BLM

Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

Jahresbericht Medienkompetenz 2015/16

Jahresbericht Medienkompetenz 2015/16

BLM/Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz
München, April 2016

Inhalt

Grußwort 05

1 Medienpädagogik in der BLM 07

2 Medienkompetenz-Ausschuss 08

3 Forum Medienpädagogik 10

4 Fachtagungen, Workshops und Veranstaltungen 12

4.1 Fachtagung des Forums Medienpädagogik 12
4.2 Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher 14
4.3 Veranstaltungen zum Selbstdatenschutz 15
4.4 Interdisziplinäre Tagung 16
4.5 Medienpädagogische Themen bei „total digital"-Veranstaltungen 17
4.6 didacta – die Bildungsmesse 18

5 Projekte und Initiativen 19

5.1 FLIMMO – der Programmratgeber für Eltern 19
5.2 Dein FLIMMO 21
5.3 Medienpädagogische Redaktionen in den afk – Aus- und Fortbildungskanälen Bayern 22
5.4 Stiftung Zuhören 25
5.5 Schulradio-Bayern/Schulradiocoaches 27
5.6 Internet-ABC 30
5.7 Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich 31
5.8 Hört Hört! 32

6 Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Initiativen 33

6.1 Lenkungsgruppe Medienkompetenz 33
6.2 Stiftung Wertebündnis Bayern 34
6.3 Netzwerk Medienethik 35
6.4 Ein Netz für Kinder 36
6.5 I-KiZ 37
6.6 klicksafe Preis 38
6.7 ELTERNTALK 39
6.8 Stiftung Bildungspakt Bayern 40
6.9 Erfurter Netcode 41

7 Forschung 42

8 Film 44

9 Games 45

10 Materialien 47

11 Stiftung Medienpädagogik Bayern 48

Anhang: Pressemitteilungen 50

Bildnachweise 59

Impressum 60

Grußwort

Sehr geehrte Damen und Herren,
welchen Stellenwert hat Werbung im Alltag Jugendlicher? Nehmen Jugendliche Virales Marketing, Sponsored Content oder Behavioural Advertising überhaupt als Werbung wahr? Und wie wirken die neuen Werbeformen auf Jugendliche? Fragen wie diese waren Anlass für uns, das Thema „Neue Werbeformen im Alltag Jugendlicher" bei der Fachtagung des Forums Medienpädagogik 2015 aufzugreifen, um Lehrkräfte und pädagogisch Tätige mit Informationen und Anregungen für die medienpädagogische Praxis zu unterstützen.

Bei ihren medienpädagogischen Maßnahmen setzt die BLM aber auch bei weiteren Zielgruppen an. Denn vor allem Eltern werden durch die heutige Medienwelt ständig vor neue Herausforderungen gestellt. Und es sind die Eltern, die ihre Kinder für einen verantwortungsbewussten und selbstbestimmten Medienumgang sensibilisieren müssen. Um sie bei Fragen rund um die Medienerziehung zu unterstützen, organisierte die BLM beispielsweise anlässlich des Europäischen Datenschutztages gemeinsam mit der Stiftung Medienpädagogik Bayern zahlreiche Elternabende rund um das Thema Selbstdatenschutz. Um den Austausch zwischen Eltern und ihren Kindern über Medienthemen gezielt anzuregen, hat die BLM außerdem eine neue Beilage für Kinder entwickelt. Sie liegt dem Eltern-Ratgeber „FLIMMO" in Bayern bei und kann auch separat auf der Webseite der BLM bestellt werden. Ich freue mich, Ihnen in diesem Bericht „Dein FLIMMO" vorstellen zu können und einen ersten Einblick in die Pilotausgabe zum Thema Sport zu geben.

Der Jahresbericht Medienkompetenz 2015/2016 der BLM blickt auf den Zeitraum Mai 2015 bis April 2016 zurück – ein Jahr, in dem die BLM viele weitere medienpädagogische Projekte, Workshops und Veranstaltungen durchgeführt hat. Daneben hat die BLM zahlreiche Projekte Dritter, in Form von inhaltlicher Zusammenarbeit oder finanziellen Zuwendungen, unterstützt. Auch im Bereich Forschung war die BLM aktiv.

Ich freue mich, Ihnen den Jahresbericht Medienkompetenz 2015/2016 der BLM präsentieren zu können und wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

1 Medienpädagogik in der BLM

Im Aufgabenkatalog der BLM stellt die Förderung von Medienkompetenz einen wichtigen Schwerpunkt dar. Sie orientiert sich an der Lebenswelt der Mediennutzerinnen und -nutzer und hat die Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen, insbesondere von Kindern, Jugendlichen, deren Erziehungsbeauftragten und von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Blick. Da sich die medialen Voraussetzungen und die Nutzungsmöglichkeiten in den vergangenen Jahren stark verändert haben, werden neue Anforderungen an die Medienpädagogik und ihre Zielsetzungen gestellt. Aktuelle Themen wie Selbstdatenschutz, Urheberrecht oder Cyber-Mobbing zeigen, dass weniger der technisch-funktionale als vielmehr der reflektierte, verantwortungsbewusste und selbstbestimmte Umgang mit Medien eine Herausforderung für Heranwachsende und Erziehende darstellt. Der Fokus der Medienkompetenzförderung der BLM liegt deshalb verstärkt auf der Vermittlung von Wissen und kritischer Reflexionsfähigkeit als Voraussetzung für eine verantwortungsvolle Mediennutzung. Medien kennen und diese verstehen zu lernen, um sie verantwortungsbewusst und selbstbestimmt nutzen zu können, ist von zentraler Bedeutung.

Die medienpädagogischen Maßnahmen der BLM richten sich an Menschen aller Altersgruppen. Ein besonderer Fokus liegt auf Kindern und Jugendlichen, da sie sich noch in der Entwicklung befinden und einen verantwortungsvollen Umgang mit Medien erst lernen müssen. Hier kommt gerade den Eltern eine große Bedeutung zu. Sie sind ihren Kindern im Umgang mit Medien ein wichtiges Vorbild und müssen sie bei der Mediennutzung begleiten. Dazu gehört auch, Medienerlebnisse der Kinder aufzugreifen, sich gemeinsam über Medien auszutauschen und altersgerecht Wissen über Medien zu vermitteln. Neben der Familie sind die verschiedenen Bildungseinrichtungen (zum Beispiel Kitas, Schulen) sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren (zum Beispiel Lehrkräfte, pädagogisch Tätige) für die Förderung von Medienkompetenz bei Heranwachsenden von großer Bedeutung. Aber auch Entscheidungsträger (zum Beispiel auf politischer Ebene) sind eine wichtige Zielgruppe der medienpädagogischen Arbeit der BLM.

Durch ihre Forschungsaktivitäten leistet die BLM einen Beitrag dazu, den medienpädagogischen Diskurs über relevante Themen voranzubringen. Beauftragt werden unabhängige Forschungsinstitutionen, die verschiedene Medienthemen untersuchen. Ziel ist, medienbezogene Chancen und Herausforderungen einzuschätzen und abzuwägen, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht, oder auch mit den Ergebnissen zur medienpädagogischen Theoriebildung beizutragen.

Im Berichtszeitraum Mai 2015 bis April 2016 setzte die BLM unterschiedliche medienpädagogische Aktivitäten, Projekte und Initiativen für die Vermittlung von Medienkompetenz in ganz Bayern um. Aktuelle Themen und Trends wurden dabei aufgegriffen und praxisnah für unterschiedliche Zielgruppen aufbereitet. Bei der Durchführung der medienpädagogischen Projekte wurde eine große Reichweite und Breitenwirkung erreicht. So konnten die zur Verfügung stehenden Gelder effektiv eingesetzt werden. Insgesamt wurden für die medienpädagogischen Aktivitäten der BLM im Jahr 2015 rund 645.000 Euro aufgewandt.

Hintergrund

Der Begriff Medienpädagogik wurde mit dem 4. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄStV) im Jahr 1999 in den Rundfunkstaatsvertrag (RStV) aufgenommen. § 40 Abs. 1 Satz 3 Hs. 2 RStV regelt die Möglichkeit, „Projekte zur Förderung der Medienkompetenz" aus Mitteln der Rundfunkgebühr zu finanzieren. Daraufhin wurde in den Landesmediengesetzen als Aufgabe der Landesmedienanstalten die Förderung von Medienpädagogik festgeschrieben. In Bayern wurde durch das zweite Gesetz zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes vom 27. Dezember 1997 (GVBL. S. 843) Art. 11 Satz 2 Nr. 15 BayMG eingefügt, der regelt, dass die BLM „einen Beitrag zur Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere zur Medienerziehung und Medienpädagogik leistet". Bei der Gesetzesnovellierung im November 2012 wurde die Förderung von Medienpädagogik als gesetzlich festgeschriebene Aufgabe bestätigt und nimmt im Aufgabenkatalog der BLM einen wichtigen Platz ein.

2 Medienkompetenz-Ausschuss

Im zweiten Jahr seines Bestehens hat sich der Ausschuss „für Fragen der Medienkompetenz und des Jugendschutzes (Medienkompetenz-Ausschuss)“ mit zahlreichen relevanten Fragestellungen beschäftigt. Dabei hat der Ausschuss erneut wichtige fachliche Impulse auf dem Gebiet des Jugendschutzes und der Medienkompetenz gesetzt und die Aktivitäten der BLM maßgeblich unterstützt.

Medienführerschein Bayern für den Elementarbereich

Zunächst befasste sich der Ausschuss im Bereich der Medienkompetenz mit den neu entwickelten Materialien des Medienführerscheins Bayern für den Elementarbereich. Er würdigte die Arbeit der Stiftung Medienpädagogik Bayern und hob positiv hervor, dass ein niedrigschwelliges und auf die Bedürfnisse von 3- bis 6-Jährigen abgestimmtes Angebot für pädagogische Fachkräfte entwickelt wurde. Der Ausschuss bestätigte die Einbindung des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration und des Staatsinstituts für Frühpädagogik (IfP) als wichtige Partner, um ein für bayerische Kindertageseinrichtungen passgenaues Konzept zu erarbeiten. Einen besonderen Mehrwert für die Zielgruppe sah der Ausschuss in der praxisnahen Aufbereitung mit anschaulichen Tipps für den pädagogischen Alltag sowie durch die Einbindung interaktiver Grafiken zur Förderung des gemeinsamen Entdeckens von Medienthemen.

Rollenbilder in den Medien

In einer weiteren Sitzung setzte sich der Ausschuss mit Rollenbildern in den Medien auseinander. Dabei wurde deutlich, dass gerade weibliche Rollenbilder häufig einseitig und stereotyp dargestellt werden und Tendenzen zur Sexualisierung und Pornografisierung beobachtbar sind. Bei männlichen Rollenbildern diskutierte der Ausschuss Beispiele aus der Musikszene, in denen Männer häufig als coole Muskelprotze oder frauenverachtende Machos dargestellt werden. Eine Auflösung solcher einseitigen geschlechtsspezifischen Darstellungen sah der Ausschuss teilweise in der neuen Selfie-Mode gegeben.

Digitalisierung und Schule: Überblick über die aktuelle Diskussion

Der Ausschuss beschäftigte sich im Berichtszeitraum auch mit der aktuellen Diskussion zum Thema Digitalisierung und Schule. Er nahm die Ergebnisse einer internationalen Schulleistungsstudie und weiterer aktueller Studien zum Thema zur Kenntnis. Dabei war ein Ergebnis, dass der Einsatz von Computern allein nicht zwingend den Lernerfolg erhöht. Der Ausschuss kam zu dem Schluss, dass vor allem pädagogische Konzepte entwickelt werden müssen, die Heranwachsenden die Grundprinzipien digitaler Medien näher bringen.

Hintergrund

Der Ausschuss des Medienrats der BLM „für Fragen der Medienkompetenz und des Jugendschutzes (Medienkompetenz-Ausschuss)“ wurde 2014 eingerichtet, um der zunehmenden Bedeutung des Themas Medienkompetenz Rechnung zu tragen. Seine Aufgaben umfassen die Beratung von Fragen der Vermittlung von Medienkompetenz und zur Förderung von Medienkompetenzprojekten, die Begleitung medienpädagogischer Veranstaltungen und die Beratung der übereinstimmenden Satzungen und Gemeinsamen Richtlinien nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag. Außerdem gehört es zum Aufgabengebiet des Ausschusses, über Jugendschutzfragen im Hörfunk und im Fernsehen sowie in den Telemedien zu beraten.

Funktionsweise von Apps, sexualisierte Darstellungen in neuen Medien und Maßnahmen zur Prävention von Hass im Netz: Vorbereitung des Forums Medienpädagogik

Zum Arbeitsprogramm des Ausschusses zählt die Festlegung von inhaltlichen Schwerpunkten für die zweimal jährlich stattfindenden Sitzungen des Forums Medienpädagogik der BLM. Neben der Vorstellung der medienpädagogischen Aktivitäten der BLM werden hier aktuelle Einzelthemen diskutiert und Einblicke in die Tätigkeiten externer Einrichtungen durch wechselnde Gastrednerinnen und -redner gegeben.

Für die Sitzung des Forums Medienpädagogik am 13. Mai 2015 sprach sich der Ausschuss für folgende inhaltliche Schwerpunkte aus: „Wie funktionieren Apps? Einblicke in Aufbau, Struktur und Funktionsweise von Apps anhand praktischer Beispiele" und „Sexting, Dating-Apps, WhatsApp – Sexualisierte Darstellungen in neuen Medien". Dargestellt werden sollten Besonderheiten bei Apps unter anderem zur Übertragung von Daten und aktuelle Probleme von zum Beispiel Sexting aus der Perspektive der Arbeit der Jugendhilfe.

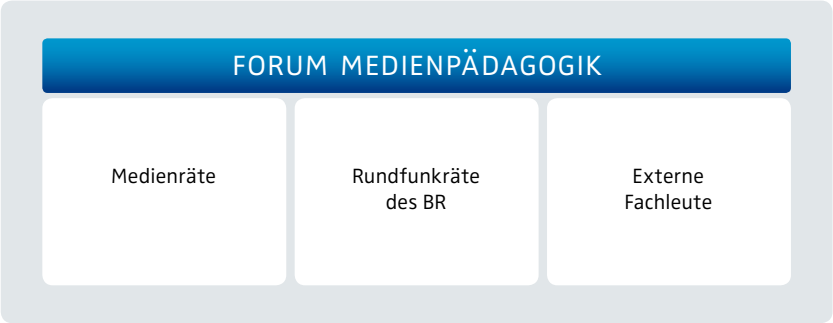
Für die Sitzung am 30. November 2015 legte der Ausschuss zwei Themen fest: „Hass im Netz – Vorstellung von Beispielen und Maßnahmen zur Prävention" und „Jugend und Medien – Nationales Programm zur Förderung von Medienkompetenzen der Schweiz". Im Fokus sollten Herausforderungen bei der Präventionsarbeit im Bereich des Rechtsextremismus im Internet und die Vorstellung des Schweizer Programms zur Förderung von Medienkompetenz stehen.

Die skizzierten Themen zeigen die grundsätzliche Bedeutung, die der Ausschuss als Teil eines pluralen Gremiums hat: indem er gesellschaftspolitische und medienethische Erkenntnisse und Bewertungen in die Fachdiskussion einspeist, bereichert er die Maßnahmen der BLM zur Förderung der Medienkompetenz.

3 Forum Medienpädagogik

Die Mitglieder des Forums Medienpädagogik treffen sich zweimal jährlich in der BLM, um sich mit der Medienpädagogik als gesellschaftliche Aufgabe zu beschäftigen. In den Sitzungen werden laufende Projekte, Förderungen und Aktivitäten des Referats Medienpädagogik/Nutzerkompetenz der BLM vorgestellt sowie aktuelle medienpädagogische Einzelthemen diskutiert. Wechselnde Gastrednerinnen und -redner vermitteln den Mitgliedern des Forums Einblicke in medienpädagogische Tätigkeiten externer Einrichtungen. Im Berichtszeitraum tagte das Forum Medienpädagogik am 11. Mai 2015 und am 30. November 2015.

Einmal pro Jahr sind interessierte Mitglieder des Gremiums zum Arbeitskreis des Forums Medienpädagogik eingeladen, um an der Vorbereitung der jährlichen medienpädagogischen Fachtagung des Forums mitzuwirken. Am 12. März 2015 kam der Arbeitskreis für die Konzeption der 21. Fachtagung zum Thema „Like it! Share it! Buy it! – Neue Werbeformen im Alltag Jugendlicher" zusammen.



Mitglieder

Das Forum Medienpädagogik setzte sich im Berichtszeitraum aus 18 Medienräten, acht Rundfunkräten des Bayerischen Rundfunks und 26 externen Fachleuten zusammen. Letztere waren Vertreterinnen und Vertreter aus folgenden Institutionen:

- Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- Bayerisches Landesjugendamt
- Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit
- Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration
- Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst
- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
- Deutsches Jugendinstitut e.V. (DJI)
- Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern
- Evangelische Medienzentrale Bayern
- Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU)
- Hochschule München
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
- JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
- Kabel Eins
- Katholisches Büro Bayern
- Landesmediendienste Bayern e.V.
- Pädagogisches Institut (PI)
- Staatsinstitut für Frühpädagogik (IFP)
- Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)

Hintergrund

Das Forum Medienpädagogik wurde 1994 gegründet. Es setzt sich aus Medienräten, Rundfunkräten des Bayerischen Rundfunks und externen Fachleuten zusammen. Die Mitglieder des Forums befassen sich mit Inhalten, Methoden und Rahmenbedingungen der Medienpädagogik als gesellschaftliche Aufgabe. Die Gründung wurde angeregt durch den Beschluss des Medienrats vom November 1993 zur Eindämmung von Gewalt im Fernsehen, in dem es unter Ziffer 6 heißt: „Vor allem in Hinblick auf die gestiegene Zahl von Fernsehprogrammen sind alle gesellschaftlichen Kräfte aufgerufen, ihre Anstrengungen für eine effiziente Medienpädagogik zu verstärken."

Themen

Zentrale Bestandteile der beiden Sitzungen waren die medienpädagogischen Aktivitäten der BLM. Auf der Tagesordnung stand die Planung der 21. Fachtagung des Forums Medienpädagogik „Like it! Share it! Buy it! – Neue Werbeformen im Alltag Jugendlicher", die am 12. November 2015 in der BLM stattfand. Daneben erhielten die Teilnehmenden Einblicke in laufende Projekte, Veranstaltungen und Initiativen wie etwa den „FLIMMO", die „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher" oder das „Schulradio Bayern". Berichtet wurde ebenso über die Projekte und Aktivitäten der Stiftung Medienpädagogik Bayern.

Im Berichtszeitraum stellten verschiedene Gastreferentinnen und -referenten ihre medienpädagogische Arbeit vor:

Oliver Hengstenberg, Berater Mobile und Geschäftsführer von Cribster in München, hielt in der 55. Sitzung am 11. Mai 2015 einen Vortrag zum Thema „Wie funktionieren Apps? Einblicke in Aufbau, Struktur und Funktionsweise von Apps anhand praktischer Beispiele". Dabei ging er unter anderem auf den unterschiedlichen Umgang der Betriebssysteme von Smartphones mit Berechtigungen von Apps ein. Er machte deutlich, wie wichtig eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung bei der Übertragung von Daten ist, um diese bestmöglich zu schützen. Abschließend stellte er verschiedene aktuelle App-Beispiele vor, etwa aus den Bereichen Messaging, Blogging, Streaming und Dating.

In einem zweiten Vortrag der 55. Sitzung informierte Rainer Strick vom Jugendamt Weilheim-Schongau und Referent des „Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern" über das Thema „Sexting, Dating-Apps, WhatsApp – Sexualisierte Darstellungen in neuen Medien" aus der Perspektive der Arbeit der Jugendhilfe. Er berichtete von mehreren drastischen Vorfällen von Sexting in Verbindung mit Cyber-Mobbing und den schwerwiegenden Folgen für die Opfer. Als problematisch sah er an, dass den Täterinnen oder Tätern häufig nicht klar ist, was sie mit ihrem Handeln anrichten, und dass einige Schulen unterschätzen, wie wichtig Prävention und eine vollständige Aufarbeitung solcher Vorfälle ist.

„Hass im Netz – Vorstellung von Beispielen und Maßnahmen zur Prävention" war Thema des Vortrags von Christiane Schneider, Leiterin des Bereichs politischer Extremismus bei jugendschutz.net, in der 56. Sitzung am 30. November 2015. Sie beschrieb aktuelle Herausforderungen bei der Präventionsarbeit und gab einen Überblick über bereits bestehende Maßnahmen wie etwa einen Workshop zu Rechtsextremismus im Netz oder virale Kampagnen. Kritisch betrachtet wurde neben mangelnden Kenntnissen über Präventionsarbeit bei Lehrkräften und Personal aus der Jugendarbeit auch eine fehlende strukturelle Verankerung präventiver Maßnahmen.

In derselben Sitzung hielt Thomas Vollmer, Leiter des Ressorts Jugendschutzprogramme im Bereich Kinder- und Jugendfragen des Eidgenössischen Departements des Inneren der Schweiz, einen Vortrag zum Thema „Jugend und Medien – Nationales Programm zur Förderung von Medienkompetenzen der Schweiz". Dabei ging er zunächst auf das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz ein und beschrieb anschließend die Maßnahmen des Staates im Jugendmedienschutz und in der Medienpädagogik. In diesem Rahmen stellte er unter anderem Broschüren zum Thema Medienkompetenz für Eltern und pädagogisch Tätige, Train-the-Trainer Seminare, bei denen jährlich rund 50.000 Eltern geschult werden, sowie die Modellprojekte Peer Education/Peer Tutoring vor.

4 Fachtagungen, Workshops und Veranstaltungen

4.1 Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Früher erreichte Werbung Kinder und Jugendliche in erster Linie durch das Fernsehen, das Radio oder durch Printmedien. Heutzutage werden Heranwachsende auch durch Smartphones, Tablets oder Computer mit Werbung konfrontiert. Gerade Jugendliche nutzen Medien intensiv und meist ohne Begleitung. Dabei nehmen sie neue, komplexere Werbeformen wie zum Beispiel virale Videos, Sponsored Posts oder In-App-Werbung oft gar nicht als Werbung wahr, da sie nur schwer von Inhalten zu unterscheiden sind. Auch im Hinblick auf Aspekte wie Datenschutz oder Kostenfallen bestehen vermehrt Risiken. Für Jugendliche, die als ökonomisch durchaus potente Konsumenten eine wichtige Zielgruppe für die Werbeindustrie darstellen, ist ein aufgeklärter und kritischer Blick auf werbliche Angebote von Bedeutung. Lehrkräfte und pädagogisch Tätige sind gefragt, Heranwachsenden die Mechanismen der neuen Werbeformen aufzuzeigen und sie auf aktuelle Problemfelder hinzuweisen. Die 21. Fachtagung des Forums Medienpädagogik griff dieses relevante Thema unter dem Titel „Like it! Share it! Buy it! – Neue Werbeformen im Alltag Jugendlicher" auf und beleuchtete es im Rahmen verschiedener Vorträge.

Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des Medienrats der BLM, führte die Teilnehmenden nach seiner Begrüßung als Moderator durch die Fachtagung. Knapp 180 pädagogisch Tätige nahmen an der ausgebuchten Veranstaltung in der BLM teil und nutzten am 12. November 2015 die Möglichkeit, sich eingehend mit der Thematik zu beschäftigen.

Dr. Johannes Knoll, Universitätsassistent der Abteilung Advertising and Media Effects (AdME) am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, eröffnete das Vormittagsprogramm mit einem Überblick dazu, mit welchen neuen Strategien die Werbebranche Jugendliche erreicht. Über mobile Geräte, Soziale Medien und eine interaktive Nutzung digitaler Spiele werden Jugendliche zunehmend personalisiert angesprochen.

Über die Frage, wie Werbung auf Jugendliche wirkt, informierte Dr. Uli Gleich, Dozent am Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) der Universität Koblenz-Landau. In seinem Vortrag ging er darauf ein, wie Jugendliche Informationen aus Werbebotschaften verarbeiten und unter welchen Voraussetzungen sie Werbung kritisch beurteilen können. Insbesondere aufgrund der Komplexität von Online-Werbung sprach er sich dafür aus, dass Jugendlichen die Kompetenzen und Fähigkeiten vermittelt werden müssen, die sie für eine kritische und selbstständige Beurteilung und Verarbeitung von Werbebotschaften benötigen.

Einen Einblick in die Sicht der Werbetreibenden bot Carola Laun, Geschäftsführerin Kinder- und Jugendmarketing Kontor (KJMK), in ihrem Vortrag. Jugendliche sind für Werbende eine höchst relevante Zielgruppe – als Käufer, Beeinflusser und Kunden der Zukunft. Daher bemühen sich Marketingtreibende, Jugendliche dauerhaft an sich zu binden. Sponsored Posts auf Facebook oder Produktplatzierungen in den Clips bekannter YouTuber sind Beispiele für entsprechende Marketingstrategien.

Das Nachmittagsprogramm der Fachtagung startete mit einem Exkurs von Stephan Dreyer, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hans-Bredow-Institut, zum rechtlichen Rahmen neuer Werbeformen. Der

Hintergrund

Die Fachtagung wird einmal jährlich vom Forum Medienpädagogik der BLM veranstaltet. Ablauf und Inhalt werden in der Sitzung des Arbeitskreises festlegt. Ziel der Fortbildungsveranstaltung ist es, ein aktuelles Thema der Medienpädagogik in den Fokus zu rücken und dazu Anregungen für die medienpädagogische Praxis zu vermitteln. Die Fachtagung wendet sich an pädagogisch Tätige, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der freien Jugend- und Sozialarbeit, Medienschaffende sowie eine interessierte Öffentlichkeit. Die für die Teilnehmenden kostenlose Fachtagung wird vom Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst in das Fortbildungsportal FIBS aufgenommen. Damit kann Lehrkräften eine Freistellung vom Unterricht erteilt werden. Eine umfassende Dokumentation zu den Referentinnen und Referenten der Veranstaltung sowie ihren Vorträgen und Präsentationen wird in den Tagungsunterlagen und online auf www.medienpuls-bayern.de veröffentlicht.

Fachtagung des Forums Medienpädagogik am 12. November 2015

(rechts) Ideenbörse am 12. November 2015

Vortrag gab einen Überblick zu bestehenden Werberegelungen. Beispiele wie Native Advertising oder Branded Entertainment zeigten auf, wie schwierig es sein kann, zwischen erlaubter und unerlaubter Werbung zu unterscheiden.

Welche versteckten Werbeformen Heranwachsenden im Netz begegnen können und wie passgenaue Werbung generiert wird, stellte Tatjana Halm, Referatsleiterin Markt und Recht bei der Verbraucherzentrale Bayern, vor. Neue Werbeformen wie Targeting, Behavioral Advertising oder In-App-Werbung sind oft schwer erkennbar. Der Vortrag zeigte auf, welche Strategien hinter gängigen Werbeformen stecken und welche Handlungsmöglichkeiten Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf Datensammler und Kostenfallen haben.

Wie medienpädagogisch zum Themenbereich Online-Werbung im Social Web mit Jugendlichen gearbeitet werden kann, erläuterte Niels Brüggen, wissenschaftlicher Mitarbeiter am JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Es wurden einzelne Methoden für die Praxis vorgestellt, die zum Ziel haben, Jugendlichen Hintergrundwissen zu Werbeformen, Geschäftsmodellen und Verbraucherrechten zu vermitteln.

„Zielgruppe Jugendliche: kritisch oder konsumgeil?" war die Frage der abschließenden Podiumsdiskussion. Expertinnen und Experten aus Forschung und Praxis diskutierten das Thema. Zu Beginn kamen in einem kurzen Einspieler, der im Auftrag der BLM von dem Münchner Aus- und Fortbildungskanal afk tv eigens für die Fachtagung produziert wurde, Jugendliche zu Wort. In dem einführenden Clip beschrieben Heranwachsende ihre Erfahrungen mit Werbung, Werbeversprechen und Kaufentscheidungen, den Stellenwert ihres persönlichen Konsums und ihre Einstellung zu nachhaltigem Konsum. Im Anschluss setzten sich Dr. Roland Baumann, Referent des „Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern" der Stiftung Medienpädagogik Bayern, Prof. Dr. Alexander Filipović, Professor für Medienethik an der Hochschule für Philosophie München, Katharina Lindemann, Referentin für Umweltbildung beim Green City e.V., Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz der BLM, und Prof. Dr. Guido Zurstiege, Professor für Medienwissenschaft an der Eberhard Karls Universität Tübingen, mit dem Thema auseinander. In der Diskussion wurde deutlich, dass die aktuellen Entwicklungen Risiken bergen, denen mit der Vermittlung von Werbekompetenz zumindest in einem ersten Schritt begegnet werden kann. Eltern, Schulen und Initiativen sind gefordert, Heranwachsende bei der Entwicklung eines kritischen und ethischen Bewusstseins gegenüber Werbung und Konsum zu unterstützen.

Auf großes Interesse bei den Teilnehmenden stieß die Ideenbörse, die während der Mittags- und Kaffeepause stattfand. Sie bot Anregungen für die medienpädagogische Praxis, Einblicke in die Projekte der Stiftung Medienpädagogik Bayern sowie Aufklärungsspots und weiteres Informationsmaterial zum Thema.

4.2 Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher

Workshop „Tricks und Zaubereien mit der Videokamera und dem Tablet/Smartphone“

Über praktische Anregungen und hilfreiche Hintergrundinformationen für die eigene medienpädagogische Arbeit freuten sich die rund 80 Teilnehmenden bei der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher am 19. und 20. Juli 2015. Die Studierenden der Fachakademie für Sozialpädagogik Dillingen an der Donau des Schulwerks der Diözese Augsburg konnten in acht verschiedenen Workshops einen Einblick in die Bandbreite praktischer Medienarbeit mit Kindern gewinnen. Sie erfuhren, wie sie beispielsweise Hörspiele, Trickfilme oder interaktive Bilderbücher in medienpädagogischen Projekten erstellen und gestalten können.

Am ersten Veranstaltungstag hieß Werner Eitle, Schulleiter der Fachakademie, die Studierenden zur Fortbildung Medienkompetenz willkommen. Auch Franz Jall, zweiter Bürgermeister der Stadt Dillingen an der Donau, hielt ein Grußwort und dankte der BLM für ihr medienpädagogisches Engagement. Im Anschluss folgte ein Vortrag von Jutta Baumann von der Stiftung Medienpädagogik Bayern, die den Medienführerschein Bayern für den Elementarbereich vorstellte. Die angehenden Erzieherinnen und Erzieher erfuhren, warum Medienkompetenzvermittlung in Kindertageseinrichtungen ein wichtiges Thema ist und wie die Stärkung von Medienkompetenz im Elementarbereich gelingen kann. Nach der Auftaktveranstaltung begann die Arbeit in den einzelnen Workshops zu Themen wie „Trickfilme und Knetanimation mit Kindern“ oder „Radio mit Kindern“.

Workshop „Radio mit Kindern“

Am zweiten Veranstaltungstag wurden die Workshops weitergeführt und mit einer gemeinsamen Reflexion abgerundet. Bei der Abschlussveranstaltung im Plenum ermutigte Martin Gebrande, Geschäftsführer der BLM, die angehenden Erzieherinnen und Erzieher in seinem Grußwort dazu, an die Inhalte aus der Fortbildung Medienkompetenz anzuknüpfen und die gemachten Erfahrungen im Berufsalltag zu nutzen. Anschließend präsentierten die Teilnehmenden ihre Ergebnisse aus den verschiedenen Workshops – von interaktiven Bilderbüchern über Filme bis hin zu Hörspielen. Es wurde deutlich, dass die Studierenden an der Gestaltung der Medienprodukte viel Freude hatten und insgesamt von der Veranstaltung begeistert waren.

Organisatorisch arbeitete die BLM bei der Durchführung der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher mit dem Medienzentrum München (MZM) des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, dem Medienzentrum Parabol e.V., der Medienfachberatung Schwaben sowie der Stiftung Zuhören zusammen. Unterstützt wurde die Veranstaltung von den beiden lokalen Hörfunk- beziehungsweise Fernsehveranstaltern HITRADIO RT1 und a.tv, die zur Abendveranstaltung am Ende des ersten Tages beitrugen. a.tv fertigte außerdem die DVD-Dokumentation der Fortbildung an.

Hintergrund

Mit der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher zeigt die BLM Wege auf, wie aktive Medienarbeit mit Kindern in Kitas, Kindergärten, Horten und Heimen gestaltet werden kann. Die für die Studierenden kostenlose Veranstaltung fand im Berichtszeitraum bereits zum vierzehnten Mal statt. Bisherige Stationen waren Fachakademien für Sozial- und Heilpädagogik in Kempten, Augsburg, Würzburg, Rottenbuch, Aschaffenburg, München, Nürnberg, Landshut, Deggendorf, Bamberg, Eichstätt und Dillingen an der Donau. In Regensburg fand die Veranstaltung bereits zweimal statt.

4.3 Veranstaltungen zum Selbstdatenschutz

Welche Daten geben Heranwachsende beim Surfen, Chatten oder Spielen im Netz von sich preis? Und wie können Eltern ihre Kinder für einen verantwortungsvollen Umgang mit persönlichen Daten sensibilisieren? Am 28. Januar 2016 jährte sich zum zehnten Mal der Europäische Datenschutztag, der auf Initiative des Europarats das Bewusstsein für Datenschutz bei den Bürgerinnen und Bürgern in Europa stärken soll. Anlass für die BLM und die Stiftung Medienpädagogik Bayern zwischen dem 26. und 28. Januar 2016 elf Elternabende in bayerischen Kindertagesstätten und Schulen anzubieten.

Insgesamt erhielten mehr als 500 teilnehmende Eltern in den Informationsveranstaltungen Antworten auf Fragen rund um das Thema Selbstdatenschutz. Die Elternabende, die in Kindergärten, Grund- und Mittelschulen sowie Gymnasien unter anderem in Eckersdorf, München, Würzburg, Marquartstein, Grabenstätt, Hof und Zwiesel anlässlich des europaweiten Aktionstags stattfanden, wurden vom „Medienpädagogischen Referentennetzwerk Bayern" durchgeführt.

Den Auftakt der Informationsveranstaltungen bildete ein Elternabend am Münchner Albert Einstein-Gymnasium am 28. Januar 2016, bei dem eine Referentin der BLM über die Bedeutung des Selbstdatenschutzes informierte. Maja Savasman, Referentin des „Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern" der Stiftung Medienpädagogik Bayern, hielt anschließend einen Vortrag zum Thema „Medienaneignung der 10- bis 14-Jährigen, Schwerpunkt Soziale Netzwerke". Dabei betonte sie, dass Eltern zwar oft ein großes Bewusstsein für den Selbstdatenschutz in Sozialen Netzwerken hätten, sich aber auch Gedanken und Sorgen darüber machten, wie sie diese Thematik ihren Kindern vermitteln könnten.

Ziel dieser bayernweiten Aktion am Europäischen Datenschutztag war es, auf die Wichtigkeit des Themas und den großen Informationsbedarf von Eltern in Sachen Medienerziehung zum Beispiel hinsichtlich eines verantwortungsvollen Umgangs mit persönlichen Daten aufmerksam zu machen.

Maja Savasman beim Elternabend am 28. Januar 2016 am Münchner Albert Einstein-Gymnasium

Hintergrund

Der Europäische Datenschutztag wurde auf Initiative des Europarats im Jahr 2007 ins Leben gerufen. Er findet seitdem jedes Jahr Ende Januar statt, da am 28. Januar 1981 die Europäische Datenschutzkonvention unterschrieben wurde. Ziel des Europäischen Datenschutztags ist es, das Bewusstsein für Datenschutz bei den Bürgerinnen und Bürgern in Europa zu stärken. Dies soll durch Aktionen aller mit dem Datenschutz betrauten Organisationen erfolgen.

4.4 Interdisziplinäre Tagung

Inwieweit sind Kinder und Jugendliche in der Lage, im Medienhandeln Verknüpfungen zwischen kulturellen und wirtschaftlichen Interessen zu erkennen? Nehmen sie Problemlagen wahr, die von einer expandierenden Kultur des Konsums ausgehen? Wo liegen Potenziale für ein widerständiges Handeln und für eigenständige Kinder- und Jugendkulturen? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigte sich die 11. Interdisziplinäre Tagung, die am 4. Dezember 2015 zum Thema „Medien – Konsum – Kultur" in der BLM stattfand.

Siegfried Schneider, Präsident der BLM, betonte in seinem Grußwort die Relevanz des Tagungsthemas und hob die Notwendigkeit hervor, sich über den Zusammenhang zwischen Medienhandeln und Konsumhandeln auszutauschen. Im anschließenden Einführungsreferat beschrieb Prof. Dr. Bernd Schorb, Vorsitzender des JFF e.V., die Auflösung der Grenzen zwischen kulturellem Handeln in und durch Medien und einer umfassenden Konsumkultur.

Prof. Dr. Jörn Lamla von der Universität Kassel zeigte in seinem Vortrag zum Leben im „kulturellen Kapitalismus" den Zusammenhang zwischen Kultur und Konsum auf und stellte vier Theorieperspektiven vor. Über die Frage „Was machen Produkte mit uns und was können wir mit ihnen machen?" referierte Prof. Dr. Wolfgang Ullrich. Er unterstrich die Rolle der Medienpädagogik, die seiner Meinung nach die Wirkmechanismen von Marken und Produkten transparent machen muss. Zentrale Aspekte des Spannungsfelds zwischen Verlockung und Verantwortung, in dem sich Kinder und Jugendliche befinden, präsentierte Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies von der Universität Paderborn. Sie plädierte dafür, Verbraucherbildung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zu sehen.

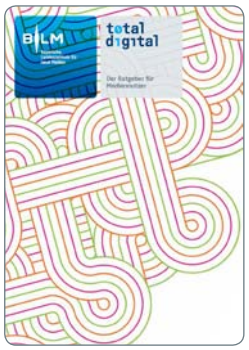
Zum Abschluss der Tagung erörterten Dr. Claudia Lampert vom Hans-Bredow-Institut Hamburg, Niels Brüggen vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, Oliver Hengstenberg von Cribster und Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies von der Universität Paderborn Herausforderungen für die Pädagogik zwischen Markt, Medien und erzieherischen Aufgaben. Die Podiumsdiskussion verdeutlichte, dass die erste Aufgabe aller pädagogisch Tätigen ist, Transparenz im Dreiecksverhältnis zwischen Medien, Konsum und Kultur herzustellen. Kinder, Jugendliche, Eltern und Lehrkräfte müssten sich jederzeit darüber im Klaren sein, welche Wirkungen sie mit ihrem Medien- und Konsumhandeln auslösen. Ein weiteres Fazit der Diskussion war, dass kulturelles Handeln in und mit Medien einen Handlungsrahmen mit klaren Regeln benötigt, vor allem wenn wirtschaftliche Interessen damit einhergehen.

Interdisziplinäre Tagung 2015 in der BLM

Hintergrund

Die Interdisziplinäre Tagung wird seit 2005 vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis veranstaltet. Sie wird in Kooperation mit der BLM durchgeführt und durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) unterstützt. Auf der Tagung wird das Themengebiet Medienpädagogik aus verschiedenen Blickwinkeln und interdisziplinären Zugängen betrachtet. Die Veranstaltung richtet sich an ein Fachpublikum aus Sozial- und Medienforschung, Pädagogik, Bildungs- und Medienpädagogik.

4.5 Medienpädagogische Themen bei „total digital"-Veranstaltungen



Online-Ratgeber „total digital – Der Ratgeber für Mediennutzer"

Welche Chancen und Risiken bieten Apps für die digitale Selbstvermessung? Wie viel Werbung dürfen Sender ausstrahlen und worauf muss ich beim Kauf eines neuen Radios achten? Bei Fragen wie diesen hilft „total digital", eine Initiative der BLM, weiter. Im Berichtszeitraum veröffentlichte die Landeszentrale mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Bayern den Online-Ratgeber „total digital – Der Ratgeber für Mediennutzer" im Internet. Auf der Webseite der BLM können sich Interessierte über mehr als 70 wichtige Begriffe aus den Kategorien „Radio und TV", „Internet" und „Mobilfunk" informieren. Mit dem „total digital"-Ratgeber will die BLM die Medienkompetenz gerade derjenigen stärken, die mit Begriffen wie Cyber-Mobbing, Mobiles Internet oder Product Placement noch wenig anfangen können.

Am 30. September 2015 war die BLM im Rahmen von „total digital" zusammen mit dem Funkhaus Landshut und Isar TV auf der Niederbayernschau Landshut vertreten. Die BLM organisierte einen medienpädagogischen Vortrag für 220 Schülerinnen und Schüler der 6./7. Jahrgangsstufe von vier Landshuter Schulen. Nach einer kurzen Einführung einer Referentin der BLM hielt Kathrin Walter, Referentin des „Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern", einen Vortrag zum Thema „Ich und das Netz". Im Anschluss daran fand ein Podiumsgespräch zum Thema „Die Bedeutung der lokalen Medien in der digitalen Welt" statt. An der Diskussion nahmen Peter Dreier, Landrat des Landkreises Landshut, Thomas Eckl, Geschäftsführer ISAR TV, Marco Gerstl, Geschäftsleitung Funkhaus Landshut, Hans Rampf, Oberbürgermeister der Stadt Landshut, und Siegfried Schneider, Präsident der BLM, teil.

„total digital" auf der Niederbayernschau Landshut

Hintergrund

Mit der Initiative „total digital" will die BLM dazu beitragen, die Verunsicherung der Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Nutzung der digitalen Medien abzubauen. Mit ihrer Publikation und Veranstaltungen vor Ort in den bayerischen Regionen will die Landeszentrale die Medienkompetenz gerade derjenigen stärken, die sich durch die Vielfalt an technischen Möglichkeiten überfordert fühlen. Medienpädagogische Themen sind dabei fester Bestandteil von „total digital".

4.6 didacta – die Bildungsmesse

Die neuesten Bildungstrends wurden vom 16. bis 20. Februar 2016 unter dem Titel „Bildung ist Zukunft" auf der didacta in Köln präsentiert. Am gemeinsamen Messestand stellte die BLM zusammen mit den anderen Landesmedienanstalten bundes- und landesweite Projekte und Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz vor. Im Fokus standen dabei FLIMMO, Handysektor, Internet-ABC, juuuport und klicksafe. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesmedienanstalten hielten kostenlose Materialien für das Messepublikum bereit und informierten über die medienpädagogischen Angebote. Zur didacta 2016 kamen rund 100.000 Besucher.

Gemeinschaftsstand der Landesmedienanstalten auf der didacta 2016

Hintergrund

Die didacta ist die größte Bildungsmesse Europas und eine wichtige Informations- und Weiterbildungsveranstaltung der Branche. Sie richtet sich an Bildungsexpertinnen und -experten und pädagogische Fachkräfte sowie an Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Aussteller aus rund 40 Ländern präsentieren Angebote rund um die Bereiche Kindergarten, Schule, Hochschule sowie Aus- und Weiterbildung im Rahmen der Messe. Die didacta findet in jährlichem Wechsel in Hannover, Köln und Stuttgart statt.

5 Projekte und Initiativen

5.1 FLIMMO – der Programmratgeber für Eltern

Die erste Ausgabe von FLIMMO erschien im Frühjahr 1997. Seither dient der FLIMMO als Orientierungshilfe für ratsuchende Eltern zu Fragen der Medienerziehung. Auch im 20. Jahr nach Projektbeginn zeigt die anhaltend hohe Nachfrage nach dem Ratgeber, dass ein ungebrochen großer Bedarf an einer medienpädagogischen Programmberatung besteht, die Eltern bei ihrer schwierigen Erziehungsaufgabe unterstützt. Die Broschüre wird bundesweit an mehr als 19.000 Besteller versendet, allein in Bayern ist der Ratgeber bei rund 3.700 Bezugsstellen erhältlich. Bei der Auswahl wurde darauf geachtet, eine möglichst große Zahl von Interessierten auf das Angebot aufmerksam zu machen. So liegt die Broschüre kostenlos in Arztpraxen oder Apotheken, in Bibliotheken oder Freizeiteinrichtungen aus, ebenso wie in Schulen und Kindertagesstätten. Der Versand erfolgt nur auf ausdrückliche Bestellung, der tatsächliche Bedarf wird mit jeder Ausgabe erneut abgefragt. Neben der direkten Ansprache von Eltern wird der FLIMMO aber auch Beratungseinrichtungen zur Verfügung gestellt, die den Ratgeber im Rahmen ihrer Arbeit einsetzen. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern stellte die bayerische Länderausgabe der FLIMMO-Broschüre im Berichtszeitraum wieder für zahlreiche Elternabende bereit, die im Rahmen des „Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern" durchgeführt wurden. Im Berichtszeitraum griffen die FLIMMO-Ausgaben die Themen „Start in die Medienwelt – Richtige Begleitung von klein auf", „Bewusst durch die Welt – Umwelt & Natur im TV" und „Ein Blick auf andere – Toleranz im TV" auf.

Konnten die Broschüren anfangs noch in unbegrenzter Zahl angefordert werden, war der Verein trotz des großen Interesses am FLIMMO aufgrund seiner begrenzten Haushaltsmittel gezwungen, die zulässige Höchstbestellmenge auf 35 Exemplare zu begrenzen. Dadurch ist es leider nicht mehr möglich, den tatsächlich bestehenden Bedarf, der in einer großen aktiven Nachfrage nach dem medienpädagogischen Elternratgeber Ausdruck findet, in vollem Umfang zu bedienen.

