

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)

Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln

**Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld
digitaler Jugendarbeit**

Beiträge aus Forschung und Praxis

Nominierte und prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 16
Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln

Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld digitaler Jugendarbeit
Beiträge aus Forschung und Praxis – Nominierte und 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
Obernstr. 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

Titelillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2021

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

ISBN 978-3-96848-032-9
eISBN 978-3-96848-632-1

Friederike von Gross/Renate Röllecke	
Mehr als Homeschooling und Onlinebasteln	9
Medienpädagogik als Experimentier- und Erfahrungsfeld digitaler Jugendarbeit	

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Niels Brüggem/Laura Cousseran/Julian Erdmann/Franziska Koschei/Lena Schmidt/ Maximilian Schöber	
Jugendarbeit in Zeiten der Pandemie = Jugendmedienarbeit!?	19
Maik Rauschke/Stefan Schaper	
Lost Places?	27
Markus Gerstmann	
Was passiert, wenn Achilles die Schildkröte einholt?	33
Jugendarbeit – Digital	
Patricia Gläfcke/Horst Pohlmann	
Experimentierraum Online-Bildung	41
Erfahrungen aus Fort- und Weiterbildungen für Fachkräfte in der Kulturellen Bildung	
Jürgen Ertelt/Annika Gehring	
Jugend digital beteiligen – Demokratie stärken	49
Sonja Di Vetta/Björn Friedrich	
Digitale Treffs gestalten und beleben	57
Medienpädagogische Online-Angebote für Kinder und Jugendliche	
Eva Kukuk	
Jugendmedienarbeit in der Pandemie	63
Mutig und kreativ in der Grauzone	
Tanja Reineke/Katrin Adeline Schmidt	
Bielefeld digital und online	69
Kinder- und Jugendarbeit während der Corona-Pandemie gestalten	

Selma Brand/David Krützkamp	
Bau Dein Spiel!	79
Online-Workshops als Chance für digitale Teilhabe	
Carsten Siehl	
Digitale Filmbildung im DFF – Deutsches Filminstitut & Filmmuseum	85
Ein Erfahrungsbericht	
Michaela Weiss	
Kita in Corona-Zeiten medienpädagogisch begleiten	89

Teil 2: Nominierte und prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Nominierte Projekte des Dieter Baacke Preises 2020	99
Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises 2020	
Initiative Creative Gaming e.V.	
ComputerSpielSchule Online (CSSO)	103
(Kategorie A „Projekte von und mit Kindern“)	
Kinder- und Jugendpfarramt der Evangelischen Landeskirche Anhalts in Kooperation mit dem Offenen Kanal Dessau und der Hochschule Merseburg	
„schreibt...“ Ein Kurzfilm aus dem „Kamera läuft“-Workshop für junge Schauspieler*innen und Filmmacher*innen (2019)	111
(Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	
Die Debütanten – junges Theater in Berlin, Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf	
#vieleLeben – Multimediales Theaterprojekt	125
(Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	
LAG Kunst & Medien NRW e.V., Selfiegrafan und UZWEI – Kulturelle Bildung im Dortmunder U	
Recht & Würde – Plakatkampagne und Ausstellung zu den Menschenrechten	131
(Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)	
Triolog Jugendhilfe gGmbH	
Eine lange Reise	137
(Kategorie D „Intergenerative und integrative Projekte“)	

LAG Medien Mecklenburg-Vorpommern e.V. und Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Mecklenburg-Vorpommern #MVedu – ein Netzwerk von Bildungsenthusiast*innen aus Mecklenburg-Vorpommern	145
(Kategorie E „Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter“)	
BAG Jungen*arbeit e.V. in Kooperation mit BAG Mädchen*politik e.V. meinTestgelände. Begegnung ermöglichen – Vorurteile abbauen – Gestaltung fördern	153
(Kategorie F Sonderpreis 2020 „Speak out & Connect“)	
Freigesprochen Mediencoaching Songs in real life – Corona Edition	159
(Kategorie F Sonderpreis 2020 „Speak out & Connect“)	

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999) Was ist Medienkompetenz?	169
Einfach bewerben Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte	171
Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis	175
Abbildungsnachweis	177

