

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Postdigitale Kulturen Jugendlicher

Medienpädagogische Gestaltungs- und Identitätsräume

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 18
Postdigitale Kulturen Jugendlicher
Medienpädagogische Gestaltungs- und Identitätsräume
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
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 2023

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

ISBN 978-3-96848-104-3
eISBN 978-3-96848-704-5

Friederike von Gross/Renate Röllecke Postdigitale Kulturen Jugendlicher Medienpädagogische Gestaltungs- und Identitätsräume	9
--	---

Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis

Markus Gerstmann Digitale Medien in der Jugendarbeit Zwischen Neuem und Altem	15
Kai-Uwe Hugger Formen und Praktiken der Sozialität jugendlichen Medienhandelns	23
Sonja Ganguin/Johannes Gemkow Mediatisierte Vergemeinschaftungen von Jugend	29
Judith Ackermann/Benjamin Egger Postdigital Wellbeing und Influencer*innen Empathische Feedbackschleifen zwischen queeren Sportler*innen und Jugendlichen	35
Juliane Ahlborn KI-Kunst als kreativer Zugang zu Data Literacy	45
Philip Karsch/Dan Verständig Raum und Entgrenzung Digitale Jugendkulturen im Spannungsfeld von Singularisierung und kollektiven Aktionsformen	51
Janne Stricker Out of Orientierung Über den Einfluss des Digitalen auf die Identitätsentwicklung Jugendlicher	61

Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Die Amsel und Kubus – Jugendkulturzentrum Hamm Cubes – digitale Welten. Experimentieren & Gestalten (Kategorie A „Projekte von und mit Kindern“)	71
Büro Berlin des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis TruthTellers... trust me, if you can? Ein skeptisches Projekt über die Kraft des Erzählens (Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	79
medialepfade.org – Verein für Medienbildung e.V. „AntiAnti: Prävention von Online-Radikalisierung“ (Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)	85
Filmprojekt „don't stop motion“ don't stop motion (Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)	91
Kinder- und Jugendhilfeträger OstkreuzCity gGmbH Dreh's Um – vietdeutsche Perspektiven (Kategorie C „Interkulturelle und internationale Projekte“)	99
LAG Lokale Medienarbeit NRW e.V. nimm!-Akademie (Kategorie D „Inklusive und intersektionale Projekte“)	109
LAG Jugend & Film Niedersachsen e.V. „Game Days“ in Osnabrück und Göttingen (Kategorie E „Netzwerkprojekte“)	117
medienblau gGmbH #CoR – Gemeinsam. Nachhaltig. Handeln. (Kategorie F Sonderpreis 2022 „Let's save our planet – Medienpädagogische Projekte zur ökologischen Transformation“)	127
Netzwerk Gaming im Bielefelder Jugendring e.V. BESSER SPIELEN! #gamingbielefeld (Besondere Anerkennung)	135

Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)	
Was ist Medienkompetenz?	147
Einfach bewerben:	149
Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte	
Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis	153
Abbildungsnachweis	155

Seit 2019 führt die LAG Jugend & Film Niedersachsen unter dem Titel „Game Days“ in Osnabrück und Göttingen medienpädagogische Veranstaltungsreihen und Festivals zu den kreativen Potenzialen von digitalen Spielen durch. Die *Game Days* laden dazu ein, Computer- und Videospiele auf neue Arten zu erleben und selbst in und mit Games kreativ zu werden: Games zu verändern, mit Games zu experimentieren, eigene Games zu designen. Und natürlich: gemeinsam zu spielen in Workshops und offenen Laboren rund um das Thema Gaming in all seinen Ausprägungen. Von Game-Design bis E-sport, von Cosplay bis Musik richten sie sich an eine breite Zielgruppe: Kinder und Jugendliche sind ebenso willkommen wie Eltern, Großeltern, Pädagog*innen und Multiplikator*innen. Hier dürfen (und sollen) alle gerne mitspielen!