Auch aus diesem Grund ist der Verein bemüht, alternative Verbreitungswege zu erschließen, um dennoch eine möglichst große Zahl von ratsuchenden Eltern zu erreichen. Diese alternativen Verbreitungswege stellen jedoch lediglich eine Ergänzung zur FLIMMO-Broschüre dar, können diese aber nicht ersetzen.

Als zusätzlicher Verbreitungsweg wurde eine Anwendung für mobile Endgeräte (App) entwickelt, die für die meistverbreiteten Betriebssysteme Android und iOS erhältlich ist. Über die App können sich Eltern immer aktuell über das Programm der kommenden sieben Tage informieren. Die FLIMMO-App wird von Eltern sehr gut angenommen und die Nutzungszahlen entwickeln sich weiterhin äußerst positiv. Bis Ende 2015 wurde die Applikation rund 17.000 Mal heruntergeladen. Die App erhielt auch eine Auszeichnung: Ende 2013 wurde sie mit der von der Zeitschrift „ELTERN family" vergebenen „Giga-Maus" prämiert. Der Preis wird für die besten Programme zum Lernen, Spielen und Nachschlagen für Kinder und die gesamte Familie vergeben. In der Rubrik „Familie" konnte sich die FLIMMO-App gegen starke Mitbewerber durchsetzen und wurde als bestes Lernprogramm und als Gesamtsieger in der Kategorie „Familie" ausgezeichnet.

Der FLIMMO sucht aber nicht nur nach neuen Wegen der Ansprache, sondern berücksichtigt auch das sich ändernde Nutzungsverhalten beim Medienkonsum. So finden ratsuchende Eltern nicht nur Besprechungen zu Sendungen aus dem laufenden Programm. Es besteht zudem die Möglichkeit, auf das Archiv mit inzwischen mehr als 11.000 Sendungsbesprechungen zuzugreifen. Damit können sich Eltern auch über Sendungen informieren, die sich Kinder jenseits des linearen Programmangebots ansehen wollen, etwa zeitversetzt über Mediatheken, auf Online-Videoportalen, als Aufnahmen älterer Sendungen oder auch, wenn DVDs gekauft oder ausgeliehen werden sollen. Der Zugriff auf das Sendungsarchiv ist sowohl über die App als auch über das Online-Angebot von FLIMMO möglich.

Im Laufe des Jahres 2016 wird es eine weitere Neuerung beim FLIMMO geben. Richtete sich der Ratgeber mit Eltern und Erziehenden bisher an die Zielgruppe der Erwachsenen, so wird er künftig auch die Medienkompetenz von Kindern durch direkte Ansprache fördern. Erstmals mit der im Mai 2016 erscheinenden Ausgabe der Broschüre wird es eine gesonderte Beilage für Kinder mit dem Titel „Dein FLIMMO" geben.

Neben der bereits erwähnten Auszeichnung mit der „Giga-Maus" wurde das Projekt mehrfach für Preise nominiert und ausgezeichnet. Anfang 2014 wurde der FLIMMO für den Bildungsmedienpreis „digita" nominiert, der vom Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft (IBI) vergeben wird. Mit diesem Preis werden Lehr- und Lernangebote ausgezeichnet, die inhaltlich und formal als hervorragend gelten können und die digitalen Medien beispielgebend nutzen. Auch im Jahr 2015 wurde das Projekt wieder nominiert. Im Juni 2014 erhielt der FLIMMO das „Comenius-EduMedia-Siegel". Damit zeichnet die Gesellschaft für Pädagogik und Information e.V. (GPI) pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch herausragende Bildungsmedien aus. Die Entscheidung trifft eine international besetzte Fachjury mit Medienexpertinnen und -experten aus zehn europäischen Ländern. Mehr als 150 Einreichungen aus 25 möglichen Teilnehmerländern wurden begutachtet. Zuletzt wurde der FLIMMO von der in Belgien ansässigen Evens Foundation mit dem „Prize for Media Education" ausgezeichnet und wird in einer Publikation als besonders empfehlenswertes Projekt vorgestellt.

Hintergrund

Der Verein Programmberatung für Eltern e.V. gibt seit 1997 den medienpädagogischen Fernsehratgeber FLIMMO heraus, der sich an Eltern und Erziehende richtet. In der gleichnamigen Broschüre, dem entsprechenden Internetangebot und der App für Smartphones finden sich Einzelbesprechungen kinderrelevanter Fernsehsendungen sowie Tipps rund um die Fernseherziehung in der Familie. Seit Ende 2008 bietet der FLIMMO in Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnerprojekten zudem Tipps zu kindgerechten Medienangeboten jenseits des Fernsehens, etwa zu Internetseiten, zu PC- und Konsolenspielen sowie zu Spielfilmen im Kino und auf DVD.

Auch in Sozialen Netzwerken ist der FLIMMO aktiv. Nachdem bereits Mitte 2011 eine FLIMMO-Seite auf Facebook gestartet wurde, ist das Projekt seit Februar 2012 auch auf der Plattform Google+ vertreten.

Als weiteres Angebot hat der FLIMMO gemeinsam mit der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) das große MedienQuiz entwickelt. Seit 2014 können Familien unter www.medienquiz.de ihr Wissen rund um Medien testen und Neues hinzulernen. Die besten Erfolge erzielt man dabei, wenn Familienmitglieder unterschiedlichen Alters zusammen spielen. Mit dem MedienQuiz soll der Austausch zwischen Eltern und Kindern zum Thema Medien angeregt werden. Ziel ist es, auf spielerische Weise Medienkompetenz zu fördern.

5.2 Dein FLIMMO

Wie können Eltern spielerisch Wissen über Medien vermitteln? Und wie können Familien zum Austausch über Medienthemen angeregt werden? Hilfestellungen bietet künftig „Dein FLIMMO", eine neue Beilage in der bayerischen FLIMMO-Ausgabe, die speziell für Kinder entwickelt wurde. Ob unterwegs oder zuhause, „Dein FLIMMO" hilft, Wartezeiten zu überbrücken oder Medienerfahrungen gezielt mit den Kindern zu besprechen. Es werden Themen aufgegriffen, die Kindern in ihrem Alltag begegnen und ihnen Spaß machen. Mit der Kinderbeilage wurde ein niedrigschwelliges Angebot zur Medienerziehung in der Familie geschaffen.

Cover der Pilotausgabe

Im Berichtszeitraum wurde ein erstes Konzept der medienpädagogischen Kinderbeilage entwickelt und anschließend mit der Ausarbeitung der Pilotausgabe begonnen. Der Umfang der Beilage wurde auf acht DIN A5-Seiten festgelegt, die auf eine DIN A3-Seite ausgeklappt werden können. Beim Schrifttypus wurde die Schulschrift Bayern gewählt, um Grundschulkindern ein bekanntes Schriftbild zu bieten. Thematisch orientiert sich die Beilage am Elternratgeber und greift dessen jeweiligen Schwerpunkt auf. Mit dem Namen „Dein FLIMMO" werden Kinder direkt angesprochen.

Auf der großen DIN A3-Seite wird das jeweilige Thema der Ausgabe umfangreich aufgegriffen. Mit einer detaillierten Illustration und einer dazugehörigen kurzen Geschichte, die auch von den Eltern vorgelesen werden kann, wird in das Thema eingeführt. Daneben erklären kurze Textbeiträge altersgerecht relevante und auch schwierige Begriffe. Auf den anderen Seiten finden sich verschiedene Rubriken, die an den Standard von Angeboten für Kinder angelehnt sind und sich an unterschiedliche Altersgruppen richten: zum Beispiel in der Rubrik „Rätselspaß" mit einem Bilderrätsel für die etwas Älteren und einem Rätsel-Labyrinth für die Jüngeren. Ein Comic erzählt eine kurze witzige Geschichte. In der Rubrik „Action" können die Kinder selbst aktiv werden – auch unter Einbezug der ganzen Familie. Und unter der Rubrik „Wusstest Du schon?" finden die Kinder Informationen und Erklärungen zu thematischen Einzelfragen der jeweiligen Ausgabe.

Auszug der DIN A3-Seite mit Geschichte, Erklärtexten, dazugehörigen Bildern und Rätseln

Im ersten Quartal 2016 wurde die Pilotausgabe für die FLIMMO-Ausgabe von Mai bis August 2016 umgesetzt und in einer Auflage von 53.000 Stück für Bayern gedruckt. Diesen Sommer werden die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele in Brasilien ein großes Thema sein. Wie kommen die Bilder vom Stadion ins Fernsehen? Was bedeuten die Olympischen Ringe? Und was heißt eigentlich Public Viewing? Solche Fragen rund um große Sportveranstaltungen, die gerade auch im Fernsehen übertragen werden, beschäftigen viele Kinder. Hier hat „Dein FLIMMO" die erste Ausgabe thematisch angeknüpft und die Fragen rund um das Thema Sport abwechslungsreich und altersgerecht aufgegriffen. Auf der großen DIN A3-Seite kann über eine kurze Geschichte Leons erster Tag als Sportmoderator miterlebt werden. Die dazugehörige Illustration bildet ein Sportstadion mit Leichtathletik-Wettkämpfen bei Olympischen Spielen ab und zeigt auf, wie Reporterinnen und Reporter, Moderatorinnen und Moderatoren für das Fernsehen davon berichten. Daneben verdeutlichen kurze Texte, wie die Übertragung von Fernsehbildern solcher Berichterstattungen funktioniert. Schwierige Begriffe wie Akkreditierung oder Merchandising werden kurz erklärt. Kleine Spiele wie Such- oder Zählaufgaben regen Kinder dazu an, die Illustration genauer unter die Lupe zu nehmen und zum Beispiel den Sportmoderator Leon im Stadion zu entdecken. In den anderen Rubriken gibt es unter anderem ein Bilderrätsel zu Begriffen aus dem Fußball oder es werden Kinder dazu motiviert, selbst ein Sport-Interview in der Familie zu führen.

Die Kinderbeilage liegt dem Eltern-Ratgeber „FLIMMO" in Bayern bei und kann auch separat auf der Webseite der BLM bestellt werden. „Dein FLIMMO" ist ein Projekt der BLM.

5.3 Medienpädagogische Redaktionen in den afk – Aus- und Fortbildungskanälen Bayern

afk – Aus- und Fortbildungsprogramme für Radio und Fernsehen

Gemäß dem Bayerischen Mediengesetz (BayMG) ist es Aufgabe der BLM, „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten". Die Gründung der afk – Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (afk GmbH), an der die BLM Anteile hält, trägt dem Rechnung. Die afk GmbH entwickelt Konzepte zur Aus- und Fortbildung in den Medien, schafft technische Voraussetzungen für eigene Aus- und Fortbildungskanäle in Hörfunk und Fernsehen und stellt Fördermittel und Zuschüsse bereit. Journalistischem Nachwuchs wird die Möglichkeit gegeben, in diesem Themenfeld vor dem Eintritt ins eigentliche Berufsleben im Rahmen eines Lehrsenders Praxiserfahrung zu sammeln. Dies wird über die Einrichtung von Lehrsendern für Hörfunk und Fernsehen ebenso wie über das Angebot von Lehrredaktionen mit Sendeplätzen für eigene Beiträge ermöglicht. Aktuell gibt es drei afk-Lehrsender, die jeweils auch Produktionen medienpädagogischer Institutionen ausstrahlen: die Radiosender afk M94.5 in München mit der „Störfunk"-Redaktion und afk max in Nürnberg und Erlangen mit den Jugendradiomagazinen „Funkenflug" und „Free Spirit" sowie den Fernsehsender afk tv in München mit der Jugendfernseh-Redaktion „maTz".

afk M94.5 – Jugendradioredaktion „Störfunk"

In vielen Sendungen der „Störfunk"-Redaktion ging es im Berichtszeitraum um die Themen Flucht und Heimat. Dazu entstanden Interviews, Reportagen, Kommentare und themenbezogene Musiksendungen. Neben Jugendlichen mit Fluchterfahrung kamen Vertreterinnen und Vertreter von Hilfsorganisationen und Benefizveranstaltungen zu Wort.

Weitere Themen waren Musikerportraits und Musikveranstaltungen, YouTube- und Web 2.0-Phänomene. Auch das Leben in der Stadt München sowie Ernährungs- und Umweltfragen bewegten die Redaktion.

Knapp 70 Jugendliche und junge Erwachsene waren im Berichtszeitraum an den Sendungsproduktionen beteiligt. Einige davon in einmaligen Projekten, viele als fester Bestandteil der Redaktion. Gäste aus den Bereichen Musik, Politik, soziales Engagement und Kunst besuchten das „Störfunk"-Studio im Medienzentrum München und wurden interviewt.

Die Sendungen wurden mit pädagogischer Unterstützung eigenverantwortlich erarbeitet und täglich, außer Sonntag, um 18 Uhr auf afk M94.5 ausgestrahlt. Sie wurden entweder vorproduziert oder live gesendet.

Ein zusätzlicher Schwerpunkt im Berichtszeitraum war die Gestaltung der neuen „Störfunk"-Webseite www.stoerfunk.info.

Hintergrund

„Störfunk" ist das Jugendradio im Münchner Aus- und Fortbildungsradio afk M94.5. Die Jugendredaktion des Medienzentrums München sendet Montag bis Samstag von 18 bis 19 Uhr. Jugendliche und junge Erwachsene von 14 bis 25 Jahren produzieren in der „Störfunk"-Redaktion eigene Beiträge, Reportagen, Interviews und moderieren die Sendungen. Ein Team aus journalistisch und medienpädagogisch Tätigen unterstützt dabei die Arbeit. Das Medienzentrum München ist eine Einrichtung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

afk max – Jugendradiomagazine „Funkenflug“ und „Free Spirit“

Kern der medienpädagogischen Arbeit bei afk max ist die wöchentliche Produktion der einstündigen Jugendmagazine „Funkenflug“ und „Free Spirit“.

Jugendradiomagazin „Funkenflug“

Zur wöchentlichen Redaktionssitzung und zur Produktion der Magazinsendung der „Funkenflug“-Redaktion treffen sich regelmäßig rund 15 Jugendliche im Medienzentrum Parabol. Die Redaktion besteht insgesamt aus circa 40 Jugendlichen. Die älteren und erfahreneren Jugendradiomacherinnen und -macher nutzten regelmäßig einen Abendsendeplatz für Live-Sendungen.

Im Berichtszeitraum wurden zehn ein- und mehrtägige Schulradioaktionen und verschiedene Schulradioprojekte mit Klassen oder Radio-AGs durchgeführt, deren Ergebnisse über die Jugendmagazine bei afk max ausgestrahlt wurden. Zudem wurden Tages- und Wochenendworkshops für Jugendliche aus der Region veranstaltet, zum Beispiel zu den Themen Recherche, Reportage, Sprechen und Interviewtraining. Auch eine „Lange Funkenflug-Sende-Nacht“ sowie Exkursionen zum Bayerischen Rundfunk und anderen Radiostationen wurden angeboten.

Am 14. November 2015 fand im Kulturforum Fürth im Rahmen einer Preisverleihung der Abschluss des Fränkischen Hörwettbewerbs „Hört Hört!“ statt. Bei einer Feier mit anschließendem Jugendkulturprogramm wurden die Preisträgerinnen und Preisträger ausgezeichneter journalistischer Beiträge, Toleranz-Spots, Airchecks und Hörspiele aus ganz Franken geehrt.

Unter dem Titel „Crossmedia und trimediales Arbeiten – Die Zukunft des Radios?“ fand vom 13. bis 15. November 2015 in den Räumen des Medienzentrum Parabol e.V. und von afk max ein Jugendradioseminar für Jugendliche aus verschiedenen Jugendradios Nordbayerns statt. Hier konnte sich der Radionachwuchs in unterschiedlichen Workshops zur crossmedialen Arbeit und zum Thema Moderation weiterbilden. Den Abschluss des Jugendradioseminars bildete eine vierstündige Live-Sendung bei afk max.

Am 03. Oktober 2015 nahm afk max am „Maus-Türöffnertag“ der Sendung mit der Maus teil. Der Sender öffnete seine Studiotüren für interessierte Kinder und bot eine Mitmachaktion an.

Jugendradiomagazin „Free Spirit“

In der Cultfactory LUISE, einer Einrichtung des Kreisjugendrings Nürnberg-Stadt, wird das Jugendmagazin „Free Spirit“ produziert. Im Berichtszeitraum wurden mit circa 80 Jugendlichen 51 Radiosendungen produziert. An fünf Samstagen gab es Live-Sendungen zwischen 12 und 13 Uhr aus dem afk max-Studio. Zusätzlich wurde ein neues Live-Format etabliert, das in unregelmäßigen Abständen Montagnacht von 22 bis 24 Uhr live auf afk max on air geht: „FreeSpirit EXTENDED“. Hier werden Musik und Bands vorgestellt. Im Jahr 2015 liefen bereits zwei Sendungen.

„Free Spirit“ war im Berichtszeitraum viel unterwegs: auf dem 41. Internationalen Filmwochenende in Würzburg, der Buchmesse in Leipzig, dem Frankenslam und auf der Meisterschaft im Poetryslam in Schweinfurt. Im Sommer 2015 lag ein Schwerpunkt auf dem Weinturm Open Air: Auf dem Festival wurden zwei Sendungen mit Interviews und Musik in verschiedenen Sprachen produziert.

Auf dem Camp der Naturschutz-Jugend bot „Free Spirit“ einen Radioworkshop an und produzierte vor Ort. Mit der Sektion „Open Eyes“ auf dem Internationalen Nürnberger Filmfestival der Menschenrechte wurde eine Kooperation gestartet und mit Jugendlichen aus der Jugendjury über mehrere Wochen zusammengearbeitet. Im Vorfeld gab es eine Live-Sendung dazu. Auf dem Festival selbst wurden zwei Sendungen mit Interviews produziert.

Hintergrund

Der Medienzentrum Parabol e.V. bietet mit dem Jugendradiomagazin „Funkenflug“ ein Angebot für Jugendliche von zwölf bis 20 Jahren. „Free Spirit“ ist Radio zum Mitmachen für Jugendliche zwischen zwölf und 25 Jahren, ein Radioprojekt vom Kreisjugendring Nürnberg-Stadt und dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Ob Interviews, Reportagen, Moderationen oder Musikbeiträge – in den Jugendradiomagazinen „Funkenflug“ und „Free Spirit“ ist Platz für Produktionen zu verschiedensten Themen, für alles, was Jugendliche betrifft und interessiert. Unterstützt werden die Jugendredaktionen von Fachleuten aus der Medienpädagogik und dem Journalismus. Beide Jugendmagazine haben im Aus- und Fortbildungsradio afk max in Nürnberg und Erlangen jeweils vier Stunden Sendezeit in der Woche.

afk tv – Jugendfernsehredaktion „maTz“

Die Jugendlichen der „maTz“-Redaktion produzierten im Berichtszeitraum zwölf einstündige Magazinsendungen. Schwerpunkte der Sendungen waren Filmvorstellungen, Auslandsaufenthalte sowie das Thema Flüchtlinge. Ein weiterer Schwerpunkt war das Jugendfilmfestival „flimmern & rauschen – Jugendfilmfestival München“. Hier war die „maTz“-Jugendredaktion bei der Durchführung und Begleitung des Festivals eingebunden. Neben der Berichterstattung über das Festival waren Jugendliche als Moderatorinnen und Moderatoren aktiv und kümmerten sich um die Projektion des Bühnengeschehens. Viele der Festivalfilme wurden auf „maTz“ ausgestrahlt und mit Hintergrundinformationen versehen. Auch auf dem Münchner Filmfest waren „maTz“-Redakteurinnen und -Redakteure als akkreditierte Festivalreporter unterwegs.

Durch eine Kooperation mit dem Adolf-Weber-Gymnasium entstanden sieben Beiträge über einen Schüleraustausch mit Südafrika, in denen die Schülerinnen und Schüler ihre Eindrücke festhielten. Fünf dieser Beiträge wurden in einer „maTz“-Sendung ausgestrahlt.

Zum Thema Flucht und Flüchtlinge wurden zwei Sendungen produziert und ausgestrahlt. Außerdem konnte für einen Ferienworkshop der Filmemacher und Autor Wolfgang Landgraeber gewonnen werden, der mit den Teilnehmenden verschiedene Beiträge zum Thema konzipierte und die Projekte begleitete. Diese gehen 2016 auf Sendung.

Die Jugendlichen der „maTz“-Redaktion, die 2013 nach Kiew reisten, bekamen im Berichtszeitraum Besuch von den Protagonistinnen und Protagonisten ihrer damaligen Dokumentation über Zwangsarbeiterinnen und -arbeiter. Eine Woche lang begleiteten die Jugendlichen die Reisegruppe auf ihrer Tour durch Bayern. Es entstand eine Dokumentation, die einige der Geschichten des ersten Teils weitererzählt. Sie wurde im Dezember 2015 ausgestrahlt.

Im Berichtszeitraum wurde das Eintrittsalter für die Redaktion gesenkt. So können Jugendliche ab 13 Jahren bei „maTz“ mitarbeiten. Für die Jüngeren wurde die Redaktionssitzung „maTz Junior“ eingerichtet, die vor der regulären Sitzung bereits ab 17.00 Uhr tagt.

Hintergrund

„maTz“ ist ein Jugendfernsehmagazin von und für Jugendliche im Aus- und Fortbildungsprogramm afk tv. Die Jugendfernsehredaktion des Medienzentrums München besteht aus etwa 25 Redaktionsmitgliedern zwischen 13 und 26 Jahren, die – neben Schule, Studium und Beruf – ihr eigenes Fernsehformat gestalten. In der monatlichen Redaktionssitzung werden Ideen ausgetauscht, Teams gebildet sowie neue Beiträge und Sendungen diskutiert. Die Bandbreite der Themen ist ebenso vielfältig wie die Redaktionsmitglieder. „maTz“ liefert monatlich eine Stunde Sendung zu. Das Medienzentrum München ist eine Einrichtung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

5.4 Stiftung Zuhören

Nach einer erfolgreichen Pilotphase ging „Lilo Lausch – Zuhören verbindet!“ im Berichtszeitraum bundesweit an den Start. Ziel des Programms ist die Förderung der Zuhör-, Sprach- und Medienbildung von Kindern zwischen zwei und sechs Jahren. Im „Lilo Lausch“-Hörclub werden in Kindertageseinrichtungen mit hohem Migrantenanteil Zuhör-Spiele gespielt, Hörgeschichten aufgenommen und Geschichten und Klängen gelauscht. Unter Einbindung der Eltern sollen die Teilnehmenden Mehrsprachigkeit als Bereicherung erfahren sowie die Sprechfreude und ihre Offenheit gegenüber anderen Kulturen steigern.

