierung entlang der beschriebenen Achsen entsteht eine Matrix aus vier Quadranten. Diese wurden benannt in „Ästhetische Erfahrung“ (ästhetische Dimension, formeller Bereich), „Ästhetik als Methode“ (Nützlichkeitsdimension, formeller Bereich), „Transfer-/Nebeneffekte“ (Nützlichkeitsdimension, informeller Bereich) und „Ästhetische Welterfahrung“ (ästhetische Dimension, informeller Bereich). Wirkungen wurden in je einen oder mehrere Quadranten verortet. Diese Quadranten werden im Folgenden einzeln umschrieben.

Ästhetische Bildung



ÄSTHETISCHE ERFAHRUNG

- I. • Ästhetische Dimension
- Formeller Bereich
- Rezipierend & produzierend

ÄSTHETIK ALS METHODE

- II. • Nützlichkeits-Dimension
- Formeller Bereich
- "Artistic Method"

TRANSFER-/NEBENEFFEKTE

- III. • Nützlichkeits-Dimension
- Informeller Bereich
- Verwertung

ÄSTHETISCHE WELTERFAHRUNG

- IV. • Ästhetische Dimension
- Informeller Bereich
- Ästhetische Elemente in der physischen Umgebung

ABBILDUNG 6-1: QUADRANTEN ÄSTHETISCHER BILDUNG

Quelle: eigene Darstellung; Positionen entlang der Achsen & Größe der Kästchen haben keine Aussage/Bedeutung

6.1.1. Ästhetische Erfahrung

Der Quadrant „Ästhetische Erfahrung“ ist Teil der Ästhetischen Dimension und des formellen Bereichs. Ästhetische Bildung kann durch ästhetisches Erleben ästhetische Erfahrung fördern. Ästhetisches Erleben ist der Eigenwert künstlerischer Erfahrungen. Hier geht es somit um das formelle Erlernen originär künstlerischer Kompetenzen in Rezeption und Produktion.

Dazu gehören emotionale Beteiligung (z.B. etwas macht glücklich), die Intensität des Erlebens (z.B. sich selbst nahe sein), veränderte zeitliche Wahrnehmung (Flow) und Irritationen/Transformationen (z.B. schwer erschüttert, hingerissen) (Freytag & Theurer, 2020). Es geht also um eine Sinnesstimulierung, ein Hinein-gezogen/-versetzt werden. Das Erleben einer Erzählung erzeugt eine Horizonterweiterung, bei der die sinnliche Erfahrung im Vordergrund steht.

Dabei ist Ästhetisches Erleben ein Vorschrift zu Ästhetischer Erfahrung: „Erst die Reflexion entstehender Brüche oder Irritationen trägt dazu bei, dass Erlebnisse zu Erfahrungen verdichtet werden“ (Freytag & Theurer, 2020, S. 28). Ästhetische Erfahrung ist sowohl intellektuell als auch emotional, und ist nicht exakt abgrenz- und fassbar. Nicht alle Objekte lösen eine ästhetische Erfahrung aus, z.B. wegen mangelnder Qualität, wegen eines unpassenden Kontexts, und/oder wegen der Einstellung der rezipierenden Person. Qualität und Einstellung erfordern Lernen, Training und Bildung (D'Olimpio, 2022).

6.1.2. Ästhetik als Methode

„Ästhetik als Methode“ befindet sich in der Nützlichkeitsdimension und im formellen Bereich. Durch diesen Quadranten wird abgebildet, dass sich das Erlernen ästhetischer Wahrnehmung nicht nur auf den Kunstunterricht beschränkt (Aguirre, 2004). Von einschlägigen Autor:innen wird betont, dass in Curricula ästhetische Bildung im Vergleich zu Wissenschaften bislang stark vernachlässigt wurde. Ästhetik kann in jedem Fach von Relevanz sein bzw. unterstützend wirken, z.B. Mathematik, Geschichte, Religion oder Deutsch (Denac, 2014; Freytag & Theurer, 2020; Kirchner et al., 2006; Liebau, 2013). So wurde bereits ein positiver Zusammenhang zwischen ästhetischem Lernen und positiven Lernergebnissen in anderen Unterrichtsfächern nachgewiesen (Klepacki & Zirfas, 2009). Interkulturelle Kompetenz und Sensibilisierung für Sprache inkludiert hierbei nicht nur fremde Kulturen und Sprachen, sondern auch das Verstehen der eigenen Kultur. Dies ist nötig, um ein Inbezugsetzen zu erlauben.

Die Forschung in diesem Bereich geht von einer Zweiteilung der Wahrnehmung der Welt aus: wissenschaftlich und künstlerisch. Wissenschaftliche Methoden zielen auf Wissenszuwachs durch Verständnis des Inhalts eines Untersuchungsobjekts, Verständnis der Welt, ihrer Gesetze und Phänomene. Die künstlerische/ästhetische Methode beruht auf der Erfahrung eines Untersuchungsobjekts, die eine emotionale Einstellung zum Verständnis der Welt zur Folge hat. Es muss sich anhand beider Methoden dem Inhalt eines Unterrichtsfachs genähert werden, um dessen Inhalte vollumfassend zu verstehen (Muzyka et al., 2021).

6.1.3. Transfer-/Nebeneffekte

Die „Transfer-/Nebeneffekte“ ästhetischer Bildung befinden sich in der Nützlichkeitsdimension sowie im informellen Bereich. Während sich Kunstunterricht an sich mit der Profession und Fertigkeiten beschäftigt, also dem Wissen über Kunst, kann ästhetische Bildung darüber hinaus zur Persönlichkeitsentwicklung auf kognitiver, emotionaler, sozialer und psychomotorischer Ebene beitragen (Denac, 2014). Bei diesen sogenannten Nebeneffekten/Transfereffekten bewirkt künstlerische Tätigkeit etwas, das außerhalb der künstlerischen Erfahrung liegt.

Dies umfasst Persönlichkeitsentwicklung (kognitiv, sozial-emotional), Kreativität (Inspiration), Wertschätzung für die Künste als Medium der Reflexion (z.B. für die Kulturpraxis Kino), Ausgleich und Entspannung (Belastungen standhalten), Motivation (für alle Bereiche in der Schule), Verhaltensregulation (v.a. bei verhaltensauffälligen Kindern), Selbstvertrauen (jede:r kann auf eigene Art Künstler:in sein), eine kritische Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen, und gesellschaftliche sowie kulturelle Teilhabe und Integration (v.a. bei Familien mit sozialen und wirtschaftlichen Problemen, wie Arbeiter:innenfamilien unterschiedlicher nationaler Herkunft oder Alleinerziehenden) (Freytag & Theurer, 2020; Grosser, 2020).

Laut Bamford (2006) entwickeln sich durch Kunst auf performativer Ebene Fähigkeiten auf verschiedenen Ebenen. Erstens soziale Fähigkeiten, wie Kooperation, Respekt, Verantwortung, Toleranz, Anerkennung und interkulturelles Verständnis. Zweitens künstlerisch-ästhetische Fähigkeiten, wie Kreativität, Imagination und Interesse. Drittens, speziell bei benachteiligten Gruppen, personelle Fähigkeiten, wie Gesundheit, Wohlbefinden, Selbstvertrauen und Selbstkritik. Viertens Wahrnehmung und Haltung gegenüber der Schule bei Schüler:innen, Eltern und dem städtischen Umfeld. Und fünftens Schlüsselkompetenzen wie Literalität, Erlernen von Sprachen, technische und mediale Fähigkeiten, Lerntechniken, Komplexitätsreduktion, Ritualisierung und Stilisierung (Bamford, 2006).

Künstlerische Aktivitäten fördern den Wohlfühlfaktor, interkulturellen Dialog sowie politisches Interesse und Wissen. Kulturangebote und Möglichkeiten zu Ästhetischer Bildung werden jedoch primär von besser gebildeten Schichten wahrgenommen (Schönherr & Glaser, 2023). Zusätzlich trägt ästhetische Bildung zur Entwicklung von Intelligenz, kreativen Ideen, emotionaler Kapazität und Persönlichkeitsentwicklung bei (Muzyka et al., 2021). Das tatsächliche Eintreten dieser Transfereffekte ist unterschiedlich und abhängig von z.B. vom künstlerischen Feld, Zeitpunkt und Intensität der künstlerischen Betätigung, Qualität der pädagogischen Vermittlung und persönlichen Voraussetzungen und Interessen (Liebau, 2013).

