

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

**Familienkultur smart und digital
Ergebnisse, Konzepte und Strategien
der Medienpädagogik**

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 15
Familienkultur smart und digital
Ergebnisse, Konzepte und Strategien der Medienpädagogik
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titellustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2020

Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-578-9
eISBN 978-3-86736-601-4

Friederike von Gross/Renate Röllecke	
Familienkultur smart und digital	9
Ergebnisse, Konzepte und Strategien der Medienpädagogik	

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Claudia Lampert/Kira Thiel/Uwe Hasebrink	
Was ist Euer Problem?	17
Onlineerfahrungen aus Kinder- und Elternsicht	

Susanne Eggert	
Digitale Medien begleiten Familien von Anfang an	23
Ergebnisse des Familien-Medien-Monitorings im Kontext der Studie „MoFam – mobile Medien in der Familie“	

Friederike Siller	
Der digitale Kompass	31
Kinder und Algorithmen in Onlinemedien	

Rudolf Kammerl/Lutz Wartberg/Matthias Zieglmeier	
Zusammenhänge zwischen exzessiver Internetnutzung, Familienklima und dem Medienerziehungsverhalten der Eltern	39
Einblicke aus der Forschung	

Interview mit Patricia Cammarata (dasnuf.de)	
„Große Diskussionen bekommt, wer öffentlich bekennt, dass die Kinder Computerspiele spielen dürfen“	47

Bernward Hoffmann	
Medienkultur(en) und Medienerziehung in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe	51

Jörg Kratzsch/Jessica Burkhardt	
Familie im Wandel	61
Herausforderungen des digitalen Zeitalters meistern	

Kristin Narr/Hannah Bunke-Emden „Kommt, ich zeige euch, wie das geht.“ Der Elterntag bei den <i>Maker Days for Kids Leipzig</i>	69
Anke Lehmann Lass uns reden! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern	75
Elena Bütow Zusammen geht mehr! Ein digitaler Eltern-Kind-Nachmittag in der Kita	81
Jessica Wawrzyniak Helikopter-Eltern? – Nein, Danke! Überwachung von Kindern vs. Datenschutz	87
Sabine Sonnenschein Wind of Change Erziehen in digitalen Zeiten	93

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Rudolf-Ballin-Stiftung e.V. Haste Töne – Kindermedien aus Hamburg (Kategorie A – Projekte von und mit Kindern)	101
Medienzirkus e.V. Future Influencer: Die smarte Schule!? (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)	109
medialepfade.org – Verein für Medienbildung e.V. in Kooperation mit JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis Büro Berlin How2Influence (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)	115
GWA St. Pauli e.V. Yalla – Rein in die Stadt! (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)	125
ABC Bildungs- und Tagungszentrum e.V. Adamstown – inklusives Filmbildungsprojekt (Kategorie D – Intergenerative und integrative Projekte)	131

Regionale Arbeitsstelle für Bildung, Integration und Demokratie (RAA) Mecklenburg-Vorpommern e.V.	
Klappe gegen Rassismus (Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)	139
LAG Kunst und Medien NRW e.V., Internationales Mädchenzentrum Gladbeck und die Selfiegrafan	
Ich kann in meiner Kunst verschwinden (Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	147
Medienprojekt Wuppertal	
Junge Umweltredaktion – Filmreihe über Umweltschutz und Nachhaltigkeit	153
(Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)	
Was ist Medienkompetenz?	163
Einfach bewerben	
Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte	165
Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis	167
Abbildungsnachweis	169

Im Interview

Yalla – Rein in die Stadt!

GWA St. Pauli e.V.

Gesa Becher und Mohammed Ghunaim

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Yalla – Rein in die Stadt! ist ein Beteiligungsprojekt und lebt vom Engagement der jungen Aktiven. Unseren Content und auch unsere Arbeitsweise entwickeln wir, so weit wie möglich, gemeinsam mit der Zielgruppe. *Yalla* hilft Menschen, die neu in Hamburg sind, sich zu orientieren und setzt dabei auf die Informationsgewohnheiten junger Geflüchteter bzw. junger Menschen generell: Wir nutzen verstärkt visuelle statt sprachliche Kommunikation und die Möglichkeiten von Social Media, um sie zu verbreiten.