Das Hörclub-Projekt ist Hauptaktivität der Stiftung Zuhören im Kindergarten und Grundschulbereich. Mit über 2.000 Hörclubs hat die Stiftung Zuhören auch im Berichtszeitraum wieder einen großen Beitrag zur kindlichen Zuhörförderung geleistet. 30.000 Kinder wurden über die Hörclubs erreicht. Bei den wöchentlich stattfindenden Treffen hören Kinder unter der Leitung von Erzieherinnen und Erziehern oder Lehrkräften Hörspiele an, lösen Geräuschrätsel oder unternehmen gemeinsame Phantasiereisen. Durch das spielerische Zuhören lernen Kinder die Aufnahme und Verarbeitung akustischer Informationen.

Interviews zu führen und richtig mit Mikrofon, Aufnahmegerät und Schnittprogramm umzugehen, lernen Heranwachsende im Projekt „MünchenHören“, an dem Schulklassen und Projektgruppen aus München teilnehmen können. Im Berichtszeitraum produzierten die Schülerinnen und Schüler mit Unterstützung professioneller Coaches Audiobeiträge, die Fragen zu den Namen von Münchner Straßen und Plätzen beantworten. So wurde den Heranwachsenden spielerisch Wissen zu lokaler Geschichte nähergebracht. Im Rahmen des Projekts produzieren Münchner Schülerinnen und Schüler schon seit sechs Jahren Umfragen, Interviews, Reportagen und Hörspiele, die sich mit München beschäftigen. Bisherige Beitragsthemen waren beispielsweise „Wie klingt eine 100 Jahre alte Trambahn?“, „Wo und was ist die Borstei?“ oder „Wo steht der Birnbaum in der Au?“.

Im Juli 2015 wurden im Rahmen des Projekts „Bayern hören. Audioguides multimedial“ weitere Audioguides veröffentlicht. Inhalte sind unter anderem eine Augenzeugen-Schilderung des Rathausbrands von 1960 in Kaufbeuren oder die Geschichte einer der bedeutendsten und reichsten Kaufmannsfamilien Nürnbergs. Im Rahmen des Projekts entwickeln Kinder und Jugendliche in Zusammenarbeit mit professionellen Mediencoaches Audioguideprojekte zur Geschichte ihrer Heimatregion.

Anlässlich der ARD-Themenwoche Heimat fand am 05. Oktober 2015 in München die Abschlusspräsentation des Schülerprojekts „Stadt Land Klang – So klingt meine Heimat“ statt. Im Rahmen des von der Stiftung Zuhören und der Versicherungskammer Kulturstiftung ins Leben gerufenen Projekts erforschten Schülerinnen und Schüler aus Bayern,

Logo des Projekts „Lilo Lausch – Zuhören verbindet“

Rheinland-Pfalz und dem Saarland die Klangwelt ihres Zuhauses. In Zusammenarbeit mit Komponistinnen und Komponisten, Musikerinnen und Musikern sowie journalistisch und medienpädagogisch Tätigen produzierten sie akustische Heimatportraits.

„Hörspiel mit Kindern – Spielen mit dem Hören" war der Titel des Workshops, den die Stiftung Zuhören bei der „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher" leitete. Die zweitätige Veranstaltung findet seit 2002 einmal im Jahr an wechselnden Orten in Bayern statt. Im Workshop lernten die Teilnehmenden, wie man mit Kindern spielerisch Hörspiele produzieren und so deren Sozialverhalten, Sprachfähigkeit und Konzentrationsvermögen verbessern kann.

28 Gymnasien haben im Schuljahr 2014/2015 am Projekt „tat:funk" teilgenommen, das neben Bayern auch in fünf weiteren Bundesländern durchgeführt wurde. Mit Unterstützung eines Mediencoaches konzipierten, organisierten und produzierten die Jugendlichen über den Zeitraum von einem Jahr ihre eigene Radiosendung. Gleich vier Radiosendungen wurden am 22. Oktober 2015 im Rahmen der Medientage München auf dem Areal des Mediencampus als Gewinner des bundesweiten „tat:funk"-Wettbewerbs ausgezeichnet. Aufgrund der hohen Qualität der Beiträge wurden erstmals zwei Produktionen mit dem 2. Preis geehrt. Für das Schuljahr 2016/2017 werden zehn neue Schulen aus Bayern in die Förderung zum P-Seminar tat:funk aufgenommen.

tat:funk
Unterricht mit Mikro und Mischpult

tat:funk Preisverleihung 2014/2015

Hintergrund

Die Stiftung Zuhören fördert das Zuhören als Kulturgut und damit das Entstehen einer zuhörerfreundlichen Gesellschaft. Zu diesem Zweck sucht sie den fachlichen Austausch und die Zusammenarbeit mit Bildungs-, Beratungs- und Kultureinrichtungen sowie mit anderen Organisationen und Unternehmen. Zudem stellt sie Lehrmaterial zur Zuhörförderung bereit und setzt Impulse in der Forschung. Getragen wird die Stiftung Zuhören seit elf Jahren von der BLM, der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), dem Bayerischen Rundfunk (BR), dem Hessischen Rundfunk (HR), der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (MKFS) und der Firma Senneheiser electronic GmbH & Co. KG. Im November 2004 kamen der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) und die Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (AML), 2012 der Norddeutsche Rundfunk (NDR) sowie 2014 der Saarländische Rundfunk (SR) als Zustifter hinzu. Die BLM ist in der Stifterversammlung und im Vorstand vertreten.

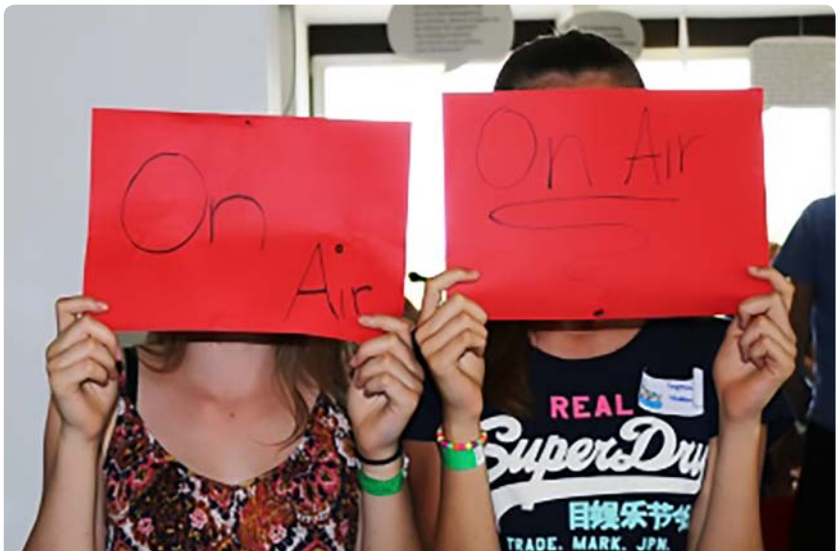
5.5 Schulradio Bayern/ Schulradiocoaches

Schulradio Bayern

Im Schuljahr 2014/2015 konnten die ersten Schulradioboxen an bayerische Schulen vergeben werden. Die Schulradiobox ist nach dem Prinzip des Smartphone-Reportings aufgebaut. Sie enthält technisches Equipment, Software sowie rechtliche, radiojournalistische und organisatorische Informationen, die den Schulradiogruppen den sofortigen Start in die Radioarbeit ermöglichen. Die Starterbox wird kostenlos an Schulradiogruppen vergeben, die sich an dem Projekt „Schulradio Bayern" beteiligen. Das Feedback der Schulgruppen auf die Ausstattung der Schulradiobox ist sehr positiv. Im Berichtszeitraum haben circa 40 Schulen eine Schulradiobox erhalten. Auch im aktuellen Schuljahr können noch Starter-Pakete vergeben werden.

Am 17. Juli 2015 hatten Schülerinnen und Schüler unterschiedlicher Altersstufen auf dem BLM-Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth die Möglichkeit, praktische Erfahrungen zu sammeln. Die rund 130 Teilnehmenden aus Fürth, Nürnberg und dem Umland konnten in kleinen Gruppen einen ganzen Tag lang aktiv Radio machen: Sei es in der Hörspiel-Gruppe, als Interviewer oder als Reporter beziehungsweise Moderator in der Live-Radio-AG. Besonders beliebt waren Angebote wie Soundproduktionen, Werbung oder Klangexperimente. Die jungen Radioteams bekamen dabei fachmännische Unterstützung durch Medienpädagoginnen und -pädagogen und Radioprofis, die ihnen Moderationstechniken, das Aufnehmen mit dem Smartphone oder das Produzieren von aufwändigeren Beitragsformen beibrachten. Der Höhepunkt des Tages war die gemeinsame Live-Sendung, die als Webradiostream bei www.schulradio-bayern.de und Radio afk max, dem Aus- und Fortbildungskanal in Nürnberg, zu hören war. Für die Sendung unter dem Titel „Mission Radio Five" wurden die Beiträge, Interviews und Umfragen tagesaktuell geplant und produziert. Dazu fanden Redaktionskonferenzen und Themensitzungen statt – wie bei einem richtigen Radiosender.

In der Live-Sendung wurden die drei Gewinner des diesjährigen BLM-Schulradiopreises verkündet, bei dem Schulradiogruppen aus Bayern unter dem Motto „Hören & Herzen" mitmachten. Das Besondere war, dass diesmal die Nutzerinnen und Nutzer der Schulradioplattform selbst abstimmen durften. Schulradio-Gruppen, die bei Schulradio-Bayern einen Radiokanal betreiben, konnten ihre besten Beiträge aus dem aktuellen Schuljahr hochladen. Gekürt wurden die Beiträge, die am meisten gehört und „geherzt" (= geliked) wurden. Der Hauptpreis mit 300 Euro ging an die Gruppe „Radio Ostem" der Staatlichen Realschule Großostheim, die mit einer Sendung über „Fasching" und mit einem selbst gesungenen Bluessong überzeugte. Die beiden zweiten Plätze mit je 150 Euro teilten sich das Gymnasium Wendelstein mit einem Beitrag über ihre Schulimkerei und das Adam-Kraft-Gymnasium in Schwabach, dessen Radio-AG „KRAFTvoll" mit einem Beitrag über den Freizeitspaß Parcours ebenfalls viele Klicks verbuchen konnte.



Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth am 17. Juli 2015

Von Juni bis Juli 2015 wurde in Kooperation mit Q3 (Quartier für Medien-Bildung-Abenteuer) und der Bayernwelle Südost das Projekt „Radio on Tour" durchgeführt. Schulklassen aus dem Landkreis Traunstein und Berchtesgadener Land konnten sich bei der Bayernwelle Südost für das Projekt bewerben. Aus allen Einsendungen wurden fünf Schulklassen ausgewählt, mit denen ein Radiotag in der Schule durchgeführt wurde. Dieser umfasste sowohl eine theoretische als auch praktische Einweisung in die Radioarbeit durch Medienpädagoginnen und -pädagogen. Im Anschluss erstellten die Schülerinnen und Schüler einen einfachen Beitrag wie zum Beispiel eine Umfrage oder ein Interview. Finanziert wurde das Coaching von der BLM. Die Ergebnisse wurden in der Morgensendung der Bayernwelle ausgestrahlt, so dass Eltern gemeinsam mit ihren Kindern vor Schulbeginn die Ergebnisse hören konnten. Zusätzlich wurden alle entstandenen Beiträge auf www.schulradio-bayern.de veröffentlicht.

Auf der zweitägigen Lehrerfortbildung in der Musikakademie Schloss Alteglofsheim konnten im November 2015 dreizehn Teilnehmende aus unterschiedlichen Realschulen und Gymnasien in Bayern erste Radioerfahrungen sammeln. Sie erhielten einen Einblick in journalistische und medienrechtliche Grundlagen und konnten während der Fortbildung auch einen eigenen Radiobeitrag erstellen.

Die Schulradiohomepage www.schulradio-bayern.de wird von den Schülerinnen und Schülern sowie von den Lehrkräften weiterhin gut angenommen. Insgesamt sind derzeit rund 50 Schulradiogruppen auf der Homepage aktiv und strahlen regelmäßig auf ihren Kanälen Beiträge zu unterschiedlichen Themen aus.

Schüler erproben die Technik

Hintergrund

Schulradio Bayern ist ein Projekt der BLM und bietet seit 2002 eine Plattform für bayerische Schulradios. Das Projekt ermöglicht Schülerinnen und Schülern sowie Lehrkräften Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge aus Schulradioprojekten im Internet zu veröffentlichen. Jedes Schulradio kann sich ein eigenes Profil mit Informationen zum Schulradio anlegen und die eigenen Audioproduktionen online stellen oder live senden. Hörerinnen und Hörer von Schulradio Bayern können die Radiobeiträge bewerten. Die Beiträge können in andere Netzwerke verlinkt werden.

Schulradiocoaching

Im Schuljahr 2015/2016 wurden bis zur Drucklegung des Berichts 25 bayerische Schulen von Schulradiocoaches unterstützt, unter anderem die Carl-Steinmeiner Mittelschule Riemerling, die Maria-Ward-Realschule Nürnberg, das Gymnasium Burglengenfeld und die FOS/BOS Passau. Darunter waren auch drei Radioprojekte mit interkulturellem Hintergrund beziehungsweise Projekte, in denen mit jungen Flüchtlingen gearbeitet wurde: Ein Schulradioprojekt mit einer Übergangsklasse an einer Mittelschule in München (Weilerschule), ein Radioprojekt mit jungen Flüchtlingen aus Rosenheim und ein interkulturelles Radioprojekt im Rahmen eines Berufsorientierungsprogramms im Chiemgau. Erfahrene Lokalradioredakteurinnen und -redakteure betreuen diese Projekte sowie die Schulradio-AGs und unterstützen die Schülerinnen und Schüler bei der Produktion einzelner Radiobeiträge und Sendungen.

Zusätzlich werden sieben „tat:funk"-Schulen mit Radiocoaches gefördert: das JMF-Gymnasium Burglengenfeld, das Gymnasium Kirchseeon, das Maria-Ward-Gymnasium Bamberg, das Gymnasium Hilpoltstein, das A. B. von Stettensches Institut Augsburg, das Theresia-Gerhardinger Gymnasium in München und das Karlsgymnasium Bad Reichenhall. Hier helfen die Coaches den „tat:funk"-Gruppen bei der Gestaltung und Produktion einer kompletten Radiosendung im Rahmen eines P-Seminars für die Teilnahme am bundesweiten Wettbewerb „tat:funk".

Vorbereitungen für ein interkulturelles Radioprojekt

Im Mai 2015 besuchten elf Redakteure und Volontäre aus unterschiedlichen bayerischen Lokalradios die jährliche Coachfortbildung in der BLM. Sie erhielten einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des Projekts „Schulradio Bayern" und wurden über die Aufgaben eines Schulradio-Coaches informiert. Ergänzend wurden von einem bereits sehr erfahrenen Schulradiocoach Tipps und Tricks zur praktischen Schulradioarbeit vermittelt. Zudem wurde anhand eines aktuellen Projekts („Radio on Tour") auch auf Kooperationsmöglichkeiten zwischen Lokalradiosendern und Schulen in Bayern eingegangen.

Hintergrund

Die BLM finanziert und schult eigene Schulradiocoaches aus dem bayerischen Lokalfunk. Rund 56 professionelle Schulradiocoaches helfen Schülerinnen und Schülern sowie ihren Lehrkräften bei der Umsetzung ihrer Ideen und vermitteln die inhaltlichen und technischen Voraussetzungen für einen gelungenen Radiobeitrag. Sie bringen ihr journalistisches Wissen an die Schulen und geben Einblicke in die professionelle Radioarbeit. Ein Schulradiocoach kann eine Schulradio-AG über das ganze Schuljahr begleiten oder auch ein Kurzzeit-Radioprojekt betreuen. Durch die Bereitstellung der Radioprofis unterstützen die bayerischen Lokalradios die Radioarbeit an allen Schulen, von der Grundschule bis zum Gymnasium. An Gymnasien bieten sich besonders P-Seminare, die zur Berufs- und Studienorientierung angeboten werden, für Schulradioinitiativen an.

5.6 Internet-ABC

Kindern zwischen fünf und zwölf Jahren den Einstieg ins Netz zu erleichtern und ihnen einen verantwortungsvollen Umgang mit Medien näherzubringen, das ist Ziel der Initiative Internet-ABC. Im Herbst 2015 ging die technisch und inhaltlich vollständig überarbeitete Webseite des Internet-ABC an den Start. Während das Angebot bisher in einen Kinder- sowie einen Erwachsenenbereich aufgeteilt war, werden nun mit speziell zugeschnittenen Angeboten Kinder, Eltern und pädagogische Fachkräfte jeweils über gesonderte Seiten angesprochen.

Internet-ABC-Surfschein

Die neue Kinderseite bietet kindgerecht gestaltete Informationen und Meldungen zu aktuellen Internetthemen. Kinder können sich an Foren beteiligen und erhalten Anregungen für Schule und Freizeit. Beim Surfschein-Spiel können sich Kinder Wissen über das Internet aneignen und das Gelernte beim neuen Surfschein-Quiz testen. Themen wie Datenschutz, Cyber-Mobbing und Apps werden Kindern so spielerisch nähergebracht.

Im Elternbereich finden Mütter und Väter Empfehlungen, Expertenmeinungen und Antworten auf alltägliche Themen in Bezug auf die Medienerziehung ihrer Kinder. Angesprochen werden unter anderem die Fragen „Wie vermeide ich zu Hause Streitigkeiten über die Mediennutzung?“ und „Wie schütze ich mein Kind vor Gefahren im Netz?“.

Lehrkräfte haben auf einer gesonderten Unterseite direkten Zugriff auf Lernmodule, Unterrichtsmaterialien und Praxistipps von Expertinnen und Experten. Bereitgestellt werden auch aktuelle Meldungen zu medien- und unterrichtsrelevanten Themen, Terminen, Veranstaltungen und Initiativen. Über die neue Rubrik „Länderprojekte“ können sich pädagogisch Tätige über Veranstaltungen, Aktionen und Ansprechpartner ihrer Landesmedienanstalt informieren.

Jutta Baumann und Martin Müsgens bei der Verleihung des Pädi-Preises

Am 03. November 2015 wurde dem Mediennutzungsvertrag der Initiativen Internet-ABC und klicksafe der „Pädi 2015“ in der Kategorie „Sonderpreis für Familienangebote“ verliehen. Mit dem Preis zeichnet der SIN – Studio im Netz e.V. jährlich pädagogisch wertvolle Medienangebote für Kinder und Jugendliche aus. Ziel des Mediennutzungsvertrags ist, die Mediennutzung in der Familie zum Thema zu machen und Konflikte zu vermeiden. Durch feste Regeln zur Dauer der Mediennutzung und zum Umgang mit problematischen Inhalten, Cyber-Mobbing und persönlichen Daten sollen das eigene Medienverhalten reflektiert sowie Streit und Diskussionen in der Familie vermieden werden. Jutta Baumann, Leiterin des Referats Medienpädagogik und Nutzerkompetenz der BLM und Vorstandsmitglied des Vereins Internet-ABC e.V., nahm den Preis gemeinsam mit Martin Müsgens, Referent der EU-Initiative klicksafe bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), entgegen.

Hintergrund

Die Initiative Internet-ABC widmet sich seit 2001 mit dem Portal www.internet-abc.de der Medienerziehung im Grundschulalter. Sie wurde von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), der Bertelsmann Stiftung und der Heinz-Nixdorf-Stiftung ins Leben gerufen. Hinter dem Projekt steht seit 2003 der gemeinnützige Internet-ABC e.V. Die werbefreie und unabhängige Plattform versteht sich als pädagogisch unbedenkliche Einstiegs- und Orientierungshilfe zur sicheren und kompetenten Nutzung des Internets. Sie bietet leicht verständliches Basiswissen zu Themen wie Apps, Computerspiele, Soziale Netzwerke und Jugendschutz. Dabei kann – je nach Nutzer – zwischen den unterschiedlichen Portalen für Kinder, Eltern und pädagogisch Tätige gewählt werden. Lehrkräfte erhalten zudem konkrete Anregungen zur Einbindung des Internets in den Unterricht. Alle Landesmedienanstalten unterstützen die Aktivitäten des Internet-ABC e.V. Die BLM ist sowohl Vereins- als auch Vorstandsmitglied.

5.7 Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich

Das Projekt „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich" des Landesmediendienste Bayern e.V. widmet sich der Förderung der frühkindlichen Medienerziehung. Zur Verfügung gestellt wird eine Sammlung von Filmen für Kinder, die von Einrichtungen im Elementarbereich, Horten, Grundschulen und Eltern ausgeliehen werden kann. Das Angebot umfasst Filmkisten mit unterschiedlichen Inhalten für Kinder von drei bis fünf Jahren oder von sechs bis sieben Jahren. Zur Ergänzung und Nachbereitung der Filme durch Eltern und pädagogisch Tätige werden zusätzliche Arbeitshilfen zur Auswertung und geeignetes filmisches und medienpädagogisches Informationsmaterial zur Verfügung gestellt.

Im Berichtszeitraum konnte das Angebot an Kinderfilmen zur frühkindlichen Medienerziehung mit Unterstützung der BLM erneut um eine Filmkiste für Sechs- bis Siebenjährige mit zwölf Filmen erweitert werden. Insgesamt stehen aktuell 14 Filmkisten zur Auswahl.

Hintergrund

Ziel des Projekts „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich" ist, bei Kindern im Vor- und Grundschulalter die Fähigkeit zu fördern, Medien selbstbestimmt und kritisch zu nutzen. Das Material kann von Einrichtungen im Elementarbereich, Horten, Grundschulen und Eltern kostenlos bis zu vier Wochen ausgeliehen werden. Mit diesem Angebot reagiert der Landesmediendienste Bayern e.V. auf die große Nachfrage nach Möglichkeiten zur Förderung von frühkindlicher Medienkompetenz.

5.8 Hört Hört!

Am 14. November 2015 fand die Preisverleihung als Abschluss und Höhepunkt des Hörwettbewerbs „Hört Hört!" im Rahmen einer Gala-Veranstaltung im Kulturforum in Fürth statt. Alle nominierten Beiträge wurden kurz angespielt, so dass die über 250 Besucherinnen und Besucher einen Einblick in die vielfältige Jugendradio- und Schulradioszene sowie einen akustischen Eindruck von der bemerkenswerten Qualität der Audioproduktionen bekamen.

Im Wettbewerbsteil von „Hört Hört!" wurden 2015 insgesamt 149 Beiträge aus ganz Franken eingereicht, produziert von (Grundschul-)Klassen, Schulradio-AGs, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Auch die Mitglieder verschiedener Jugendradioredaktionen nutzen jedes Jahr diesen Wettbewerb.