6.1.4. Ästhetische Welterfahrung

Das Konzept „Ästhetische Welterfahrung“ wurde in der Ästhetischen Dimension sowie im informellen Bereich situiert. Die Bezeichnung Ästhetische Welterfahrung „bringt zum Ausdruck, dass ästhetische Erfahrung uns über die Spiegelspiele nur der Kunst hinausführen, dass sie uns mit der Welt verbinden, dass sie Welt entdecken und neue Weltsichten eröffnen kann“ (Welsch, 2016, S. 8). Dies inkludiert also ästhetische Phänomene der Umwelt, z.B. Städteplanung oder Landschaftsgestaltung (Kirchner et al., 2006).

Natur und Kultur lassen sich nicht mehr voneinander trennen, da sich Menschen sowie Kunst und Kultur in einem Spielfeld bewegen, das beides umfasst (Welsch, 2016). Es geht anders gesagt darum, durch eine veränderte Wahrnehmung der Umwelt die Ästhetik im Alltäglichen wahrzunehmen, im Sinne einer verstärkten Wahrnehmung von ästhetischen Elementen. Dies inkludiert Naturerfahrungen, spirituelle Erfahrungen und Alltagserleben (Freytag & Theurer, 2020).

Auf leiblicher Ebene ist die Erfahrung von Ästhetik essenziell in der Entwicklung und Weiterentwicklung von Sinneswahrnehmungen. Die Künste sind „die komplexeste Form menschlicher Wahrnehmung“ (Liebau, 2013, S. 31). Zusätzlich braucht es jedoch auch eine geistige, emotionale und soziale Dimension der Bildung. Ästhetische Elemente (Töne, Klänge, Farben, Formen, Figuren, Geschichten) sind die differenzierteste Möglichkeit der Selbst- und Weltwahrnehmung, der Selbst- und Weltgestaltung (Liebau, 2013).

6.1.5. Conclusio der Quadranten

Freytag und Theurer (2020) fanden in ihrer Erhebung eine höhere Zahl an Wirkungen in der Kategorie „Nützlichkeit/Kompensation“ verglichen mit „Ästhetisches Erleben“. Diese Beobachtung trifft auch auf die Ergebnisse der vorliegenden Studie zu. Wie in Abbildung 6-1 sichtbar, wurde die Mehrheit der Wirkungen im Quadranten „Transfer-/Nebeneffekte“ verortet. Rein auf quantitativer Basis kann somit postuliert werden, dass das Internationale Kinderfilmfestival vor allem Wirkungen im Bereich der Transfer-/Nebeneffekte hervorruft. Ästhetische Welterfahrung wurde aufgrund seiner Langfristigkeit empirisch nicht nachgewiesen; auch Wirkungen Ästhetischer Erfahrung sind zahlenmäßig weniger.

Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass Wirkungen dieser Art geläufiger sind, als weniger abstrakt eingestuft werden könnten sowie tendenziell einfacher messbar (siehe auch nächstes Unterkapitel). Betrachtet man jedoch nicht nur die Anzahl an Wirkungen, sondern auch deren Ausmaß, ergibt sich ein differenziertes Bild. So wurden beispielsweise die durch die am Internationalen Kinderfilmfestival vermittelten Inhalte, geprägt von Interkulturalität und fremden Sprachen, in den Interviews stark hervorgehoben. Dies zählt zum Quadranten „Ästhetik als Methode“. Darüber hinaus brachte das Achten auf ästhetische Elemente einen signifikanten Mehrwert. Somit müsste, um definitive Aussagen über Bedeutsamkeiten der Quadranten zu machen, eine Messung der einzelnen Wirkungen in Form von Quantifizierung stattfinden.

6.2. Möglichkeit zur Quantifizierung anhand von Wirkungsindikatoren

Die im vorhergehenden Kapitel durchgeführte Systematisierung ästhetischer Bildung in Quadranten und Wirkungen könnte dabei helfen, den Mehrwert ästhetischer Bildung nachzuweisen. Es gestaltet sich bisweilen schwierig, generelle Aspekte der Ästhetischen Bildung bzw. Erfahrung empirisch zu erheben (Liebau, 2013; Zill, 2015). Vermeintlich mangelnde Reflexion der rezipierenden Person erschwert einen empirischen Nachweis. Empirisch ungeklärt sind weiters vor allem der Deadweight und die tatsächliche Relevanz der Wirkungen für das spätere Leben (langfristige Dimension) (Klepacki & Zirfas, 2009). Klepacki und Zirfas (2009) erörtern darüber hinaus Probleme bei der Identifizierbarkeit und Hermeneutik (Problematik der Beurteilung kunstbezogener Leistungen), sowie im

individuell unterschiedlichen Lernen und Lernverhalten wegen unterschiedlicher Sozialisations Hintergründe, Begabungen sowie unterschiedliche Anforderungen der jeweiligen Kunstsache.

Im Falle einer gezielten Befragung sollte über eine einfache Bewertung hinaus die Erfahrung der Person mit dem Untersuchungsobjekt diskutiert werden. Unmittelbare Wirkung kann schwanken zwischen Epiphanie (eine plötzliche bedeutungsvolle Erkenntnis/Offenbarung) und simpler Erfüllung des ästhetischen Interesses (Zill, 2015). Ein Ergebnis einer ästhetischen Erfahrung kann beispielsweise sein, dass das Subjekt (Mensch) ein (neues) Verhältnis zum Objekt (z.B. Film) gewinnt. Forschende müssen eine sprachliche Transformation leisten und die Dokumente ästhetischer Erfahrungen im Rahmen interpretativer Verfahren anhand ihres Vorverständnisses analysieren (Zill, 2015). Dadurch kann sich dem Mehrwert schrittweise angenähert werden.

Im Bereich der Wirkungsmessung werden Wirkungen anhand von Wirkungsindikatoren quantifiziert. Eine neue Herangehensweise an die Messung des Mehrwerts ästhetischer Bildung könnte demnach sein, die Wirkungen, die nach Kapitel 6.1 in verschiedensten Bereichen auftreten, jeweils zu quantifizieren. Die Summe all jener Wirkungen wäre demnach der gesellschaftliche Mehrwert von ästhetischer Bildung. Ein beispielhafter Ansatz ist ersichtlich in Abbildung 6-2.

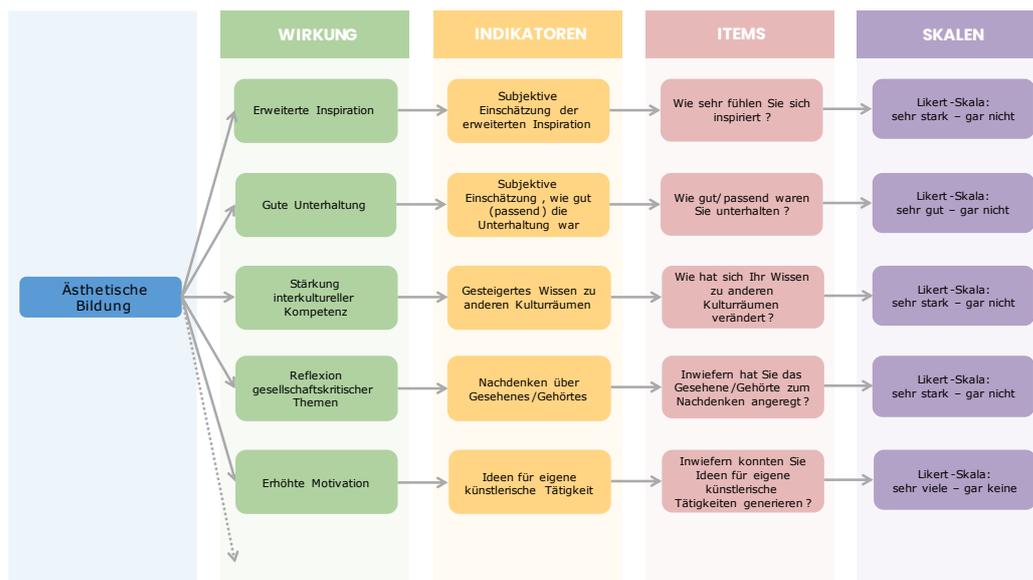


ABBILDUNG 6-2: ANSATZWEISE OPERATIONALISIERUNG ÄSTHETISCHER BILDUNG ANHAND VON WIRKUNGSINDIKATOREN

Quelle: eigene Darstellung

Hierbei handelt es sich um mögliche Indikatoren, gemessen anhand von Items und Skalen, die subjektive Einschätzungen der Rezipient:innen erheben. Dieser subjektive Einschätzungsbogen könnte, in verschiedenen Zeithorizonten, von Besucher:innen von z.B. Filmfestivals ausgefüllt werden. Somit ergäbe sich für jede dadurch abgefragte Wirkung eine Messung der Breite (bei welchem Anteil tritt die Wirkung ein) sowie der Intensität (in welchem Ausmaß tritt sie ein).