Schon das grundlegende Design zum Projekt entstand 2017 bei einer Ideenwerkstatt mit jungen Geflüchteten. Wir als Verein wollten die vielen Projekte und Angebote in Hamburg für junge Geflüchtete zugänglich machen. Die jungen Geflüchteten erklärten uns, wie sie sich zurechtfinden, sich gegenseitig Tipps geben, Informationen zukommen lassen und wie abschreckend lange Texte auf gedrucktem Papier sind, wenn man die Sprache noch nicht beherrscht.

Im Sommer 2017 starteten wir mit zwei zehntägigen Kick-Off-Workshops, einer davon nur für Mädchen und junge Frauen. Hier haben wir gemeinsam die Kultur der Zusammenarbeit und die medialen Formate entwickelt, wie wir möglichst einfach mit Tablet-Computern produzieren und visuell kommunizieren können. Wir als pädagogisches Team nutzen stets die Expertise der „Teilnehmenden“. Wir setzen lieber Anführungszeichen, um zu verdeutlichen, dass wir *Yalla* von Anfang an als gemeinsames Projekt betrachtet haben. „Teilgebende“ wäre also vielleicht das bessere Wort. Die meisten blieben so auch nach den Kick-Offs bei der Stange und engagieren sich seither regelmäßig in den Workshops und auch zwischendrin bei Drehs und anderen Aktivitäten.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Yalla nutzt Medien Peer-to-Peer, um ein Ziel zu erreichen, nämlich Neuangekommenen eine motivierende Orientierungshilfe in der Stadt Hamburg zu geben. Dieses Ziel ist an sich nicht medienpädagogisch. Aber die Aktiven lernen über ihr Engagement im Projekt natürlich einiges in Sachen Medienkompetenz dazu.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

*a) Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer*innen?*

Unsere Aktiven nutzen das Smartphone für fast alle existenziellen Belange in der neuen Umgebung. Es hilft ihnen bei der Navigation von A nach B, es übersetzt unbekannte Wörter, sie halten damit Kontakt zu Familie und Freunden, die weit weg leben. Um nur die wichtigsten zu nennen.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Wir setzen uns in der Redaktion ständig mit der Frage auseinander, wie wir unsere Hamburg-Tipps gut mit unserer Zielgruppe kommunizieren. Wie müssen die Videos gestaltet sein, damit sie ansprechend sind und die nötigen Informationen transportieren? Welche Kanäle können wir nutzen? Erreichen wir die Richtigen? Mediengestaltung und -nutzung stehen also im Vordergrund. Aber natürlich auch Medienkunde, wenn wir z.B. Möglichkeiten diskutieren, unsere Reichweite von Social Media zu erhöhen. Medienkritik wird eher nur am Rande Thema, wobei z.B. allen Beteiligten schon deutlich wird,

dass wir im Kampf um Aufmerksamkeit mit unserem Budget eher schlechte Karten haben.

c) Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?

Der Charme von *Yalla* ist, dass die Teilnehmenden nicht viel lernen müssen, um aktiv und produktiv zu werden. Der größte technische und gestalterische Lerneffekt von *Yalla* besteht im Bereich Web-Video. Jenseits der Medienkompetenz bekommen die Aktiven praktische Kenntnisse im Bereich Teamwork und -kommunikation sowie Projektmanagement und Campaigning.

Probleme und Grenzen

Gab es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie wurden diese Probleme bewältigt?

Wir hätten natürlich gern eine höhere Reichweite, wenn wir tolle und kostenfreie Veranstaltungen für unsere Zielgruppe auf Facebook finden und teilen. Ohne Facebook zu bezahlen, erreichen unsere Beiträge immer nur unsere ganz aktiven Jugendlichen. Und auch die mögen nicht alles teilen und sind natürlich auch viel aktiver auf Instagram. Gleichzeitig haben wir inzwischen eingesehen, dass „viral gehen“ nicht die Messlatte unseres Erfolgs sein sollte. Wir haben mit wenig Mitteln ein sehr aktives Beteiligungsprojekt geschaffen und jeder Mensch, dem unsere Website oder Social Media-Posts helfen, sich die Stadt etwas besser zu erobern, ist schon ein lohnender Erfolg.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Yalla ließe sich im Prinzip mit den Smartphones der Beteiligten umsetzen. Wir arbeiten jedoch mit Tablet-Computern, um das Teamwork zu unterstützen. Am Tablet lassen sich die Videos z.B. besser gemeinsam schauen und editieren. Beim Dreh haben wir noch externe Mikros und Reflektoren dabei. Die Arbeit im Backend unserer Website erledigen wir am PC.

