



Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Zollhof 2  
40221 Düsseldorf

Telefon  
0211 77007-0  
Telefax  
0211 727170  
E-Mail  
info@lfm-nrw.de  
Internet  
www.lfm-nrw.de

ISBN 978-3-940929-07-5

A large red chevron pointing to the right, positioned above the main title.

# Medienkompetenzbericht

der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

# 2008





# Medien kompetenzbericht

# 2008

4. Bericht der Landesanstalt für Medien NRW  
zur Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen

## Impressum

### Herausgeber:

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Bereich Tagungen und Öffentlichkeitsarbeit  
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf  
[www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)

ISBN 978-3-940929-07-5

### Bereich Tagungen und Öffentlichkeitsarbeit

Verantwortlich: Dr. Joachim Gerth  
Bildredaktion: Barbara Banczyk, Stephanie Jansen, Dagmar A. Rose

### Bereich Förderung Medienkompetenz/Bürgermedien

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff  
Redaktion: Stephanie Jansen

### Lektorat: Angela Rieger

Gestaltung: tk-schu:tte GmbH, Essen  
Druck: B.O.S.S Druck und Medien GmbH, Goch

November 2008

Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Zollhof 2  
40221 Düsseldorf  
Postfach 10 34 43  
40025 Düsseldorf  
[www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)

# Inhalt

## I. EINLEITUNG

1. **Medienkompetenz in der digitalen Welt** ..... 8 |  
*Prof. Dr. Norbert Schneider,  
Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen*

2. **Medienkompetenz in der Schule** ..... 13 |  
*Gespräch mit Frauke Gerlach,  
Vorsitzende der Medienkommission der LfM*

3. **Themenschwerpunkte 2008 der LfM zur Förderung  
von Medienkompetenz** ..... 16 |  
*Mechthild Appelhoff*

## II. BERICHTE AUS DEN MEDIENKOMPETENZ-PROJEKTEN

1. **„Typisch Junge – Typisch Mädchen?“** ..... 24 |  
*Ein Bericht aus dem Forschungsprojekt  
„Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung“*

2. **„Vieles, was mit Medienerziehung zu tun hat,  
ist auch ohne Medieneinsatz möglich“** ..... 34 |  
*Ein Bericht aus dem Forschungsprojekt  
„Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten“*

3. **„Handys: nicht nur technisch bedienen, sondern  
Auswirkungen beurteilen“** ..... 44 |  
*Ein Bericht aus dem Förderprojekt  
„handysektor – Sicherheit in mobilen Netzen“*

4. **„Alles ist irgendwie mal überdacht worden“** ..... 48 |  
*Ein Bericht aus dem Förderprojekt  
„Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“*

5. **„Es gibt keinen Grund, einen Fernseher ins Kinderzimmer  
zu stellen!“** ..... 52 |  
*Ein Bericht aus dem Förderprojekt „Initiative Eltern+Medien“*

## III. FÖRDERAKTIVITÄTEN

### 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

*Mechthild Appelhoff, Dr. Meike Isenberg, Rainer Smits, Antje vom Berg*

- 1.1 Medienforschung ..... 58 |  
1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote ..... 74 |  
1.3 Vernetzung und Koordination ..... 115 |

### 2. Bürgermedien

*Mechthild Appelhoff, Andreas Schmidt, Peter Schwarz*

- 2.1 Bürgerfunk und Bürgerfernsehen – Neue Rahmenbedingungen in NRW ..... 118 |  
2.2 Campus-Rundfunk in Nordrhein-Westfalen ..... 125 |

## IV. MEDIENNUTZERSCHUTZ IN NRW

Beschwerderechte von Rundfunkteilnehmern im Rundfunk und Internet

*Dr. Meike Isenberg* ..... 132 |

## V. FÖRDERUNG DER AUS- UND FORTBILDUNG IN MEDIENBERUFEN

*Peter Schwarz, Dr. Peter Widlok* ..... 136 |

## VI. AUFBAU UND SICHERUNG VON MEDIENKOMPETENZFÖRDERNDEN INFRASTRUKTUREN ..... 146 |

## VII. MATERIALIEN UND LINKS ..... 166 |

## ANHANG

- A. Förderung von Medienkompetenz – Leitbilder und Handlungsfelder der LfM  
*Mechthild Appelhoff* ..... 188 |  
B. Förderrichtlinien und Satzungen ..... 195 |  
C. Ansprechpartner Medienkompetenz und Bürgermedien ..... 240 |



