

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.	
<i>Klappe gegen Rassismus</i>	139
(Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)	
LAG Kunst und Medien NRW e.V., Internationales Mädchenzentrum Gladbeck und die Selfiegrafan	
<i>Ich kann in meiner Kunst verschwinden</i>	147
(Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	
Medienprojekt Wuppertal	
<i>Junge Umweltredaktion – Filmreihe über Umweltschutz und Nachhaltigkeit</i>	153
(Kategorie F – Projekte zum Sonderpreis 2019 „Sei frech und wild und wunderbar!“)	

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

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

Im Interview

Adamstown – inklusives Filmbildungsprojekt

ABC Bildungs- und Tagungszentrum e.V.

Andrea Keller, Patrick Merz und Henning Wötzel-Herbe

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Henning Wötzel-Herbe: Wir haben über die verschiedenen Teilprojekte über hundert Menschen mit und ohne Behinderung, mit und ohne Fluchtgeschichte, Kinder ab 4 Jahre, Jugendliche, Erwachsene, Senior*innen, Menschen mit verschiedenen geschlechtlichen Identitäten, kulturellen oder religiösen Hintergründen und unterschiedlichen Begehren und Einstellungen an dem Projekt beteiligen können. Durch Schauspiel und mediale Abstraktion schlüpfen diese unabhängig von „realen“ Kategorien in neue Rollen. Die Fabelwelt des Films brach mit bestehenden Stereotypen: Selbstgewählte Rollen ersetzen alte Zwänge, Zuschreibungen und Barrieren.

Patrick Merz: In der Filmwelt werden Ideen zu Drehbüchern und dann die entsprechenden Menschen gesucht, die den Film vor und hinter der Kamera umsetzen. In unserem Projekt haben wir diesen Vorgang umgekehrt und den Film den Menschen angepasst.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Henning Wötzel-Herbe: Wir wollten die Teilnehmenden nicht nur lernen, sondern spüren und erfahren lassen, wie ein Spielfilm als massive Gruppenanstrengung entsteht. Wir wollten Gelegenheit geben, sich auszuprobieren, neue Stärken kennenzulernen und zu ermutigen, in neue Rollen zu schlüpfen. – vor wie hinter der Kamera.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

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

Henning Wötzel-Herbe: Die Vorkenntnisse der Teilnehmenden waren sehr unterschiedlich. Einige haben „bei null“ gestartet, andere haben schon an mehreren unserer Projekte, wie z.B. *dieWeltrettung.org*, teilgenommen und sich nach und nach Kenntnisse vor und hinter der Kamera angeeignet. Unsere Kamerafrauen Lilli Thalgot und Isabel Neyses, unser D.O.P. Jeremy Boschung und alle anderen Profis am Set standen auch während der Dreharbeiten allen immer unterstützend zur Seite.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Patrick Merz: Im Vorfeld der Dreharbeiten haben die Teilnehmenden bei verschiedenen Übungen selber gelernt, mit einfachen Mitteln Filme zu erstellen. Damit vermittelten wir den Teilnehmenden nicht nur, wie sie selber Filme machen können, sondern erleichterten auch die Arbeit auf dem Set, da die Teilnehmenden ein hohes Verständnis mitbrachten, wie beispielsweise eine Szene gedreht wird.

Während der Dreharbeiten hatten die Teilnehmenden aber auch neben der Möglichkeit, bei der Technik selber Hand anzulegen, auch einen Einblick, wie Filme entstehen. Ich denke, dass Menschen, die selber in einem Film mitgewirkt haben, Filme kritischer betrachten, sowohl auf der technischen als auch auf der inhaltlichen Ebene.

c) Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Henning Wötzel-Herbe: Die Teilnehmenden konnten sich an allen filmischen Gewerken beteiligen, bei der Anmeldung haben wir Wünsche abgefragt. Wir hatten aus den Reihen der Teilnehmenden etwa einen Regieassistenten und junge Menschen, die beim Grip, Dolly oder als Camera Operator aktiv waren, Licht gesetzt haben, die Ton angelten oder das Set ausstatteten und den Kostüm- und Maskenbildnerinnen halfen. Die Projekte, in denen der Film entstand, waren so konzipiert, dass einzelne Filmclips unseres Musical-Films komplett selbstständig von Teilnehmenden konzipiert und umgesetzt wurden. Vom Script über Casting, Regie, Kamera bis zum Schnitt, den wir in den Gesamtfilm eingebaut haben.

