

Bewegtbild in der Kommunikation von Herausforderungen und Lösungen des demografischen Wandels

Checkliste zu interner Abstimmung,
rechtlichen Fragen und Projektabwicklung



Inhalt

1. Projekt- und Zeitplanung	3-4
2. Interne Abstimmung / Checkliste	5-6
3. Rechtliches	7-8
Impressum	9

ALLGEMEINES

Auch bei komplexen und abstrakten Themen im kommunalen Rahmen (z.B. Demografie) ist es möglich, diese anschaulich mithilfe eines Films darzustellen und in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Der Film sollte dabei ein möglichst positives und authentisches Bild vermitteln und trägt maßgeblich zur Außenwahrnehmung in digitalen Medien bei. Neben allen externen Stakeholdern wie Touristen, Neubürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen sind vor allem auch die Bewohnerinnen und Bewohner der Kommune eine wichtige Zielgruppe, die insbesondere bereits bei der Produktion des Films mit einbezogen werden müssen.

Im besten Fall können sich die Bewohnerinnen und Bewohner der Kommune mit dem Film identifizieren – damit haben Sie starke Multiplikatoren gewonnen.

Was gibt es zu beachten?

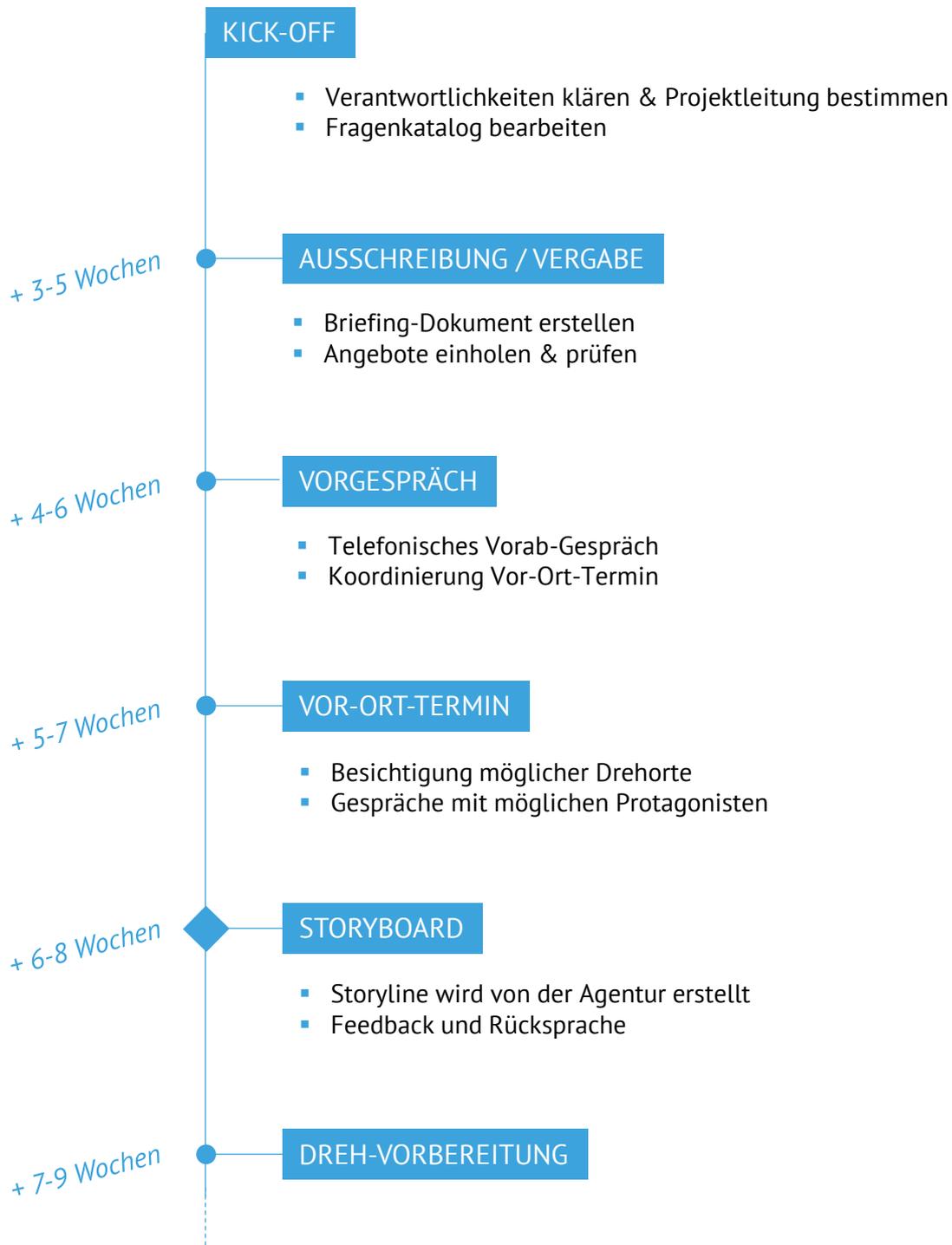
Damit das Filmprojekt ein Erfolg wird, gibt es einiges zu beachten und Sie bekommen hier eine allgemeine Übersicht zur Projektplanung, wichtigen Fragen, die Sie sich stellen müssen und rechtlichen Hintergründen.