Wenn dieser Ansatz weiter verfolgt werden soll, müssten naturgemäß noch weitere Indikatoren entwickelt werden, sowie Skalen getestet werden. Hierbei wären

zusätzlich auch Kennzahlen empfehlenswert, die nicht rein auf subjektiven Einschätzungen beruhen. Weiters sollte eine wohlbedachte Konzeption des Samplings bzw. der Erhebungslogik stattfinden: Beispielsweise könnte eine Panelerhebung durchgeführt werden, bei der durch jeweils eine Erhebung ex-ante und ex-post ein vorher/nachher-Vergleich stattfinden kann. Dies erlaubt, ausgelöste Wirkungen in ihrer Breite und Intensität direkt auf die Intervention zurückzuführen.

7. Diskussion und Fazit

Die vorliegende Studie bringt Erkenntnisse für die Forschung zu Wirkungen gesellschaftsorientierter Leistungen und gesellschaftlichem Mehrwert im Kunst- und Kulturbereich. Anhand der methodischen Herangehensweise der Wirkungsanalyse wurde ein Filmfestival als Kulturangebot, genauer das Internationale Kinderfilmfestival in Wien, auf dessen ausgelöste Wirkungen bei verschiedenen Gruppen an Wirkungsbetroffenen untersucht. Dies stellt eine Neuheit im Feld der Wirkungsforschung wie der Filmfestival-Studien dar.

In einem kollaborativen Prozess mit Expert:innen und Beteiligten wurde ein hypothetisches Wirkungsmodell erstellt. Dieses wurde durch Interviews und Fokusgruppen empirisch belegt und auf Basis der Erkenntnisse abgeändert. Untersucht wurden ausgelöste Wirkungen bei rezipierenden Kindern, der Kinderjury, Lehrkräften, rezipierenden Erwachsenen, Kooperationspartner:innen, Sponsor:innen, Veranstaltungskinos, dem Organisationsteam sowie der öffentlichen Hand (Politik und Verwaltung). Dadurch konnte der gesellschaftliche Wert des Internationalen Kinderfilmfestivals identifiziert werden.

Die vorliegende Studie stellt eine Pilotstudie zu Wirkungsanalyse im Kulturbereich dar, mittels eines Studiendesigns, das Neuheitswert aufweist. Sie folgt dem Ziel, darzustellen, welche unterschiedlichen gesellschaftlichen Wirkungen durch Kunst und Kultur ausgelöst werden. Damit legt die Studie zudem die multirationale Logik des Untersuchungsgegenstands Filmfestival offen.

7.1. Empirische Ergebnisse

In der vorliegenden Wirkungsanalyse wurde zunächst die allgemeine Wirkungslogik aufgearbeitet, um in einem nächsten Schritt Stakeholder und Wirkungsbetroffene zu identifizieren. Von diesen 30 Stakeholdern/Wirkungsbetroffenen wurden im Anschluss neun ausgewählt, die als besonders zentral gesehen wurden. Für diese neun wurden jeweils hypothetische Wirkungsketten gebildet, die zusammen ein partielles hypothetisches Wirkungsmodell darstellten.

Um nachzuweisen, ob die Wirkungen tatsächlich eingetreten sind, wurden bei diesen neun Stakeholdern/Wirkungsbetroffenen qualitative Erhebungen durchgeführt. Die insgesamt zwölf Erhebungen setzen sich zusammen aus zwei Fokusgruppen, neun teilstrukturierte qualitative Interviews und einer schriftlichen Anfragenbeantwortung. Die Auswertung der Erhebungen ermöglichte die Identifikation von 75 Wirkungen, die ganz oder teilweise eingetreten sind. Anhand der Aussagen der interviewten Personen wurden diese Wirkungen konkret beschrieben. Die meisten Wirkungen wurden bei der Kinderjury nachgewiesen, mit 18 Wirkungen. Bei den rezipierenden Kindern wurden 15 Wirkungen identifiziert, bei rezipierenden Erwachsenen 14, bei den Veranstaltungskinos und dem Organisationsteam je elf, bei der öffentlichen Hand zehn, bei Lehrkräften sieben, bei Sponsor:innen sechs und bei Kooperationspartner:innen vier.

Die identifizierten Wirkungen wurden zusätzlich in inhaltliche, strukturelle und zeitliche Dimensionen kategorisiert (siehe Abbildung 7-1). Auf inhaltlicher Ebene

waren die Wirkungen primär sozialer (46) und kultureller (25) Natur. Je zwölf Wirkungen wurden als politisch, ökonomisch und psychisch/physiologisch eingestuft. Strukturell wurden die meisten Wirkungen auf der Mikro-Ebene gesehen (52). Auf der Meso-Ebene bewegten sich 23 Wirkungen, auf der Makro-Ebene 9. Zeitlich gesehen sind die meisten Wirkungen kurzfristig (51), aber auch mittelfristig 40.

Wirkungsdimensionen

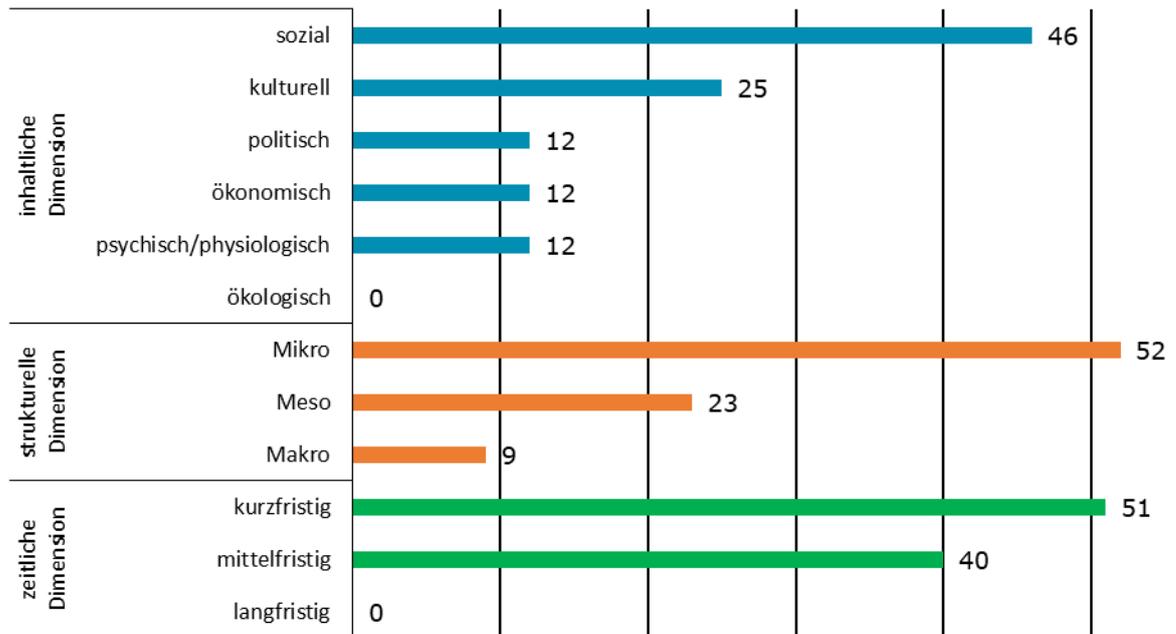


ABBILDUNG 7-1: EINORDNUNG IN WIRKUNGSDIMENSIONEN

Quelle: eigene Darstellung

Zentrale Wirkung bei allen Rezipient:innen war naturgemäß eine „gute Unterhaltung“. Bei den rezipierenden Kindern sind die essenziellsten Wirkungen das „Wecken von Interessen, Zukunftsperspektiven, Eröffnung von Möglichkeitsräumen“ sowie eine „Kritische Reflexion gesellschaftsrelevanter Themen“ durch die in den kuratierten Filmen behandelten Themen, eine Erhöhung ihrer „Interkulturelle Kompetenz und Sensibilisierung für Sprache“ durch die internationale Ausrichtung der Filmauswahl und die Live-Synchronisation, und die Ermöglichung einer „kulturellen Teilhabe und damit zusammenhängend eine Sensibilisierung für bzw. Heranführung an Arthouse-Filme & -Kinos“. Die Mitglieder der Kinderjury profitierten zusätzlich von „Ästhetischem Lernen“ durch die Einschulung und die Kriterien, auf die sie zu achten hatten. Durch Diskussionen nach den Filmen und das gemeinsame Verfassen von Rezensionen bekamen sie eine Stimme und erlernten „Bewertung und Meinungs Ausdruck“.