Thema

Digitale Games, Medienpädagogik, Medienkultur

Zielgruppe/n

Kinder, Jugendliche, (Groß-)Eltern, Pädagog*innen aller Fachrichtungen, Fachkräfte Jugend-Medien-Arbeit, Studierende, Multiplikator*innen

Methoden

Durchführung eines medienpädagogischen/medienkulturellen Festivals mit den wesentlichen Bestandteilen:

- Medienpädagogische/medienpraktische Workshops
- Fortbildungen für Fachkräfte, Pädagog*innen und Multiplikator*innen
- Game-Design-Werkstätten und Labore, bei denen eigene Medien produziert werden

- Kulturelle Veranstaltungen zum Thema Games (Musik, Theater, Crossmediale Shows)
- Begegnungsräume, die dazu einladen, miteinander ins Gespräch zu kommen und gemeinsam zu spielen und kreativ zu sein (z.B. LAN-Party für Eltern, offene „Hands On Games“, ...)

Projektlaufzeit

Seit 2019 finden in regelmäßiger Folge, meist jährlich, *Game-Days*-Veranstaltungsreihen in Osnabrück und/oder Göttingen statt.

Ergebnisse

Bisher haben insgesamt sechs mehrtägige *Game-Days*-Festivals stattgefunden, davon drei in Osnabrück, zwei in Göttingen und eines rein digital. Bei den Festivals selbst sind natürlich zahlreiche kleinere und größere Produkte entstanden: eigene kleine Game-Projekte der Teilnehmenden, Fotos, Videos oder Spieleprototypen aus Papier. Und die Inhalte unserer verschiedenen Online-Formate und Livestreams sind nach wie vor abrufbar als Video on Demand auf dem YouTube-Kanal der LAG Jugend & Film Niedersachsen (www.youtube.com/jmsnds)

Kontakt

LAG Jugend & Film Niedersachsen e.V.
E-Mail: gamedays@lag-jugend-und-film.de
Web: www.lag-jugend-und-film.de/game-days
Ansprechpartner*innen:
Stefan Berendes
E-Mail: berendes@lag-jugend-und-film.de
Sarah Weber
E-Mail: weber@lag-jugend-und-film.de

Im Interview

„Game Days“ in Osnabrück und Göttingen

LAG Jugend & Film Niedersachsen e.V.

Sarah Weber und Stefan Berendes

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Es geht uns bei den *Game Days* vor allem um einen praktisch-kreativen Ansatz: Games werden hier nicht nur konsumiert, sondern auch selbst gestaltet. Mithilfe verschiedener digitaler Werkzeuge können die Teilnehmenden eigene Spiele bauen und im Anschluss zu Hause weiterspielen, eigene Ideen verwirklichen, mit Medien experimentieren – und dabei lernen, dass sie selbst Games (um-)gestalten können.

Gleichzeitig wollen wir Begegnungsräume schaffen, in denen zum Beispiel Eltern mit ihren Kindern, Großeltern mit ihren Enkeln oder Kinder und Jugendliche miteinander spielen und ins Gespräch kommen können. Dabei wird eine breite Zielgruppe angesprochen, denn jede*r ist zu den *Game Days* herzlich eingeladen.

Eine weitere Besonderheit ist die Vielfältigkeit des Projekts. Die *Game Days* nutzen bereits vorhandene Interessen und Kompetenzen vor Ort – den gut laufenden Minecraft-Workshop, die Cosplay AG etc. – und ergänzen sie durch neue Angebote, spannende Referent*innen oder experimentelle Formate. Damit wollen wir versuchen, einerseits ein lebensweltorientiertes Angebot für die Teilnehmenden zu schaffen und andererseits auch immer wieder zu schauen: Was steckt eigentlich noch so alles drin im Thema Gaming?

Und schließlich ist, gerade im Hinblick auf den medienpädagogischen Charakter der Veranstaltung, die Vernetzungsarbeit mit zahlreichen Akteur*innen besonders hervorzuheben: Das voneinander und miteinander Lernen ist eine Besonderheit, die das Projekt ausmacht.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Durch offene, häufig auch altersübergreifende Angebote wollen wir deutlich machen, dass digitale Games für ganz unterschiedliche Zielgruppen spannend sein können. Und dass es gar nichts ausmacht, wenn sich diese verschiedenen Zielgruppen auch mal im gleichen Workshop begegnen – sogar ganz im Gegenteil.

Gleichzeitig gibt es immer auch Raum für spezialisierte Angebote, wenn etwa im Rahmen von Fortbildungen noch einmal detaillierter auf verschiedene Ansätze eingegangen werden soll. Oder wenn es an anderer Stelle um Angebote geht, die sich z.B. noch einmal gezielt an bestimmte Altersgruppen richten. Uns ist wichtig, dass die Offenheit zur Begegnung und zum gemeinsamen Lernen und Spielen ebenso dabei ist wie die Möglichkeit, zielgerichtet vertiefende Angebote zu machen.