Jede Filmproduktion hat jedoch ihre ganz eigenen Herausforderungen und es ist wichtig, dass zu Beginn eine klare Projektverantwortung festgelegt wird und eine regelmäßige Abstimmung mit der umsetzenden Filmagentur stattfindet, um rechtzeitig auf Schwierigkeiten reagieren zu können.

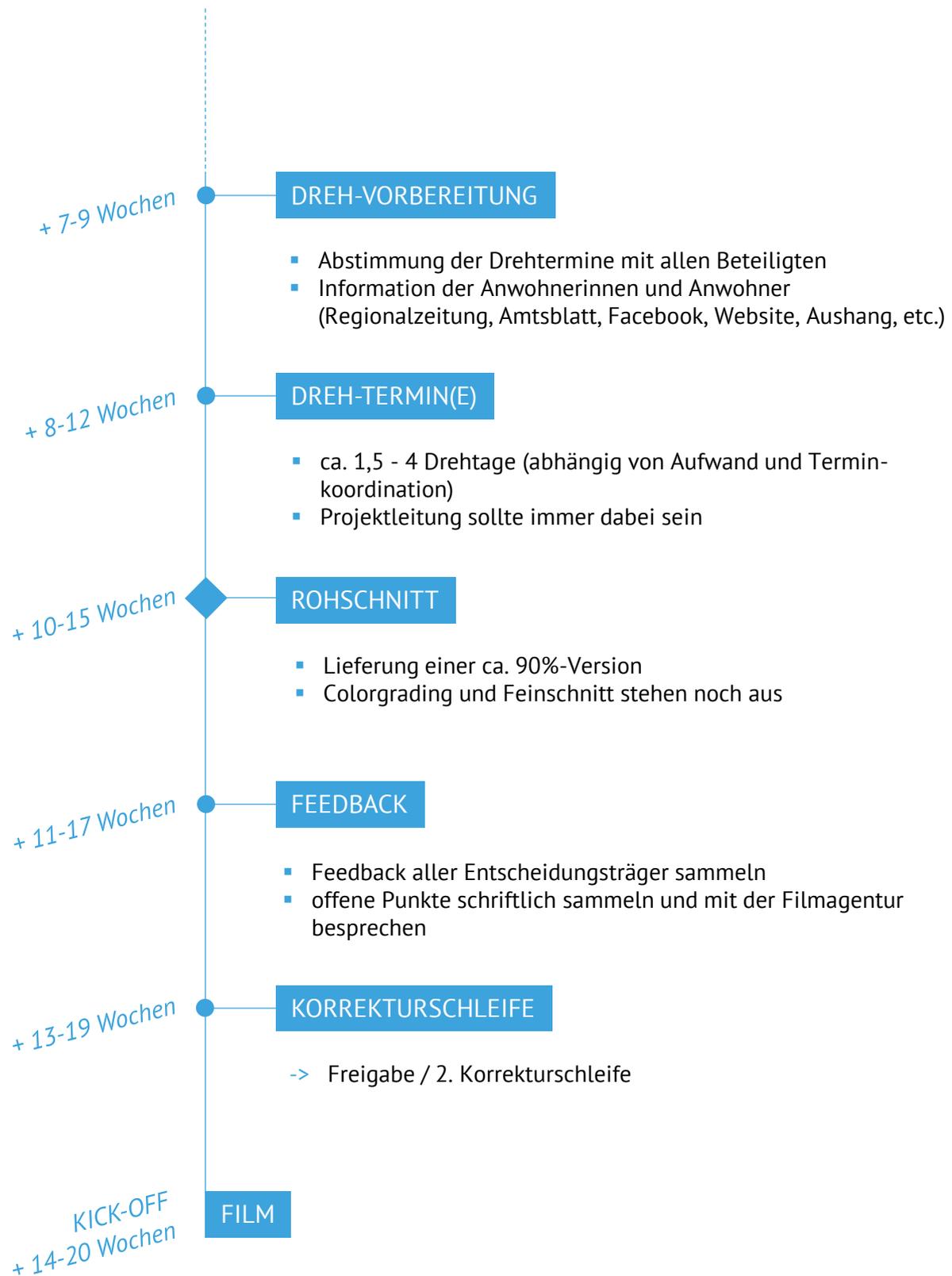
1. Projekt- und Zeitplanung

Um ein qualitativ hochwertiges Ergebnis zu erhalten, ist eine realistische Projektplanung entscheidend. Hierfür sollte ausreichend Zeitpuffer für eventuelle Verzögerungen durch Abstimmungen, Freigaben, Wetter, Terminfindung mit den Protagonisten, etc. eingeplant werden.

