MARKETINGKONZEPT

» *„Was gar nicht erst getrennt wird, muss später nicht mühsam integriert werden.“*

Richard von Weizsäcker

VORWORT

„Berg Fidel – Eine Schule für alle“
Ein Dokumentarfilm zeigt, wie inklusives Lernen funktionieren kann

Sehr geehrte Damen und Herren,

engagieren Sie sich für ein Schulsystem, das alle Kinder willkommen heißt – unabhängig von Herkunft, Religion oder Behinderung. Werden Sie zum Kinostart des Dokumentarfilms „Berg Fidel – Eine Schule für alle“ am 13. September 2012 unser Kooperationspartner.

Regisseurin Hella Wenders greift in ihrem Film über vier Kinder der inklusiven Grundschule „Berg Fidel“ in Münster ein Thema auf, das aktuell in aller Munde ist. Zu Recht! Mit dem Begriff Inklusion wird verhandelt, ob wir unsere Kinder tatsächlich angemessen fördern, indem wir sie getrennt voneinander erziehen. Schule bildet für das Leben. Aber wie soll sie dies tun, wenn sie trennt, was zusammengehört? Inklusion in Kürze sagt „du gehörst dazu“ an Stelle von „du darfst mitmachen“. Ein Blick auf die Gesellschaft, der uns alle miteinschließt und daher uns alle betrifft.

Eine aktuelle Studie der Bertelsmann-Stiftung hat gezeigt, dass Deutschland mit durchschnittlich 18 Prozent Inklusion weit hinter Nachbarländern wie Schweden, den Niederlanden und Italien herhinkt. Dabei fordert die UN-Behindertenrechtskonvention seit 2009, dass behinderte Kinder selbstverständlich dieselben Schulen besuchen dürfen wie ihre nichtbehinderten Altersgenossen.

Aber was kann ein Film wie „Berg Fidel – Eine Schule für alle“ hier ausrichten?

Der Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen, Hubert Hüppe, lobte kürzlich in einer Pressemitteilung vom 1. Juni 2012 „Berg Fidel – Eine Schule für alle“ als gelungenen Beitrag zum Thema.

Regisseurin Hella Wenders hat einen bewegenden Film geschaffen, der vorurteilsfrei beobachtet und die Kinder zu Wort kommen lässt. Während die politische Debatte von Erwachsenen geführt wird, erlebt der Zuschauer unmittelbar das Miteinander und erfährt, wie die „offene Schule“ auf beeindruckende Weise funktionieren kann.

Mit „Taste the Waste“ ist es unserem Verleih 2011 bereits gelungen, eine wichtige Debatte in die Öffentlichkeit zu tragen. Mehr als 120.000 Zuschauer haben den Film über die Folgen der Lebensmittelverschwendung gesehen. Ein enormer Erfolg für einen Dokumentarfilm. Das Kino war der ideale Ort für eine große Breitenwirkung.

Im Anschluss an die Vorführungen fanden zahlreiche Gespräche mit namhaften Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft statt. Inzwischen ist aus „Taste the Waste“ deutschlandweit eine Bewegung entstanden.

„Berg Fidel – Eine Schule für alle“ wird mit dem Thema Inklusion ebenso für große Aufmerksamkeit sorgen. Der Diskussionsbedarf ist groß. Schon jetzt haben Vertreter aus Politik, dem Bildungsbereich und den Medien ihr Interesse bekundet.

Nehmen auch Sie Teil an einer wichtigen Debatte und zeigen Sie so Ihr soziales Engagement.

Im Folgenden finden Sie die Beschreibung unserer Maßnahmen sowie die Möglichkeiten für Kooperation oder Sponsoring.

Wir freuen uns auf Ihr Feedback!

Mit den besten Grüßen
Olga Koop / Markentingabteilung

INHALT

Vorwort	Seite	2
Der Film	Seite	4
Auswertungsstrategie	Seite	6
Marketingstrategie	Seite	8
Kooperation/Sponsoring	Seite	12
Leistungen W-film	Seite	14

DER FILM

BERG FIDEL – EINE SCHULE FÜR ALLE
Dokumentarfilm | Deutschland 2011 | 87 Minuten
Regie: Hella Wenders
Musik: Thom Hanreich | Kamera: Merle Jothe | Schnitt: Verena Neumann | Produktion: Christoph Heller

FESTIVALS UND PREISE
Kinofest Lünen 2011, Haupt- und Publikumspreis Lüdia
Max Ophüls Preis, Saarbrücken 2012, Wettbewerb Dokumentarfilm
Fünf Seen Filmfestival, 26. Juli – 5. August 2012, Wettbeweb Dokumentarfilm

» „Ich wünsche mir, dass dieser Film Mut macht – Lehrern, Eltern und Kindern.“ (Hella Wenders)

SYNOPSIS

Wenn Kinder nicht von klein auf lernen, dass die Menschen verschieden sind, wann dann?