Insgesamt wurden 32 Produktionen – unterteilt in drei Alterskategorien – in den Bereichen „Hörspiel/Soundcollage" und „Journalistischer Beitrag/Reportage/Feature/Interview" ausgezeichnet.

Zusätzlich gab es die von der BLM gestifteten Sonderpreise für die besten Schulradioproduktionen sowie für Radiospots zum Thema „60 Sekunden für Toleranz" (gestiftet vom SKAmit e.V.). Drei Jugendradioredaktionen erhielten Sonderpreise.

Organisiert und durchgeführt wurde das Hörfestival mit vielen Aktionen rund um die Themen Radio und Zuhören von den Medienfachberatungen für den Bezirk Mittelfranken und dem Jugendmedienzentrum Connect der Stadt Fürth zusammen mit dem Medienzentrum Parabol e.V. und der Medienfachberatung für den Bezirk Oberfranken.

Gewinner „Hört Hört!" 2015

Hintergrund

Auf dem Festival „Hört Hört!" werden die besten Audioproduktionen präsentiert, die aus den ausgeschriebenen Hörwettbewerben hervorgehen. Die Ausschreibung wird von der Medienfachberatung Mittelfranken organisiert, einer Einrichtung des Bezirksjugendrings Mittelfranken und des Medienzentrum Parabol e.V. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zwischen acht und 26 Jahren können sich mit Beiträgen, Reportagen oder Features sowie Hörspielen und Soundcollagen um die Preise bewerben. Das Hörfestival „Hört Hört!" in Franken wird von der BLM unterstützt.

6 Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Initiativen

6.1 Lenkungsgruppe Medienkompetenz

Die Lenkungsgruppe Medienkompetenz kam am 13. Juli 2015 im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie zur 14. Sitzung zusammen. In der Sitzung standen aktuelle Entwicklungen der Medienkompetenzprojekte der einzelnen Ministerien auf der Tagesordnung. Hervorgehoben wurden die Projekte „Medienführerschein Bayern" und „Medienpädagogisches Referentennetzwerk Bayern" der Stiftung Medienpädagogik Bayern, die vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert werden.

Feste Mitglieder der Lenkungsgruppe Medienkompetenz sind Vertreterinnen und Vertreter des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration, des Bayerischen Staatsministeriums für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst, des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz, der Stiftung Medienpädagogik Bayern und der BLM. Die Ressorts des Bayerischen Staatsministeriums der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat, des Bayerischen Staatsministeriums des Innern, für Bau und Verkehr und des Bayerischen Staatsministeriums der Justiz werden ebenfalls einbezogen.

Hintergrund

Die Lenkungsgruppe Medienkompetenz wurde im Mai 2009 durch einen Beschluss des Ministerrats ins Leben gerufen. Ihr Auftrag ist der gegenseitige Austausch im Hinblick auf die laufenden staatlichen beziehungsweise staatlich finanzierten Projekte im Medienkompetenzbereich. Unter der Federführung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie treten regelmäßig Vertreter verschiedener bayerischer Ministerien, der Stiftung Medienpädagogik Bayern und der BLM zusammen.

6.2 Stiftung Wertebündnis Bayern

Am 01. Oktober 2015 wurde die Stiftung Wertebündnis Bayern als gemeinnützige Stiftung des öffentlichen Rechts gegründet. Hauptstifter ist der Freistaat Bayern. Gesetzlich vertreten wird die Stiftung durch einen Stiftungsvorstand und zusammen mit einem Kuratorium verwaltet.

Veranstaltet wurde der offizielle Festakt zur Stiftungsgründung am 19. Oktober 2015 in der Allerheiligen-Hofkirche in München. Nach einer Ansprache von Horst Seehofer, Bayerischer Ministerpräsident, fanden Gesprächsrunden mit Vertreterinnen und Vertretern von Partnern der Stiftung Wertebündnis Bayern statt. Einen Einblick erhielten die Teilnehmenden außerdem in die Projektarbeit. Im Anschluss an den Festakt waren die Gäste zu einem Empfang in den Kaisersaal der Residenz eingeladen.

Im Berichtszeitraum kamen Vertreterinnen und Vertreter der Wertebündnispartner in drei Sitzungen zusammen. Am 18. Juni 2015 wurde ausführlich die Gründung der Stiftung Wertebündnis Bayern behandelt. Themen waren der Stiftungszweck, die Stiftungsorgane, die Stiftungssatzung, die Räume der Stiftung sowie die Weiterarbeit des Sprecherrats nach der Stiftungsgründung. Außerdem wurde der Ablauf des Festakts anlässlich der Gründung im Oktober 2015 besprochen. Am 28. September 2015 informierte Christophe Rude, Leiter der Akademie „Kinder philosophieren" im Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft e.V., über das Veranstaltungsformat „Werte im Dialog", das den Wertebündnispartnern ein Forum zum inhaltlichen Austausch über Werte und ethische Fragestellungen bietet. Ziel ist es, regelmäßig über Werte ins Gespräch zu kommen und zur Auseinandersetzung anzuregen. Er berichtete über die „Werte im Dialog"-Veranstaltung am 29. Juli 2015 in der Kester-Haeusler-Villa in Fürstenfeldbruck, bei der die Teilnehmenden gemeinsam über den Wert der Arbeit in der modernen Gesellschaft diskutierten. Prof. Dr. Friedrich Heckmann, Professor für Soziologie an der Universität Bamberg, hielt in der Sitzung am 29. Februar 2016 einen Impulsvortrag zum Thema „Wertevermittlung, Flüchtlinge, Integration", der im Anschluss zur Diskussion anregte. Insgesamt lieferte Prof. Dr. Friedrich Heckmann eine wissenschaftliche Begründung dafür, dass es Begegnungsprojekte auf Augenhöhe zwischen Einheimischen und Zugewanderten brauche, und bestätigte damit den Ansatz der Wertebündnisinitiative für Integration und Toleranz. Weitere Schwerpunkte in den Sitzungen waren die Vorstellung neuer Wertebündnispartner und aktuelle Entwicklungen bei den Wertebündnisprojekten.

Vorstand

- Max Schmidt, Vorstandsvorsitzender: Langjähriger Vorsitzender des Bayerischen Philologenverbands
- Dr. Andrea Taubenböck, Geschäftsführender Vorstand: Ministerialrätin

Kuratorium

- Matthias Fack, Präsident des Bayerischen Jugendrings (BJR)
  Stellvertreter: Wilfried Mück, Geschäftsführer der Landesarbeitsgemeinschaft der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege Bayern
- Alois Glück, Landtagspräsident a.D.
  Stellvertreter: Thomas Kreuzer, MdL, Fraktionsvorsitzender
- Marion Glück-Levi, Vorstandsmitglied in der Landesvereinigung kulturelle Bildung
  Stellvertreterin: Angela Inselkammer, Vizepräsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern e.V.
- Dr. Marcel Huber, MdL, Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Staatsminister für Bundesangelegenheiten und Sonderaufgaben
  Stellvertreter: Christian Schoppik, Ministerialdirigent, Abteilungsleiter in der Bayerischen Staatskanzlei
- Christa Stewens, Bayerische Staatsministerin a.D.
  Stellvertreter: Albert Füracker, MdL, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat

Hintergrund

Die Stiftung Wertebündnis Bayern wurde im Oktober 2015 gegründet. 138 Bündnispartner unterstützen die bestehenden Wertebündnisprojekte mit Ideen, Impulsen und ehrenamtlichem Engagement. Hervorgegangen ist die Stiftung aus der Initiative Wertebündnis Bayern des Bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer, die im März 2010 ins Leben gerufen wurde. Ziel der Stiftung ist es, Wertebewusstsein, Werthaltungen und Wertekompetenz bei jungen Menschen, aber auch bei den Erziehungs- und Bildungsverantwortlichen zu stärken. In gemeinsamen Projekten der Stiftung Wertebündnis Bayern wird aktiv Wertebildung gefördert. Seit April 2012 ist die BLM Partner des Wertebündnis Bayern.

6.3 Netzwerk Medienethik

Insbesondere im Journalismus, in der Medienunterhaltung, in der strategischen Kommunikation und in der PR spielt Medienethik eine zunehmend wichtige Rolle. Die Jahrestagung des Netzwerks Medienethik zum Thema „Die Macht der strategischen Kommunikation – Medienhandeln im Zusammenhang von Propaganda, PR und Big Data" an der Hochschule für Philosophie München am 18. und 19. Februar 2016 griff diese Entwicklung auf. Zwei Tage konnten sich die rund 120 Teilnehmenden in Impulsvorträgen und Diskussionsrunden darüber informieren, inwieweit die Digitalisierung neue Wege der Einflussnahme durch Kommunikation ermöglicht. Kritisch in den Blick genommen und interdisziplinär diskutiert wurden vor allem moderne Formen von Werbung, PR, aber auch Propaganda. Der erste Tag stand dabei ganz im Zeichen der Praxis, der zweite Tag im Zeichen der Wissenschaft: Verschiedene Referentinnen und Referenten widmeten sich Fragen wie „Leben wir in einer medialen Kampfzone der Meinungsbeeinflussung?" oder „Welche Folgen hat die neue Macht der strategischen Kommunikation für Mensch und Gesellschaft?". In Expertenrunden wurde mit den Teilnehmenden der Tagung analysiert, überlegt und diskutiert.

Im Rahmen der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik wurde erstmals der „Medienspiegel", ein Preis des Vereins zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V., verliehen. Der „Medienspiegel" 2016 ging an die Hamburger Journalistin Alena Jabarine für ihren im November 2015 auf ZEIT ONLINE erschienenen Artikel „Kehrt um!". Darin berichtet die NDR-Journalistin von ihren Erfahrungen, als sie Flüchtlinge auf ihrem Weg von Kroatien nach Slowenien begleitete und dabei zwischen die Fronten von Flüchtlingen und Polizei geriet.

Im Berichtszeitraum wurde bereits mit den Vorbereitungen für die kommende Jahrestagung, die am 16. und 17. Februar 2017 an der Hochschule für Philosophie München stattfinden wird, begonnen. Der Arbeitstitel der Veranstaltung lautet „Immigration, Integration, Inklusion – Herausforderung für Journalismus, Medien und Kommunikation". Darüber hinaus widmeten sich die Mitglieder des Netzwerks Medienethik durch verschiedene Aktivitäten und Maßnahmen der Aufgabe, den medienethischen Diskurs in Deutschland, Österreich und der Schweiz voranzubringen und ethische Orientierung im Medienkontext zu liefern.

Jahrestagung des Netzwerks Medienethik 2016

netz werk medien ethik
Der medienethische Diskurs im deutschsprachigen Raum.

Hintergrund

Das Netzwerk Medienethik ist eine 1997 gegründete Initiative mit dem Ziel, den medienethischen Diskurs im deutschsprachigen Raum zusammenzuführen. Getragen wird das Netzwerk von Institutionen und Organisationen mit einem eindeutigen medienethischen oder -politischen Profil. Seit Anfang 2015 ist die BLM Mitglied des Netzwerks Medienethik und trägt im Austausch mit anderen Einrichtungen zur Förderung der ethischen Orientierung im Medienbereich bei.

6.4 Ein Netz für Kinder

Von Lernplattformen über Browsergames bis hin zu Online-Audiotheken – die von der Initiative „Ein Netz für Kinder" im Berichtszeitraum geförderten Projekte haben eines gemeinsam: Sie zielen auf eine spielerische Wissensvermittlung ab und bringen Kindern das kreative Potential digitaler Medien näher. „Ein Netz für Kinder" unterstützt qualitativ hochwertige Internetangebote, die für Kinder von sechs bis zwölf Jahren geeignet sind. Ziel der Initiative ist es, einen sicheren und attraktiven Surfraum für Kinder zu schaffen. Von Mai 2015 bis April 2016 hat „Ein Netz für Kinder" insgesamt neun Projekte gefördert. Bereits 128 Projekte wurden seit der Gründung der Initiative im Jahr 2008 unterstützt.

Einige der von „Ein Netz für Kinder" geförderten Seiten enthielten im Berichtszeitraum aufgrund ihrer hohen Qualität Preise und Auszeichnungen. Im Oktober 2015 wurden die Angebote www.legakids.net und www.alphaprof.de mit der GIGA-Maus für das beste Lernprogramm in der Kategorie „Familie" prämiert. Die App und Webseite www.operamaker.de, mit der Kinder spielerisch ihre eigene Oper inszenieren können, erhielt im Sommer 2015 den „Tabby-Award" – einen internationalen Preis für die besten Apps – in der Kategorie „User's Choice/iPad-Kids (6 and older)" sowie im Herbst 2015 den Pädagogischen Interaktiv-Preis „Pädi" in der Kategorie „Apps für Kinder". Den „Pädi" in der Kategorie „Webseiten für Kinder" erhielt www.pedalpiraten.de, eine Webseite rund um die Themen Fahrrad, Mountainbike und BMX-Rad. Sie gewann 2016 außerdem den „digita" – Deutscher Bildungsmedien-Preis für hervorragende digitale Lehr- und Lernangebote in der Kategorie „Allgemeinbildende Schule/Grundschule".

ein netz für kinder

Hintergrund

Die gemeinsame Initiative aus Politik, Wirtschaft und Institutionen des Jugendmedienschutzes fördert einen für Kinder zwischen sechs und zwölf Jahren attraktiven und sicheren Surfraum. Dabei setzt die Initiative auf die Förderung qualitativ hochwertiger Internetangebote für Kinder sowie auf das Internetportal fragFINN. fragFINN bietet eine ständig wachsende Liste mit unterhaltsamen und lehrreichen Internetangeboten, die kindgerecht sind und die von einer an den Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. angebundenen Redaktion überprüft werden. „Ein Netz für Kinder" wurde 2007 im Rahmen der Konferenz zur europäischen Medienpolitik „Mehr Vertrauen in Inhalte" von dem ehemaligen Kulturstaatsminister Bernd Neumann ins Leben gerufen. Verena Weigand ist Mitglied im Kuratorium der Initiative, ihre Stellvertreterin ist Jutta Baumann. In der Vergabekommission des Förderprogramms ist Jutta Baumann Mitglied, Maria Monninger ist als Stellvertreterin benannt.

6.5 I-KiZ

Ein Schwerpunkt der Arbeit des I-KiZ – Zentrum für Kinderschutz im Internet war im Berichtszeitraum weiterhin das Projekt „Netzwerk gegen Missbrauch und sexuelle Ausbeutung von Kindern – keine Grauzonen im Internet". Am 30. Oktober 2015 wurde in Berlin im Rahmen der deutschen G7-Präsidentschaft ein Roundtable zur Internationalisierung der Aktivitäten des Netzwerks durchgeführt. Ziel der Veranstaltung war die Verabschiedung eines gemeinsamen Communiqués zur Ächtung von Darstellungen des Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Internet. Mehr als 30 Organisationen aus verschiedenen Ländern haben das Communiqué unterzeichnet.

Im Bereich „Safety by Design" wurde an der Entwicklung des Konzepts zur Umsetzung des Prinzips „Safety by Design" in Unternehmen als Maßnahme für den Jugendschutz weitergearbeitet.

Im Berichtszeitraum wurde „jugend.support", ein Netzwerk von Beratungseinrichtungen und Meldestellen für Heranwachsende, weiterentwickelt. „jugend.support" unterstützt Kinder und Jugendliche zwischen 12 und 16 Jahren bei der Orientierung im Netz und steht ihnen bei Problemen wie beispielsweise Cyber-Mobbing zur Seite.

Derzeit befindet sich das I-KiZ in einem Prozess der Umstrukturierung. Profil und Arbeitsweise des I-KiZ sollen geschärft und weiterentwickelt werden. Vorgesehen ist unter anderem eine Verschlankung der Strukturen.

I-KiZ
Zentrum für Kinderschutz im Internet

Der Roundtable des I-KiZ
am 30. Oktober 2015 in Berlin

Hintergrund

Das I-KiZ – Zentrum für Kinderschutz im Internet ging aus der Initiative „Dialog Internet – Aufwachsen im Netz" hervor, welche im November 2010 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) ins Leben gerufen wurde und Ende 2013 in neun verschiedene Projekte mündete. Ziel des I-KiZ ist die Entwicklung von Strategien zur Gefahrenminimierung für junge Menschen im Internet. Die BLM war im Berichtszeitraum an der Initiative I-KiZ durch Mitwirkung in der Fachkommission „Maßnahmen, Vernetzung und internationale Zusammenarbeit" und der Arbeitsgruppe „Safety by Design" beteiligt.

6.6 klicksafe Preis

PlayBack Berlin e.V. – Gewinner des klicksafe Preises 2015

„Selfie-Mania – Digitale Selbstdarstellung als medienpädagogische Herausforderung und Chance" lautete das Wettbewerbsthema des klicksafe Preises 2015. Die EU-Initiative klicksafe forderte Medienkompetenz-Projekte zur Teilnahme auf, die sich mit digitaler Selbst- und Fremddarstellung auseinandersetzen und die einen sicheren Umgang im und mit dem Internet fördern. Knapp 100 Initiativen und Projekte reichten einen Wettbewerbsbeitrag ein. Nominiert wurden der „PIF! Projekttag für Internetfrischlinge" des Blickwechsel e.V. – Verein für Medien- und Kulturpädagogik, das interaktive Theater des PlayBack Berlin e.V. und das Kunstprojekt „Me, my Selfie and I – Zeig mir, wer du wirklich bist!" vom Leipziger Kunstzentrum HALLE 14.

Als Gewinner des klicksafe Preises 2015 konnte sich der PlayBack Berlin e.V. durchsetzen. Die Theatergruppe wurde am 18. Juni 2015 für ihre beiden interaktiven Stücke „Gefällt mir" und „log in" im Rahmen der Preisverleihung des Grimme Online Awards in Köln ausgezeichnet und erhielt ein Preisgeld in Höhe von 1.000 Euro. Der klicksafe Preis wurde zum neunten Mal von klicksafe in Zusammenarbeit mit der Stiftung Digitale Chancen verliehen.

Bei „log in", einem Theaterstück, das speziell für Eltern konzipiert ist, werden Alltagssituationen und Diskussionen zwischen Kindern und Eltern von Schauspielerinnen und Schauspielern dargestellt. Nach jeder Szene finden Gespräche mit den anwesenden Eltern statt. „Gefällt mir" richtet sich an Jugendliche und thematisiert Kommunikation und Identität im Netz. Im Fokus beider Theaterstücke stehen zentrale Problematiken rund um Sexting und Cyber-Mobbing. Im Anschluss an die Theaterstücke finden Publikumsgespräche statt, in denen kritische Situationen diskutiert und alternative Verhaltensweisen ausprobiert werden.

Hintergrund

Der klicksafe Preis für Sicherheit im Internet würdigt seit 2006 Initiativen, Projekte und Maßnahmen, die Medienkompetenz fördern und einen herausragenden Beitrag zur Sicherheit medialer Angebote leisten. Ziel ist, das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung einer sicheren Internetnutzung zu stärken. Der Wettbewerb wird von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt und von klicksafe und der Stiftung Digitale Chancen durchgeführt. Der klicksafe Preis ist mit einem Preisgeld von 1.000 Euro dotiert. Die Entscheidung über die Preisträger trifft eine Jury bestehend aus Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Jutta Baumann war 2015 Jury-Mitglied.

6.7 ELTERNTALK

ELTERNTALK-Kongress in Freising

30 Standorte mit 39 eigenständigen ELTERNTALK-Regionen in Bayern kann ELTERNTALK im Berichtszeitraum verbuchen. 46 Regionalbeauftragte und circa 220 Moderatorinnen und Moderatoren engagierten sich für den Austausch von Müttern und Vätern zum Medienumgang in der Familie. Die steigenden Zahlen bestätigen den Erfolg des Projekts.

Bereits seit 2001 wird das Angebot des Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V. kontinuierlich ausgebaut.

Aufgabe der geschulten Moderatorinnen und Moderatoren ist, bei ELTERNTALK-Treffen in das jeweilige Thema einzuführen und das Gespräch zu begleiten. Beim ELTERNTALK-Kongress in Freising, der am 11. und 12. Dezember 2015 erstmalig stattfand, kamen über 230 Moderatorinnen und Moderatoren aus ganz Bayern zum Austausch zusammen. Nach einem Einführungsvortrag über die Stärkung der Eltern in Erziehungsfragen wurden in Workshops aktuelle und speziell für Eltern relevante Themen besprochen. Dabei ging es um Themen wie „Gute Kinder-Apps erkennen und bewerten", „Neue Medien – neue Gefahren?" oder „Strategien gegen Mobbing". Auch die exzessive Nutzung digitaler Spiele und Glücksspiele wurden angesprochen.

Im Berichtszeitraum überarbeitete ELTERNTALK die Kartensets zu den Themen Internet, Konsum und Handy/Smartphone. Besonderer Wert wurde auf die Anknüpfung an mögliche Ängste der Eltern und das Aufzeigen von positiven Lerneffekten durch Handy- und Internetnutzung gelegt.

ELTERNTALK

Hintergrund

Bei dem Projekt ELTERNTALK treffen sich Mütter und Väter zu einem Erfahrungsaustausch über Erziehungsfragen im privaten Rahmen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Medien, Konsum und Suchtvorbeugung. Das Gespräch mit anderen in einem lockeren Rahmen ermutigt Eltern, nach neuen Wegen in ihrem Erziehungsalltag zu suchen. Das Projekt richtet sich an Eltern von Kindern bis 14 Jahre. Ziel ist, durch den Erfahrungsaustausch die Erziehungskompetenz von Müttern und Vätern zu stärken. Die etwa zweistündigen Gesprächsrunden werden von geschulten Eltern moderiert und finden nach Wunsch auf Deutsch, Türkisch, Russisch oder auch in weiteren Sprachen statt. ELTERNTALK wurde 2001 von dem Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V., einem Zusammenschluss von Verbänden und Institutionen aus dem Bereich der Kinder- und Jugendhilfe, ins Leben gerufen. Verena Weigand ist Mitglied im Projektbeirat von ELTERNTALK, ihre Stellvertreterin ist Martina Mühlberger.

6.8 Stiftung Bildungspakt Bayern

Seit ihrer Gründung im Jahr 2000 hat die Stiftung Bildungspakt Bayern insgesamt über 200 Projekte zur Sicherung und Verbesserung von Bildungsqualität und Bildungsgerechtigkeit in Bayern gefördert. Im Berichtszeitraum führte die Stiftung verschiedene Projekte fort und initiierte neue Projekte, so etwa „Perspektive Beruf für Asylbewerber und Flüchtlinge". Ziel dieses Projekts ist die Identifikation und Weiterentwicklung von wirksamen Instrumenten und Konzepten für den Unterricht und zur Förderung von jugendlichen Asylbewerbern und Flüchtlingen an Berufsschulen. 21 Berufsschulen nehmen als Modellschulen teil. Das Projekt läuft vom Schuljahr 2015/2016 bis zum Schuljahr 2018/2019.