## I. EINLEITUNG

- 1. Medienkompetenz in der digitalen Welt \_\_\_\_\_ 8|
- 2. Medienkompetenz in der Schule \_\_\_\_\_ 13|
- 3. Themenschwerpunkte 2008 der LfM zur  
Förderung von Medienkompetenz \_\_\_\_\_ 16|



# 1. Medienkompetenz in der digitalen Welt

Prof. Dr. Norbert Schneider,

Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen



**R**eduziert man mediale Kommunikation unter Missachtung aller Komplexitäten und Feinheiten auf ein schlichtes Basismodell, dann geht es um den Austausch von Signalen, sendend/empfangend/sendend/empfangend usw. zwischen Menschen – und dies unter Inanspruchnahme von Frequenzen und Geräten.

Wie das im Einzelnen funktioniert, ist in der Regel nicht ohne Weiteres erkennbar. In diesem Modell ist mehr verdeckt und versteckt als offen zutage liegt. Um Transparenz herzustellen, um die eine oder andere „black box“ zu beseitigen, um die Interessen offen zu legen, kann man den einen oder anderen Teilbereich oder auch einzelne Prozesse gesondert analysieren. Das Resultat dieser Arbeit kann man als Medienkompetenz bezeichnen.

Sie kann dem Sender als einer unverwechselbaren Größe gelten, ebenso dem Empfänger, und dies völlig anders dann, wenn er selbst auch Sender ist. Sie kann das Programm bzw. das Produkt, das zwischen beiden steht oder geht, die Häufung von Signalen betreffen. Sie kann das Beziehungsgeflecht bzw. das Bindegewebe aufdröseln oder auch auflösen, das sich in diesem Modell je nach Zielvorstellung herausbildet. Sie kann dies im Interesse von Theorien oder einfach nur auf exemplarische Weise tun. Sie kann dies als einen Inhalt von Bildung begreifen, als Aufklärung über eine elementare Kulturtechnik (Hören, Sehen).

Dies alles geschieht nicht zeitlos, ein für allemal und ist dann abgehakt. In jeder dieser Varianten, Schwerpunkte oder Einzelinteressen steckt auch das jeweils aktuelle technische Dispositiv, das Abbild oder auch die Reife eines Systems, wie es sich jetzt vermittelt. Medienkompetenz ist auch deshalb eine Kompetenz im Wandel. Man muss ihre Basisdaten wie ihre Erwerbskonzepte weiterentwickeln, anpassen, aufarbeiten, je nach Stand jener Dinge, die dabei im Zentrum stehen, je nach Art und Weise, Funktion und aktueller Bedeutung (Macht) des Senders, des Signals (Produkts), der Wege und des Empfängers.

Diese Hinweise auf den Rahmen, in dem Medienkompetenz als Bild erscheint, haben zunächst nur das Fernsehen im Auge, lassen sich dann aber nach und nach auch auf neue Formen und Gefäße medialer Kommunikation ausweiten.

Eine Geschichte des Rundfunks in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg zu schreiben, heißt nichts anderes, als eine Sendergeschichte schreiben. Bis in die 90er Jahre hinein waren die Sender die entscheidenden Größen im Prozess der (durch Fernsehen bestimmten) medialen Kommunikation. Die Leiter dieser Sender, meistens Intendanten, waren stets von der Versuchung begleitet, ihre Position über die der jeweiligen Ministerpräsidenten ihrer Länder zu stellen. Sender waren ein Machtpotenzial, mit dem auch große Verlagshäuser nicht mithalten konnten. Fernsehen und Sender verstehen und durchschauen heißt für diese Phase: Ihre Entwicklungen, ihr Personal, ihr Potenzial, ihre Philosophien, ihre Ideen und Phantasien, auch ihre Arroganz, ihre Undurchlässigkeit zu analysieren, jene Attitüden, die Gerd Bacher einmal veranlasst haben, die BBC als die Mutter aller öffentlich-rechtlichen Sender als Hochkirche zu charakterisieren.