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessierten geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Wir versuchen, so wenig Zeit wie möglich mit technischen und gestalterischen Vorübungen zu verbringen. Stattdessen haben Anfänger*innen bei ihrem ersten Dreh eine medienpädagogische oder vorerfahrene Begleitung dabei, damit sie sich als Team vor Ort gut organisieren und alles hinbekommen, was sie sich vorgenommen haben. Erfahrene Teams gehen eigenständig drehen. Ein weiterer Tipp: Lassen Sie sich und der Gruppe genug Zeit, die Orte und Angebote, die sie entdecken und vorstellen, auch mit Spaß zu erleben. Es ist entspannter, bei Quantität und Qualität der Aufnahmen auch Abstriche hinzunehmen. Es gelingt halt nicht alles sofort. Es sollte aber sofort Spaß und Lust auf mehr machen.

Motivation

a) Ist es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Unsere Aktiven betonen immer wieder, wie gut sie es finden, dass *Yalla* sinnvoll ist und sie anderen durch ihr Engagement helfen können, sich in Hamburg zu orientieren und anzukommen. Das ist neben dem Spaßfaktor die wichtigste Motivation.

b) Was hat den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß gemacht?

Am meisten Spaß macht allen Beteiligten die kreative Teamarbeit und das gemeinsame Entdecken von neuen Orten und spannenden Angeboten.

c) Und was finden Sie selbst besonders motivierend?

Neben den tollen, jungen Aktiven, die wir durch *Yalla* kennenlernen, ist es immer wieder eine große Freude, einen frischen Blick auf die eigene Stadt zu werfen und sich von der Fülle der offenen Orte und solidarischen Projekte begeistern zu lassen. Kostenfreie Events



und Aktivitäten sind nicht nur toll, weil sie den Geldbeutel schonen, sondern auch, weil sie grundsätzlich inklusiver sind. Sie ermöglichen ungeahnte Begegnungen.

Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

a) Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?

Wir haben uns mit dem Projekt schon einen gewissen Namen in der Stadt gemacht. Natürlich kennen längst nicht alle Neuangekommenen *Yalla*, aber durch unser Netzwerk aus Schulen, Einrichtungen der Stadtteilkultur, Bildung und Freizeit gibt es einigen Rücklauf und immer wieder auch Anfragen, ob wir ein Angebot über *Yalla* promoten könnten. Die aktiven Jugendlichen identifizieren sich stark mit dem Projekt. Freundschaften sind entstanden. Teilweise nutzen die Jugendlichen auch verstärkt Equipment aus unserem Medienzentrum, um jenseits von *Yalla* Filme zu produzieren oder mit DSLR Kameras zu fotografieren.

b) Läuft das Projekt noch und wenn ja, wie lange? Oder gibt es Anschlussprojekte?

Wir sind noch bis Herbst 2021 finanziert. Danach müssen wir weitergucken.

Themen

Welche Themen (Inhalte) sind im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?

Yalla fragt ja im Prinzip ganz individuell bei jeder/jedem, was sie oder er in Hamburg sucht oder schon gefunden hat. Daraus ergeben sich dann in jedem Workshop ganz neue Interessensgruppen. Manche möchten musizieren, andere Sport treiben oder deutsche Jugendliche kennenlernen, sich politisch engagieren usw. Das ist wirklich sehr divers.

Trends und Interessen der Zielgruppe

Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell und wie geht man in Ihrer Einrichtung/ wie gehen Sie evtl. darauf ein?

Unsere Zielgruppe unterscheidet sich in ihrem Mediennutzungsverhalten nicht von Gleichaltrigen, die in Deutschland aufgewachsen sind. Der Fokus unserer Arbeit liegt aber nicht darauf, bei jedem neuen Ding immer gleich mitzumischen. Manche Social Media-Trends könnten natürlich für *Yalla* interessant werden, wenn sich die Zielgruppe darüber nachhaltig vernetzt und Öffentlichkeiten schafft. Wir hatten z.B. eine Zeit lang überlegt, ob wir Snapchat mit in unsere Aktivitäten einbeziehen, aber es dann