Im November 2015 wurde der „Digitale Bildungsnavigator" freigeschaltet. Der Bildungsnavigator ist ein gemeinsames Vorhaben der Stiftung Bildungspakt Bayern und des Bayerischen Staatsministeriums für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst. Auf der digitalen Plattform werden nicht-kommerzielle Bildungsangebote für Schulen wie Unterrichtsmaterialien, Wettbewerbe oder Veranstaltungen strukturiert und leicht auffindbar präsentiert. Ziel ist, die Kooperation von Schulen mit außerschulischen Partnern zu stärken. Der „Digitale Bildungsnavigator" ist unter www.bildungsnavigator.bayern.de online abrufbar.

STIFTUNG BILDUNGSPAKT BAYERN

Hintergrund

Die am 12. Oktober 2000 gegründete Stiftung Bildungspakt Bayern ist eine Kooperation zwischen dem Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst und inzwischen 143 Unternehmen zur Förderung von Projekten zwischen Privatwirtschaft und Schule. Ziel ist, Unterrichtsmethoden und innovative Formen des Lernens zu fördern, damit Schülerinnen und Schüler eine zukunftssichere Bildung auf der Basis fundierten Grundwissens erhalten. Die BLM ist im Stiftungsrat der Stiftung Bildungspakt Bayern vertreten.

6.9 Erfurter Netcode

Zum Thema „Alles Porno, oder was? Jugendsexualität und neue Medien" fand am 23. September 2015 eine Fachtagung in der Technischen Universität Ilmenau statt, die vom Erfurter Netcode e.V. gemeinsam mit dem Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport, dem Landesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Thüringen e.V., dem Landesfilmdienst Thüringen e.V., der Technischen Universität Ilmenau und der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) veranstaltet wurde. Durch zwei Impulsvorträge erhielten die über 150 Teilnehmenden verschiedene Einblicke in das Tagungsthema. Prof. Dr. Frank Schwab, Universität Würzburg, widmete sich in seiner Präsentation der Frage „Wie verarbeiten Kinder und Jugendliche mediale Darstellungen von Sexualität?". Im Anschluss daran hielt Prof. Dr. Nicola Döring, Technische Universität Ilmenau, einen Vortrag über „Sexualbezogene Online-Kommunikation unter Jugendlichen". In fünf Workshops wurden beispielsweise Pornografie und andere Darstellungen von Sexualität oder Sexting unter Jugendlichen thematisiert. Es wurde aufgezeigt, welche verschiedenen Orientierungshilfen und Handlungsoptionen für pädagogisch Tätige und Eltern zur Verfügung stehen.

ERFURTER NETCODE

Hintergrund

Der Erfurter Netcode enthält Kriterien für pädagogisch wertvolle Kinderseiten im Internet. Anbieter, die ihre Webseite an diesen Kriterien ausrichten, können sich um die Zertifizierung mit dem Siegel des Erfurter Netcodes bewerben. Das Siegel soll Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen, einer interessierten Öffentlichkeit und den Anbietern eine Orientierung bezüglich pädagogisch wertvoller Internetangebote für Kinder geben. Die BLM ist Mitglied des Erfurter Netcodes e.V., Jutta Baumann ist Mitglied des Siegelausschusses des Vereins.

7 Forschung

Die im Jahr 2015 veranlasste wissenschaftliche Expertise „Soziales Handeln in digitalen Spielen. Der Einfluss des Medialitätsbewusstseins auf moralische Entscheidungsdilemmata" befasst sich mit der grundlegenden Frage, unter welchen Bedingungen soziales Handeln in digitalen Spielen möglich wird. Insbesondere wenn man davon ausgeht, dass sich durch bestimmte Voraussetzungen soziales Handeln in der Realität von dem in der Games-Virtualität unterscheidet und ein soziales Interagieren in der Spielwirklichkeit auf den ersten Blick weniger wahrscheinlich wirken mag, ist die Beantwortung dieser Frage auch für andere mediale Kontexte interessant. Mit der Durchführung der Expertise wurde Prof. Dr. Manuela Pietraß, Professorin für Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Medienbildung bei der Universität der Bundeswehr München, beauftragt.

Zur Bearbeitung dieser komplexen Fragestellung wurden die Ergebnisse der Vorstudie „Moralisches Urteilen bei gewalthaltigen Computerspielen und sein Zusammenhang mit der Spielstruktur und dem Alter der Nutzer" aufgegriffen. Mit Hilfe dieser Daten konnten Aussagen über die Bewältigungsstrategien von Spielenden im Hinblick auf moralische Dilemmata in Games getroffen werden. In der aktuellen Untersuchung stand vor allem die Ausprägung des Medialitätsbewusstseins der Spielenden im Fokus des Interesses. Ziel war es, Erkenntnisse darüber zu gewinnen, in welcher Weise sich ein Bewusstsein für die Medialität des Spiels in den spielimmanenten Handlungsentscheidungen von Spielenden widerspiegelt. Fragen nach konkreten Unterschieden zum direkten sozialen Handeln schlossen sich an. Welche Verbindlichkeiten beziehungsweise welche Regeln können die Handlungsunsicherheiten in anonymen medialen Umgebungen einschränken? Als Mechanismen, welche die Handlungsunsicherheiten begrenzen können, wurden die Konstrukte „Wahrheit", „Identität" und „Moral" benannt: Bei digitalen Spielen wird, so die Annahme des theoretischen Rahmens der Expertise, Wahrheit über die stimmige oder nicht-stimmige Fiktionalität des medialen Settings im Vergleich zur Realität geschaffen. Identität muss über die apräsente Präsenz der Spielenden – also deren lediglich virtuelle Anwesenheit – hergestellt werden. Verbindlichkeit durch Moral muss die Bewältigung moralischer Dilemmata im Spiel erzeugen. Spielerischem Handeln wird ein Als-ob-Charakter zugesprochen, wobei sich der Spielende bei seinen Handlungsentscheidungen an diesen Rahmenbedingungen orientiert.

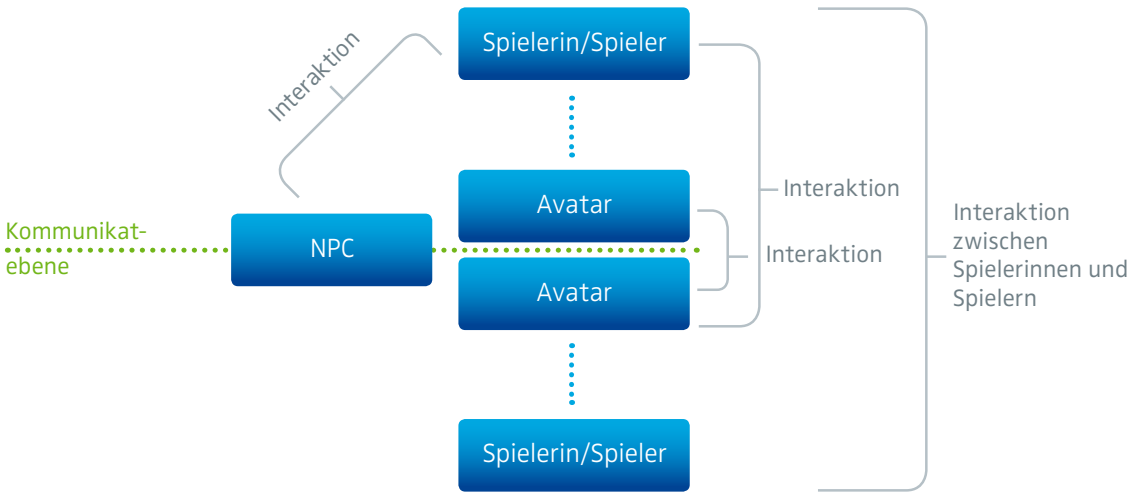
Die explorative Untersuchung ging qualitativ empirisch vor und analysierte anhand von systematisch ausgewählten Einzelfallbeispielen Aussagen über die Qualität des Medialitätsbewusstseins der Spielenden. Dafür nahm sie das soziale Handeln mit anderen in digitalen Spielen, insbesondere in MMORPGs (Massively Multiplayer Online Role Playing Games), in den Blick. Dabei wurde untersucht, wie Spielende die multiplen Unsicherheiten in der Interaktion mit anderen vermeiden beziehungsweise wie soziales Miteinander unter Bedingungen dieser besonderen Medialität möglich ist. Dazu wurden Kommentierungen von Spielhandlungen in Let's-Play-Videos (Spielaufzeichnungen), also dort gezeigte Handlungsentscheidungen und deren Begründung, analysiert. Insbesondere die Reflexionsmomente „Wahrheit", „Identität" und „Moral" fanden bei der Analyse Beachtung. Auch die möglichen Kommunikations- und Interaktionsformen innerhalb digitaler Spiele wurden bei der Auswertung berücksichtigt. Es wurde zwischen Interaktionen mit nicht-spielbaren Figuren (NPC), Interaktionen zwischen Spielenden im Team und Interaktionen zwischen Avataren unterschieden.

Zwei zentrale Erkenntnisse zeichneten sich ab: Mögliche Handlungsunsicherheiten im digitalen Spiel werden tatsächlich über den Wahrheitsgehalt der fiktionalen Spielwelt, die vom Spielenden eingebrachte Identität und die moralischen Überlegungen bei spielinternen Handlungsentscheidungen verringert und darüber Verbindlichkeit hergestellt. Mit wachsender Anonymität in der Spielwelt verlieren diese Konstrukte allerdings an Tragkraft, was auch in Hinblick auf die vielfältigen anonymisierten Kommunikationsformen im Netz bedenkenswert scheint. Verbindlichkeit wird in anonymisierten sozialen Räumen immer schwerer herstellbar, da die erwähnten Handlungsunsicherheit begrenzenden Mechanismen „Wahrheit", „Identität" und „Moral" nicht mehr greifen können.

Die analysierten Daten legten auch die Annahme nahe, dass bei Spielenden unterschiedliche Formen von Medialitätsbewusstsein vorhanden sind. Die Expertise beschreibt drei Stufen: konkretes, relationierendes und relativierendes Medialitätsbewusstsein. Beim konkreten Medialitätsbewusstsein ist sich der Spielende bewusst, dass es sich bei einem digitalen Spiel um ein Spiel handelt und dass sich das Spiel auch von der Realität unterscheidet. Allerdings ist er nicht in der Lage, eine Beziehung zwischen diesen beiden Wirklichkeitsebenen herzustellen. Beim relationierenden Medialitätsbewusstsein unterscheidet der Spielende zwischen Spielwirklichkeit und Realität, vergleicht diese beiden Ebenen miteinander und kann eine Aussage darüber treffen, ob Realität und Spiel miteinander vergleichbar sind oder voneinander abweichen. Für die spielerischen Handlungen ist die Realität aber nicht der Orientierungsrahmen. Erst beim relativierenden Medialitätsbewusstsein wird die Spielwirklichkeit in ein Verhältnis zur Realität gesetzt, indem Maßstäbe aus der Realität auch für Handlungsentscheidungen im Spiel relevant sind.

Um die soziale Verbindlichkeit in anonymen digitalen Lebenswelten zu steigern, sind nach dieser Untersuchung drei Fragen hinsichtlich eines Reflexionsprozesses von sozialem Handeln von zentralem Interesse: Ist es wahr? Passt es zu mir? Darf ich es tun? Mit Hilfe dieser Fragen kann im Idealfall ein Brückenschlag zur Realität hergestellt und mediales Handeln abgeglichen werden, so dass auch in der digitalen Realität stärkere soziale Verbindlichkeiten entstehen können.

Interaktionsformen zwischen realen Spielerinnen und Spielern, nicht spielbaren Figuren (NPC) und Avataren



8 Film

Kinder-Medien-Preis „DER WEISSE ELEFANT“

Zum 15. Mal wurde am 28. Juni 2015 im Rahmen des Filmfests München der Kinder-Medien-Preis „WEISSER ELEFANT“ verliehen. Herausragende Produktionen aus Film, Fernsehen und Internet sowie Hörbücher und Computerspiele für Kinder und Jugendliche, aber auch Nachwuchsdarstellerinnen und -darsteller wurden mit einem Preisgeld von insgesamt 11.000 € ausgezeichnet. Zwei Elefanten erhielt der Kinofilm „Ostwind 2“ (beste Kinoproduktion und Sonderpreis). Der Kinofilm „Quatsch und die Nasenbärbande“, der im Anschluss an die Preisverleihung vorgeführt wurde, bekam einen Preis für die beste Regie. Mit einem Elefanten als beste Nachwuchsschauspieler wurden Merle Juschka und Johannes Hallervorden für ihre Rollen in der TV-Serie „Binny und der Geist“ ausgezeichnet. Besonders gut bei den Anwesenden kam Puppenspieler Martin Reinl mit Puppe Woozle aus der Wissenssendung „WoozleGoozle“ von SuperRTL an, der sich über einen Preis für das beste TV-Format freute. Zur besten App kürte die Jury „Mathe verstehen – Das kleine Einmaleins“.

Der Publikumspreis wurde zum fünften Mal verliehen und ging an vier bayerische Schulen. Bei diesem Schulfilmpreis werden von Schulklassen beziehungsweise Arbeitsgruppen an bayerischen Schulen im Rahmen des Medien- oder Kunstunterrichts produzierte Kurzfilme in zwei Kategorien ausgezeichnet: bis zur 6. Klasse und ab der 7. Klasse. Die BLM unterstützte im Berichtszeitraum den Kinder-Medien-Preis.

Runder Tisch „Film und Schule“

Der Runde Tisch „Film und Schule“ wird vom Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) ausgerichtet und trifft sich mehrmals im Jahr, um technische, pädagogische und politische Entwicklungen im Bereich der Film- und Medienbildung zu erörtern. Am 16. Juni 2015 kamen die Mitglieder zu einer Sitzung im Medienzentrum München (MZM) des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis zusammen. Nach einer Einführung von Günther Anfang, Leiter des MZM, standen die Kooperationsmöglichkeiten zwischen Schule und außerschulischen Partnern im Bereich der Medien- und Filmbildung im Fokus. Diskutiert wurden unter anderem Hürden für Kooperationen.

Ein Workshop zum unterrichtsbezogenen Einsatz von iPads bei der filmpraktischen Arbeit in Schulen stand in der Sitzung des Arbeitskreises am 25. November 2015 auf der Tagesordnung. Der Arbeitskreis traf sich im Pädagogischen Institut (PI) München. Nach einer Begrüßung durch Ilona Herrmann, Leiterin des Fachbereichs „Kulturelle Bildung“ im PI, und einer kurzen Einführung zum Einsatz von Tablet-PCs an Münchner Schulen startete der Workshop für die Teilnehmenden, bei der eine Dialogszene per Tablet und App umgesetzt wurde.

Arbeitskreis für kommunale Filmarbeit

Am 26. Februar 2016 fand unter der Leitung des Kulturreferenten Dr. Hans-Georg Küppers eine Sitzung des Arbeitskreises für kommunale Filmarbeit des Kulturreferats der Landeshauptstadt München statt. Darin stellte Jürgen Enninger, Leiter des Kompetenzteams Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München, Aufgabenbereiche und Ziele des Kompetenzteams vor. Prof. Bettina Reitz, Präsidentin der Hochschule für Fernsehen und Film München (HFF), präsentierte Pläne und Perspektiven der HFF. Daran angeknüpft diskutierten die Anwesenden über die aktuelle Situation und künftige Herausforderungen der Kinos und der Filmwirtschaft.

9 Games

Vergabeausschuss Games des FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern)

Im Jahr 2015 wurden elf Projekte im Förderbereich Games vom FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) gefördert. Am 14. April 2015 entschied der Vergabeausschuss Games des FFF Bayern, drei eingereichte Gamesprojekte zu unterstützen. Die Mitglieder sprachen sich für eine Produktionsförderung des Jump'n'Runs „Shift happens", einem Kooperationsspiel, aus. Dabei müssen zwei Spielende die beiden Hauptfiguren steuern und diese in ihrer Körpermasse so verändern, dass die gestellten Rätsel gelöst werden können. Außerdem wurde die Prototypenentwicklung des Live Games „GameDeck – Mara und der Feuerbringer" gefördert. Hier wird in einem realen Raum mit Hilfe von Computerspieltechnik und anderen Spezialeffekten eine alternative Welt erschaffen, die es den Spielenden ermöglichen soll, tief in ein Spielgeschehen einzutauchen und die interaktiv angelegte Geschichte intensiv zu erleben. Auch die Konzeptentwicklung zur Planungssimulation „Trails of Exodus", die das aktuelle Thema Flucht aufgreift, erhielt Fördergelder. Der Spielende schlüpft dabei in die Rolle eines Reisebüro-Besitzers, der Menschen bei der Flucht aus einem instabilen Land unterstützt. In diesem Spielrahmen sind moralische Entscheidungen zu treffen, insbesondere bei der Frage, welchen Personen geholfen werden soll.

In der Sitzung am 10. November 2015 wurde die Förderung von insgesamt acht Spielen entschieden. Die Entwickler des Mathematik-Lernspiels „Wecke Charly!", das bereits in der Prototypenentwicklung vom FFF Bayern gefördert wurde, erhielten die Förderung für die Produktionsphase. Über die App sollen Vorschulkinder spielerisch ein Verständnis für Mathematik entwickeln. „Daily Grind" überzeugte den Ausschuss im Bereich der Prototypenentwicklung. Mit Hilfe des Apple Health Kits – einer technischen Schnittstelle für Apple-Geräte, die Gesundheitsdaten sammelt und aufbereitet – entstand ein Spiel, das zukünftig für die Apple Watch angeboten werden soll. Der Spielende muss über eigene körperliche Betätigung in einem Rollenspielambiente gegen Alltagsprobleme kämpfen. Außerdem sprach sich der Vergabeausschuss für eine Förderung des Konzepts zur Fortsetzung des viel beachteten Computerspiels „The Last Tinker: City of Colors" aus. In diesem Actiongame erlebt Koru, ein affenähnliches Wesen, viele Abenteuer in Farbstadt. Die Fortsetzung möchte die bekannte Geschichte und die Charaktere aufgreifen und weiterentwickeln.

Unterzeichner des Abkommens: Geschäftsführer des FFF Bayern Prof. Dr. Klaus Schäfer, Aufsichtsratsvorsitzende des FFF Bayern und Staatsministerin Ilse Aigner, Computec Media GmbH-Geschäftsführer Hans Ippisch (von links nach rechts)

Die Mittel für die Projektförderung digitaler Spiele beim FFF Bayern wurden im Jahr 2015 vom Freistaat Bayern aufgestockt. Außerdem schloss der FFF Bayern ein Förderabkommen mit dem Unternehmen Computec Media GmbH über Media-Leistungen ab. Ziel ist, geförderten Games eine breite mediale Plattform zu bieten, um diese bekannter zu machen.

Der FFF Bayern, in dem der Freistaat Bayern, öffentlich-rechtliche sowie private Fernsehsender und die BLM Gesellschafter sind, hat die Aufgabe, eine quantitativ und qualitativ hochwertige Filmförderung in Bayern durchzuführen. Um eine vielfältige Kulturlandschaft zu gewährleisten, fördert der FFF Bayern seit 2009 die Entwicklung qualitativ hochwertiger, pädagogisch und kulturell wertvoller Computerspiele. Zu diesem Zweck tritt der Vergabeausschuss Games zwei Mal im Jahr zusammen und entscheidet über die konkrete Vergabe von Fördergeldern. Verena Weigand ist Mitglied im Ausschuss, Heinz Heim ist als Stellvertreter benannt.

Screenshot „Shift happens"

USK-Beirat

Im Berichtszeitraum fanden am 12. Juni 2015 und 11. Dezember 2015 Sitzungen des Beirats der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) statt. Neben den Berichten der Geschäftsführung der USK und der Obersten Landesjugendbehörden stand der Austausch zum gesetzlichen Jugendmedienschutz und Entwicklungen beim Prüfaufkommen nach Jugendschutzgesetz (JuSchG) auf der Tagesordnung. Da sich die USK seit einigen Jahren bei der Initiative IARC (International Age Rating Coalition) – einem Klassifizierungssystem, welches länderübergreifend Altershinweise für Online-Spiele und Apps generiert – engagiert, wurde im Rahmen beider Beiratssitzungen über neue Entwicklungen berichtet. Seit Anfang Januar 2015 sind beispielsweise auf allen Android basierten Geräten im deutschen Google Play Store Altershinweise bei der Beschreibung der darin angebotenen Apps dargestellt. Auch über die Gestaltung des Fragenbogens, der Grundlage der Selbstklassifizierung durch den App-Anbieter, und über die Kriterienbildung für die Einstufung der jeweiligen App diskutierte der Beirat.

Die USK ist die freiwillige Selbstkontrolleinrichtung der Computerspielewirtschaft und damit die zuständige Stelle für die Prüfung von Computerspielen auf Trägermedien in Deutschland. In dem von der USK organisierten Verfahren vergeben staatliche Vertreter Alterskennzeichen für Computerspiele. So sollen digitale Spiele nur von Kindern und Jugendlichen genutzt werden, wenn die Inhalte für ihre Altersgruppe freigegeben sind. Trägermedien, die kein Kennzeichen aufweisen, dürfen nur an Erwachsene abgegeben werden. Die USK wurde im Jahr 2011 von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) auch für den Online-Bereich anerkannt. Hier übernimmt sie beratende Tätigkeiten bei den Anbietern und prüft deren Online-Angebot bezüglich der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. BLM-Präsident Siegfried Schneider war bis Ende 2015 Mitglied des Beirats, Verena Weigand seine Stellvertreterin.

gamescom

Um die 345.000 Besucherinnen und Besucher zählte die weltgrößte Messe für Computer- und Videospiele im vergangenen Jahr. Das Motto „Next Level of Entertainment" prägte die vom 05. bis 09. August 2015 stattfindende Messe: Neben Spiele-Premieren fanden vor allem die Neuentwicklungen im Bereich Virtual Reality große Beachtung beim Publikum. Am 06. August 2015 fand das Bayerische Frühstück am „Games Bavaria"-Stand im Fachbesucherbereich statt. Staatsministerin Ilse Aigner und Branchenvertreterinnen und -vertreter tauschten sich in diesem Rahmen aus.

Der gamescom congress 2015 mit insgesamt sechs Schwerpunktthemen fand am 06. August 2015 statt und richtete sich vor allem an Fachbesucherinnen und -besucher. Der Themenblock „Spielend lernen – Medienkompetenz, Jugendschutz und Didaktik" umfasste unter anderem Fragen zu Jugendmedienschutz, Einsatzmöglichkeiten von neuen Medien im Schulunterricht, aber auch die Weiterbildung von Lehrkräften. Die internationale Initiative IARC wurde in diesem Rahmen vorgestellt. Auf dem Panel „Technische Jugendschutzsysteme – Der steinige Weg zum Erfolg" diskutierte Siegfried Schneider, Präsident der BLM, mit anderen Expertinnen und Experten zum Thema Jugendschutzprogramme und deren Zukunft.