Die zweite Erhebung in dieser Mediengeschichte, der Zuschauer, der Zuhörer, der Nutzer, der Konsument, der Rezipient – er verschwand, wenn man ihn nicht gerade als den Wichtigsten von allen beschwor, so pathetisch wie folgenlos, in jenen Jahren eher in der Versenkung der Unerheblichkeit. Er spielte sicher immer wieder eine kleine Rolle. Ab und zu ließ man ihn auch, unterstützt von Blättern wie der Bild-Zeitung, einen aktuellen Aufstand proben. Aber am Ende des Tages hatte er nichts zu sagen. Die warme Rhetorik, es werde doch alles nur für ihn gemacht, hatte mit der kalten Ausübung der Sendermacht nichts zu tun.

Wenn der Empfänger wissen wollte, was der Sender ihm anzubieten hatte, dann musste er entweder fressen oder sterben. Es sei denn, man hätte ihm seine Situation durch Dritte deutlich gemacht. Es sei denn, man hätte ihm einen Eindruck davon vermitteln können, dass er nicht hilflos in diesem Sender-Empfänger-Schema an den Rand gedrängt, und Fernsehen als gnädiges Schicksal empfinden musste. Es sei denn, man hätte ihm gezeigt, was Senden und Empfangen tatsächlich ist, wie man mit Produkten umgeht, welche Ästhetiken, welche Ökonomien und auch welche Rezeptionsweisen typisch sind. Es sei denn,

man hätte ihm Möglichkeiten geboten, einen scheinbar sehr einseitigen Prozess zu durchschauen und eine Art von Gegenbewegung zu organisieren, mit der man die Macht der Sender mindestens in Frage stellen konnte. Es sei denn, man hätte das betrieben, was man seit Ende der 80er Jahre Medienkompetenz nennt und was nach und nach, als ein Element von Bildung, Anerkennung und Konkretion gefunden hat. Übrigens auch durch die Arbeit solcher Einrichtungen wie der deutschen Landesmedienanstalten, denen mittlerweile auch der Gesetzgeber diese Aufgabe förmlich übertragen hat.

Freilich ist ungefähr zum selben Zeitpunkt, an dem aus diesem Es-sei-denn eine Selbstverständlichkeit zu werden schien, die Ausgangslage ins Wanken geraten. Die klassische Sender-Empfänger-Situation hat durch viele Außeneinflüsse, vor allem aber durch die sich allmählich in Gang setzende Digitalisierung ihr Paradigmenmonopol verloren. So, wie etwa auch das Medienkonzentrationsrecht sich mit dem bekannten Wunder von Bad Neuenahr von einer reinen Senderfixierung auf ein Marktanteilsmodell hin entwickelt hat, in dem der Empfänger mindestens als statistische Größe eine Rolle spielte, so hat sich auch das Thema Medienkompetenz weiterentwickelt und Faktoren in sich aufgenommen, für die in der alten analogen Welt gar kein Bedarf bestand.

Die wachsende Komplexität der medialen Kommunikation erforderte wie von selbst auch eine wachsende Anstrengung auf dem Gebiet der Kompetenzvermittlung. Mehr denn je mussten technische Aspekte einbezogen werden, weil die Entwicklung mehr denn je technikgesteuert war. Vor allem aber musste das Phänomen des Überflusses erkannt und gebändigt werden – ein Phänomen, das durch die nahezu gleichzeitig aufwachsende Netz-Kommunikation einen gewaltigen zusätzlichen Schub bekam. Die zahlreichen Konvergenzprozesse verlangten eine neue Betrachtung dessen, was Medienkompetenz zu bedeuten und zu leisten hat, und erstmals spielte der Nutzer in diesem Kontext nicht nur als Objekt von mancherlei Beglückungen und unentbehrlicher Aufklärung eine unübersehbare Rolle. Diese Entwicklung hat sich vor allem getrieben durch die Netzentwicklung noch einmal zugespitzt. Mittlerweile kann man ohne großes Risiko prognostizieren, dass die Rolle des Nutzers im medialen Kommunikationsprozess sich als der wesentlich neue Faktor etablieren wird. Dass die klassischen Agenturen dieses Prozesses Macht abgeben würden, dass neue Marktteilnehmer wie etwa Plattformbetreiber sowohl auf der Fernsehebene als auch im Bereich des weltweiten Netzes neue Prozesse der Machtteilung vorantreiben würden – das ist heute jenseits der Ankündigungen angekommen.