Im Mittelpunkt des Dokumentarfilms stehen vier Schüler der inklusiven Grundschule „Berg Fidel” in Münster. Drei Jahre hat Regisseurin Hella Wenders David, Jakob, Lucas und Anita in der Schule, zu Hause und in ihrer Freizeit mit der Kamera begleitet.

Während aktuell die Idee einer „offenen Schule“ von Erwachsenen lebhaft diskutiert wird, kommen in diesem Film die Kinder zu Wort. Sie erzählen von sich selbst und lassen uns teilhaben an ihren Träumen und Sorgen. Der Zuschauer erlebt eindrucksvoll, wie selbstverständlich sie miteinander umgehen und hat Teil an einer kleinen Welt, die auf wundersame Weise funktioniert.

„Ich kann nicht gut hören und auch nicht gut sehen und das ist halt ein Stickler-Syndrom und ein Syndrom ist etwas, wo etwas schon von Geburt an anders ist, aber mich stört es eigentlich nicht. Ich kann trotzdem ziemlich genauso schnell rennen wie der Niklas.“
David, Schüler von „Berg Fidel“

VERLEIH GEFÖRDERT VON

Film- und Medienstiftung NRW
Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

HELLA WENDERS ÜBER IHREN FILM

„Als ich zum ersten Mal den Klassenrat der Grundschule Berg Fidel erlebt habe, war ich sehr beeindruckt, wie selbstständig die Kinder dort ihre Probleme lösen.

Auch das Lernen in den altersgemischten Klassen schien wie von allein zu gehen, obwohl 25% der Kinder offiziell behindert waren und 60% aus dem Ausland stammten.

Ich habe im Laufe der Dreharbeiten eindrucksvoll erfahren, dass es nicht nur möglich, sondern sogar eine Bereicherung ist, wenn alle Kinder zusammen lernen und schon früh erkennen, dass die Welt aus verschiedenen Menschen besteht und jeder mit seiner Begabung eine wertvolle Bereicherung für die Gesellschaft ist.

Jakob hat den Schalk im Nacken. Er schafft es immer wieder, seine Klasse aufzuheitern und kann richtig gut trösten. Jakob hat das Down-Syndrom.

AUSWERTUNGSSTRATEGIE

KINOAUSWERTUNG

Wir platzieren „Berg Fidel – Eine Schule für alle“ deutschlandweit in den Kinos. Durch entsprechende Marketing-, Werbe- und Pressemaßnahmen sorgen wir für hohe Aufmerksamkeit zum Filmstart am 13. September 2012 und sensibilisieren das Publikum durch begleitende Diskussionen im Kino für das Thema Inklusion.

Unsere Disponenten nehmen Kontakt zu den Arthousekinos und Multiplexen deutschlandweit auf und greifen bei ihrer Arbeit auf einen Kundenstamm von über 800 Kinos zurück.

PREMIERE

Eine Woche vor Kinostart sorgt die Premiere für Aufmerksamkeit in Münster (Drehort) in Anwesenheit des Bundesbeauftragten für die Belange behinderter Menschen, der Regisseurin und ihres Filmteams, Lehrern, Schülern und Eltern der Schule Berg Fidel sowie den Förderern und Unterstützern des Films.

Weitere exklusive Städte-Premieren in Kooperation sind möglich.

PROMOTIONTOUR MIT REGISSEURIN

Regisseurin Hella Wenders wird ihren Film während einer Promotiontour durch ausgewählte Städte persönlich vorstellen, über die Dreharbeiten und ihre besonderen Erlebnisse mit den Kindern sprechen und die Fragen des Publikums beantworten.

SONDERVERANSTALTUNGEN

Begleitend zum Kinostart werden Sondervorführungen in den Kinos organisiert. Sie sorgen mit Expertendiskussionen für große Resonanz bei Publikum und Presse. Namhafte Vertreter aus dem Bildungsbereich und der Politik werden mit dem Publikum über den Film und das Thema Inklusion im Kino debattieren.