Die gamescom ist die weltgrößte Messe für interaktive Unterhaltungselektronik. Insbesondere neue Unterhaltungssoftware und -hardware werden dort von Herstellern aus aller Welt präsentiert. Träger ist der Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU). Die Messe besteht aus einem öffentlich zugänglichen Bereich und einem Bereich für Fachbesucherinnen und -besucher, Entwicklerinnen und Entwickler, Journalistinnen und Journalisten sowie für Unternehmen. Außerdem finden im Rahmen der Messe diverse Fachkonferenzen und andere Branchenevents statt.

GamifyConference 2016

Am 23. Februar 2016 fand im Haus der Bayerischen Wirtschaft die erste GamifyConference statt. Die Veranstaltung wurde von der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. initiiert, um das Entwicklungspotenzial von Gamification-Phänomenen zu diskutieren. Auf der Veranstaltung wurden Gamification-Ansätze und Serious Games im unternehmerischen Kontext in den Mittelpunkt gestellt. Kundenbindung oder Mitarbeitermotivation beziehungsweise -weiterbildung wurden unter anderem im Rahmen neuer Anwendungsbereiche diskutiert. Die Teilnehmenden erhielten Einblicke in unterschiedliche Praxisbeispiele. Eine begleitende Ausstellung, auf der sich bayerische Unternehmen aus der Games-Branche präsentieren konnten, stellte innovative Produkte und Anwendungen vor.

10 Materialien

Die BLM stellt pädagogisch Tätigen, Eltern und anderen Interessierten aktuelle medienpädagogische Materialien für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen kostenlos zur Verfügung. Erweitert wurde das Materialangebot der BLM im Berichtszeitraum durch die Broschüren „Kinder und Werbung – Tipps für die Medienerziehung" und „Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel" sowie den Flyer zum Mediennutzungsvertrag „Medien in der Familie: Regeln finden – Streit vermeiden". Die medienpädagogischen Informationsmaterialien können auf der Webseite der BLM heruntergeladen oder kostenlos bestellt werden.

„Kinder und Werbung – Tipps für die Medienerziehung"

Werbung ist Teil unseres Alltags. Nicht nur im Fernsehen und in Zeitschriften, sondern auch über das Internet oder über Apps kommen Heranwachsende verstärkt mit Werbung in Berührung. Für Kinder ist es daher wichtiger denn je, möglichst früh Werbebotschaften und -absichten hinterfragen und deren Ziele erkennen zu können. Das Informationsmaterial „Kinder und Werbung – Tipps für die Medienerziehung" der Stiftung Medienpädagogik Bayern unterstützt Eltern bei der Stärkung der Werbekompetenz ihrer Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren. Neben Hintergrundinformationen zu unterschiedlichen Werbeformen werden alltagstaugliche Anregungen und Tipps zum praktischen Umgang mit Werbung gegeben. Die Erstellung der Publikation wurde durch Spenden ermöglicht.

„Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel"

Welche Regelungen gelten beim Zitieren im Internet? Wie kann ich mich gegen Online-Betrug wehren? Was darf ich mit digital gekaufter Musik machen? Diese und andere Fragen beantwortet die Publikation „Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel". Das Informationsmaterial trägt zu einer sicheren Internetnutzung bei und stärkt das Rechtsbewusstsein und die Medienkompetenz der Nutzerinnen und Nutzer. Seit Mitte 2009 gibt es online eine Themenreihe von klicksafe und iRights.info zu Rechtsfragen im Internet. Mit „Spielregeln im Internet 1 – Durchblicken im Rechte-Dschungel" wurden die ersten acht Texte dieser Reihe in Form einer Broschüre veröffentlicht. „Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel" enthält weitere acht Texte der Themenreihe. Herausgegeben wird „Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel" von klicksafe und iRights.info.

„Medien in der Familie: Regeln finden – Streit vermeiden"

Die Mediennutzung in der Familie zum Thema machen und Konflikte vermeiden – das ist das Ziel des Mediennutzungsvertrags der Initiative Internet-ABC in Kooperation mit klicksafe. Der Vertrag wird über die Webseite des Internet-ABC online zwischen Kindern und Eltern geschlossen und kann individuell an die Altersgruppe angepasst werden. Er soll dazu dienen, in der Familie Regeln zur Dauer der Mediennutzung und zum Umgang mit problematischen Inhalten, Cyber-Mobbing und persönlichen Daten zu vereinbaren. Durch die festen Regeln und das Eingehen von Kompromissen soll das eigene Medienverhalten reflektiert und Streit und Diskussionen zur Mediennutzung vermieden werden. Im Flyer erfahren Eltern und Interessierte mehr über das Angebot www.mediennutzungsvertrag.de. Neben wichtigen Tipps zur Erstellung eines Mediennutzungsvertrags werden weiterführende Link- und Materialtipps gegeben. Herausgegeben wird der Flyer von klicksafe und dem Internet-ABC e.V.

11 Stiftung Medienpädagogik Bayern

Als konsequente Fortführung ihrer medienpädagogischen Aktivitäten gründete die BLM im Jahr 2008 die Stiftung Medienpädagogik Bayern. Die gemeinnützige Stiftung setzt sich bayernweit für eine kompetente Mediennutzung im Sinne eines präventiven Jugendmedienschutzes ein. Ihr Ziel ist es, bei allen Altersgruppen einen selbstbestimmten und kritischen Umgang mit Medien zu entwickeln und zu fördern. Zu diesem Zweck führt die Stiftung eigene Modellprojekte und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz durch. Diese richten sich insbesondere an Kinder, Jugendliche und pädagogisch Tätige – in allen Regionen Bayerns.

Stiftung Medienpädagogik Bayern

Medienführerschein Bayern

Der „Medienführerschein Bayern" bietet kostenlose Materialien zu medienpädagogischen Themen für den Elementarbereich, für Grundschulen und weiterführende Schulen sowie für Berufliche Schulen. Für die verschiedenen Jahrgangsstufen passend aufbereitet greift er aktuelle Themen wie Soziale Netzwerke oder Computerspiele, aber auch „Klassiker" wie Fernsehwerbung und Medienkonsum auf. Zahlreiche Lehrkräfte und pädagogische Fachkräfte aus ganz Bayern nutzen den „Medienführerschein Bayern" in ihrem Unterricht beziehungsweise im Alltag ihrer Kindertageseinrichtung und stärken damit spielerisch Medienkompetenz. Die Materialien für Grundschulen und weiterführende Schulen sowie für Berufliche Schulen sind an die bayerischen Lehrpläne angepasst und wurden vom Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) geprüft. Die Materialien für den Elementarbereich orientieren sich am Bayerischen Bildungs- und Erziehungsplan (BayBeP) und wurden vom Staatsinstitut für Frühpädagogik (IFP) geprüft. 2009 rief die Bayerische Staatsregierung die Initiative „Medienführerschein Bayern" ins Leben, um die Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu stärken. Sie wird seit 2014 vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie finanziert. Der Ausbau des „Medienführerscheins Bayern" auf Berufliche Schulen wird durch die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. unterstützt. Die gemeinnützige Stiftung Medienpädagogik Bayern koordiniert die Initiative und verantwortet die inhaltliche Entwicklung.

Medienpädagogisches Referentennetzwerk Bayern

Das „Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern" unterstützt bayerische Bildungseinrichtungen bei der Planung und Durchführung medienpädagogischer Informationsveranstaltungen und stellt kostenfrei Referentinnen und Referenten für Vorträge zur Verfügung. Die Expertinnen und Experten des Referentennetzwerks vermitteln den Eltern in den circa zweistündigen Veranstaltungen unter den Schlagworten „Verständnis – Verantwortung – Kompetenz" medienpädagogisches Hintergrundwissen und geben ihnen praktische Tipps für den Erziehungsalltag. Durch die Vermittlung der Referentinnen und Referenten ermöglicht die Stiftung bayerischen Bildungseinrichtungen, medienpädagogische Themen in ihrer Elternarbeit zu verankern. Das „Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern" wird seit 2014 vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert.

Die Stiftung Medienpädagogik Bayern legt jährlich einen eigenen Bericht vor, der unter www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de abgerufen werden kann.

Anhang: Pressemitteilungen

1. **PM 43|2015** „Schulradio goes Franken“: Moderieren, produzieren und live senden – Der BLM-Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth
2. **PM 44|2015** „Schulradio goes Franken“ – 130 Schüler moderieren, produzieren und senden live vom BLM-Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth
3. **PM 52|2015** „total digital“: BLM veröffentlicht neuen Ratgeber für Mediennutzer
4. **PM 66|2015** Hilpoltsteiner Schüler siegen beim bundesweiten tat:funk-Radio-Wettbewerb der Stiftung Zuhören
5. **PM 68|2015** „Mediennutzungsvertrag“ mit „Pädi 2015“ ausgezeichnet – Medienpreis für Online-Tool von klicksafe und dem Internet-ABC
6. **PM 70|2015** Like it – share it – buy it: Nicht nur Wissen vermitteln, sondern auch danach handeln – Fachtagung des Forums Medienpädagogik zu neuen Werbeformen im Alltag Jugendlicher
7. **PM 74|2015** Medien- und Konsumhandeln sind untrennbar verbunden – 11. Interdisziplinäre Fachtagung zum Thema „Medien – Konsum – Kultur“ in der BLM
8. **PM 03|2016** Bewusstsein für Selbstdatenschutz stärken – Bayernweit elf Elternabende zum Europäischen Datenschutztag veranstaltet

PM 43|2015| 14.07.2015

„Schulradio goes Franken“: Moderieren, produzieren und live senden – Der BLM-Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth

150 Schüler aus Nordbayern erwartet am 17. Juli 2015 ein vielseitiges Programm rund um das Thema Schulradio – mit Workshops von professionellen Radiomachern und Medienpädagogen, die Tipps und Tricks aus der Praxis verraten.

„Wie führe ich ein Interview?“, „Wie nehme ich mit dem Smartphone auf?“, „Wie produziere ich Geräusche für ein lebendiges Hörspiel?“ oder „Wie kann ich mit Soundeffekten mitreißende Radio-Jingles produzieren?“. In den Workshops lernen die Schüler von den Radio-Basics bis zur Jingle-Produktion verschiedene Aspekte des Radiomachens kennen.

Am Nachmittag geht’s dann Live auf Sendung: Auf der Schulradioplattform der BLM www.schulradio-bayern.de werden die Schüler live moderieren, ihre Beiträge präsentieren und jeder kann mithören.

„Hören & Herzen!“ – Der interaktive BLM-Schulradiopreis 2015

Ein weiterer Höhepunkt ist die Bekanntgabe des „Schulradiopreises 2015“. Dabei werden die besten Radiobeiträge der bayerischen Schulradioredaktionen ausgezeichnet. Zu gewinnen gibt es Technikgutscheine. Neu in diesem Jahr: Die Schüler bestimmen online per Mausklick die besten Beiträge. Dabei können alle auf www.schulradio-bayern.de vertretenen Schulradiogruppen teilnehmen.

Die Beiträge, die auf der Schulradioplattform am häufigsten angehört und mit einem Klick auf das Herzsymbol „geherzt“ werden, gewinnen. Die Promotion für die eigenen Schulradio-Beiträge können die Schüler ebenfalls gleich online machen, indem sie ihre Beiträge in sozialen Netzwerken teilen und bewerben.

Die Kooperationspartner des Schulradiotags 2015 sind der Aus-und Fortbildungskanal afk max aus Nürnberg, der Bezirksjugendring Oberfranken, das Fürther Jugendmedienzentrum Connect, der Kreisjugendring Nürnberger Land, das Medienzentrum Parabol aus Nürnberg, Q3. Quartier für Medien. Bildung.Abenteuer und das Rundfunkmuseum Fürth.

Schulradio Bayern ist ein Radioprojekt der BLM und bietet seit 2002 auf der interaktiven Plattform www.schulradio-bayern.de Schulradios aus ganz Bayern die Möglichkeit, ihre Beiträge zu veröffentlichen und zu vernetzen.

Weitere Informationen zum Schulradiotag und zum Schulradio-Wettbewerb „Hören & Herzen“ unter www.schulradio-bayern.de oder www.blm.de.

PM 44|2015| 21.07.2015

„Schulradio goes Franken" – 130 Schüler moderieren, produzieren und senden live vom BLM-Schulradiotag im Rundfunkmuseum Fürth

Im Rundfunkmuseum konnten am 17. Juli 2015 Schülerinnen und Schüler aus nahezu allen Altersstufen Radiopraxis sammeln. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat Lehrer und Schüler zu gemeinsamen Workshops auf den Schulradiotag nach Fürth eingeladen.

Die Schülerinnen und Schüler aus Fürth, Nürnberg und dem Umland konnten in kleinen Gruppen einen ganzen Tag lang aktiv Radio machen: Sei es in der Hörspiel-Gruppe, als Interviewer oder als Reporter bzw. Moderator in der Live-Radio AG. Besonders beliebt waren in diesem Jahr Angebote wie „Soundproduktion" oder „Klangexperimente". Die jungen Radioteams bekamen dabei fachmännische Unterstützung durch Medienpädagogen und Radioprofis, die den Schülern Moderationstechniken, aufnehmen mit dem Smartphone oder auch das Produzieren von gebauten Beiträgen beigebracht haben. Da die meisten Schüler schon während des Schuljahres in Schulradio-AGs aktiv sind, konnten viele bereits ganz selbständig mit Mikro und Aufnahmegerät umgehen.

Der Höhepunkt des Tages war die gemeinsame Live-Sendung, die bei www.schulradio-bayern.de und Radio afk max, dem Aus- und Fortbildungskanal in Nürnberg, ausgestrahlt wurde. Für die Sendung unter dem Titel „Mission Radio Five" wurden die Beiträge, Interviews und Umfragen tagesaktuell geplant und produziert. Dazu wurden auch Redaktionskonferenzen und Themensitzungen abgehalten – wie bei einem richtigen Radiosender.

Das Rundfunkmuseum in Fürth, in dem fast 100 Jahre Radiogeschichte erlebbar werden, hat sich als idealer Ort für die aktive Radioarbeit erwiesen. Umrahmt von alten Radiogeräten und kuriosen Sammlerstücken konnten die Schüler in die „alten Medien" eintauchen – ein reizvoller Kontrast zu den Smartphones, mit denen die jungen Radiomacher ihre Beiträge aufgenommen haben.

Gewinner des Schulradiopreises 2015 stehen fest

In der Livesendung wurden auch die drei Gewinner des diesjährigen BLM- Schulradiopreises verkündet, bei dem Schulradiogruppen aus Bayern unter dem Motto „Hören & Herzen" mitmachen konnten. Schulradio-Gruppen, die bei www.schulradio-bayern.de einen Radiokanal haben, konnten ihre besten Beiträge aus dem aktuellen Schuljahr hochladen. Gewonnen haben die Beiträge, die am meisten gehört und „geherzt" (= liken) wurden.

Der Hauptpreis mit 300 Euro geht an die Gruppe „Radio Ostem" der Staatlichen Realschule Großostheim, die mit einer Sendung über Fasching, Blues und vor allem mit einem selbst gesungenen Bluessong überzeugte und sehr viele Herzen sammeln konnte: https://www.schulradio-bayern.de/radiobeitrag/schulradiopreis-2015%5bfasching-blues%5d.html

Die beiden zweiten Plätze mit je 150 Euro teilen sich das Gymnasium Wendelstein und das Adam-Kraft-Gymnasium in Schwabach, dessen Radio-AG „KRAFTvoll" mit einem Beitrag über den Freizeitspaß Parcours, der jetzt auch als Vereinssport angeboten wird, ebenfalls viele Klicks verbuchen konnte: https://www.schulradio-bayern.de/radiobeitrag/schulradiopreis-2015-parcours-auf-und-ab-in-der-stadt.html

Die „Wendelsteiner Welle" des Gymnasiums Wendelstein punktete mit einer Reportage über die „Schulimkerei", bei der sie den jungen Imkern über die Schulter geschaut haben: https://www.schulradio-bayern.de/radiobeitrag/schulradiopreis-2015-schulimkerei.html

Der BLM-Schulradiotag hat bereits zum sechsten Mal stattgefunden, dabei zum dritten Mal im Rundfunkmuseum Fürth. Unterstützt wurde die BLM dabei von den Kooperationspartnern afk max, Bezirksjugendring Oberfranken, Jugendmedienzentrum Connect, Kreisjugendring Nürnberger Land, Medienzentrum Parabol, Q3. Quartier für Medien. Bildung.Abenteuer und Rundfunkmuseum Fürth.

Schulradio Bayern ist ein Projekt der BLM und bietet seit 2002 auf der interaktiven Plattform www.schulradio-bayern.de Schulradios aus ganz Bayern die Möglichkeit, ihre Beiträge zu veröffentlichen und zu vernetzen.

Weitere Informationen zum Schulradiotag und zum Schulradio-Wettbewerb „Hören & Herzen": www.schulradio-bayern.de oder www.blm.de

PM 52|2015| 29.09.2015

„total digital“: BLM veröffentlicht neuen Ratgeber für Mediennutzer

Wie kann ich meinen Fernseher mit dem Internet verbinden? Worauf muss ich beim Kauf eines neuen Radiogerätes achten? Wie schütze ich online meine Daten? Was sind die Chancen und Risiken bei „Mobile Payment“? Fragen wie diese gehen in unserer digitalen Lebenswelt vielen durch den Kopf. Doch oft bleibt im Alltag zu wenig Zeit, sich damit auseinander zu setzen. total digital, eine Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Bayern, hilft hier weiter. Auf unserer Homepage www.blm.de erklären wir mehr als 70 wichtige Begriffe zu Radio, Fernsehen, Internet und Mobilfunk – verständlich, kurz und nutzernah, zum Nachlesen oder Downloaden.

Dabei geht es um Technik und Programminhalte von Radio und Fernsehen, um die Möglichkeiten und die Gefahren bei der Nutzung des Internets und die wichtigsten Begriffe rund um das Smartphone, dem mittlerweile wichtigsten Treiber des digitalen Wandels. So möchten wir gerade die Medienkompetenz all jener stärken, die nicht mit Tablet, Mediatheken und Onlineshopping groß geworden sind. Ziel ist es, ihnen ein mehr an Wissen und einen verantwortlichen, reflektierten und selbstbestimmten Umgang mit den Medien zu vermitteln. Ein fundiertes Wissen über die aktuelle Medienentwicklung ist mit entscheidend dafür, ob wir die Chancen, die uns die modernen Medien bieten optimal nutzen und die Risiken minimieren können. Denn wer mehr weiß, profitiert mehr.

PM 66|2015| 22.10.2015

Hilpoltsteiner Schüler siegen beim bundesweiten tat:funk-Radio-Wettbewerb der Stiftung Zuhören

Am 22. Oktober 2015 wurden die Gewinner des bundesweiten tat:funk-Wettbewerbs 2014/15 im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN auf dem Areal des Mediencampus gekürt. Eine Überraschung für die Schüler und Lehrer: Gleich vier Radiosendungen wurden ausgezeichnet.

Im Schuljahr 2014/15 nahmen 28 Schulen aus fünf Bundesländern am Wettbewerb teil. Ein Jahr lang haben die Jugendlichen im Rahmen eines Oberstufenkurses (in Bayern P-Seminar) wie echte Redakteure eine eigene Radiosendung konzipiert, organisiert und produziert. Unterstützung erhielten sie dabei von professionellen Radiomachern, die den Schülern die Grundlagen des Radiohandwerks vermittelten.

Die eingereichten Radiosendungen wurden von einer 16-köpfigen Jury mit Medienprofis aus den fünf teilnehmenden Bundesländern begutachtet. Nun stehen die vier besten Sendungen des vergangenen Schuljahres fest.

Die tat:funk-Gewinner des Schuljahres 2014/2015 im Überblick

1. Preis
Gymnasium Hilpoltstein: „Reichtum“

2. Preis
a) A.B. von Stettensches Institut Augsburg: „Werbung – BILD Dir Deine Meinung!“
b) Gymnasium Kirchheim bei München: „Mit 14 schwanger – Stehe ich jetzt am Pranger? – Eine Sendung zum Thema Teenie-Schwangerschaft“

3. Preis
Albert-Einstein-Gymnasium München: „Rom Tag und Nacht – 13,5 Stunden im alten Rom“

Eine lobende Erwähnung erhielt außerdem das Projekt des Gymnasiums Ottobrunn. Die Schüler haben einen interaktiven Reiseführer „An Audiobook on being Irish" programmiert und damit erstmals ein crossmediales Projekt produziert.

tat:funk fand bereits zum dritten Mal unter der Trägerschaft der Stiftung Zuhören statt. Die deutschlandweit agierende Stiftung übernahm das Projekt 2012 von der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW-AG, die tat:funk 2002 initiiert hat.

Das Projekt tat:funk

Bei tat:funk erhalten die Schüler den Auftrag, eine Radiosendung zu einem selbstgewählten Thema zu produzieren. Neben den Grundlagen des Radiojournalismus lernen die Jugendlichen, ein Projekt selbst zu planen, eigene Ideen umzusetzen und die Ergebnisse der Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Lehrkräfte der tat:funk-Gruppen bekommen in einer speziellen Fortbildung die Grundlagen des Radiojournalismus und Projektmanagements vermittelt.

„Uns ist es wichtig, den Schülerinnen und Schülern im Rahmen von tat:funk wichtige Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen zu vermitteln. Dazu gehören etwa die Fähigkeiten, gut hin- und zuzuhören, Medien verantwortungsvoll bedienen zu können sowie Teamfähigkeit, Einsatz- und Verantwortungsbereitschaft zu zeigen", sagt Birgit Echtler, Geschäftsführerin der Stiftung Zuhören.

tat:funk wird in mehreren Bundesländern angeboten. Die Organisation des Projekts erfolgt dezentral durch Projektpartner in den teilnehmenden Ländern. Projektpartner 2015 sind die Bayerische Landeszentrale für neue Medien, der Bayerische Rundfunk, das Bayerische Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst, die Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG, die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, der Hessische Rundfunk, das Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg, die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, die Senatorin für Bildung, Wissenschaft und Gesundheit Bremen, der Mitteldeutsche Rundfunk und die Firma Sennheiser.

Im Schuljahr 2016/17 werden zehn neue Schulen in die Förderung von tat:funk aufgenommen. Interessierte Lehrkräfte können sich noch bis zum 15. April 2016 unter www.tatfunk.de informieren und anmelden.

Die Stiftung Zuhören wurde 2002 auf Initiative des Bayerischen Rundfunks (BR), der BLM, der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), des Hessischen Rundfunks (HR), der Firma Sennheiser electronic GmbH & Co. KG sowie der Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest (MKFS) gegründet. 2004 traten der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) und die Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt), 2012 der Norddeutsche Rundfunk und 2014 der Saarländische Rundfunk als Zustifter bei.