Freigesprochen Mediencoaching Songs in real life – Corona Edition (Kategorie F | Sonderpreis 2020 „Speak out & Connect“)

In den Osterferien 2020 sollte eigentlich der YouTube-Workshop *Songs in real life* im JUZ „Casablanca“ in Krefeld stattfinden. Doch dann durchkreuzte die Corona-Krise diesen Plan. Es gab zwei Möglichkeiten: Den Workshop komplett ausfallen zu lassen oder sich eine andere Lösung zu überlegen. Und so kamen die Projektverantwortlichen auf die Idee, das ganze Projekt als Online-Seminar stattfinden zu lassen.

Wer die hochprofessionellen *Songs in real life*-Videos von YouTube-Star Julien Bam kennt, kann sich vorstellen, dass das Projekt sehr ambitioniert ist – insbesondere, wenn die Kids alles allein zuhause machen: Tonaufnahmen, Videodreh, Setfotos, Requisiten basteln etc.

Drei Mal täglich gab es ein Online-Meeting – hier wurde die Technik erklärt, die Songs ausgewählt, getextet, gesungen und sogar Schauspielübungen gemacht. Für weitere Brainstormings konnten sich die Kinder in ihren Gruppen in den dafür eingerichteten virtuellen Räumen treffen und weiter an ihren Texten und Videoideen arbeiten.

Inhaltlich reflektieren die Clips der jungen Akteur*innen ihre Situation im Lockdown. Die Dozent*innen von Freigesprochen Mediencoaching standen den Kids dabei den ganzen Tag telefonisch beratend zur Seite und gaben Hilfestellung, wenn es mal nicht rund lief. Zusätzlich erhielten die Kinder von den Dozent*innen eigens für das Online-Seminar produzierte Lern-Tutorials zu komplexeren Themen wie z.B. dem Videodreh.

Alle Aufnahmen – musikalisch wie filmisch – wurden letztendlich von den Kindern alleine oder mithilfe von Geschwistern und Eltern gedreht. Der Lerneffekt durch diese Herangehensweise war enorm und das Projekt sicher eine willkommene Abwechslung in einer Zeit der sozialen Distanz.

Die aufgenommenen Audios, Videos und Fotos schickten die Kids anschließend an das Dozent*innen-Team, welches aus all den Puzzleteilen in der Postproduktion ein Gesamtwerk erstellte. Die Musikclips drehen sich um die aktuelle Situation in der Corona-Pandemie, die von den Heranwachsenden ganz unterschiedlich wahrgenommen wurde und für sehr vielfältige Ideen sorgte.

Thema

YouTube-Musikprojekt, das in seiner Online-Variante Kinder medienpädagogisch anregt, ihre lockdown-bedingte Situation künstlerisch, humorvoll und kreativ zu reflektieren.

Zielgruppe/n

Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 14 Jahren (das gaben die Förderrichtlinien vom Kulturrucksack NRW vor, über den das Projekt finanziert wurde).

Methoden

Definitiv etwas andere Methoden als in normalen Präsenz-Workshops: Zoom-Meetings (inklusive Chats und Sessions in Kleingruppen), vorbereitete Audio- und Video-Tutorials sowie Videocoachings zum Gesang (Einsingen, Übungen für Artikulation, Zwerchfelltraining, Atmung, Intonation), Übungsaufgaben, Beispielvideos, Leitfäden (z.B. Videoschnitt, Einstellungsgrößen), Moodboards zur Ideenfindung, Nutzung verschiedener Apps, Kontakt und Hilfestellung via WhatsApp und Telefon etc.

Projektlaufzeit

Das Projekt fand in den Städten Krefeld, Her-
ten und Duisburg an jeweils vier Tagen immer
von 11 bis 18 Uhr statt.

Ergebnisse

Von den Teilnehmer*innen selbst gesungene
und aufgenommene Song-Snippets mit krea-
tiven, selbst entwickelten Texten und Videos
in Form eines kompletten YouTube-Clips und
einer Fotodokumentation.