doch wieder verworfen, weil es schon wieder durch war, bevor wir wussten wie.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Für das Medienzentrum selbst hat unser Verein keine institutionelle Förderung. Im Sinne der Gemeinwesenarbeit ist aber jede Aktivität dort ein Zugewinn, weil über Begegnungen immer auch Wissen weitergegeben wird und Menschen in einen relevanten Austausch miteinander kommen. Insofern freuen wir uns über die vielen, aktiven Jugendlichen, die durch *Yalla* mit unserem Medienzentrum bekannt geworden sind. Und durch den Erfolg des Projekts steigen wahrscheinlich auch die Chancen, zukünftig auch andere Projekte gefördert zu bekommen.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Yalla ist ein gutes Beispiel für wirkungsvolles Projektlernen, also Learning by Doing. Das Lernen findet mitten im Leben statt, orientiert sich ganz nah an den Lebensrealitäten und Interessen der Beteiligten. Gleichzeitig schaffen wir zusammen etwas, das einen gesellschaftlichen Mehrwert darstellt.

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?

Es ist immer schwierig, wenn man das Gefühl hat, gerade erfolgreich ein Projekt gestartet zu haben, das eigentlich auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist, und einem dann der Innovationsdruck in der Förderlogik dazwischen kommt. Wir sind im Moment auch gerade an einem Punkt, wo wir große Chancen sehen, unsere Schulkooperation auszubauen. Tatsächlich widerspricht das aber unserer jetzigen Hauptförderung, die in der außerschulischen Bildung

liegt. Die Kombination von beidem – schulische und außerschulische Workshops – wäre unseren bisherigen Erfahrungen nach ideal. Im nächsten Jahr haben wir aber noch keine Förderung, die es uns erlaubt, mit den interessierten Schulen zu planen.

Feedback

Gab es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?

Immer wieder wird der Wunsch geäußert, *Yalla* auch an anderen Orten durchzuführen. Zum einen spricht da die Reiselust unserer Aktiven, die gern einmal in den Ferien eine neue Stadt in Deutschland kennenlernen würden. Aber auch aus Sicht der Projektleitung hielten wir es für produktiv, eine Partnerstadt zu haben. Wir wären jedenfalls sehr offen, so einen Projekttransfer zu unterstützen.

Interviewpartner*innen

Mohammed Ghunaim: Studierte Visuellen Journalismus in Damaskus und arbeitet seit 2016 als freier Kreativschaffender in Hamburg; hat unter anderem am Film *#myscape* mitgewirkt; ist neben seiner Arbeit als freier Trainer und Referent in der Bildungsarbeit seit 2017 in der GWA St. Pauli konzeptionell, koordinierend und praktisch für das Projekt *Yalla – Rein in die Stadt!* tätig.

Gesa Becher: Studierte Pädagogik und Kommunikationsdesign in Hamburg; war anschließend viele Jahre freiberuflich in verschiedenen medienpädagogischen Projekten in Hamburg aktiv; gründete 2011 mit der GWA St. Pauli ein offenes Stadtteilmedienzentrum; hatte von 2016 bis 2019 die Projektleitung von *Mohalla – Neue Nachbarschaft Gestalten*, in dessen Rahmen *Yalla – Rein in die Stadt!* entwickelt wurde.

Abbildungsnachweis

Titelbild

©Syda Productions/Shutterstock.com

Friederike von Gross/Renate Röllecke

©Katharina Künkel (Seite 13)

Claudia Lampert/Kira Thiel/Uwe Hasebrink

©red mango/Shutterstock.com (Seite 20)

Friederike Siller

©Sangoiri/Shutterstock.com (Seite 31)

Patricia Cammarata

Seite 47

Jörg Kratzsch/Jessica Burkhardt

©goodmoments/Shutterstock.com (Seite 63)

Kristin Narr/Hannah Bunke-Emden

Lizenz: CC-BY-ND 4.0 (Seiten 70, 72, 73)

©Julia Sinner (Seiten 71, 74)

Anke Lehmann

Seite 78

Elena Bütow

Seite 82

Jessica Wawrzyniak

©Aleutie/Shutterstock.com (Seite 89)

Yalla – Rein in die Stadt!

©Gerd Grossmann (Seiten 125, 128)

Klappe gegen Rassismus

©Anja Schmidt (Seiten 138, 140, 142)

Fotos und Abbildungen zu den Projektbeschreibungen und Interviews wurden uns freundlicherweise vom jeweiligen Projekt zur Verfügung gestellt.