Probleme und Grenzen

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

Andrea Keller: Die Aussicht, bei Dreharbeiten auf einem großen Filmset mitarbeiten zu können und als Schauspieler*in vor der Kamera zu stehen, übt auf sehr unterschiedliche Menschen einen sehr hohen Reiz aus. Die Herausforderung bestand darin, diese Menschen für die Workshops politischer Bildung und die interkulturellen Begegnungen zu begeistern. Unsere Erfahrung zeigt, dass sich medien- und theaterpädagogische Methoden dafür sehr gut eignen, dass das gemeinsame Entwickeln und Gestalten, die kreative Arbeit in Teams, die Beteiligten zusammenschweißt und inhaltliche Diskussionen anstößt. Teilnehmende, die sich vor dem Projekt nicht kannten, halten noch immer Kontakt, es gibt regelmäßige Treffen und es werden eigene (Film-)projekte realisiert.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Henning Wötzel-Herbe: Uns war nicht nur die pädagogische und inhaltliche Qualität, sondern auch der ästhetische Wert des Films sehr wichtig, um ein ansprechendes und nachhaltiges Werk zu schaffen, das gern gesehen wird. Wir haben mit drei Kameras aus dem untersten Preisspektrum von professionell nutzbarem Equipment gearbeitet, z.B. Ursa Mini. Als besonders nützlich erwiesen sich auch Zweifarb-LED-Panels, mit denen unterschiedlichste Lichtstimmungen erzeugt werden können. Um Material auch für zukünftige Projekte nutzen zu können, haben wir – wo möglich – versucht zu kaufen, statt zu mieten.

Tipps für die Praxis

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

Patrick Merz: Ressourcen nutzen. Wenn wir den Blick nach außen öffnen, finden sich in unserer nächsten Umgebung immer Menschen mit besonderen Fähigkeiten und Kompetenzen. Wir müssen und können nicht immer alles selber machen. Wenn wir unser Netzwerk aufmachen, finden sich immer Menschen, die bereit sind, ihr Wissen und Können anzubieten. Gerade, wenn wir Menschen aus dem näheren Umfeld des Projektes mit an Bord holen können, hilft das nicht nur der Durchführung des Projektes, sondern auch der öffentlichen Wahrnehmung.

Motivation

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

Andrea Keller: So wie ein guter Film nicht nur von den Hauptdarsteller*innen lebt, sondern auch auf die Mitwirkung guter Statist*innen aufbaut, basiert auch *Adamstown* auf der Mit-

arbeit unzähliger Menschen, die nicht im Rampenlicht stehen. Wir haben uns von Anfang an bemüht, das Engagement aller Beteiligten zu würdigen und ihren Beitrag zu den Workshops und dem Film aufzuzeigen: die Arbeit des Busfahrers, der Mitarbeitenden der Reinigung, der Studierenden aus Ruanda, der Kamerafrau, der Produktionsassistentin oder der Dorfbevölkerung, die ihren Dorfplatz autofrei gemacht hat. Diese Wertschätzung aller Beteiligten, das Gesehen-werden, hat dazu beigetragen, dass wir alle das Projekt im Laufe der Zeit zu unserem eigenen gemacht haben. Und nur so war der Kraftakt während der 26-tägigen Drehzeit mit parallel laufendem Bildungsprogramm zu leisten.

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

Patrick Merz: Wir haben ganz bewusst mit professionellem Filmequipment gearbeitet. Dies nicht nur, um ein ästhetisch und filmtechnisch hochwertiges und nachhaltiges Produkt herzustellen, sondern und vor allem auch, weil ein professionelles Filmset sofort den Eindruck vermittelt, dass hier etwas Großes im Gange ist. Für die Teilnehmenden war es wohl etwas ganz Besonderes, Teil einer so großen „Kiste“ zu sein und das sowohl vor als auch hinter der Kamera. Das gemeinsame Erleben, wie ein Kinofilm gemacht wird, hat den Jugendlichen großen Spaß gemacht und letztlich auf der Premiere, wo sie ihren eigenen Kinofilm gesehen haben, eine nachhaltige Selbstbestätigung gegeben.

c) Und was fanden bzw. finden Sie selbst besonders motivierend?

Andrea Keller: Die hohe Motivation aller Beteiligten, mit großer Lust überdurchschnittlich viel zu leisten, beizutragen und auszuprobieren, um das Gesamtprojekt möglich zu machen und mit einem Film eine große Öffentlichkeit zu erreichen, ermöglicht Unmögliches. Sowohl die Verantwortlichen, die Teamenden, die Crew-Mitglieder und ausnahmslos alle Teilnehmenden waren bereit, sich aufeinander und auf *Adamstown* mit all seinen unbekann-

ten Facetten einzulassen. Diese respektvolle, lebhaft und achtsame Arbeits- und Lebensform mag während der Dreharbeit zeit- und energieaufwendig sein: In erster Linie zeigt sie, was Zusammenarbeit und -halt möglich machen und wie Gesellschaft sein könnte.

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?

Patrick Merz: *Adamstown* ist das vierte groß angelegte Filmprojekt und wie bereits bei den anderen drei Projekten beobachten wir, wie Teilnehmende aufgrund ihrer Erfahrungen und Erkenntnisse durch Partizipation anfangen, sich selber zu organisieren und ohne unsere Beihilfe ihre eigenen Filme zu produzieren.