Kontakt

Freigesprochen Mediencoaching
Sunny Bansemer
Neusser Str. 343
50733 Köln
Web: <https://freigesprochen.de>



Im Interview

Songs in real life – Corona Edition

Freigesprochen Medientoaching

Sunny Bansemer, Philipp Kersting und Marco Rentrop

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Bei *Songs in real life* werden kurze Musik-Clips produziert, in denen die Songs bekannter Stars mit neuen Texten versehen werden, die sich oft mit Alltagssituationen beschäftigen. Vorreiter dieses Videogenres ist YouTube-Star Julien Bam – wer seine Videos kennt, weiß, dass die nicht nur sehr witzig, sondern auch hochprofessionell produziert sind.

Der Ehrgeiz unserer Workshop-Teilnehmer*innen war groß, ebenso coole Videos zu realisieren. Der Unterschied zu unseren „normalen“ Workshops bestand jedoch darin, dass die Teilnehmenden für Tonaufnahmen, Videodreh, Setfotos, Requisiten, Kulissen etc. komplett selbst verantwortlich waren. Natürlich durften Eltern und Geschwister helfen und die meisten freuten sich über die willkommene Abwechslung daheim.

Ganz auf sich allein gestellt waren unsere Teilnehmer*innen jedoch nicht: In den jeweils vier Online-Seminar-Tagen trafen sie sich drei Mal täglich mit dem Dozent*innenteam in einem Online-Meeting. Hier wurden die Technik erklärt, die Songs ausgewählt, getextet, gesungen und sogar Schauspielübungen gemacht.

Vorbereitete Tutorials erklärten den Kids – neben den Live-Coachings – noch einmal in Ruhe, wie man sich stimmlich „warm machen“ und anschließend den Gesang selbst aufnehmen kann. Ein besonders ausführliches Lernvideo gab es zu den Grundlagen der Filmtechnik – mit vielen Tipps, wie man auch mit LowBudget-Geräten gute Ergebnisse erzielt.

Wir wollten im Online-Seminar das Potenzial erkennen, welches das Handy als kreatives Ausdrucksmittel mit sich bringt. Da die kleine Kamertechnik fast überall und schnell einzuset-

zen oder zu befestigen ist, sind der Ästhetik und Kreativität kaum Grenzen gesetzt. Die Kinder lernten verschiedene gestalterische Mittel wie Einstellungsgrößen (Totale, Nahe, Amerikanische, Detail) und Kameraperspektiven kennen. Experimentieren war dabei ausdrücklich erlaubt.

Im gesamten Online-Seminar hatten die Teilnehmer*innen auch untereinander viel zu organisieren: Die unterschiedlichen Kleingruppen, die jeweils gemeinsam am einem Song und Video arbeiteten, sprachen sich neben den Live-Sessions mit den Dozent*innen in separaten Chatrooms über die unterschiedlichen Aufgaben ab. Dabei mussten sie sich aufeinander verlassen können, um ein schönes, rundes gemeinsames Videoergebnis zu erhalten. Filmarbeit ist – auch in Zeiten von Social Distancing – Teamarbeit.

Über einen kostenfreien Anbieter konnten die Filmsequenzen dann in hochaufgelöster Qualität an das Dozent*innen-Team von Freigesprochen Medientoaching versendet werden, das sich anschließend um den Schnitt kümmerte.

Natürlich standen die Dozent*innen Sunny Bansemer, Marco Rentrop und Philipp Kersting den Kids den ganzen Tag telefonisch oder über eine einrichtete WhatsApp-Gruppe (die auch sehr rege genutzt wurde und für jede Menge Austausch sorgte) beratend zur Seite und halfen, wo sie nur konnten.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Ziel des Workshops war – neben dem Spaßfaktor – die Förderung von Handlungs-, Kommunikations-, Sozial- und Medienkompetenz. In Rahmen dieses Workshop-Modells wurden die medienpädagogischen Ziele vor allem durch handlungs- und lebensweltorientierte Metho-

den der Kinder und Jugendlichen umgesetzt. Die Teilnehmenden nutzten verschiedene Medien praktisch (Handy, PC, Tablet, Video usw.), um gemeinsam mit anderen jungen Menschen ihre Sicht auf relevante persönliche oder gesellschaftliche Themen auszudrücken, sich selbst als aktiv handelnden Mediennutzer*in zu erleben und ihre Kreativität und ästhetische Sensibilität auszubilden.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer*innen?