SCHULVORSTELLUNGEN

Vision Kino (Institution zur Film- und Medienbildung in der Schule) wird im September einen FilmTipp zum Film veröffentlichen und hat großes Interesse am Filmeinsatz im Rahmen der SchulKinoWochen 2013. Pädagogisches Begleitmaterial wird für die Schulen/Lehrer von FriJus GmbH erstellt und zum Kinostart auf der Filmwebseite www.bergfidel.wfilm.de zum Download zur Verfügung gestellt.

Über unseren Verleih werden darüber hinaus in enger Zusamenarbeit mit den Lehrern zusätzliche Schulvorstellungen in den Kinos bundesweit organisiert. Mit dem Dokumentarfilm “Taste the Waste” haben wir auf diese Weise mehr als 60.000 Schüler erreicht.

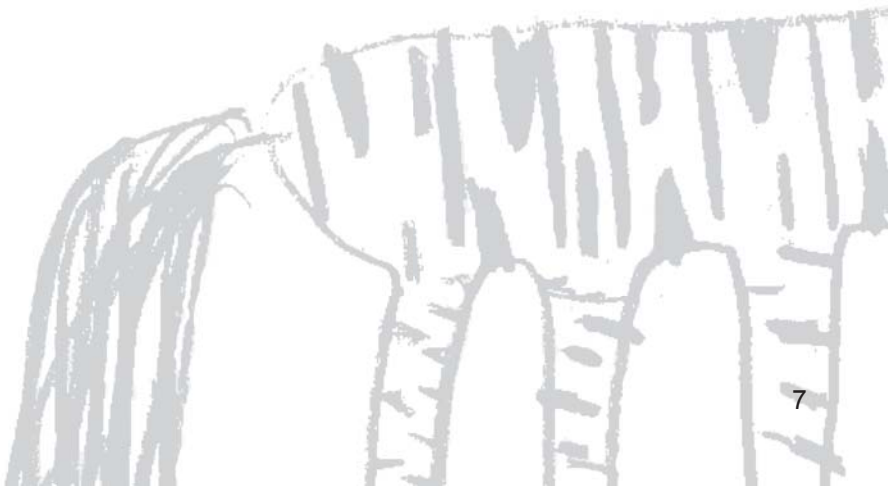
KINO

Die Auswertung des Films kann aktuell nur digital durchgeführt werden. Um für eine optimale Auswertung alle Kinos in Deutschland flächendeckend zu beliefern benötigen wir eine 35mm Kopie. (siehe Sponsoringmöglichkeiten, Seite 12)

DVD, Blu-ray, VOD

Nach der Kinoauswertung wird der Film auch auf DVD, Blu-ray und über VOD (Video on Demand) auf Online-Portalen wie iTunes, Videoload und Maxdome ausgewertet.

Anita, als Kind aus dem Kosovo geflohen. träumt davon Topmodel zu werden. Sie muss sich um ihren jüngeren Bruder kümmern, sodass sie kaum Zeit findet zu lernen.



MARKETINGSTRATEGIE

WERBEMATERIAL

Das Werbematerial (Plakatmotiv siehe Deckblatt) spricht Themeninteressierte, Filmliebhaber sowie nicht in das Thema Involvierte gleichermaßen an und vermittelt die Idee der Inklusion – die einladende Geste einer Schulform, die alle Kinder miteinschließt und willkommen heißt.

Folgende Materialien werden produziert:
- Plakat (A0, A1, A3)
- Aushangfotos (A4) für Kinos
- Flyer (A5) und Postkarten mit Hintergrundinformationen und Verlosungen
- Trailer (35mm und digital)
- TV- und/oder Radiospot ist gewünscht, bedarf jedoch einer externen Unterstützung (siehe Sponsoringmöglichkeiten, Seite 12)

Das Werbematerial wird eingesetzt zur Plakatierung, zum Aushang bzw. zur Auslage in den Kinos und für die Verteilung durch unsere Partner und Multiplikatoren in Kindergärten, Schulen, Universitäten, öffentlichen Bildungseinrichtungen und weiteren zielgruppenspezifischen Orten.

ONLINE MARKETING

Presse- und Kinoportal
Dieser Service ermöglicht Pressevertretern und Kinos direkten und unkomplizierten Zugriff auf das gesamte Presse- und Werbematerial.

Filmwebseite (in Aufbau)
Die Zuschauer können sich hier über den Film informieren, den Trailer ansehen und finden tagesaktuell alle Aufführungstermine. Darüber hinaus wird eine Linkliste Informationen zum Thema Inklusion bieten.