Wenn aber der Nutzer, also genau der, der von Anfang an im Kontext von Medienkompetenz in der Mitte stehen sollte und der in früheren Jahren seine Kompetenz erwerben und dem man in früheren Jahren diese Kompetenz auf- und einreden musste – wenn dieser Nutzer nun halbwegs auf Augenhöhe mit Sendern, Plattformbetreibern, Vermarktern und

anderen Schlüsselrollen gerät, dann kann dies auf die Konzepte einer zeitgemäßen Medienkompetenz nicht ohne Einfluss bleiben. Dann könnte es sich als unabdingbar herausstellen, dass diese neuen zeitgemäßen Konzepte vom Nutzer selbst auszugehen hätten, dass er nicht mehr das Objekt Dritter, die Adresse von Bildungsagenturen sein würde, sondern selbst die Dinge in die Hand nimmt und insoweit zum Subjekt eines Prozesses wird.

Das klingt für den Augenblick noch ein wenig verwegen und vorausgreifend. Der Nutzer ist von Natur aus konservativ und alles, was man ihm andient, muss eine unmittelbare Evidenz an sich haben, damit er sich in Bewegung setzt. Der Nutzer liebt den Komfort und das Schwierige ist ihm eher wie Spitzgras. Von einigen Early Birds abgesehen, die insgesamt die Musik nicht machen werden, ist der Nutzer nicht der interaktive Dynamiker, der alles mischt, aufmischt und anschließend verzehrt. Er ist vielmehr in ökonomischer Hinsicht ein so scheues Reh, wie es im kapitalen Wald alle Rehe bis heute waren, wenn ihnen jemand ans Fell wollte. Er ist nicht die Lokomotive und der vorausseilende Konsument, sondern eher der vorsichtige, abwartende, allen Prophetien und Ankündigungen gegenüber skeptische Mensch, penibel auf seinen Mehrwert bedacht, einer eben, den man wie bisher auch in Zukunft zum Jagen tragen muss.

Die wachsende Komplexität des Medienlebens, die wachsende Unübersichtlichkeit und die wachsende Unsichtbarkeit aller zentralen Orte und Prozesse wird dazu führen, dass die Figur der Expertin oder des Experten, des sozusagen voll kompetenten Nutzers, sich zwischen die mediale Kommunikation und ihren richtigen oder angemessenen Gebrauch schiebt. Der Vergleich, bisher eher eine Größe, die beim Kauf eines Autos eine Rolle spielte, wird sich als eine neue Betätigung einfinden. Dabei wird sich als schwierig erweisen, dass das meiste, was zu haben ist, eine konvergente Erscheinung bekommen hat, innen und außen gleichermaßen, dass man den Dingen nicht unbedingt all das ansieht, was sie tatsächlich in und an sich haben. Die Leitdifferenz zwischen aktiv und passiv wird erodieren. Der Leser wird partiell auch Schreiber.

Damit entwickelt sich – ich kann hier nur ein paar Stichworte nennen – eine neue Topographie der Medien und ihrer Nutzung, für die neue Atlanten zu entwickeln sind, „roadmaps“, wie man das heute nennt. Medienkompetenz wird erst einmal zu einer Frage der Kartographien, der Ortsbestimmungen und der Zuordnungen in einer Landschaft, die sich in einem Umbruch befindet, wie man ihn bisher nicht zu sehen bekam.

Das heißt nicht, dass alte Konzepte sich erledigt hätten. Man muss nicht vergessen, was man gelernt hat. Man muss es mitbringen und anpassen, einpassen in einen neuen Rahmen und dort ergänzen und ausbauen, wo fürs Erste noch weiße Flecken sind.

Wir müssen probieren, ob und wie sich das auf den Typ der Projekte auswirkt, die wir bisher favorisiert haben. Ich kann mir vorstellen, dass es weniger einzelne, sehr konkrete Projekte sein werden, die für eine Weile im Mittelpunkt stehen wie bisher, sondern eher ein paar wirklich zentrale Vermessungen der neuen Landschaft.