ZEITPLAN



ZEITPLAN



2. Interne Abstimmung / Checkliste

Vor der Beauftragung eines Dienstleisters zur Erstellung des Films sollten die folgenden Fragen bereits bearbeitet werden.

▪ Zielgruppe – wen wollen wir mit dem Film erreichen?

Umso genauer die Zielgruppe definiert ist, umso besser können Bildsprache und Inhalt des Films auf die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten werden. Sollen z.B. junge Erwachsene erreicht werden, die in der jeweiligen Kommune aufgewachsen sind, diese allerdings für Ausbildung und Studium verlassen haben, sollten die Inhalte an die Anforderungen ihrer aktuellen Lebensphase angepasst werden (Kinderbetreuung, Sicherheit, kurze Wege, viele Gleichgesinnte, etc.).

▪ Zielsetzung – was wollen wir mit dem Film erreichen?

Mit der Frage nach der Zielgruppe geht direkt die Frage einher, was mit dem Film bewirkt werden soll, bzw. welche Emotionen und Handlungen bei der Zielgruppe ausgelöst werden sollen. Im Beispiel der obigen Zielgruppe sollen die Vorteile der „alten Heimat“ aufgezeigt und Erinnerungen an die eigene Kindheit geweckt werden, um die jungen Erwachsenen dazu zu bewegen wieder zurückzukommen und eine eigene Familie zu gründen.

▪ Zielkanäle – wo soll der Film ausgestrahlt werden?

Im besten Fall wird der Film auf allen zur Verfügung stehenden Kanälen eingebunden und ausgestrahlt. Bei der Wahl der Zielkanäle sollte immer die Zielgruppe berücksichtigt werden – wo wird die Zielgruppe erreicht?

- Website – Untertitel und Audiospur für hör- und sehbehinderte Menschen
Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV)
- Facebook, YouTube, Vimeo – ggf. Untertitel einbinden
- Instagram – mp4-Format mit maximal 60 Sekunden Länge, längere Videos über Instagram TV (Instagram ist nur bedingt, z.B. zur Bewerbung des Films auf der Website geeignet, da Videos im Hochformat eingestellt werden)
- Kino – ggf. wird eine DCP (Digital Cinema Package) benötigt, das separat erstellt werden kann, wobei das Format vom Kino abhängt und Werbung häufig auch als mp4 abgespielt werden kann

▪ „Darsteller“ / Protagonisten – wer soll die Kommune repräsentieren?

Bei der Auswahl der Darstellerinnen und Darsteller sollte darauf geachtet werden, dass sich die Zielgruppe mit den Personen identifizieren kann und die Persönlichkeiten zum gewünschten Image der Kommune beitragen.



- **Tonspur – Interviews, Voiceover oder beides?**

Auf der Tonspur werden wichtige Informationen transportiert. Ein professionelles Voiceover durch eine Studiosprecherin oder einen Studiosprecher wirkt dabei beim ersten Eindruck hochwertiger, allerdings auch weniger authentisch als Interviews / Statements ausgewählter Darsteller. Dabei ist gerade ein Dialekt ein wichtiger Faktor für die Authentizität und Glaubwürdigkeit des Films.

- **Szenerie – was soll dargestellt werden?**

Inhalte, die über Statements oder ein Voiceover übermittelt werden, sollten im besten Fall durch passende Aufnahmen und Schnittbilder unterstrichen werden. Wo soll hierfür gedreht werden? Gibt es besondere Ereignisse (z.B. Stadtfest, Kulturveranstaltung, etc.) die gezeigt werden sollen?

- **Drehtermin – zu welcher Jahreszeit zeigt sich die Kommune von der besten Seite?**

Der Drehtermin ist entscheidend um die richtige Stimmung zu transportieren und sollte so vereinbart werden, dass er flexibel an die Witterungsbedingungen angepasst werden kann.

3. Rechtliches

WICHTIG: Dieses Dokument stellt keine verbindliche Rechtsberatung dar. Bitte besprechen Sie das Thema in jedem Fall mit Ihrem Datenschutzbeauftragten und den beauftragten Dienstleistern.