>> *www.bergfidel.wfilm.de*

Web-Clip
Mit einem Web-Clip machen wir spielerisch auf den Film neugierig. Dieser verbildlicht witzig und unkonventionell mit den Worten der Kinder den Begriff Inklusion und wird verbreitet über Social-Media-Plattformen (Facebook, Twitter, YouTube) und die Kommunikationskanäle unserer Multiplikatoren.

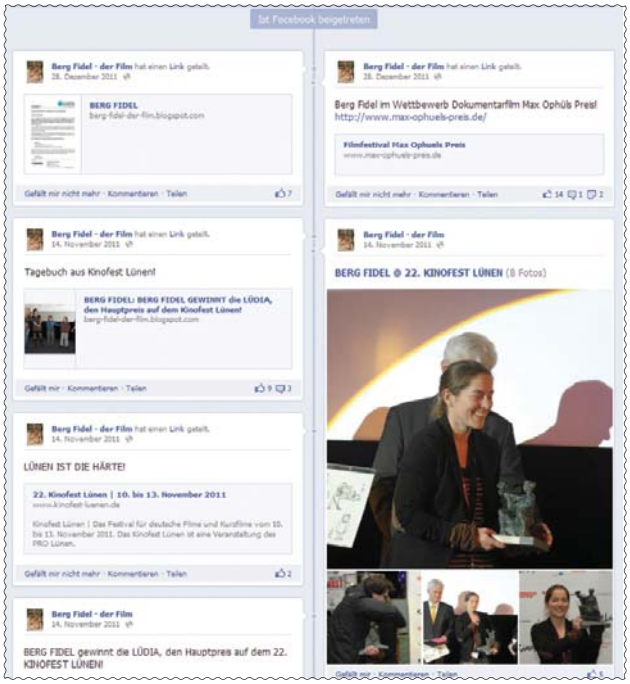
Trailer
Vor dem Kinostart wird der Trailer in allen Kinos gezeigt und durch unseren Dienstleiter *preview-networks* auf über 500 Webportalen (unsere Trailer erreichen bis zu 2,5 Mio. Kontakte) platziert.

Lucas hat eine Lese- und Rechtschreibschwäche, aber ist Experte in Automechanik und weiss, wie man Autos frisiert.

MARKETINGSTRATEGIE

Facebook

Die Facebook-Filmseite wird als lebendiges Forum zum interaktiven Austausch genutzt. Hier kann das interessierte Publikum über den Film und die Idee einer inklusiven Schule diskutieren. Die Besucher finden neue Informationen zum Thema und werden mit Auszügen aus den Dikussionsrunden im Kino, Bildern der Promotiontour mit der Regisseurin und tagesaktuellen Pressestimmen auf dem Laufenden gehalten.



Facebook Filmseite

MEDIAWERBUNG

Der Film „Berg Fidel – Eine Schule für alle“ soll ein breites Publikum für das Thema sensibilisieren und die öffentliche Diskussion anregen. Um dies zu erreichen bedarf es neben den gezielten Direktmarketingmaßnahmen einer breit angelegten Werbekampagne in den Massenmedien. Diese Kampagne ist nur mit externer Unterstützung umsetzbar (siehe Sponsoring- und Kooperationsmöglichkeiten, Seite 12).

Folgende Maßnahmen sind geplant:

Indoor
Uniplakatierung mit Schwerpunkt Erziehungswissenschaft, Sonderpädagogik, Kinderpsychologie

Outdoor
Plakatwerbung an den Litfaßsäulen, CityCards (siehe Sponsoringmöglichkeiten, Seite 12)

Print
Anzeigenschaltung in ausgewählten überregionalen Zeitungen und zur Erreichung der Kernzielgruppe in Eltern- und Fachzeitschriften.

Fernseh- und Radiowerbung
Durch die Integration des Kinostarts in die aktuelle Fernseh- und/oder Radiowerbekampagne unserer Kooperationspartner oder Sponsoren wird ein breites Publikum erreicht und die Synergien zwischen Produkt, Organisation und Film genutzt.

Mit Unterstützung unserer Kooperations- oder Sponsoringpartner sind außerdem eigene Spots zur Bewerbung des Films über die privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender sowie im Radio geplant (siehe Sponsoringmöglichkeiten, Seite 12).

Direktmarketing
Im Rahmen des Direktmarketing werden Multiplikatoren aus den Bereichen Bildung, Politik (darunter Hilfsorganisationen, Vereinigungen für behinderte Menschen, Elterninitiativen, Verbände, Institutionen) sowie der freien Wirtschaft (Industrie und Handel) über den Film informiert und für die Kommunikation über ihre Kanäle gewonnen.