Ein wichtiger methodischer Fokus liegt außerdem auf Workshops und Werkstätten, die möglichst niedrigschwellig sind und gleichzeitig einen hohen Aufforderungscharakter haben. Sodass Teilnehmende Lust haben, direkt mitzumachen und sich auszuprobieren. Damit sie, durch die Befassung mit Games auf ganz unterschiedliche Weise, aber auch durch die eigenen Projekte, merken, dass digitale Games ein bewusst gestaltetes, aber auch ein gestaltbares Medium sind.

Dabei greifen wir, so weit wie möglich, auf Werkzeuge, Ansätze und Materialien zurück, die frei verfügbar sind und somit auch über die *Game Days* hinaus genutzt werden können.

Neben den Workshops, Fortbildungen und Fachvorträgen versuchen wir außerdem,

Kulturveranstaltungen rund um Gaming und Gaming-Kultur anzubieten, die für Menschen sowohl mit als auch ohne Vorkenntnisse interessant sind: Das können Konzerte zu Videospelmusik, E-Sport-Veranstaltungen oder Gameshows sein. Oder auch Angebote, die die Schnittmengen zu anderen kreativen und kulturellen Bereichen ausleuchten, darunter z.B. Theater, Brett- und Rollenspiel.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer*innen?

Vorkenntnisse sind bei den *Game Days* grundsätzlich nicht erforderlich, da die verschiedenen Angebote bewusst niedrigschwellig gehalten sind. Wir freuen uns also sehr, wenn auch Menschen ohne Gaming-Erfahrung teilnehmen und auf diesem Weg ein für sie (noch) neues Medium entdecken. Gleichzeitig kommt es natürlich häufig vor, dass gerade Kinder und Jugendliche – aber auch immer mehr Erwachsene – schon über recht umfangreiche Gaming-Erfahrungen verfügen. Solche Vorerfahrungen sind im Rahmen der verschiedenen Workshops dann natürlich ein spannender „Bonus“ und eine wertvolle Ressource – und am spannendsten wird es häufig gerade da, wo die, die sich mit dem Medium schon auskennen, auf Teilnehmer*innen ohne Vorkenntnisse treffen und beide Gruppen dann miteinander in den Dialog gehen, sich austauschen und gemeinsam kreativ sind. Und dort sind dann die Vorkenntnisse von „Gaming-Profis“ häufig ebenso wertvoll und wichtig wie die klugen Fragen und Denkanstöße derjenigen, für die das Medium noch ganz neu ist.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Wir versuchen, die verschiedenen Dimensionen von Medienkompetenz auch bei den *Game Days* abzubilden und zu thematisieren: Natürlich findet *Mediennutzung* statt, denn wir spielen gemeinsam Games oder befassen uns mit Medienformaten um Games herum.

Durch die Beschäftigung mit der Entwicklungsgeschichte digitaler Spiele oder dadurch, dass Entwickler*innen zu Wort kommen, wird der Bereich der *Medienkunde* adressiert. Im Zentrum des Projektes steht sicherlich die *Mediengestaltung*, denn kreativ mit Games umzugehen oder sogar eigene Games oder Game-nahe Medienprojekte umzusetzen, ist zentraler Inhalt der *Game Days*. Aber weil es dabei auch darum geht, Games zu hinterfragen, sich bewusst zu machen, was ein gutes Spiel ausmacht oder welche negativen Aspekte einzelne Games oder Gaming-Kultur haben können, bleibt zuletzt auch der Bereich der *Medienkritik* nicht ausgespart.

Darüber hinaus geht es noch um die Förderung der Selbstwirksamkeit durch das Gestalten eigener Games und das Feedback der Peergroup, wenn diese Spiele interaktiv im Plenum vorgestellt werden. Die gegenseitige Anerkennung und Wertschätzung hat in den Workshops einen hohen Stellenwert, ebenso die Sozialkompetenz. Das mag bei manchen hitzigen Spielrunden auch mal eine Herausforderung sein, es ist uns aber trotzdem wichtig, dass ein Miteinander entsteht: dass Teilnehmende sich gegenseitig helfen und dass Erfahrene sich verantwortlich fühlen und denjenigen helfen, die sich das erste Mal mit der Materie Games auseinandersetzen – durchaus auch über Altersgrenzen hinweg.

c) Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?