AUFNAHMEN VON PERSONEN

Seit Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) werden digitale Videoaufnahmen von Personen wie personenbezogene Daten behandelt. Aktuell ist die Rechtslage in Deutschland nicht final geklärt, hier wird in den nächsten Monaten nationale Rechtsprechung das bisher geltende Kunsturhebergesetz ergänzen (**Stand: Januar 2019**).

Zur Verarbeitung personenbezogener Daten bedarf es unabhängig von der Erkennbarkeit der Person grundsätzlich einer Rechtfertigung, es muss ein Erlaubnistatbestand gem. Art. 6 DSGVO vorliegen.

Verarbeitung beschreibt jeden einzelnen Verarbeitungsschritt (Aufnehmen, Speichern, Veröffentlichen), wobei jeder einzelne für sich einer Rechtfertigung bedarf.

Für eine Rechtfertigung liegt entweder eine Einwilligung vor oder es greift die Auffangnorm. Bei Minderjährigen gilt selbstverständlich die Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten.

Einwilligung:

Sie muss stets freiwillig und informiert geschehen und reicht nur so weit, wie der Betroffene absehen konnte. Einwilligung durch schlüssiges Handeln (Lächeln in die Kamera) sind bei Aufnahme des Bildmaterials ggf. ausreichend, bei weiteren Schritten der Verarbeitung jedoch nicht mehr, hier ist eine konkrete Einwilligung vonnöten (etwa zur Veröffentlichung).

Laut DSGVO kann eine Einwilligung jedoch jederzeit und ohne Begründung widerrufen werden.

Auffangnorm:

Datenverarbeitung zulässig, wenn:

- ein berechtigtes Interesse daran besteht
- sie erforderlich ist (lässt sich nicht vermeiden)
- die Interessen der Betroffenen nicht überwiegen

Die Auffangnorm beruht auf Interessenabwägung und es ist momentan davon auszugehen, dass diese auf die Rechtsprechung zum Kunsturheberrecht gestützt wird.

Beispiel: Während einer öffentlichen Veranstaltung auf dem Marktplatz der Kommune finden Filmaufnahmen statt. Hier besteht ein Interesse der Kommune, das öffentliche Geschehen zu dokumentieren und zu bewerben und es kann davon ausgegangen werden, dass das Interesse der Betroffenen nicht überwiegt. Wird jedoch z.B. erkennbar vor der Arbeitsagentur gefilmt, kann das Interesse der dargestellten Personen überwiegen.

AUSSENAUFNAHMEN VON GEBÄUDEN:

Panoramafreiheit: bleibende Werke dürfen von einer öffentlich zugänglichen Straße (Weg/Platz/etc.) aus gefilmt werden. Innenräume sind nicht von der Panoramafreiheit erfasst und es bedarf der Zustimmung der Eigentümer bzw. Betreiber.

MUSIKLIZENZEN

Bei der Nutzung von Hintergrundmusik ist darauf zu achten, dass die entsprechenden Lizenzen vorliegen und es sich im besten Fall um GEMA-freie Musik handelt. Musiklizenzen werden je nach Anbieter z.T. auch zeitlich und auf bestimmte Verbreitungskanäle beschränkt vergeben. Stellen Sie hier sicher, ob es Einschränkungen gibt.

AUS DER PRAXIS

Der Erfolg der Kommunikation im Film hängt stark davon ab, alle Beteiligten abzuholen und zu „Verbündeten“ zu machen – sowohl bei der Produktion vor Ort, als auch bei der Verbreitung des fertigen Films. Üblicherweise wird in einem Film für die breite Öffentlichkeit niemand negativ oder gegen den ausdrücklichen Willen dargestellt und diskreditiert, sodass es nicht zum Widerspruch und der Interessenabwägung kommt. Personen, die im Fokus des Videos stehen und z.B. ein Interview abgeben, sollten selbstverständlich ihre schriftliche Einverständniserklärung abgeben. Für alle weiteren Aufnahmen könnten Sie einen pragmatischen Ansatz wählen und über die Dreharbeiten informieren (z.B. Facebook, Amtsblatt, Zeitung, Aushang am Rathaus) und alle Einwohnerinnen und Einwohner herzlich zur Mitwirkung einladen.

Diese Erfahrung aus der Praxis stellt keine rechtliche Beratung dar, bitte informieren Sie sich zur aktuellen Rechtsprechung.

Impressum

Auftraggeber:

**Geschäftsstelle Demografiewerkstatt Kommunen (DWK)
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.**

Am Stadtholz 24
33609 Bielefeld

Tel.: +49 521 106 7364

Fax: +49 521 106 7171

info@demografiewerkstatt-kommunen.de

www.demografiewerkstatt-kommunen.de

Durchführung:

forStory GmbH
Perlacher Str. 11
81539 München

Ansprechpartner:

Philipp Exler
Tel.: +49 157 5291 5553

philipp@forStory.de

www.forStory.de