Auch die rezipierenden Erwachsenen profitierten von „Kultureller Teilhabe (Sensibilisierung für bzw. Heranführung an Art-house-Filme & -Kinos)“. Durch die Natur des Festivals als Kinderfilmfestival erfuhren sie auch eine „Sensibilisierung für Kindermedien & -themen“ und damit zusammenhängend eine „Horizontenerweiterung“. Lehrkräften profitierten von einer „Inhaltliche Bereicherung des

Unterrichts, Angebotserweiterung in der Kinder- und Jugendarbeit“, wenn sie mit ihrer Klasse einen Film besuchten.

Kooperationspartner:innen erzielen durch die Zusammenarbeit eine „Bewusstseinsbildung für ihre Anliegen“ und eine „Verstärkung bei gemeinsamen Anliegen“. Sponsor:innen bietet das Sponsoring eine Möglichkeit für „Neukund:innen-gewinnung“ und „Kund:innenbindung“, aber auch einen „Imagetransfer“. Die Veranstaltungskinos profitieren nach eigener Aussage am meisten durch die „Belebung des Kinos“, das Festival bietet ihnen eine „Sensibilisierung bei der Programmgestaltung“ und leistet in längerer Perspektive einen „Beitrag zur Heranführung an die Kulturpraxis Arthouse-Kino“.

Am Festival als Teil des Organisationsteams mitzuarbeiten erzeugt „Erfüllung“ sowie „Erfolgsgefühle, positive Gefühle“. Die öffentliche Hand unterstreicht den Beitrag eines Filmfestivals wie dem Internationalen Kinderfilmfestival zur „Förderung eines vielfältigen Kulturangebots der Stadt“, zur „Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts (Vielfalt, Inklusion, Teilhabegerechtigkeit)“ sowie zur „Volksbildung (Kultur, Arthouse, Medienpädagogik)“.

7.2. Praxisrelevanz

Für Wien als eine international beachtete Kultur- und Kreativmetropole wie seine Kreativschaffenden ist das Wissen um die verschiedenen Wirkungsdimensionen der Kunst- und Kulturtätigkeit von großer Relevanz. Eine differenzierte Kenntnis ermöglicht es im Hinblick auf konkrete Ziele wie die Steigerung der Lebensqualität, die Beförderung des sozialen Zusammenhalts und der Freisetzung kreativer Potentiale gezielte Wirkungen zu induzieren. Gemeinwohlorientierte Filmfestivals könnten durch die erarbeiteten Instrumentarien darin unterstützt werden, ihre gesellschaftlichen Mehrwerte zu identifizieren, zu bewerten und folglich strategisch weiterzuentwickeln.

Sie können ihre Wirkung genauer identifizieren, steuern und vergrößern. Somit können sie ihre Wirkungen nach innen und außen kommunizieren. Dadurch kann das eigene Selbstverständnis überprüft und justiert, Ziele fokussiert und Partner:innen für das konkrete Anliegen gezielt adressiert und (langfristig) gewonnen werden. Dies ermöglicht die weitere Entwicklung und Profilschärfung sowie die Einwerbung von Ressourcen, insbesondere von Finanzmitteln. Die Vergabe öffentlicher Förderungen anhand von Wirkungsanalysen haben das Potenzial, den Nutzen, der aus den Geldern generiert wird, zu maximieren. Speziell die Förderung von Filmfestivals scheint sich hier durch das Beleben der Kulturszene, dem Entgegenwirken des Kinosterbens und das Ansprechen junger Bevölkerungsschichten anzubieten. Weiters kann vonseiten der Filmfestivals auf die öffentliche Hand Druck gemacht werden, um keinen Ökonomisierungstendenzen ausgeliefert zu sein.

Kommerzialisierungsdruck als Folge von Ressourcenknappheit kann den gemeinwohlorientierten Kultursektor marktkonform umgestalten, wodurch Konsumorientierung und Gewinnorientierung in den Mittelpunkt rücken. In der Folge besteht die Gefahr, durch Ökonomisierung zunehmend nach wirtschaftlichen Logiken zu operieren. Vonseiten des Kulturmanagements wird versucht, weiterhin Kultur ohne Kommerzialisierung zu ermöglichen. Qualitätsnachweise auf Basis einer Wirkungslogik können dem Druck zur Kostenminimierung/ Effizienzmaximierung entgegenwirken und inhaltliche und qualitative Ansprüche fördern. Ökonomisierungstendenzen und damit verbundenen inhaltlichen Abstrichen kann so

entgegengewirkt werden. Damit wird in weiterer Folge ein wichtiger Beitrag zur Aufrechterhaltung des qualitativ hochwertigen Kulturangebots der Stadt Wien geleistet. Speziell die Förderung von Filmfestivals scheint sich hier anzubieten, da sie die Kulturszene beleben, dem Kinosterben entgegenwirken, eine Vorreiter:innenrolle bei der Transformation der Gesellschaft einnehmen und damit zusammenhängend hegemoniale Strukturen aufbrechen.

7.3. Theoretische Beiträge

Ein weiterer substanzieller Beitrag ist die Verknüpfung von gesellschaftlichen Wirkungen mit der Operationalisierung ästhetischer Bildung. Diese stellte sich aus mehreren Gründen bisweilen als Herausforderung dar: Die Ambivalenz des Begriffs erschwert Abgrenzbarkeit, seine diffizile Greifbarkeit erschwert Messungen. Hilfreich erweist sich hierbei ein eigens entwickeltes Model, das zwei zentrale Aspekte in den Blick nimmt: Einerseits wurde das Konzept ästhetische Bildung, um es einzugrenzen, in vier Quadranten aufgeteilt: Ästhetische Erfahrung, Ästhetik als Methode, Transfer-/Nebeneffekte und Ästhetische Welterfahrung.

Diese Quadranten unterscheiden sich auf den Achsen formeller und informeller Bereich sowie Nützlichkeits-Dimension und Ästhetische Dimension. Dies spiegelt die Vielfalt des Konzepts wider. Dadurch geht die vorliegende Studie über bisherige Analysen hinaus, indem die Unterscheidung der Forschungszeige der „Ästhetischen Erfahrung“ sowie „Nützlichkeit/Kompensation“ ergänzt wird durch den Aspekt der Ergebnisse formellen bzw. informellen Lernens. Dies stellt einen theoretischen Mehrwert dar und erlaubt eine fortgeschrittenes Herunterbrechen der Komplexität des Konzepts ästhetischer Bildung.

Anschließend wurden relevante Wirkungen aus Empirie und Literatur in diese Quadranten eingeordnet. Hierdurch wird der Beitrag des Filmfestivals zur Bildung von kulturellem Kapital und zur Entwicklung von Kreativität als Schlüsselkompetenz in der Stadtbevölkerung hervorgehoben. Rein quantitativ wurde die Mehrheit der Wirkungen des Internationale Kinderfilmfestivals im Bereich der Transfer-/Nebeneffekte verortet. Diese Systematisierung eignet sich weiters als mögliche Grundlage für eine künftige Operationalisierung. Indem die eingeordneten Wirkungen mit passenden Wirkungsindikatoren versehen werden, könnte ästhetische Bildung messbar gemacht werden, inklusive einer Quantifizierung und anschließender Summierung der Wirkungen. Dies ist essenziell, um das Potenzial von ästhetischer Bildung für Chancengleichheit (durch Aufbau von kulturellem Kapital) voll auszuschöpfen.

7.4. Grenzen und weiterführende Forschung

Wirkungsanalyse kann helfen, hat aber auch ihre Grenzen, vor allem im Kulturbereich. Hier erzeugte Wirkungen sind vergleichsweise abstrakt und schwer greifbar, und zeichnen sich oftmals durch eine langfristige Perspektive aus. Ihre Messung bedingt einen nicht zu vernachlässigenden Ressourcenaufwand. Naturgemäß hatte auch diese Studie forschungsökonomische Begrenzungen: einerseits im Umfang der empirischen Erhebungen, andererseits in der vorliegenden Studie eine Beschränkung auf rein qualitative sozialwissenschaftliche Erhebungen.