PM 68|2015| 04.11.2015

„Mediennutzungsvertrag" mit „Pädi 2015" ausgezeichnet – Medienpreis für Online-Tool von klicksafe und dem Internet-ABC

Der Mediennutzungsvertrag von klicksafe und dem Internet-ABC hat gestern den „Pädi 2015" in der Kategorie „Sonderpreis für Familienangebote" verliehen bekommen. Die medienpädagogische Facheinrichtung „SIN – Studio im Netz" prämiert mit dem Preis jährlich pädagogisch wertvolle Medienangebote für Kinder und Jugendliche. Mit dem Mediennutzungsvertrag können Eltern und Kinder individuell festlegen, welche Medien und Inhalte wie und wie lange von den Kindern genutzt werden dürfen. Das Online-Tool ist unter www.mediennutzungsvertrag.de abrufbar. Prominent unterstützt wird es von Ralph Caspers, bekannt aus der „Sendung mit der Maus" und „Wissen macht AH!".

Wie lange dürfen Kinder fernsehen, Computer spielen oder im Internet surfen? Welche Internetseiten oder Computerspiele sind erlaubt? Fragen, die zwischen Eltern und ihren Kindern immer wieder zu Konflikten führen. Um sich hier verbindlich zu einigen, haben die Medienkompetenzinitiativen klicksafe und Internet-ABC ein Online-Tool zur Erstellung eines Mediennutzungsvertrags entwickelt. Durch die Auszeichnung mit dem pädagogischen

Interaktiv-Preis „Pädi 2015" würdigt „SIN – Studio im Netz" das Tool nun mit dem Prädikat „pädagogisch wertvoll". In der Jurybegründung heißt es: „Die Seite Medienutzungsvertrag.de schafft Abhilfe, indem sie Verhandlungs-Anregungen sowohl für Kinder als auch für Eltern gibt. Die Bausteine für eine geregelte Mediennutzung können nach eigenen Vorlieben kombiniert und ergänzt werden. Ein sinnvoller, hilfreicher Service, der zudem gut gestaltet und einfach zu bedienen ist." Familien können die Regeln des Mediennutzungsvertrags individuell anpassen. Sie stehen für die Altersgruppen bis zwölf und über zwölf Jahren bereit. Zudem gibt es Elternregeln sowie die Möglichkeit, eigene Regeln zu erstellen.

Jutta Baumann, Leiterin des Referats Medienpädagogik/Nutzerkompetenz der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und Vorstandsmitglied im Verein Internet-ABC, sowie Martin Müsgens, Referent der EU-Initiative klicksafe bei der Landesanstalt für Medien NRW, nahmen den Preis heute in München entgegen. „Wie lange Kinder fernsehen oder Computer spielen dürfen, führt in vielen Familien immer wieder zu Auseinandersetzungen", so Jutta Baumann. „Das kann mit dem Mediennutzungsvertrag vermieden werden." Martin Müsgens betont: „Der ‚Pädi-Sonderpreis für Familienangebote' ist eine besondere Auszeichnung für uns, weil er unser Anliegen bestätigt, mit dem Mediennutzungsvertrag die Medienerziehung in Familien zu erleichtern."

Über den „Pädi":
Mit dem pädagogisch fundierten Interaktiv-Preis „Pädi" werden seit 1998 digitale Produkte (Apps, Games und Websites) für Kinder und Jugendliche prämiert. Es werden Angebote gewürdigt, die in einem fundierten Auswahlverfahren das Prädikat „pädagogisch wertvoll" erhalten haben – von Kindern, Jugendlichen, Eltern, pädagogisch Tätigen und Experten. Der Pädi wird vom SIN – Studio im Netz vergeben und jährlich im Herbst in München verliehen. Weitere Informationen: www.pädi.de.

Der Mediennutzungsvertrag von klicksafe und dem Internet-ABC wurde in Zusammenarbeit mit der Agentur KIDS interactive GmbH erarbeitet. Er ist unter www.mediennutzungsvertrag.de oder auf den Internetseiten von klicksafe und dem Internet-ABC (Elternseite) abrufbar.

Druckfähiges Bildmaterial stellen wir Ihnen auf Anfrage gerne zur Verfügung.

klicksafe (www.klicksafe.de) ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet. klicksafe wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz (Koordination) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt. klicksafe ist Teil des Verbundes der deutschen Partner im CEF Telecom Programm der Europäischen Union, Safer Internet DE (www.saferinternet.de). Diesem gehören neben klicksafe die Internet-Hotlines internet-beschwerdestelle.de (durchgeführt von eco und FSM) und jugendschutz.net sowie die Nummer gegen Kummer (Helpline) an.

Das **Internet-ABC** (www.internet-abc.de) ist ein spielerischer Ratgeber für den Einstieg ins Internet. Als Kompass zur Orientierung bietet es praxisnahe und leicht verständliche Informationen über den sicheren Umgang mit dem World Wide Web. Die Plattform richtet sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren und auf eigenen Seiten an Eltern und Pädagogen. Die Website ist nicht kommerziell, sicher und werbefrei. Das Projekt wird von dem gemeinnützigen Verein Internet-ABC e. V. getragen, dem die 14 deutschen Landesmedienanstalten angehören. Fördermitglieder sind die Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz, der Deutsche Kinderschutzbund e.V., die Evangelische Kirche in Deutschland, die Initiative D21 e.V., die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern, die Stiftung Digitale Chancen und die Stiftung Datenschutz. Die Website steht seit 2005 unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO-Kommission e.V. Die Projektdurchführung obliegt dem Verein Internet-ABC und dem Grimme-Institut, Marl.

PM 70|2015| 13.11.2015

Like it – share it – buy it: Nicht nur Wissen vermitteln, sondern auch danach handeln – Fachtagung des Forums Medienpädagogik zu neuen Werbeformen im Alltag Jugendlicher

In den Zeiten von ,,Meister Propper'' war die Werbewelt noch leichter zu durchschauen. Durch Online-Werbeformen wie In-App-Werbung, virales Marketing oder Native Advertising ist sie komplexer geworden. Wie funktioniert und wirkt diese Art von Werbung? Und wie lässt sich ein reflektierter Umgang mit den neuen Werbeformen erreichen? Mit diesen Fragen beschäftigte sich gestern die 21. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM zum Thema ,,Like it – share it – buy it: Neue Werbeformen im Alltag Jugendlicher''.

Sie sind mehrere Stunden täglich online und meist mobil auf Facebook, Instagram und bei Whatsapp unterwegs. Die Jugendlichen bewegen sich online und im Social Web aber nie nur als Mediennutzer, sondern auch als kaufkräftige Verbraucher. Vor diesem Hintergrund müsste es uns allen die Anstrengung wert sein, den Werbekonsum Jugendlicher im Blick zu haben, betonte BLM-Medienratsvorsitzender Dr. Erich Jooß in seiner Begrüßung: ,,Gerade, weil Jugendliche im Social Web durchaus verletzliche Verbraucherinnen und Verbraucher sind.''

Mit welchen neuen Strategien – angepasst an Mediennutzungstrends – diese jungen Verbraucher erreicht werden, erläuterte Dr. Johannes Knoll von der Universität Wien. Dazu gehören das Geo-Targeting über mobile Endgeräte, die Verlängerung von TV-Werbung auf den Second Screen; virales Marketing wie das Edeka-,,Supergeil''-Video; das Liken, Teilen und Kommentieren von Online-Werbung in sozialen Netzwerken (soziale Werbung); Onlinespiele wie die ,,Moorhuhnjagd'' zu Werbezwecken (Advergames); Datensammeln für zielgerichtete digitale Werbung im Rahmen automatisierter Verfahren (Targeting); Product Placement sowie Native Advertising (Werbung, die redaktionelle Inhalte im Umfeld imitiert) und Branded Content wie das Red Bull-Magazin.

Vorbei also die Zeiten, in denen die gut erkennbare Bannerwerbung schnell weggeklickt wurde, Bahn frei für die weniger gut erkennbare komplexe Online-Werbung wie virales Marketing, in dem werbliche Aussagen mit Information vermischt und emotional, unterhaltend präsentiert werden. Dieses ,,Digital Influencement'' ist in seiner Wirkungsweise besonders problematisch, denn es setzt auf affektbasiertes Lernen durch unterbewusste, assoziative Verknüpfungen, wie Dr. Uli Gleich von der Universität Koblenz-Landau zeigte.

Welche Anstrengungen die Werbetreibenden unternehmen, um die Jugendlichen als Käufer, Beeinflusser und Kunden der Zukunft zu erreichen, verdeutlichte Carola Laun, Geschäftsführerin Kinder- und Jugendmarketing Kontor, an Beispielen für gelungene Markenbindung. Gute Stories auf eigenständigen Portalen (Red Bull, Vodafone) und die richtigen Werbekanäle (Kampagnen mit Youtube-Stars) zeigen ihre Wirkung. Ob sie aber in mehr Verkäufe münden, ist unklar. ,,Jugendliche lassen sich nicht alles andrehen'', so das Fazit von Laun.

Rechtlich sind die neuen Werbeformen nur schwer angreifbar, da weder das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot noch das Verschleierungs- und Irreführungsverbot zweifelsfrei angewendet werden könnten. Es fehle an einheitlicher Spruchpraxis, kritisierte Stephan Dreyer vom Hans-Bredow-Institut. Er betonte aber auch: ,,Werberecht ist kein internetfreier Raum.'' Aus Verbraucherschutz-Perspektive könne schon einiges unternommen werden, bestätigte Tatjana Halm von der Verbraucherzentrale Bayern, gerade, was das Datensammeln im Rahmen von Targeting oder Kostenfallen über In-App-Käufe betreffe.

Wie aber lässt sich die Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen, damit die Werbefallen und Überzeugungsmechanismen erkannt werden? Dazu hat das JFF mit Unterstützung des Bayerischen Verbraucherschutzministeriums Materialien entwickelt (www.verbraucherbildung.socialweb.bayern.de). Einige dort beschriebene Methoden zur Entwicklung von Haltung und Handlungsfähigkeit stellte Niels Brüggen vom JFF vor.

Die Vermittlung von Wissen und Bewusstsein über neue Formen, Mechanismen und Wirkung von Werbung, ist ein erster Schritt in Richtung mehr Medienkompetenz, reicht aber angesichts der „durchökonomisierten Welt" nicht aus. Darüber waren sich die Diskutanten in der Abschlussrunde weitgehend einig. Die Jugendlichen entwickelten „eine Art Stockholm-Syndrom zu den Marken, die sie als Geiseln nehmen", sagte Medienethiker Prof. Dr. Alexander Filipović. Und der Medienwissenschaftler Prof. Dr. Guido Zurstiege ergänzte, dass medienpädagogische Maßnahmen allein nicht zur einzigen Instanz der „gesellschaftlichen Selbstaufklärung" gemacht werden könnten. Auch die Eltern spielten in ihrem Konsumverhalten eine wichtige Rolle, bestätigte Dr. Roland Baumann vom Medienpädagogischen Referentennetzwerk Bayern der Stiftung Medienpädagogik Bayern. Auch Schulen und Initiativen können maßgeblich dazu beitragen, damit aus Jugendlichen kritische Konsumenten werden, verdeutlichte Green City-Referentin Katharina Lindemann am Beispiel ihrer Arbeit mit Jugendlichen zur Umweltbildung.

Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz in der BLM, wies darauf hin, dass es nicht damit getan sei, Wissen und Bewusstsein zu vermitteln: „Wir müssen danach auch handeln." Angesichts der immer komplexer werdenden Online-Werbung sieht sie die derzeitige Tendenz zur Werbe-Deregulierung mit Blick auf Kinder und Jugendliche kritisch. Die Entwicklung birgt Risiken, denen mit der Vermittlung von Werbekompetenz zumindest in einem ersten Schritt begegnet werden kann. Dazu trägt übrigens auch der Medienführerschein Bayern bei, dessen fünfjähriges Bestehen im Anschluss an die Fachtagung gefeiert wurde.

Vorträge und Fotos aus der Veranstaltung finden Sie unter www.medienpuls-bayern.de

PM 74|2015| 07.12.2015

Medien- und Konsumhandeln sind untrennbar verbunden – 11. Interdisziplinäre Fachtagung zum Thema „Medien – Konsum – Kultur" in der BLM

Größtmögliche Selbstbestimmung im Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen, maximale Transparenz von Werbe- und Konsumprozessen sowie umfassende politische Bildung zur Erlangung von Autonomie gegenüber den Interessen Dritter – diese Forderungen gingen von der 11. Interdisziplinären Fachtagung des JFF – Institut für Medienpädagogik an Politik und Unternehmen. Die Veranstaltung fand am 4. Dezember in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) statt.

Inwieweit sind Kinder und Jugendliche in der Lage, im Medienhandeln Verknüpfungen zwischen kulturellen und wirtschaftlichen Interessen zu erkennen? Nehmen sie Problemlagen wahr, die von einer expandierenden Kultur des Konsums ausgehen? Wo liegen Potenziale für ein widerständiges Handeln und eigenständige Kinder- und Jugendkulturen? – Fragen wie diese standen im Mittelpunkt der Vorträge und der Podiumsdiskussion.

BLM-Präsident Siegfried Schneider betonte in seinem Grußwort die Bedeutung des Themas, da Kinder und Jugendliche eine sehr attraktive und auch kaufkräftige Zielgruppe für kommerzielle Anbieter darstellten: „Es erfährt seit einiger Zeit durch Smartphone, Tablet und PC eine völlig neue Bedeutung und bringt dadurch neue Herausforderungen für die Medienpädagogik mit sich."

Prof. Dr. Bernd Schorb, Vorsitzender des JFF, verwies in seinem einführenden Referat darauf, dass spätestens mit dem Zeitalter des „Internets der Dinge" eine Auflösung der Grenzen zwischen kulturellem Handeln in und durch Medien sowie einer umfassenden Konsumkultur vollzogen worden sei. Konsumentinnen und Konsumenten – also auch Kinder und Jugendliche – befeuerten diesen Kreislauf letztlich selbst, indem sie Bedürfnisse und Vorlieben bedenkenlos preisgeben würden. Durch

die Sammlung von personenbezogenen Daten und deren aggregierte Auswertung werde es der Industrie ermöglicht, weiterreichende Bedürfnisse zu stimulieren. Ein solcher Kreislauf werde schließlich zum Marktplatz für Identitäten, der durch das Medienhandeln der Teilnehmenden sich selbst am Leben erhalte.

Prof. Dr. Jörn Lamla von der Universität Kassel betonte in seinem Vortrag zum Leben im „kulturellen Kapitalismus" den Zusammenhang zwischen Kultur und Konsum. Demnach werde insbesondere Online-Kommunikation als Lebensform postuliert. Verbraucherinnen und Verbraucher würden dazu gebracht, viele ihrer Lebensäußerungen und kulturellen Handlungen im Internet zu hinterlassen. Gleichzeitig würden sie durch automatisierte Algorithmen in ihren Entscheidungen bestätigt oder zum weiteren Veröffentlichen von Daten ermutigt. Am Ende entstünde so ein selbstreferentielles System, das kaum Raum für eigene Entscheidungen lasse.

Dass Produkte selbst Kommunikation bedeuten, erläuterte Prof. Dr. Wolfgang Ullrich. Inzwischen sei ein Zustand erreicht, in dem Produkte die Menschen nicht nur beeindrucken können, sondern auch bestimmte Handlungsmuster oder emotionale Zustände forcieren. Konsumprodukte wirkten deshalb heute so, wie Massenmedien dies bereits länger tun: Sie geben Orientierung, vermitteln Werte, die erstrebenswert sind und zu Handlungs- oder Einstellungsänderungen führen. An dieser Stelle sei deshalb die Medienpädagogik gefragt, die die Wirkmechanismen von Marken und Produkten transparent machen müsse.

An diese Schlussfolgerung knüpfte Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies von der Universität Paderborn an. Wenn Kinder und Jugendliche zunehmend in der Rolle von Verbraucherinnen und Verbrauchern die Konsumplätze im Internet nutzen würden, müsse auch dort eine Verbraucherbildung stattfinden. Das Ziel dieser Bildung sollte sein, reflektiertes Konsumhandeln zu ermöglichen – auch für Erwachsene. Dabei sei zu beachten, dass es zwar auch um die individuelle Stärkung von Kindern und Jugendlichen auf ihrem Weg durch die Konsumwelt gehe – wichtiger sei jedoch, das Thema Verbraucherbildung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zu sehen und die Verantwortung nicht den Individuen alleine zu übertragen.

In der abschließenden Podiumsdiskussion unterstrichen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, dass es kontraproduktiv sei, angesichts von lückenloser Datenspeicherung, Überwachung oder Manipulation zu resignieren und diese gesellschaftlichen Entwicklungen kritiklos hinzunehmen. Es bleibe die erste Aufgabe aller pädagogisch Tätigen – insbesondere der Medienpädagogik – Transparenz im Dreiecksverhältnis zwischen Medien, Konsum und Kultur herzustellen. Kinder, Jugendliche, Eltern und Lehrkräfte müssten sich jederzeit darüber im Klaren sein, welche Wirkungen sie mit ihrem Medien- und Konsumhandeln auslösen. Die Flut erfasster Daten und deren Verknüpfung für wirtschaftliche oder politische Interessen seien schon sehr weit fortgeschritten und nicht mehr rückholbar. Es falle auch der Pädagogik schwer, in diesem Prozess mitzuhalten. Das gemeinsame Fazit: Kulturelles Handeln in und mit Medien benötige einen Handlungsrahmen mit klaren Regeln, vor allem wenn damit wirtschaftliche Interessen einhergehen. Spätestens an dieser Stelle werde deutlich, dass dieser Rahmen durch politische Bildung gezogen werden muss.

Die 11. Interdisziplinäre Tagung wurde vom Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend gefördert und ist eine Veranstaltung des JFF – Institut für Medienpädagogik und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Mehr Informationen unter www.id-tagung.de oder www.medienpuls-bayern.de.

PM 03|2016| 29.01.2016

Bewusstsein für Selbstdatenschutz stärken – Bayernweit elf Elternabende zum Europäischen Datenschutztag veranstaltet

„Wie kann ich meine Daten und vor allem die Daten meiner Kinder im Netz selbst besser schützen?" Antworten auf diese Frage gab es anlässlich des 10. Europäischen Datenschutztages zwischen dem 26. und 28. Januar auf elf Elternabenden in bayerischen Kindertagesstätten und Schulen. Mit diesem Angebot wollen die BLM und die Stiftung Medienpädagogik Bayern dazu beitragen, das Bewusstsein von Eltern und damit auch der Kinder und Jugendlichen für den Selbstdatenschutz zu stärken.

„Soziale Netzwerke gehören heute zur alltäglichen Lebenswelt von Jugendlichen. Jedes Mal, wenn sie genutzt werden, entstehen bleibende Datenspuren. Deshalb ist es wichtig, dass Eltern ihre Kinder für die Risiken sensibilisieren und sie zum Selbstdatenschutz anleiten", begründet BLM-Präsident Siegfried Schneider die bayernweite Aktion zum Datenschutztag. Das Angebot nutzten Kindergärten, Grund- und Mittelschulen sowie Gymnasien u.a in Eckersdorf, Grabenstätt, Hof, Marquartstein, München, Würzburg und Zwiesel.

Zum Auftakt des gestrigen Abends am Münchner Albert Einstein-Gymnasium informierte Dr. Kristina Hopf, Referentin für Jugend- und Nutzerschutz in der BLM, über die Bedeutung des Selbstdatenschutzes: „Facebook, Instagram, YouTube und WhatsApp dienen Jugendlichen heute zur Kommunikation und Identitätsfindung. Sie machen Spaß, bergen aber auch Gefahren in Bezug auf den Schutz der eigenen Daten. Damit den Jugendlichen der Spaß nicht verdorben wird, ist die Aufklärung – auch der Eltern – über einen verantwortungsvollen Umgang mit den eigenen Daten und den Daten Dritter so wichtig."

Die Eltern übernehmen einen wesentlichen Teil der Medienerziehung. Sie hätten zwar oft ein „großes Bewusstsein" für den Selbstdatenschutz in Sozialen Netzwerken, machten sich aber auch Gedanken und Sorgen darüber, wie sie diese Thematik ihren Kindern vermitteln können, so die Erfahrung von Maja Savasman. Die Referentin des Medienpädagogischen Referentennetzwerkes Bayern der Stiftung Medienpädagogik Bayern, die den Vortrag auf dem Elternabend im Albert Einstein-Gymnasium hielt, hat beobachtet: „Oft wollen Eltern ganz konkret wissen, welche Informationen oder Daten ab welchem Alter veröffentlicht werden sollten. Bei vielen Eltern herrscht eine große Unsicherheit darüber, was mit den Daten tatsächlich passiert und wie sie die Kontrolle darüber behalten können." Nicht zuletzt aufgrund der Initiativen, Aktionen und Projekte von Medienanstalten habe sich aber, sagt Savasman, im Hinblick auf ein verändertes Medienbewusstsein schon viel in der Gesellschaft getan.

Informationen zum Medienpädagogischen Referentennetzwerk Bayern, das bayernweit kostenlos Referenten für Elternabende an Kindertagesstätten und Schulen zur Verfügung stellt, finden Sie unter http://www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de.

Bilder zur Veranstaltung sind unter www.medienpuls-bayern.de eingestellt.

Bildnachweise

Bildrechte

S. 5 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Bildnachweise

S. 13 (beide) Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 14 (beide) Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 15 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 16 JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
S. 17 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 18 Uwe Völkner/Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
S. 26 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 27 (beide) Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 28 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
S. 29 Julia Witte
S. 30 (oben) FOX/Völkner
S. 30 (unten) SIN – Studio im Netz e.V.
S. 32 Medienzentrum Parabol e.V.
S. 35 Fabian Norden
S. 37 Maren Strehlau Photography
S. 38 Jens Becker/Grimme-Institut
S. 39 ELTERNTALK
S. 45 (oben) Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie
S. 45 (unten) Klonk UG
S. 47 (Mitte, unten) klicksafe

Impressum

Herausgeber
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien (BLM)
Rechtsfähige Anstalt des
öffentlichen Rechts
Heinrich-Lübke-Straße 27
81737 München

Tel. +49 (0)89 63808-0
Fax +49 (0)89 63808-140

info@blm.de
www.blm.de

Visuelles Konzept, Layout
Mellon Design GmbH,
Augsburg

Alle Rechte vorbehalten:
Nachdruck nur mit Genehmigung
des Herausgebers

April 2016

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) • Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts
Heinrich-Lübke-Straße 27 • 81737 München • Tel. +49 (0)89 63808-0 • Fax +49 (0)89 63808-140
info@blm.de • www.blm.de