Keine

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

- Lern- und Arbeitsprozesse selbst organisieren
- Recherchieren und eigene Themen finden
- Kommunizieren und mit anderen kooperieren
- Förderung von Schlüsselkompetenzen wie Verbindlichkeit, Zeitmanagement und Sorgfalt, aber auch Empathie, Konflikt- und Kooperationsfähigkeit
- Spaß an der Entwicklung eines eigenen Songs und Videos
- Eigene Medieninhalte produzieren und präsentieren
- Förderung kreativer Ausdrucksfähigkeit in den Bereichen Schauspiel, Gesang und Fotografie
- Arbeitsergebnisse analysieren und reflektieren
- Feedback geben und annehmen

c) Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Die Teilnehmenden haben Kenntnisse zu den Themen Songwriting, Texten, GEMA, Gesang, Schauspielerei, Videodreh-, Bildgestaltung und Videoschnitt erhalten. Sie haben gemeinsames Brainstorming und Teamwork erlebt sowie Netiquette-Regeln erfahren.

Probleme und Grenzen

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

Teilnahmevoraussetzungen für das Projekt waren ein eigenes Smartphone oder ein Tablet/Laptop und funktionierendes WLAN. Das war bei den meisten Teilnehmer*innen gegeben. Wenn etwas nicht geklappt hat, konnte das Dozent*innen-Team aus der Ferne helfen oder die Eltern/Geschwister haben die Kinder und Jugendlichen unterstützt. Nicht ganz unkompliziert war der Versand der großen Audio- und Videodateien. Aber auch das hat am Ende wunderbar geklappt.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Für das Online-Seminar-Konzept von *Songs in real life* benötigen die Teilnehmenden ein eigenes Smartphone oder Tablet oder einen eigenen Laptop sowie einen Internetzugang. Zusätzlich sind ein Kopfhörer und ein weiteres Abspielgerät für die Playbacks erforderlich. Falls das Projekt als Präsenz-Workshop in einer Einrichtung stattfindet, bringen wir das gesamte Equipment mit.

Tipps für die Praxis

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

Flexibel sein. Nicht mit komplett vorgefertigten Konzepten und „Ergebnis“-Erwartungen in die Projekte gehen. Zu Beginn mit den Teilnehmer*innen über ihre Gefühls- und Interessenwelten sprechen. Darauf aufbauend die Inhalte erarbeiten. Die Motivation und Einsatzbereitschaft ist dann bei den Beteiligten um ein Vielfaches höher, ebenso die spätere Identifikation mit dem Gesamtergebnis.

#SONGSINREALLIFE CORONA



LANGeweile? NICHT MIT UNS!

Motivation

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

Mit knapp 30 Anmeldungen war der erste Workshop mehr als ausgebucht und die Warteliste lang. Zwölf Mädchen und Jungen hatten jeweils pro Stadt die Chance, dabei zu sein. Motivieren brauchten wir also nicht.

b) Was hat den Teilnehmenden besonders viel Spaß gemacht?

Das Feedback der Workshop-Teilnehmer*innen am Ende des Online-Seminars war durchweg positiv. Die Kids fanden es toll, dass sie selbst drehen durften, dabei sehr viel Eigenverantwortung und Freiraum hatten, sich kreativ austoben konnten und bei Fragen oder Problemen immer Unterstützung von den Dozent*innen bekamen. Sie freuten sich darüber, neue Dinge wie Gesang oder Schauspielerei ausprobieren zu können und betätigten alle, in den vier Tagen viel dazugelernt zu haben. Auch fanden alle klasse, dass ihre Eltern oder Geschwister hinter den Kulissen mithelfen und so auch einiges Neues lernen und ausprobieren durften.

c) Und was fanden Sie selbst besonders motivierend?