Da die meisten Angebote der *Game Days* sich als offene Workshops und Werkstätten verstehen, stehen die Ideen und die Kreativität der Teilnehmenden klar im Vordergrund: Sie können eigene Ideen verwirklichen, eigene kleine Projekte gestalten und direkt vor Ort ausprobieren, und sie erleben dadurch, dass Games und digitale Medien nicht nur konsumiert, sondern auch selbst gestaltet werden können. Das vermittelt ihnen nicht nur ein Gefühl der Selbstwirksamkeit, sondern stärkt auch ihre Handlungskompetenzen in Bezug auf Medien: Die Teilnehmenden entdecken Kreativtechniken und den Umgang mit konkreten Werk-

zeugen. Und weil es sich in fast allen Fällen um kostenlos verfügbare Software handelt, können sie das Erlernte meist auch in Zukunft weiter einsetzen – deutlich über die *Game Days* hinaus.

Und häufig lernen die Teilnehmenden auch ganz einfach Games kennen, die ihnen weniger bekannt sind: bei den Erwachsenen, weil sie sich vielleicht noch nicht mit dem Medium befasst haben. Und die Kinder und Jugendlichen entdecken Serious Games oder Experimentalformate, die bei ihrem täglichen Gaming sonst weniger im Vordergrund stehen.

Probleme und Grenzen

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

Für uns als Organisator*innen bleibt das Spannungsverhältnis zwischen Spaß und pädagogischem Anspruch eine interessante Herausforderung: Dass man nicht immer alles machen kann, was populär wäre, und gleichzeitig auch manches macht, was vielleicht nicht populär ist, aber uns (medien-)pädagogisch wichtig erscheint. Wie gestalte ich ein Projekt, das packend ist für die Teilnehmenden und wie wird es dabei auch medienpädagogischen Ansprüchen gerecht? Dies benötigt Fingerspitzengefühl und Kreativität.

Ein weiteres Spannungsverhältnis gibt es zwischen den Ansprüchen der Teilnehmenden und dem, was mit den zur Verfügung stehenden Mitteln möglich ist: Gerade Jugendliche wollen oft „das neue FIFA“ oder „ihr eigenes GTA“ entwickeln. Aber mit einfachen Game-Design-Tools entwickelt man an einem Nachmittag keinen AAA-Blockbuster. Am Anfang ist das dann manchmal enttäuschend, aber es ist immer wieder spannend zu erleben, wie eben diese Ansprüche sich im Laufe eines Workshops verändern. Die Teilnehmenden stellen fest, dass auch aus den einfachen Tools spannende Spiele entstehen können. Das gemeinsame Ausprobieren in der Gruppe und der Austausch motivieren noch zusätzlich – und am Ende entstehen jedes Mal tolle Spiele.

Auf der Ebene der Erwachsenen, der Pädagog*innen und der Multiplikator*innen stellen wir außerdem fest, dass wir häufig noch Überzeugungsarbeit leisten müssen, warum es sich überhaupt lohnt, sich mit Games medienpädagogisch zu befassen: Wir merken manchmal, dass das Medium in dieser Altersgruppe eher defizitorientiert betrachtet wird; dass die Chancen, die in der Befassung stecken, gerade auch um über Problematisches sprechen zu können, weniger gesehen werden, und dass manchmal eine komplette Verweigerungshaltung herrscht. Die versuchen wir dann behutsam durch eine kritisch-kreative Betrachtung des Themas abzulösen und den Teilnehmenden zu zeigen: Ihr dürft das ruhig alles auch kritisch sehen, aber Ihr müsst es zum Thema machen.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Ohne eine solide Ausstattung an Geräten ist eine größere Gaming-Veranstaltung kaum vorstellbar: PCs, Laptops, Konsolen und natürlich auch die Software müssen vorhanden sein. Positiv zu bemerken ist, dass es gerade im Bereich Konsolen und Spiele oft schon einen bestehenden Fundus in Jugendzentren gibt, den man nutzen kann. Darüber hinaus helfen auch technische Ressourcen überregionaler Institutionen weiter, in unserem Fall z.B. die Technik für Eltern-LAN-Partys der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen.

Bei der Software im Bereich Game-Design sind glücklicherweise immer mehr Werkzeuge frei verfügbar, zumindest als Demoverision. Wir achten auch bewusst darauf, hier so weit wie möglich frei verfügbare Werkzeuge zu nutzen, damit diese von den Teilnehmenden auch über die *Game Days* hinaus genutzt werden können.