David möchte die Unendlichkeit des Weltalls erforschen und komponiert Klavierstücke. Wenn er sich konzentrieren möchte, schaltet er einfach sein Hörgerät aus. David ist seh- und hörbehindert.

KOOPERATION / SPONSORING

Gemeinsam tragen wir das Thema Inklusion in eine breite Öffentlichkeit. Das Potenzial des Films: Er berührt und lässt uns mit den Augen der Kinder erleben, dass ein grenzenloses Miteinander eine wertvolle Bereicherung für unser Zusammenleben ist.

>> *Unterstützen Sie "Berg Fidel – Eine Schule für alle" und werden Sie unser Partner!*

Als Kooperations- und/oder Sponsoringpartner erhalten Sie die Möglichkeit, den Film als Plattform für Ihre Botschaft zu nutzen. „Berg Fidel – Eine Schule für alle" zeigt ein gelungenes Beispiel für inklusive Pädagogik und macht Mut – Lehrern, Eltern und Kindern. Und darüber hinaus uns allen: denn Inklusion setzt sich dafür ein, dass wir alle die gleichen Rechte und Chancen haben.

KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN

In folgenden Bereichen können Sie den Film unterstützen:

Kinopromotion
Teilnahme an Expertendiskussionen zur Premiere und zu gemeinsamen Sonderveranstaltungen sowie deren Bewerbung über Ihre Kommunikationskanäle

Verteilung der Werbematerialien
Plakat-, Flyer und Postkartenstreuung auf Ihren Events, Veranstaltungen, in Ihren Niederlassungen, Räumen, Zentren

Online Marketing
Integration des Films innerhalb interner und externer Kommunikationswege (Webseite, Portal, Newsletter, Mailings) sowie der Vertrieb des Filmtrailers über Ihre Netzwerke

Mediawerbung
Anzeigenschaltung und Film-Tipp in Ihren Fach- und Kundenzeitschriften, Integration des Films in Ihren Flyern und Broschüren sowie in Ihren aktuellen Kampagnen

SPONSORINGMÖGLICHKEITEN

Technik
Erstellen der Nullkopie zum Film
(wird benötigt für die 35mm Serienkopien. Effekt: Zusätzlicher Einsatz in den zahlreichen noch nicht-digitalisierten Kinos)

Kinopromotion
Sponsoring Premierenfeier (Saalmiete, Getränke, Catering)

Sachleistungen
Diverse Sachleistungen für Gewinnspiele, Verlosungen, Premieren

Mediawerbung
Anzeigenschaltung oder Filmhinweis in Ihren Fach- und Kundenzeitschriften, Integration des Films und des Filmstarts in Ihren Flyern und Broschüren

Einbindung des Films und des Filmstarts in Ihren aktuellen Kampagnen

Sponsoring Plakatwerbung, Flyer/Postkartenverteilung (Hochschulmarketing, CityCards, Wildplakatierung)

Sponsoring Anzeigenschaltung in ausgewählten Printmedien

Sponsoring TV- und/oder Radiospot

BERG FIDEL - EINE SCHULE FÜR ALLE

LEISTUNGEN W-FILM

Folgende Gegenleistungen sind möglich. Gerne machen wir Ihnen ein Angebot!

- **Ihr Logo im Vorspann/Abspann des Films**
- **Ihr Logo im Filmtrailer (Unsere Trailer erreichen im Internet bis zu 2,5 Millionen User)**
- **Ihr Logo in unserer TV- und Radiokampagne**
- **Ihr Logo auf dem Filmplakat**
- **Ihr Logo auf dem Filmflyer**
- **Anzeigenschaltung auf dem Filmflyer**
- **Ihr Logo auf der Filmwebseite**
- **Ihr Logo in allen Presse-, Kino-, Publikums-Mailings (bis zu 10.000 Kontakte)**
- **Ihr Logo auf dem DVD Cover**
- **Ihr Logo im Abspann des Films auf DVD**
- **Freikontingent/Rabatt DVDs nach Kinoauswertung für Ihre Kunden**
- **Ihr Werbebanner (Lieferung durch Sponsor) bei Premiere im Kinofoyer**
- **Auslegung Ihrer Werbeflyer/Prospekte in den spielenden Kinos**
- **Freikartenkontingent für Kinovorstellungen**

Wenn Sie weitergehende Wünsche für Ihre Aktivitäten im Umfeld des Films haben, sprechen Sie uns an. Wir freuen uns auf Ihre Ideen!

KONTAKT

Ihr Ansprechpartner bei W-film:

Stephan Winkler
Telefon: 0221.222 1991
E-mail: mail@wfilm.com