Weiterführende Forschung kann sich daraus gefolgert mit der empirischen Messung verorteter Wirkungen beschäftigen. Durch Replikation des Erhebungsdesigns, kombiniert mit Quantifizierung identifizierter Wirkungen könnte ein substanzieller Beitrag zu generalisierbaren Wirkungen geleistet werden. Ebenso wäre eine Untersuchung weiterer wirkungsbetroffener Gruppen wünschenswert, um die Wirkungsanalyse entsprechend der Multirationalität von Filmfestivals noch breiter aufzustellen. Zukünftige Studien könnten sich zudem Formaten der Rahmenprogramme von Filmfestivals annehmen. Darüber hinaus könnten durch eine längere Studiendauer langfristige Wirkungen nachgewiesen werden. Dies alles war außerhalb der Möglichkeiten dieser Studie.

Andererseits ermöglichte die Zuordnung von Wirkungen aus Literatur und Empirie zu den einzelnen Quadranten deren Messbarkeit: Wirkungen können anhand von Wirkungsindikatoren gemessen werden. Hierfür wurden einige Beispiele präsentiert. Eine Quantifizierung und anschließende Summierung der Wirkungen könnte es in weiterer Folge ermöglichen, ästhetische Bildung messbar zu machen. Dies ist essenziell, um das Potenzial von ästhetischer Bildung für Chancengleichheit (durch Aufbau von kulturellem Kapital) fruchtbar zu machen.

Durch eine zukünftige Wirkungsmessung könnte auch das Konzept der ästhetischen Bildung operationalisiert werden, was einen erheblichen Beitrag darstellen würde. Im Sinne von Erwachsenenbildung ist dies auch bei Festivals möglich, die sich nicht auf Kinder und Jugendliche fokussieren. Beim Nachweis ästhetischer Bildung ist eine Tendenz zu erkennen, dass Wirkungen der Nützlichkeits-Dimension stärker vertreten sind, da sie greifbarer und unmittelbarer sind. Für die Ausweitung der ästhetischen Dimension wären eine langfristige Untersuchung sowie weitere Recherchearbeit empfehlenswert.

Die Ergebnisse der Studie veranschaulichen den Beitrag von Filmfestivals im Allgemeinen und des Internationalen Kinderfilmfestivals im Speziellen zur Bildung von kulturellem Kapital und zur Entwicklung von Kreativität als Schlüsselkompetenz in der Stadtbevölkerung. Darüber hinaus veranschaulichen sie, dass Qualitätsnachweise auf Basis einer Wirkungslogik dem Druck zur Kostenminimierung/Effizienzmaximierung entgegenwirken können und inhaltliche und qualitative Ansprüche fördern. Damit wird in weiterer Folge ein wichtiger Beitrag zur Aufrechterhaltung des qualitativ hochwertigen Kulturangebots der Stadt Wien geleistet.

Literatur

- Aguirre, I. (2004). Beyond the Understanding of Visual Culture: A Pragmatist Approach to Aesthetic Education. *International Journal of Art & Design Education*, 23(3), 256–269. <https://doi.org/10.1111/j.1476-8070.2004.00405.x>
- Antonio Rivera, M., Hara, T., & Kock, G. (2008). Economic Impact of Cultural Events: The Case of the Zora! Festival. *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), 121–137. <https://doi.org/10.1080/17438730802138139>
- Badelt, C., Meyer, M., & Simsa, R. (2013). Entwicklungsperspektiven des Non-profit Sektors. In C. Badelt, M. Meyer, & R. Simsa (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit Organisationen: Strukturen und Management* (S. 509–532). Schäffer-Poeschel.
- Bamford, A. (2006). *The Wow Factor: Global Research Compendium on the Impact of the Arts in Education*. Waxmann.
- Baumgartner, A. G. (1750). *Aesthetica*. University of Michigan.
- Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1966). Performing Arts. The Economic Dilemma: A study of Problems common to Theater, Opera, Music and Dance. *Louvain Economic Review*, 37(3), 232. <https://doi.org/10.1017/S0770451800055287>
- Birnkrant, G. (2019). *Evaluation im Kulturbetrieb*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23287-0>
- BMKÖS. (2020a). *EU-Arbeitsplan für Kultur 2019-2022*. <https://www.bmkoes.gv.at/Kunst-und-Kultur/europa-und-internationales/kulturpolitik-in-der-eu/eu-arbeitsplan-fuer-Kultur-2019-2022.html>
- BMKÖS. (2020b). *Wirkungsmonitoring*. <https://wirkungsmonitoring.gv.at/>
- BMKÖS. (2023). *Fair Pay*. <https://www.bmkoes.gv.at/Kunst-und-Kultur/Fairness-Fair-Pay/Fair-Pay.html>
- Booth, A. (2016). Negotiating diasporic culture: Festival collaborations and production networks. *International Journal of Event and Festival Management*, 7(2), 100–116. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-02-2016-0016>
- Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In R. Kreckel (Hrsg.), *Soziale Ungleichheiten* (S. 183–198).
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14, 723–744.
- Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M., & Ranalli, M. G. (2011). The Economic Impact of Cultural Events: The Umbria Jazz Music Festival. *Tourism Economics*, 17(6), 1235–1255. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0096>

- Business Roundtable. (2019). *Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote 'An Economy That Serves All Americans'*. <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>
- Coetzer, A., Redmond, J., Sharafizad, J., & Lundy, J. (2023). Enhancing learning in small businesses. *Human Resource Management Journal*, 33(2), 470–490. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12438>
- Czerkawski, B. (2016). Blending Formal and Informal Learning Networks for Online Learning. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 17(3). <https://doi.org/10.19173/irrodl.v17i3.2344>
- Davies, C. R., Knuiman, M., Wright, P., & Rosenberg, M. (2014). The art of being healthy: A qualitative study to develop a thematic framework for understanding the relationship between health and the arts. *BMJ Open*, 4(4), e004790. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2014-004790>
- de Valck, M., Kredell, B., & Loist, S. (Hrsg.). (2016). *Film festivals: History, Theory, Method, Practice*. Routledge.
- Denac, O. (2014). The Significance and Role of Aesthetic Education in Schooling. *Creative Education*, 05(19), 1714–1719. <https://doi.org/10.4236/ce.2014.519190>
- D'Olimpio, L. (2022). Defending Aesthetic Education. *British Journal of Educational Studies*, 70(3), 263–279. <https://doi.org/10.1080/00071005.2021.1960267>
- Döttling, R., & Kim, S. (2021). ESG Investments and Investors' Preferences. *CE-Sifo Forum*, 22, 12–16.
- Dowell, D., Garrod, B., & Turner, J. (2019). Understanding value creation and word-of-mouth behaviour at cultural events. *The Service Industries Journal*, 39(7–8), 498–518. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1568997>
- Duffy, M., & Mair, J. (2017). *Festival Encounters: Theoretical Perspectives on Festival Events* (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315644097>
- Economist Intelligence Unit. (2022). *Global Liveability Index*. <https://www.economist.com/graphic-detail/2022/06/22/the-worlds-most-liveable-cities>
- Ellmeier, A. (2007). *...der starken Ökonomisierung des Kulturbereichs etwas entgegenzusetzen....* https://igkultur.at/sites/default/files/news/downloads/2016-10-04/UNESCO_Essen.pdf
- EU National Institutes for Culture. (2020). *Toolkit for Monitoring & Evaluation: Tips, tricks and more for European Spaces of Culture pilot projects*. <https://eunic.eu/resources>
- Europäische Kommission. (2023). *Corporate sustainability reporting*. <https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial->

markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

- Felderer, B., Müllbacher, S., Schnabl, A., & Stix, S. (2008). *Prüfung ausgewählter geförderter Kunst- und Kultureinrichtungen bezüglich ihrer ökonomischen Wirkungen in Österreich*.
https://www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:0d91f846-edfb-49ee-9485-31ce83bbeca5/kukueinrichtungen_oekw.pdf
- Forum Österreichischer Filmfestivals. (2023). *Das Forum*. <https://www.film-festivals.at/das-forum/>
- Forum österreichischer Filmfestivals, BKA: Kunst und Kultur, Österreichisches Filminstitut, & Kulturabteilung der Stadt Wien. (2020). *Filmfestivalförderung: Voraussetzungen & Kriterien*. http://www.film-festivals.at/media/presse/Kriterien_zur_Foerderung_von.pdf
- Freytag, V., & Theurer, V. (2020). Ästhetisches Erleben oder Nützlichkeit? – Eine empirische Untersuchung zu Perspektiven von Lehrkräften auf ästhetische Bildung. In E. Pürgstaller, S. Konietzko, & N. Neuber (Hrsg.), *Kulturelle Bildungsforschung: Methoden, Befunde und Perspektiven* (Bd. 24). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-30602-1>
- Froschauer, U., & Lueger, M. (2020). *Das qualitative Interview*. UTB.
- Fuchs, M. (2013). Kulturbegriffe, Kultur der Moderne, kultureller Wandel. *Kulturelle Bildung Online*. <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturbegriffe-kultur-moderne-kultureller-wandel>
- García, B., Melville, R., & Cox, T. (2010). *Creating an impact: Liverpool's experience as European Capital of Culture*.
- Goethe-Institut. (2016). *Kultur wirkt. Mit Evaluation Außenbeziehungen nachhaltiger gestalten*. <https://www.goethe.de/resources/files/pdf96/kultur-wirkt-broschre-september-2016.pdf>
- Grafl, F., Lassacher, M., & Lichtkoppler, E. (2021). *Über uns: Das internationale Kinderfilmfestival stellt sich vor*. <https://www.kinderfilmfestival.at/wien/das-festival/ueber-uns/>
- Granger, R. (Hrsg.). (2020). *Value Construction in the Creative Economy: Negotiating Innovation and Transformation*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-37035-0>
- Grosser, S. (2020). *Ästhetische Bildung*. <https://www.socialnet.de/lexikon/Aesthetische-Bildung>
- Grünhaus, C., & Herzog, A. (2020). *Wirkungen der Auslandskulturaktivitäten des BMEIA. Wirkungsmodell und Evaluationskonzept*. https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/12_Publikationen_NPO_SE/Wirkungen_der_Auslandskulturaktivitaeten_des_BMEIA_Bericht_v6.pdf
- Grünhaus, C., & Rauscher, O. (2021). *Impact und Wirkungsanalyse in Nonprofit Organisationen, Unternehmen und Organisationen mit gesellschaftlichem Mehrwert. Vom Wirkungsmodell über die Messung, Bewertung bis zur*

Steuerung, Darstellung und Kommunikation (Working Paper, NPO & SE Kompetenzzentrum WU Wien). Wirtschaftsuniversität Wien, Kompetenzzentrum für Nonprofit Organisationen und Social Entrepreneurship. https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/12_Publikationen_NPO_SE/Gr%C3%BCnhaus_Rauscher_Impact_Wirkungsanalyse_gesellMehrwert_Apr2021.pdf

- Grünhaus, C., & Rauscher, O. (2022). Evaluation und Wirkungsmessung. In R. Simsa, M. Meyer, & C. Badelt (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit-Organisation: Strukturen und Management* (Bd. 6). Schäffer-Poeschel.
- Hall, S. (1999). Die zwei Paradigmen der Cultural Studies. In *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung* (S. 13–42).
- Hausmann, A. (2019). *Kunst- und Kulturmanagement: Kompaktwissen für Studium und Praxis* (2., überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer VS.
- Heinrichs, W. (1997). *Kulturpolitik und Kulturfinanzierung: Strategien und Modelle für eine politische Neuorientierung der Kulturfinanzierung*. Beck.
- Holden, J. (2006). *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy: Why culture needs a democratic mandate*. Demos.
- Internationales Kinderfilmfestival. (2022). *Preise und Jury*. <https://www.kinderfilmfestival.at/wien/das-festival/preise-und-jury-2022/>
- 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>
- Kawashima, N. (2006). Audience development and social inclusion in Britain: Tensions, contradictions and paradoxes in policy and their implications for cultural management. *International Journal of Cultural Policy*, 12(1), 55–72. <https://doi.org/10.1080/10286630600613309>
- Keuchel, S., & Werker, B. (2020). *Gesellschaftspolitische Dimensionen der Kulturellen Bildung*. transcript.
- Kirchner, C., Schiefer Ferrari, M., & Spinner, K. H. (2006). Ästhetische Bildung und Identität. In C. Kirchner, M. Schiefer Ferrari, & K. H. Spinner (Hrsg.), *Ästhetische Bindung und Identität. Fächerverbindende Vorschläge für die Sekundarstufe I und II* (S. 11–33). kopaed (muenchen).
- Klepacki, L., & Zirfas, J. (2009). Ästhetische Bildung: Was man lernt und was man nicht lernt. In E. Liebau & J. Zirfas (Hrsg.), *Die Kunst der Schule: Über die Kultivierung der Schule durch die Künste* (S. 111–139). transcript.
- Koc, R. (2023). Use of Informal Learning Environments in Turkish Language Teaching. *Education Quarterly Reviews*, 6(1). <https://doi.org/10.31014/aior.1993.06.01.718>
- Kolotouchkina, O., & Seisededos, G. (2016). The urban cultural appeal matrix: Identifying key elements of the cultural city brand profile using the example of Madrid. *Place Branding and Public Diplomacy*, 12(1), 59–67. <https://doi.org/10.1057/pb.2015.24>

- Konrad, H. (2011). *Kulturpolitik: Eine interdisziplinäre Einführung*. facultas.
- Krainhöfer, T. C. (2018). *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*.
https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=57910
- Krainhöfer, T. C., & Kurz, J. (2022a). Eine vorläufige Bilanz. In T. C. Krainhöfer & J. Kurz (Hrsg.), *Filmfestivals: Krisen, Chancen, Perspektiven* (S. 362–377). edition text+kritik.
- Krainhöfer, T. C., & Kurz, J. (2022b). Einleitung: Bewegungen auf dem Markt der Bewegtbilder. In T. C. Krainhöfer & J. Kurz (Hrsg.), *Filmfestivals: Krisen, Chancen, Perspektiven* (S. 20–36). edition text+kritik.
- Krainhöfer, T. C., & Kurz, J. (2022c). Fortschritt statt Stillstand: Filmfestivals als Innovationstreiber. In T. C. Krainhöfer & J. Kurz (Hrsg.), *Filmfestivals: Krisen, Chancen, Perspektiven* (S. 60–79). edition text+kritik.
- Krainhöfer, T. C., & Petri, T. H. (2023). Filmfestivals. In W. Berauer (Hrsg.), *Filmstatistisches Jahrbuch 2023* (S. 62–65).
- Lechner, D., Philipp, T., Grubmüller, Ratzenböck, V., Kohl, M., & Lehner, A. (2008). *Der Mehrwert von Kunst und Kultur für den städtischen Raum*.
https://www.staedtebund.gv.at/fileadmin/USERDATA/themenfelder/Kunst_und_Kultur/Dokumente/KUS_Der_Mehrwert_von_Kunst_und_Kultur_fuer_den_staedtischen_Raum.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>
- Löscher, O. D. (2019). „Woher kommt de Marie für unsa Kultur?\": *Finanzierungsstrukturen von gemeinnützigen Wiener Kulturvereinen und -initiativen nach dem Regierungswechsel 2017 in Österreich* [Masterarbeit].
Wirtschaftsuniversität Wien.
- Magistrat der Stadt Wien. (2019). *Smart City Wien Rahmenstrategie 2019–2050*.
- Mein Wien. (2023a). In Wien stehen Weltstars vor der Kamera. *Mein Wien 01/2023*, 6–7.
- Mein Wien. (2023b). Kulturgenuß ohne Kommerz. *Mein Wien 01/2023*, 8.
- Mercer. (2019). *Quality of living city ranking*. <https://mobilityexchange.mercer.com/Insights/quality-of-living-rankings>
- Mittelhammer, F. (2018). Kultur als Übersetzungsprozess. In C. Dätsch (Hrsg.), *Kulturelle Übersetzer*.
- Monocle. (2023). *Monocle's Quality of Life Survey 2023*. <https://monocle.com/minute/2023/06/22/>
- More-Hollerweger, E., & Schober, C. (2013). *Erarbeitung von Indikatoren zur Wirkungsmessung von grenzüberschreitenden Kulturprojekten. EU-Programm „Kultur“—Phase 2007- 2013, Fokus auf Projekte mit*

österreichischer Trägerschaft. https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/wm-kultur_endbericht.pdf