Auch wir als Dozent*innen-Team haben im Rahmen des Projekts viel dazugelernt, was uns motiviert hat, den Workshop nach jeder Durchführung noch ein wenig mehr zu optimieren. So sind zum Beispiel weitere Video-Lern-Tutorials entstanden, die den Teilnehmenden die Video- oder Audioaufnahmen vereinfachen sollen. Wir haben uns sehr über das durchweg positive Feedback der Teilnehmenden gefreut und auch viele der Jugendlichen in späteren Workshops oder Online-Seminaren wiedergesehen. Natürlich sind auch neue Ideen für weitere Online-Seminare entstanden – einiges konnten wir schon Ende 2020 ausprobieren, andere Projekte werden eine schöne neue Herausforderung im Jahr 2021. Besonders motivierend fanden wir die Vorstellung, dass nun Jugendliche aus ganz Deutschland oder sogar aus anderen Ländern gemeinsam ein Online-Projekt realisieren können – ganz egal, wo man wohnt. Außerdem konnten wir lernen, mehr Verantwortung und Aufgaben an die Teilnehmer*innen abzugeben, als wir es in Vor-Ort-Projekten gewohnt sind.

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?

Die Tatsache, dass sich viele „ehemalige“ Teilnehmer*innen immer wieder bei anderen bzw. neuen Projektangeboten anmelden, zeigt uns, dass die Arbeit an einem Medienprojekt großen Spaß gemacht hat und man diese Erfahrung wiederholen möchte. Interessierte Rückfragen (auch nach der Projektzeit) nach günstiger Schnittsoftware oder auch geeigneter Technik für den Heimgebrauch macht deutlich, dass sich die Workshop-Teilnehmer*innen auch im Nachhinein mit der Produktion von neuen Medien beschäftigen und sich ausprobieren bzw. ausdrücken wollen. Mehrere ehemalige Teilnehmer*innen streben ein Praktikum oder eine Ausbildung im Medienbereich an und einige Kids, die sich für Schauspiel interessieren, durften sich nach Teilnahme an unseren Projekten schon bei professionellen Produktionen (TV-Shows, Fernseh- und Kinofilme) vor der Kamera beweisen.

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

Im Zuge des zweiten Lockdowns wurden erneut Projekte in dieser Richtung von den Städten in Anspruch genommen. Anschlussprojekte sind geplant.

Themen

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

Gesang, Schauspiel und Videodreh

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

YouTube, Instagram, TikTok und Co. sind ein großes Thema. Influencer*innen und YouTuber*innen üben eine große Faszination auf Kinder und Jugendliche aus. Der Wunsch, selbst Influencer*in zu werden und das vermeintlich perfekte Leben der Online-Stars zu führen, ist bei vielen Heranwachsenden groß. In jeder Hinsicht sind „Selbstdarstellung“ und „Meinungsäußerung“ – in welcher Form auch immer – unheimlich wichtige Aspekte. Individuell, auffallend, kreativ.

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

Da uns immer wieder die Frage begegnete, wie man eigentlich Influencer*in wird, haben wir einen Workshop zu diesem Thema entwickelt, indem wir uns gemeinsam mit den Jugendlichen Fragen stellen wie: Ist alles wirklich so makellos, wie es auf den Postings der Idole aussieht? Was ist echt und was ein Fake? Und was machen die digitale Bestätigung und der permanente Vergleich mit anderen mit uns und unserem Selbstbewusstsein? Wir fragen die jungen Menschen, was sie faszinierend an Influencer*innen finden, welchen Personen sie gern folgen und wie viele Stunden sie am Tag durch das Newsfeed scrollen. Und wir sprechen darüber, wie viel Privatleben man in den sozialen Medien preisgeben sollte – denn jede Online-Präsenz birgt ja auch Risiken für Datenschutz, Mobbing oder Belästigung. Was ist also der Preis für ein paar Likes und Follower*innen? Und ist es wirklich so wichtig, jeden Moment unseres Lebens zu dokumentieren, damit wir wissen, dass er passiert ist? Anhand dieser Fragestellungen produzieren wir gemeinsam Videos mit den Jugendlichen – ob dabei am Ende eine ernsthafte Reportage,



ein Musik- oder Comedy-Video mit ganz viel Augenzwinkern entsteht, bleibt den Workshop-Teilnehmer*innen selbst überlassen.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Keine Generation war einer solchen Medienflut ausgesetzt wie die jetzt Heranwachsenden. Ob im Fernsehen, Internet, an der U-Bahn-Haltestelle oder per Smartphone. Bewegte Bilder begleiten uns täglich. Wir von Freigesprochen Mediencoaching finden es wichtig, dass sich junge Menschen kritisch mit ihrem Medienkonsum auseinandersetzen. Und wir wollen vermitteln, wie viel Arbeit, aber vor allem auch, wie viel Spaß es macht, selbst zum Medien-Produzenten zu werden.