Und schließlich sollte man auch für die Technik an den Veranstaltungstagen selbst über einige Eventualitäten nachdenken. Für uns bedeutet das, dass es im Hintergrund für den Fall, dass etwas nicht funktioniert, immer eine technische Betreuung gibt. Und dass man sich

auch rechtzeitig darüber Gedanken macht, die vorhandene Technik für die Veranstaltungstage auch entsprechend zu versichern.

Tipps für die Praxis

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

Am wichtigsten ist vermutlich, sich ein Netzwerk von Kooperationspartner*innen aufzubauen und es zu pflegen. Gerade im Bereich Gaming einmal zu schauen: Welche Angebote und Akteur*innen gibt es schon vor Ort, und wie lassen sich diese einbinden? Wer interessiert sich schon für das Thema, oder für ein verwandtes Thema, und könnte etwas beitragen, das inhaltlich passt? Und welche gemeinsamen Ideen entstehen, die man allein gar nicht hätte umsetzen können?

Außerdem würden wir empfehlen, beharrlich zu bleiben, gerade im Dialog mit Multiplikator*innen, Entscheider*innen und möglichen Förder*innen vor Ort: Die sehen häufig eher die Gefährdungspotenziale, wenn es ums Gaming geht, und das ist ja auch völlig legitim. Aber hier gilt es dann, die Chancen herauszuarbeiten und zu erklären, warum es gerade wichtig ist, sich mit diesem Medium zu befassen und den Umgang mit Games bewusst und kreativ zu gestalten. Und die durchaus vorhandenen Probleme und kritischen Aspekte zum Thema zu machen, statt das ganze Medium auf Abstand zu halten.

Am Ende helfen immer wieder Interesse am Thema und „Mut zur Lücke“: Es ist fast unmöglich, immer jedes aktuelle Game und jeden wichtigen Trend zu kennen. Aber neugierig zu bleiben, auch für Ideen und Anregungen von außen, erleichtert die medienpädagogische Arbeit an dieser Stelle.

Motivation

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

Ja, die Zielgruppe muss motiviert werden, und zwar durchaus auf unterschiedliche Art und Weise: Bei den Kindern und Jugendlichen gilt, ganz platt gesagt: Nur weil man etwas mit Games macht, ist das noch nicht automatisch cool. Und weil wir die *Game Days* immer auch pädagogisch angehen, müssen wir die Jugendlichen manchmal überzeugen, dass es sich lohnt, sich auf das Angebot einzulassen. Zum einen kann das dadurch gelingen, indem



Ansätze und Werkzeuge so gewählt werden, dass die Teilnehmenden schnell merken, hier eigene Ideen umsetzen zu können und zu eigenen Ergebnissen zu kommen. Gleichzeitig ist es wichtig, Kinder und Jugendliche durch Impulse, die an ihrer Lebenswelt orientiert sind, zu motivieren, damit sie am Ball bleiben. Konkret: Wenn die Kinder und Jugendlichen über ihre eigenen Erfahrungen zu Games sprechen, über ihre Favoriten im Bereich Gaming, dann ist es wichtig, da anzuknüpfen, denn durch diese Sequenzen und die Bestärkung für das Interesse entstehen Motivation und wichtige

medienpädagogische Gesprächsanteile, die im Endprodukt nicht so sichtbar sind.

Bei den Erwachsenen als Zielgruppe geht es hingegen eher darum, die Teilnehmenden zu überzeugen, dass das „nicht alles Quatsch ist“ und es „nicht nur ums Zocken geht“. Sondern dass Games als Medium mittlerweile so relevant sind für immer mehr Menschen, dass man sich mit diesem Medium einfach beschäftigen sollte, auch und gerade, um kritische Aspekte genauer im Blick zu haben. Und dabei erleben wir dann häufig „Aha-Effekte“: Bei Fachkräften, die sich vorher gar nicht vorstellen konnten, was in dem Thema alles drinsteckt. Oder bei Eltern, die eigentlich nur ihre

sondere Spielmöglichkeiten oder -erlebnisse geboten werden. So z.B. bei den *Game Days* 2021, wo Bewegungsspiele verschiedener Art angeboten wurden: von der handelsüblichen Nintendo Switch über eine Konsole speziell für Senior*innen bis hin zu einer Installation, bei der eine riesige Kugel selbst bewegt werden musste.