Die Landesanstalt für Medien hat sich seit fast zwanzig Jahren bemüht, an der Spitze der Entwicklung zu gehen. Bei aller Sorge vor zu viel Selbstlob können wir sagen, dass uns das weithin gelungen ist. Doch das hat uns nie davon abgehalten, immer wieder zu überprüfen, ob wir noch das tun, was wirklich gebraucht wird, und uns mit der Frage zu befassen, wo wir in Routine ausgelaufen sind. Dieser Anstrengung unterziehen wir uns im Augenblick, weil wir z. B. für Bürgermedien und Offene Kanäle im Fernsehen nach neuen zeitgemäßen Konzepten suchen. Wir wissen, dass es nicht einfach ist, so etwas wie einen dynamischen Medienkompetenzbegriff zu praktizieren. Wir wissen, dass das von unseren Partnern gelegentlich einiges verlangt, aber wir wissen auch, dass sich das am Ende immer gelohnt hat.



## 2. Medienkompetenz in der Schule

*Gespräch mit Frauke Gerlach,  
Vorsitzende der Medienkommission der LfM*

**F**rauke Gerlach ist seit Dezember 2005 Vorsitzende der Medienkommission der LfM. Die Juristin sitzt damit einem insgesamt 25-köpfigen Gremium vor, das aus Vertretern verschiedenster Organisationen und Gruppierungen besteht. Die Mitglieder arbeiten in der Kommission ehrenamtlich; sie kommen aus Kirchen, aus Verbänden, der Politik, freien Berufen usw. Die Medienkommission ist das Aufsichtsgremium der LfM und entscheidet zum Beispiel über die Zulassung neuer Veranstalter. Frauke Gerlach ist Justiziarin der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Landtag NRW.

**„Sie haben im letzten Medienkompetenzbericht, dem für das Jahr 2006, unter anderem über Hörfunk gesprochen und z. B. gesagt, hier könnten Sie sich weitere Projekte vorstellen. Radio hören kann man lernen, war ein Satz von Ihnen. Was ist aus diesen Überlegungen in der Praxis geworden?“**

„Das Projekt „Radio in der Schule“. Hier hat die Landesanstalt für Medien in Zukunft die Möglichkeit, Radioarbeit in der Schule zu fördern. Dies wird ein Schwerpunktbereich im Engagement der LfM für den schulischen Bereich. Insbesondere ermöglichen diese Projekte Aktivitäten von Schulen, die sie gemeinsam mit Veranstaltergemeinschaften der Lokalradios und dritten Partnern vor Ort auf den Weg bringen möchten. Hier kann ein Potenzial

für Ideen entstehen. Die LfM arbeitet daran, Rahmenbedingungen zu erarbeiten, die es den Schulen möglichst einfach machen, entsprechend aktiv in der Radioarbeit zu werden.“

#### „Wie ist die Resonanz darauf?“

„Es gibt viele Anfragen, aber auch schon Anträge. Alle Schulformen zeigen Interesse: Grundschule, Förderschule, Hauptschule, Gesamtschule, Realschule und Gymnasium. Einige möchten gerne nachmittags eine Radio-AG einrichten, andere möchten das Thema Radio stärker in den Unterricht integrieren. Statt eines Aufsatzes soll dann auch eine Radioreportage als Arbeitsauftrag möglich sein. Aber bei allen Projekten steht die aktive Radioarbeit im Vordergrund, die Schülerinnen und Schüler sollen mit dem Mikrofon ihre Umwelt erkunden.“

#### „Warum sind Schulen so wichtig bei der Vermittlung von Medienkompetenz?“

„Die Schule hat für uns eine ganz zentrale Vermittlungsfunktion. Einerseits erreicht die Schule die Kinder unmittelbar selbst über die Lehrerinnen und Lehrer. Als eine der wenigen Institutionen kann sie auch die Eltern selbst noch erreichen, und die Eltern müssen ebenfalls qualifiziert und mitgenommen werden. Und Schule hat damit auch den Auftrag, Eltern anzusprechen. Wir haben drei Adressaten, die wir über die Institution Schule erreichen können. Die Lehrerinnen und Lehrer, die wir bezüglich der Qualifizierung unterstützen wollen; die Kinder und die Eltern, die wir über die Lehrerinnen und Lehrer erreichen.“