Unser Team setzt sich aus Medienprofis unterschiedlicher Bereiche zusammen und kann so eine breite Palette an Medienworkshops anbieten: Vom Nachrichtenmagazin über verschiedene YouTube-Genres, Arbeiten mit der Greenscreen, Musikparodien, Hörspiele, klassische Fernsehbeiträge mit Interviewpartner*innen, Trickvideos und vieles mehr.

Wir unterscheiden uns von anderen Medienunternehmen, da wir uns ausschließlich auf die Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen konzentrieren. Unsere individuellen, zeitgemäßen Konzepte profitieren vom Ideenreichtum und der Kompetenz unserer Medientrainer und Dozent*innen, die Dinge auch mal anders angehen als gewöhnlich. Ein hohes Maß an Qualität in den audiovisuellen Endprodukten ist uns ebenso wichtig wie die (medien-)pädagogische Arbeit.

Durch den Dieter Baacke Preis hat unsere medienpädagogische Arbeit noch einmal eine ganz andere Aufmerksamkeit bekommen, was uns sehr freut und natürlich auch stolz macht. Wir sehen das als Chance, in Zukunft weitere tolle Projekte zu realisieren und vielleicht sogar neue Kooperationspartner zu gewinnen und gemeinsam schöne Workshop-Konzepte zu verwirklichen. Ideen haben wir genug.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Medien informieren, faszinieren, manipulieren. Sie ermöglichen die Gestaltung fantasievoller Welten sowie künstlerischer Produkte und sind für fast alle Berufe relevant. Die wohl häufigste Antwort auf die Frage „Was willst du später mal machen?“ lautet – spätestens seit dem YouTube-Boom der letzten Jahre: „Irgendwas mit Medien“. Im Rahmen medienpädagogischer Projektarbeit stärken Kinder und Jugendliche ihre persönlichen und sozialen Fähigkeiten. Sie entwickeln Medienkompetenz, indem sie die Welt der Medien aktiv und mit viel Spaß entdecken und sich dabei selbst kreativ ausdrücken. Dabei schnuppern sie spielerisch in verschiedene (Medien-)berufe und haben die Möglichkeit, sich auszuprobieren und viele wichtige Kompetenzen für das spätere Leben zu lernen.

Struktur und Rahmen

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

Bei einem Online-Angebot ist es natürlich wichtig, dass die Teilnehmer*innen über einen guten Internetzugang verfügen. Wir als Anbieter haben da natürlich leider keinen Einfluss drauf (weisen allerdings bei der Bewerbung unserer Angebote darauf hin). Was die Arbeit mit Apps betrifft, so achten wir darauf, dass alles sowohl auf Android als auch IOS (Apple) Betriebssystemen verfügbar ist und somit die Erklärungen und Tutorials für alle Teilnehmenden gleichermaßen verständlich sind und man nicht zweigleisig verfahren muss.

Feedback

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

Wir haben nach dem ersten Workshop weitere Video-Tutorials produziert, um einige Inhalte zu vereinfachen. Ansonsten wurde das *Songs in real life*-Online-Seminar noch einmal

in einer weihnachtlichen Variante und als Jahresrückblick 2020 realisiert. Außerdem haben wir mithilfe der Ideen und Wünsche unserer Teilnehmer*innen ein spannendes Online-Seminar zum Thema „Online-Challenges“ entwickelt und 2020 auch bereits einmal durchgeführt.

Bewältigung der Pandemie-Krise

a) Wie haben sich die Kontaktbeschränkungen, wie hat sich der Teil-Lockdown auf Ihre Arbeit ausgewirkt?