Von den Erwachsenen wird hier auch als positiv erlebt, dass eine ganz angstfreie Begegnung mit verschiedenen Spielen möglich ist – häufig sogar mit den Kindern zusammen. Und dass das dann einen guten Anlass bietet, mit anderen Eltern oder den anwesenden Medienpädagog*innen über verschiedene Fragen rund ums Gaming ins Gespräch zu kommen.



Kinder begleiten wollen, aber dann durchaus das eine oder andere entdecken, was sie selbst interessiert oder sogar fasziniert.

b) Was macht den Teilnehmenden besonders viel Spaß?

Eigene Game-Projekte zu verwirklichen und diese dann direkt vor Ort testen, vorführen und im Anschluss auch mitnehmen und an ihnen weiterarbeiten zu können, ist immer wieder ein Highlight für die Teilnehmenden.

Ebenso gern wahrgenommen werden die Möglichkeiten zum gemeinsamen Spielen – gerade auch dort, wo interessante und be-

c) Und was finden Sie selbst besonders motivierend?

Es bleiben viele konkrete Erlebnisse und Begegnungen in Erinnerung. Der Junge, der mit Scratch plötzlich extrem komplizierte Programmierungen quasi aus dem Ärmel schüttelt und im Anschluss glücklich seufzt: „Das ist hier endlich mal ein Tag, an dem ich machen kann, was mich interessiert.“ Eine Jugendliche, die am Anfang des Workshops noch sehr schüchtern ist, dann während des Projekts immer lockerer wird und durch das

selbst entwickelte Produkt so viel Selbstsicherheit gewinnt, dass am Ende das Präsentieren des Spiels vor der eigenen Familie oder sogar vor Fremden gar kein Problem mehr ist. Oder der ältere Herr, der das allererste Mal Erfahrungen mit einer VR-Brille sammelt und dann ganz begeistert ist: „Man ist ja wie im Flugzeug hier!“ Dabei sein zu dürfen, wie Menschen dem Medium Games – und einander – begegnen und dann gemeinsam Spaß haben und kreativ sind, ist immer wieder ein tolles Erlebnis für uns.

Und ein besonderes Highlight war selbstverständlich auch die Auszeichnung mit dem

Dieter Baacke Preis – besonders hat uns gefreut, dass gerade der breite Ansatz der *Game Days* und die Breite der Zielgruppe gelobt wurden, denn wir hatten zuvor oft gehört: „Macht doch lieber nur etwas für eine kleinere Zielgruppe, das ist viel effektiver.“

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 freuen uns sehr, dass über die Jahre aus den *Game Days* zahlreiche Projekte und Anschlussvorhaben sowohl im Raum Osnabrück als auch im Raum Göttingen entstanden sind: verschiedene Game-Design-Werkstätten in Ostercappeln, in Fredelsloh oder im Museum Schloss Fürstenberg; 360-Grad-Escape-Rooms in Osnabrück und Bramsche; crossmediale Workshops, wie das Projekt *Who Am I?*, das 2021 mit dem Dieter Baacke Preis ausgezeichnet wurde, oder verschiedene Einzelveranstaltungen und Veranstaltungsreihen mit verschiedenen Partner*innen. Insgesamt sind bislang rund ein Dutzend Projekte aus den *Game Days* hervorgegangen. Und auch das Netzwerk der *Game Days* selbst wächst natürlich beständig, sodass wir mit immer mehr regionalen und überregionalen Partner*innen auch immer spannendere *Game Days* anbieten können.

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

Ja, das Projekt läuft auch weiterhin. Die letzten *Game Days* haben Anfang September 2022 in Osnabrück stattgefunden und die Planungen für das nächste Festival in Osnabrück im Frühherbst 2023 laufen schon. Und auch in Göttingen soll es in Zukunft wieder *Game Days* geben. Wir sind zuversichtlich, dass aus den *Game Days* auch immer wieder neue Ideen, Workshops und Projekte entstehen werden – und so ist das ja auch ganz ausdrücklich gedacht und gewollt.

Themen

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

Auf großes Interesse bei den Kindern und Jugendlichen stoßen generell immer die Angebote zum Thema Game-Design, also verschiedene Werkzeuge kennenzulernen, mit denen die Teilnehmenden dann eigene Projekte umsetzen können, ob es nun um ganze Games oder um einzelne Teilbereiche, wie z.B. 3D-Modellierung, geht.