- Morgan, S. L., & Winship, C. (2015). *Counterfactuals and Causal Inference: Methods and Principles for Social Research*. Cambridge University Press.
- Morgan, W. J. (2019). The base of the iceberg: Informal learning and its impact on formal and non-formal learning, study guides in adult education. *Studies in the Education of Adults*, 51(1), 130–131. <https://doi.org/10.1080/02660830.2017.1283868>
- Muzyka, O., Lopatiuk, Y., Belinska, T., Belozerskaya, A., & Shvets, I. (2021). Modern aesthetic education and its further directions. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 12–21. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1537>
- Nadotti, L., & Vannoni, V. (2019). Cultural and event tourism: An interpretative key for impact assessment. *Eastern Journal of European Studies*, 10, 115–131.
- Ooi, C.-S., & Pedersen, J. S. (2009). *City branding and film festivals: The case of Copenhagen*. Department of Marketing, CBS. https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58953512/Creative_Encounters_Working_Papers_28.pdf
- Otto, G. (1994). Das Ästhetische ist „Das Andere der Vernunft“: Der Lernbereich Ästhetische Erziehung. *Friedrich Jahresheft*, XXII/1994, 56–58.
- Pasanen, K., Taskinen, H., & Mikkonen, J. (2009). Impacts of Cultural Events in Eastern Finland – Development of a Finnish Event Evaluation Tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 112–129. <https://doi.org/10.1080/15022250903119546>
- Paulus, T. M., Lester, J. N., & Dempster, P. G. (2014). *Digital tools for qualitative research*. Sage.
- Pretzell, C., & Mertens, H. (2012). *60. Internationale Filmfestspiele Berlin: Vom Wirtschaftsfaktor zum Wachstumsmarkt*. Investitionsbank Berlin. https://digital.zlb.de/viewer/api/v1/records/15494986/files/images/kn_ba_berlinale.pdf/full.pdf
- Rauscher, O., Mildenerer, G., & Krlev, G. (2015). Wie werden Wirkungen identifiziert? Das Wirkungsmodell. In C. Schober & V. Then (Hrsg.), *Praxishandbuch Social Return on Investment*. Schäffer-Poeschel.
- Richards, G., & Wilson, J. (2010). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. In *Event tourism and destinations: Case studies and best practice* (S. 131–158). Routledge.
- Rüber, I. E., & Bol, T. (2017). Informal Learning and Labour Market Returns. Evidence from German Panel Data. *European Sociological Review*, 33(6), 765–778. <https://doi.org/10.1093/esr/jcx075>
- Schober, C., & Rauscher, O. (2014). Alle Macht der Wirkungsmessung? In *Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement* (S. 261–281). Springer VS.

- Schönherr, D., & Glaser, H. (2023). *Kulturelle Beteiligung in Österreich: Besuch von Kulturveranstaltungen, Kultureinrichtungen und -stätten*. SORA Institute for Social Research and Consulting. https://www.boja.at/sites/default/files/wissen/2023-05/2023_05_22264_Kulturelle_Beteiligung_in_OEsterreich_Endbericht.pdf
- Schönherr, D., & Oberhuber, F. (2015). *Kulturelle Beteiligung in Wien*. SORA Institute for Social Research and Consulting. https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2015_SORA-Endbericht_Kulturelle-Beteiligung-in-Wien.pdf
- Seeblen, G. (2022). Vorwort: Transformation der Filmkultur—Und was Festivals damit zu tun haben. In T. C. Krainhöfer & J. Kurz (Hrsg.), *Filmfestivals: Krisen, Chancen, Perspektiven* (S. 8–19). edition text+kritik.
- Shiner, L. (2001). *The Invention of Art: A Cultural History*. University of Chicago Press.
- Simsa, R. (2015). Ökonomisierung und die Entwicklung öffentlicher Finanzierung im NPO-Sektor: Ausprägungen und Reaktionen der Organisationen. *WISO - Wirtschafts- und sozialpolitische Zeitschrift des ISW*, 38(4), 131–146.
- Snowball, J. D. (2008). *Measuring the Value of Culture: Methods and Examples in Cultural Economics*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-74360-6>
- Sroda-Murawska, S., & Biegańska, J. (2014). The impact of cultural events on city development: the (Great?) Expectations of a Small City. *5th Central European Conference in Regional Science*. CERS.
- Stadt Wien. (2019a). *WIEN 2030—Wirtschaft & Innovation*. Stadt Wien, Wirtschaft, Arbeit und Statistik (MA 23).
- Stadt Wien. (2019b). *WIEN 2030—Wirtschaft & Innovation: Executive Summary*. Stadt Wien, Wirtschaft, Arbeit und Statistik (MA 23).
- Stadt Wien. (2023). *Förderrichtlinien für Filmfestivals und Sommerkinos*. <https://www.wien.gv.at/kultur/abteilung/foerderungen/richtlinie-filmfestival.html>
- Statistik Austria. (2023). *Kulturstatistik 2021*. https://www.statistik.at/fileadmin/user_upload/Kulturstatistik-2021_Web-barrierefrei.pdf
- Stonehouse, P. (2019). The Unnecessary Prescription of Transcription: The Promise of Audio-coding in Interview Research. *Research in Outdoor Education*, 17(1), 1–19. <https://doi.org/10.1353/roe.2019.0000>
- Taheri, M., Motealleh, S., & Younesi, J. (2022). Workplace fun and informal learning: The mediating role of motivation to learn, learning opportunities and management support. *Journal of Workplace Learning*, 34(3), 229–241. <https://doi.org/10.1108/JWL-05-2021-0062>
- Teissl, V. (2013). *Kulturveranstaltung Festival: Formate, Entstehung und Potenziale*. transcript.

- 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.
- Teissl, V., Mayerhofer, E., & Reid, W. (2021). Austrian Film Festival Forum: Cultural Governance and Accountability in Viennese Film Festivals. *International Journal of Arts Management*, 24(1), 103–113.
- Then, V., & Schmidt, T. (2021). *Impact Investing in Deutschland 2020 – ein dynamischer Wachstumsmarkt: Zusammenfassung*. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Impact-Investing-in-Deutschland-2020.pdf>
- Thümler, E., & Scheuerle, T. (2013). *International approaches to measuring well-being: An empirical and theoretical overview*. https://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/18698/1/FCI%20Report_FINAL.pdf
- Tohmo, T. (2005). Economic Impacts of Cultural Events on Local Economies: An Input–Output Analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*, 11(3), 431–451. <https://doi.org/10.5367/000000005774352980>
- Towse, R. (2014). *Advanced Introduction to Cultural Economics*. Edward Elgar.
- UNESCO. (2005). *Die Konvention 2005: Über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen*. https://www.unesco.at/fileadmin/Redaktion/Publikationen/Publikations-Dokumente/2005er_UNESCO-Convention_German.pdf
- Van Der Heijden, B., Boon, J., Van Der Klink, M., & Meijs, E. (2009). Employability enhancement through formal and informal learning: An empirical study among Dutch non-academic university staff members. *International Journal of Training and Development*, 13(1), 19–37. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2008.00313.x>
- Welsch, W. (2016). *Ästhetische Welterfahrung: Zeitgenössische Kunst zwischen Natur und Kultur*. Wilhelm Fink.
- Wimmer, M. (2011). *Kultur und Demokratie: Eine systematische Darstellung von Kulturpolitik in Österreich*. StudienVerlag.
- Zacher, G., & Paul, M. (2016). *Filmfestivalreport Österreich: Zur Situation der österreichischen Filmfestivals—Finanzierung, Effekte & strategische Ausichten*. http://film-festivals.at/media/presse/Filmfestivalreport_Oesterrei.pdf
- Zembylas, T., & Tschmuck, P. (2006). *Kulturbetriebsforschung: Ansätze und Perspektiven der Kulturbetriebslehre*. Springer VS.
- Žilič Fišer, S., & Kožuh, I. (2019). The Impact of Cultural Events on Community Reputation and Pride in Maribor, The European Capital of Culture 2012. *Soc Indic Res*, 142, 1055–1073.
- Zill, E. (2015). Zu einer qualitativen Empirie ästhetischer Erfahrungen. Grundlagentheoretische Überlegungen und forschungsmethodisch Perspektiven am Beispiel kultureller Bildungsforschung. *FQS*, 16(3).