In den Osterferien 2020 sollte eigentlich unser YouTube-Workshop *Songs in real life* in der katholischen Kinder- und Jugendfreizeiteinrichtung „Casablanca“ in Krefeld stattfinden. Doch dann durchkreuzten die Corona-Krise und der damit verbundene Lockdown unsere Pläne. Wir wollten den komplett ausgebuchten Workshop nicht ausfallen lassen und kamen auf die Idee, das ganze Projekt als Online-Seminar stattfinden zu lassen. Ob das funktionieren würde, wussten wir selbst nicht, aber es war uns der Versuch wert.

Das Projekt wurde in allen drei Städten, in denen es geplant war, sehr gut angenommen. Der Ehrgeiz unserer Workshop-Teilnehmer*innen war groß, ebenso coole Videos wie ihr Vorbild Julien Bam zu realisieren. Der Unterschied zu unseren „normalen“ Workshops war jedoch, dass die Teilnehmenden nun für Tonaufnahmen, Videodreh, Setfotos, Requisiten, Kulissen etc. selbst verantwortlich waren. Natürlich durften Eltern und Geschwister helfen und die meisten freuten sich über die willkommene Abwechslung daheim.

b) Mit welchen wesentlichen Änderungen haben Sie es in Ihrer Projektarbeit evtl. zu tun? Welche Lösungen haben sich bewährt?

Auch wenn in den Sommer- und Herbstferien 2020 einige Workshops in den Einrichtungen vor Ort stattfinden konnten, war das zum Ende

des Jahres nicht mehr möglich. Infolgedessen haben wir neue Workshop-Konzepte entwickelt, die auch als Online-Seminare funktionieren. Einige neue Online-Seminare konnten wir im November und Dezember schon ausprobieren und weiter verbessern. Für das Jahr 2021 haben wir viele neue Ideen, die wir flexibel umsetzen können. „Flexibel bleiben“ ist in diesen Zeiten wohl auch *das* Motto für die Zukunft.

Interviewpartnerin

Sunny Bansemer: Schauspielerin, Sprecherin, Moderatorin, Medientrainerin und die Gründerin von Freigesprochen Mediencoaching (<https://freigesprochen.de>); konzipiert mit viel Herzblut gemeinsam mit ihrem Team stetig neue Workshop-Konzepte und medienpädagogische Projekte, in denen medieninteressierte Kinder, Jugendliche und junge Erwachsenen einen Blick hinter die Kulissen audiovisueller Produktionen erhalten und befähigt werden, vom Konsumenten selbst zum Produzenten zu werden.

Philipp Kersting: Vollblutmusiker; Audio-Experte bei Freigesprochen (Musik/Hörspiel/Songwriting); hat auf jede auditive Frage eine Antwort: ob Hörspiel, Radiosendung, YouTube-Musikparodie, Songwriting oder die Wirkung von Stimme & Sound; ist stets auf der Suche nach jungen Gesangstalenten für sein eigenes Kinder-Plattenlabel.

Marco Rentrop: Technisches Genie bei Freigesprochen (Projektleitung/Technik/Kamera/Ton/Schnitt); sorgt dafür, dass die Projektergebnisse optimal in Bild- und Ton festgehalten werden und bringt den Nachwuchs-Medienmacher*innen das Equipment näher, welches bei den Drehs zum Einsatz kommt; entwickelt stetig neue Workshop-Konzepte und Inhalte.

Abbildungsnachweis

Titelbild

©shutterstock_charmedlightph

Friederike von Gross/Renate Röllecke

©Katharina Künkel (Seite 15)

Niels Brüggem et al.

©Unsplash/Devin Avery (Seite 21)

©Unsplash/Dylan Ferreira (Seite 22)

Jürgen Ertelt/Annika Gehring

Lizenz: CC BY 3.0 DE, Katharina Bluhm (Seite 50)

Lizenz: CC BY 4.0, jugend.beteiligen.jetzt/Frank Segert (Seite 54)

Sonja Di Vetta/Björn Friedrich

©SIN – Studio im Netz e.V. (Seiten 59f.)

Eva Kukuk

©GMK-M-Team (Seiten 64f.)

Michaela Weiss

Seite 90

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