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

Patrick Merz: Nach dem Film ist vor dem Film und mit *Adamstown* hat sich ein weiterer Meilenstein in unsere Arbeit gefügt und gezeigt, dass die eingeschlagene Richtung und die Mischung aus Medienpädagogik, politischer Bildung und professionellem Filmhandwerk genau richtig sind. So stehen, neben einer bereits konkreten Idee für einen Episodenfilm, noch zwei weitere Ideen in der Pipeline.

Themen

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

Henning Wötzel-Herbe: Die Geschichte von Comics und Film spielt in einer fantastischen Fabelwesternwelt. Das klingt erst einmal sehr abstrakt und entfernt von der Lebenswelt unserer Zielgruppe. Allerdings beinhaltet der Mikrokosmos *Adamstown* unendliche Facetten menschlicher und gesellschaftlicher Konflikte: Liebesdramen, Ausgrenzung, Nicht-verstanden-werden, Geschlechterrollen, Brüche tradierter Männlichkeitsideale und Situationen,



in denen die Protagonist*innen Ängste überwinden mussten, um nicht so zu handeln, wie es ihre Umwelt erwartet hätte. Jede*r hat sich hier irgendwo wieder gefunden.

Trends und Interessen der Zielgruppe

a) Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?

Henning Wötzel-Herbe: Wir hatten uns durch die starke Nutzung von Social Media durch die Teilnehmenden noch zusätzliche virale Effekte der Öffentlichkeitsarbeit erhofft. Allerdings verschob sich während der mehrwöchigen Projektphase das Leben immer mehr vom Smartphone ans Filmset, den Seminarraum oder die gemeinsamen Pausenaktivitäten. Kinokamera statt Instagram, Arbeitsgruppendifkussionen statt Facebook-Kommentare, Lagerfeuer statt Tinder.

b) Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?

Henning Wötzel-Herbe: Wir lieben das Netz. Aber notfalls geht's auch mal ohne.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Henning Wötzel-Herbe: Wir haben mit hybriden Projekten, die professionelle Filmproduktion, Medienkompetenz und politische Bildung verbinden, eine produktive Spielwiese gefunden, auf der sich noch unzählige Ideen verwirklichen lassen können, die bereits in unserer Ideenküche köcheln. Wir hoffen, dass der Erfolg von *Adamstown* und seiner Vorgängerprojekte *BIG EARTH (Hotel California)* und *dieWeltrettung.org* dazu führt, potenzielle Förderer und Kooperationspartner zu über-

zeugen, dass das Format geeignet ist, große Themen zu bearbeiten, heterogene Zielgruppen zusammen zu bringen und nachhaltige Projektergebnisse zu schaffen. Und dass der Innovationsdruck der Projektitis in der deutschen Förderlandschaft nicht dazu führt, dass Nachfolgeprojekte irgendwann als weniger förderwürdig gelten. Bis irgendwann ein Sack Geld vom Himmel fällt, werden wir noch viel Zeit in Mittelakquise stecken müssen.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Henning Wötzel-Herbe: Wir können nur ermutigen. Große Filmideen gehören auf die große Leinwand. Klein anfangen, aber groß denken. Und mit Mut den eigenen Kinofilm starten.

Struktur und Rahmen

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

Henning Wötzel-Herbe: Es gibt in Deutschland zahlreiche Möglichkeiten, Förderungen für Jugendprojekte zu bekommen. Problematisch wird es bei generationsübergreifenden Ansätzen. Zudem ist es oft schwierig, die Förderbedingungen alle unter einen Hut zu bringen und viele Fördergeldgeber sind strukturell schwierig, wenn die tatsächlichen Kosten von den geplanten abweichen. Gerade bei großen (Film-) Projekten gibt es immer viele Unbekannte. Ganz oben auf unserem Wunschzettel steht auch eine strukturelle Förderung. Es ist unfassbar, wieviel Zeit jede Woche für Anträge und Abrechnungen verwendet wird, statt für inhaltliche Belange.

Interviewpartner*innen

Andrea Keller: Master of Arts Soziologie/ Politikwissenschaften; ist freischaffende Projektleiterin und Medienpädagogin und hat bei *Adamstown* für den Kooperationspartner Hüller Medienwerkstatt e.V. die Produktion geleitet.

Patrick Merz: Freiberuflicher Regisseur und Autor; ursprünglich als Sozialpädagoge ausgebildet; arbeitet seit zwanzig Jahren in der Filmbranche; hat bei *Adamstown* zusammen mit Henning Wötzel-Herbe Regie geführt.

Henning Wötzel-Herbe: Diplom-Sozialwirt und Master of Arts (Gender und Arbeit); pädagogischer Geschäftsführer im ABC Bildungs- und Tagungszentrum e.V. und für die politische Jugendbildung mit Medien verantwortlich; *Adamstown* war sein Debüt als Regisseur.

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.