Anhang

Partielles Wirkungsmodell des Internationalen Kinderfilmfestivals

TABELLE 0-1: PARTIELLES WIRKUNGSMODELL DES INTERNATIONALEN KINDERFILMFESTIVALS

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Rezipierende Kinder	Zeit	Zeigen von Filmen	# Filme, die gezeigt werden	<i>Gute Unterhaltung, Spaß</i> 
	Geld	Programmgestaltung	# besuchende Kinder	<i>Gemeinschaftserlebnis, soziale Erfahrung/Lernen</i> 
	Interesse	Bereitstellung von Informationen	# besuchte Vorführungen pro Kind	<i>Ästhetisches Lernen</i> 
	Überwindung	Aufbereitung	# erhaltene Informationen	<i>Wissenszuwachs</i> 
	Aufmerksamkeit	Organisation von Rahmenprogramm	# besuchte Spielstätten	

				<p>Wecken von Interessen, Zukunftsperspektiven, Eröffnung von Möglichkeitsräumen</p> <p>   >></p>
				<p>Persönlichkeitsentwicklung, Werteentwicklung</p> <p>   >, >></p>
				<p>Erhöhtes Selbstbewusstsein, Empowerment</p> <p>  ></p>
				<p><i>Inspiration, Kreativität, Fantasie</i></p> <p>  ></p>
				<p><i>Bewertung und Meinungsdruck</i></p> <p>   ></p>
				<p><i>Kompetenzgewinn</i></p> <p>  >, >></p>
				<p>Kulturelle Teilhabe (Sensibilisierung für bzw. Heranführung an Arthouse-Filme & -Kinos)</p> <p>  >></p>

				<p>Kritische Reflexion gesellschaftsrelevanter Themen</p> <p>    >, >></p>
				<p>Interkulturelle Kompetenz, Sensibilisierung für Sprache</p> <p>   ></p>
				<p>Erleben einer Erzählung</p> <p>  ></p>
				<p>Überforderung</p> <p>  ></p>

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Kinderjury (zusätzlich)	Erfahrung Durchhaltevermögen (statt Geld & Überwindung)	Sachleistungen Verpflegung	# Jury-Mitglieder (statt # besuchende Kinder) # Sachleistungen	Ästhetisches Lernen   >>
				Neue soziale Kontakte   >
				Bewertung und Meinungsausdruck    >
				Einnahme einer Multiplikator:innenrolle   >
				Kompetenzgewinn   >, >>
				Stress   >

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Lehrkräfte	Unterrichtszeit Aktive Bereitschaft Vor- und Nachbereitung	Organisatorische Abwicklung	# diskutierte Produktionen	Inhaltliche Bereicherung des Unterrichts, Angebotserweiterung in der Kinder- und Jugendarbeit
		Material zur Unterrichtsgestaltung	# gesehene Produktionen	 >
		Aufbereitung	# Unterrichtszeit	Fortbildung/Medienkompetenz
		Besuchen von Schulklassen		 >>
				Schaffen eines Zugangs zu Medien
				Erhöhtes Selbstbewusstsein
				Abwechslung
				Persönliche Bereicherung
				Unterhaltung

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Rezipierende Erwachsene	Zeit Geld Interesse Aufmerksamkeit	Zeigen von Filmen Programm-gestaltung Bereitstellung von Informationen Aufbereitung Organisation von Rahmenprogramm	# Filme, die gezeigt werden	Gute Unterhaltung, Spaß 
			# besuchende Erwachsene ohne Begleitung von Kindern	Gemeinschaftserlebnis 
			# besuchte Vorführungen pro Erwachsener:m ohne Begleitung von Kindern	<i>Ästhetisches Lernen</i> 
			# erhaltene Informationen	Wecken von Interesse, Zukunftsperspektiven, Eröffnung von Möglichkeitsräumen 
			# besuchte Spielstätten	Wissenszuwachs (inhaltlich) 
				Kompetenzgewinn 

				<p>Persönlichkeitsentwicklung, Werteentwicklung</p> <p>   >, >></p>
				<p>Bewertung und Meinungsdruck</p> <p>   ></p>
				<p><i>Neue soziale Kontakte</i></p> <p>  ></p>
				<p>Kulturelle Teilhabe (Sensibilisierung für bzw. Heranführung an Arthouse-Filme & -Kinos)</p> <p>  >></p>
				<p>Kritische Reflexion gesellschaftsrelevanter Themen</p> <p>    >, >></p>
				<p>Sensibilisierung für Kindermedien & -themen</p> <p>  >></p>
				<p>Interkulturelle Kompetenz, Sensibilisierung für Sprache</p> <p>   ></p>

				Horizontalerweiterung   >>
Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Kooperationspartner:innen	Werbung Sachleistungen Dienstleistungen	Werbung Ermäßigte Eintrittskarten Verteilung von Goodies Ermitteln der Preisverleihung	# verteilter Goodies # Werbeflächen # ermäßigte Eintrittskarten	Neukund:innengewinnung    >>
				Bewusstseinsbildung für Anliegen   >>
				Verstärkung bei gemeinsamen Anliegen   >>
				<i>Steuerabsetzmöglichkeit</i>   >>

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Sponsor:innen	Sponsoringbeträge	Werbung	# verteilter Goodies	Neukund:innengewinnung
	Werbung	Ermäßigte Eintrittskarten	# Werbeflächen	  
	Sachleistungen	Verteilung von Goodies	# ermäßigte Eintrittskarten	Kund:innenbindung
	Dienstleistungen	Ermitteln der Preisverleihung		  
				Imagetransfer
				  
				Beitrag zur Missionserfüllung (Selbstverständnis)
			  	
			Mitarbeiter:innen-Benefits	
			  	
			Steuerabsetzmöglichkeit	
			  	

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Veranstaltungskinos	Bereitstellung der Publikumsstrukturen	Bezahlung	# Eintrittszahlungen aufgrund des Festivals	<i>Publikumsbindung</i> 
	Bereitstellung der Infrastrukturen (digital, räumlich, technisch)	Image-Pflege	Auslastung aufgrund des Festivals	Erhöhte Sichtbarkeit / Bekanntheit 
	Ticketing	Vermittlung von Publikum (spezifische Zielgruppe)	# lukrierter Fördergelder	Steigerung der Einnahmen 
	Bewerbung	Bewerbung		Imageverbesserung 
	Verzicht auf Alternativprogramme	Legitimierung von Fördergeldern		<i>Gewinnung neuer Publikumsgruppen (unmittelbar)</i> 
				Beitrag zur Heranführung an die Kulturpraxis Art-house-Kino (mittelbar) 
				Belebung des Kinos 

				<p>Erweiterung des Angebots</p> <p>  ></p>
				<p>Sensibilisierung bei der Programmgestaltung</p> <p>  >></p>
				<p>Erhöhung der Auslastung</p> <p>  ></p>
				<p>Organisatorischer Aufwand</p> <p>  ></p>

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Organisations-team	Kompetenz	Bereitstellung eines Arbeitsplatzes	# Mitarbeiter:innen	Einkommen
	Energie		# neu geschlossene Kontakte	€ <input type="checkbox"/> >
	Zeit	Entfaltungsmöglichkeiten	Höhe Honorare	Erfüllung
	Arbeitskraft	Zugang zu einem Netzwerk	# Sachleistungen	❤️ <input type="checkbox"/> >>
	Konzeptarbeit	Einkommen		Persönliche Entfaltung
	Durchhaltevermögen	Sachleistungen		❤️ 👤 <input type="checkbox"/> >>
	Motivation	Fortbildungsmöglichkeiten		Erhöhtes Selbstbewusstsein
				❤️ <input type="checkbox"/> >>
			Erfolgsgefühle, positive Gefühle	
			❤️ <input type="checkbox"/> >	
			Spaß, Freude	
			❤️ <input type="checkbox"/> >	
			Kompetenzerweiterung	
			👤 <input type="checkbox"/> >>	

				<p>Eröffnung neuer Zukunftsperspektiven</p> <p>  >></p>
				<p>Prekarität</p> <p>   >></p>
				<p>Zeitdruck</p> <p>  ></p>
				<p>Stress</p> <p>  ></p>

Stakeholder	Input	Aktivitäten	Output	Brutto-Wirkungen = Outcome
Öffentliche Hand (Politik & Verwaltung)	Fördergelder Sachleistungen	Organisation eines internationalen Filmfestivals Schaffung eines Angebots der kulturellen Bildung für Kinder	# positive Berichterstattungen über die Stadt # bezahlter Fördergelder # Sachleistungen	Image-Verbesserung der Stadt (z.B. Kindergerechtigkeit), Erhöhung der internationalen Reputation    
				<i>Stärkung der lokalen Communities</i>   
				Förderung eines vielfältigen Kulturangebots der Stadt   
				Schaffen von Arbeitsplätzen im Kulturbereich (Förderung, Vernetzung)   
				Steigerung der Tourist:innenzahlen   
				Mediale Berichterstattung   

				<p>Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts (Vielfalt, Inklusion, Teilhabegerechtigkeit)</p> <p></p>
				<p>Volksbildung (Kultur, Arthouse, Medienpädagogik)</p> <p></p>
				<p>Förderung von kritischen gesellschaftlichen Diskursen</p> <p></p>
				<p>Eröffnung von Zukunftsperspektiven für lokale Jugend</p> <p></p>

Infos und Kontakt

Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisationen und Social Entrepreneurship



Wirtschaftsuniversität Wien

Vienna University of Economics and Business

Welthandelsplatz 1

Gebäude AR, 1. OG

1020 Wien

Tel: + 43 1 313 36 / 5878

npo-kompetenz@wu.ac.at

[wu.ac.at/npocompetence](https://www.wu.ac.at/npocompetence)