In dieser Altersgruppe kommen außerdem auch Veranstaltungen gut an, die das Ausprobieren „besonderer“ Spielerfahrungen ermöglichen, also Bewegungssteuerung, Virtual Reality oder Augmented Reality.

Bei den Erwachsenen, gerade auch bei den Fachkräften, gibt es außerdem auch ein Interesse daran, welche Themen man mit Games aufschließen und bearbeiten kann: Wie sieht es eigentlich mit der Barrierefreiheit in Games aus? Was passiert, wenn Games zum Medium werden, um Trauer zu thematisieren und zu verarbeiten. Welche Stereotype und Games werden in Games produziert und reproduziert, und wie kann man sich damit kreativ und humorvoll auseinandersetzen? Und wie bleibt trotz alledem der Spaß nicht auf der Strecke, wie vermeidet man den „pädagogischen Zeigefinger“?

Trends und Interessen der Zielgruppe

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

Besonders wichtig erscheint uns, nicht nur bei den eigentlichen Games stehen zu bleiben, sondern auch die Kultur drumherum mit in den Blick zu nehmen: also Streaming, Cosplay, E-Sport, aber vielfach auch spezialisierte Bereiche, die sich aus anderen Teilbereichen ergeben, z.B. 3D-Druck. Und es ist auch sehr sinnvoll, die Schnittmengen mit anderen „verspielten“ Medien zu nutzen, z.B. Rollenspiel, Tabletop, Brettspiel, Theater oder Musik: Die

Lebenswelt vieler Kinder, Jugendlicher und junger Erwachsener findet ganz natürlich in der Mischung zwischen diesen Bereichen statt, und deshalb ist es umso spannender, sich damit zu beschäftigen, was gerade in der Vermischung der einzelnen Kultur- und Medienbereiche passiert.

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

Bei der Planung unserer Veranstaltungen sind wir immer im Austausch und versuchen die aktuellen Medientrends zu berücksichtigen. Das heißt konkret, sich die Frage zu stellen: „Welche Medientrends sind gerade aktuell bei den Kindern und Jugendlichen?“ und „Wie können wir diese konkret bei den *Game Days* umsetzen?“

Dabei helfen immer auch die Erfahrungswerte z.B. aus der Jugendarbeit vor Ort und die vielen Ideen der Kooperationspartner*innen und der am Projekt beteiligten Akteur*innen.

Und natürlich nehmen wir auch aus den eigentlichen Veranstaltungen immer eine Menge Anregungen mit: Tipps und Tricks von Kindern und Jugendlichen direkt aus den Workshops oder Anregungen aus der Arbeit mit den Fachkräften oder den Eltern. In der anschließenden Diskussion berücksichtigen wir die Interessen und Anregungen unserer Teilnehmenden dann bei den Planungen für das nächste Festival.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Wir hoffen sehr, in Osnabrück und Göttingen auch weiterhin spannende Festivals und Veranstaltungen durchführen zu können. Orte zu schaffen, wo alle sich rund um das Thema Gaming informieren, mit anderen austauschen und gemeinsam Spaß haben und kreativ sein können. Wo alle als Mitspieler*innen willkommen sind, egal wie alt sie sind, woher sie kommen oder welche Voraussetzungen sie mitbringen.

Vielleicht, das wäre unsere Hoffnung, erhalten diese Bemühungen durch den an unser Projekt verliehenen Dieter Baacke Preis einen zusätzlichen Schub, und wir müssen in Zukunft ein bisschen weniger oft erklären, dass es uns um mehr geht als „nur ums Zocken“.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Es zeigt sich deutlich, dass in der Befassung mit dem Thema Games in all seiner Komplexität große Chancen für die medienpädagogische Arbeit stecken, und das sowohl für tolle, kreative, vielschichtige Projekte als auch für die Beschäftigung mit teilweise problematischen Aspekten. Und dass sich im Thema „Gaming“ zahlreiche andere Themen mit großer gesellschaftlicher Bedeutung verbergen, von der Barrierefreiheit über die politische Bildung bis hin zur – mitunter hochproblematischen – Kommunikation in Gaming-Subkulturen. Aus unserer Sicht können wir Medienpädagog*innen nur empfehlen, sich mit dem Thema Gaming ebenso kritisch wie kreativ auseinanderzusetzen, eben weil es hier so viele fruchtbare Anknüpfungspunkte gibt – zu spannenden Themen ebenso wie zur Lebenswirklichkeit von immer mehr Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen!

Struktur und Rahmen

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

Für fast alle Rahmenbedingungen ist bei unserem Projekt besonders die Kooperation mit verschiedenen Partner*innen wichtig: mit dem Haus der Jugend oder dem Kulturzentrum *musa*, die die passenden Räumlichkeiten mitbringen, mit Akteur*innen der Jugendarbeit oder der kulturellen Bildung vor Ort, die Ideen, helfende Hände oder weitere Orte einbringen. Ohne diese Kooperationspartner*innen wären die *Game Days* nicht umsetzbar, und die Zusammenarbeit sichert hier auch zu einem wesentlichen Teil die Kontinuität des Projektes.

Bei den technischen Bedingungen wäre die Nutzung verschiedener Ressourcen zu nennen: Zum einen die Technik, die die genannten Kooperationspartner*innen mitbringen, zum anderen können wir auch die technische Ausstattung überregionaler Institutionen nutzen. In unserem Fall ist das die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen, aber wir können ganz generell nur allen Projektplaner*innen empfehlen, sich zu informieren, welche Möglichkeiten diesbezüglich in ihrem Bundesland oder in ihrer Kommune bestehen. Eine sehr große Hilfe war hier auch der Verein Gaming Aid, der uns über die Jahre immer wieder beim Aufbau eines entsprechenden Technikfundus' unterstützt hat.

Die Kontinuität des Projektes wird aber andererseits auch gesichert durch verschiedene Förder*innen: Hier sind wir bislang im Wesentlichen auf Projektfördermittel angewiesen, wobei verschiedene öffentliche Förder- und Aufholprogramme auf Landesebene sehr hilfreich dabei sein können, Vorhaben wie die *Game Days* umzusetzen. Langfristig würden wir uns gerade hierbei eine höhere Kontinuität und Planungssicherheit wünschen; und eine höhere Bereitschaft, längerfristige Projekte zu unterstützen.

Feedback

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

Bei den *Game Days* kommen oftmals Vorschläge seitens der Kinder und Jugendlichen, gerade auch wenn es um konkrete Spiele oder Werkzeuge geht. In der anschließenden Evaluation schauen wir, was davon umsetzbar ist. Und vor allem lernen wir von unseren Teilnehmenden. Wie schon erwähnt, ist es bei einem so unübersichtlichen Thema fast unmöglich, alles zu kennen und über alles auf dem Laufenden

zu bleiben. Umso besser, wenn Teilnehmende dann Ideen oder auch Kenntnisse mitbringen, die wir in das weitergehende Projekt einfließen lassen können.

Interviewpartner*innen

Sarah Weber: Gehört zum Vorstand der LAG Jugend & Film Niedersachsen und ist staatlich anerkannte Erzieherin in der stationären Jugendhilfe und medienpädagogische Referentin in der offenen Kinder- und Jugendarbeit; betreut und initiiert neben ihrer Arbeit verschiedene Medienprojekte; gehört zum Leitungsteam der *Game Days* in Osnabrück und Göttingen.



Stefan Berendes: Zweiter Vorsitzender der LAG Jugend & Film Niedersachsen und als medienpädagogischer Referent für verschiedene Institutionen tätig, darunter die Niedersächsische Landesmedienanstalt und die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen; gehört zum Leitungsteam der *Game Days* in Osnabrück und Göttingen; seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich digitale Medien, Medienkompetenz und Games.

Abbildungsnachweis

Titelbild

©Shutterstock_Beatriz Vera

Friederike von Gross/Renate Röllecke

©Katharina Künkel, unter Verwendung von AdobeStock_Vikky Mir |
Sylwia Nowik | neliakott (Collage) (Seite 11)

TruthTellers – trust me, if you can...?

©Jule Richter (Seite 82), ©JFF (Seiten 81, 83)

AntiAnti: Prävention von Online-Radikalisierung

©medialepfade.org – Verein für Medienbildung e.V. (Seiten 85, 87, 88)

„Game Days“ in Osnabrück und Göttingen

©Kerstin Hehmann (Seiten 122, 125), ©Sebastian Dohm (Seite 121)

#CoR – Gemeinsam. Nachhaltig. Handeln.

©medienblau gGmbH (Seiten 127, 130, 131)

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