#### „Warum engagiert sich die LfM so, wo es doch offenbar in Curricula schon die Leitlinie gibt, Medienkompetenz im Unterricht zu fördern?“

„Die LfM kann nur ergänzend tätig sein zu den Aktivitäten des Schulministeriums und den Aktivitäten der Medienberatung NRW. Wir entwickeln Materialien für den Unterricht, die beispielsweise spezifische Genres aufgreifen. Beispiel: Nachrichten im Fernsehen, Talkshows im Fernsehen. Es geht hierbei um Sendungen, die Kinder sehen sollten oder aber gerne sehen, und die Fragen, wie diese Themen im Unterricht kritisch reflektierend von Lehrerinnen und Lehrern aufgegriffen werden können.“

#### „Gibt es eigentlich Medienkompetenz schon als eigenes Unterrichtsfach in den Schulen?“

„Nein, Medienkompetenz als Fach gibt es in Nordrhein-Westfalen nicht. Die Vermittlung von Medienkompetenz ist eigentlich Bestandteil eines jeden Unterrichts, bis hin zum Mathematikunterricht, bei dem man auch lernen muss, Medien einzusetzen, um bestimmte

Ergebnisse, die man erarbeitet hat, zu präsentieren. Ich halte diesen Ansatz auch für völlig plausibel.“

#### „Wie kann dann Medienkompetenz auf breiter Basis in den Unterricht einfließen?“

„Wir fördern ja schon Qualifizierungsveranstaltungen für Lehrerinnen und Lehrer in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Medienzentren vor Ort. Dies geschieht noch im kleineren Rahmen, wird aber rege aufgegriffen. Wir fördern die „Initiative Eltern+Medien“. Hier geben wir Schulen die Möglichkeit, auf Kosten der LfM auf Referentinnen und Referenten zuzugreifen, die von der LfM geschult wurden. Die LfM kann sich auch hier den Ausbau der Aktivitäten vorstellen, immer in enger Absprache mit dem Schulministerium, denn es geht schließlich darum, dass wir unsere originären Kompetenzen ergänzend einbringen.“



## 3. Themenschwerpunkte 2008 der LfM zur Förderung von Medienkompetenz

Mechthild Appelhoff

Medien sind heute in allen Lebensbereichen – Arbeit, Familie, Bildung, Freizeit und Politik – von zentraler Bedeutung. Sie sind eine wesentliche Sozialisationsagentur, bestimmen als vierte Kulturtechnik neben dem Lesen, Schreiben und Rechnen in hohem Maße die Zugänge zu Bildung und Wissen und sind zugleich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Dies hat zur Folge, dass die Medienkompetenz zu einer Schlüsselkompetenz in unserer Gesellschaft geworden ist, die jeden Einzelnen herausfordert.

Diesem Umstand hat der Gesetzgeber in Nordrhein-Westfalen mit einem umfassenden gesetzlichen Auftrag an die LfM Rechnung getragen: Die LfM hat die Aufgabe, Medienkompetenz im Land zu fördern, Medienerziehung zu unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation sowie zur gleichberechtigten Teilhabe an ihr beizutragen (§ 39 LMG NRW).

Vor diesem Hintergrund hat die LfM vielfältige Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz entwickelt. Der Planung und Umsetzung dieser Aktivitäten liegen fünf zentrale Leitbilder zugrunde.

### Leitbilder

Die Förderaktivitäten der LfM im Bereich der Medienkompetenz verfolgen das Ziel, Kinder und Jugendliche so zu qualifizieren, dass sie mit den Medien und ihren Inhalten kompetent und selbstbestimmt umgehen können. Daher sollen auch Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen befähigt werden, Kinder und Jugendliche beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen. Potenzielle Gefährdungen sollen durch Aufklärung und Kompetenzentwicklung minimiert werden (**Leitbild Jugendmedienschutz**). Darüber hinaus will die LfM einen Beitrag dazu leisten, dass möglichst Viele – Kinder wie Erwachsene – in der Lage sind, sich die Bildungspotenziale der Medien zunutze zu machen. Zugänge zu Wissen und Information, die von den Medien eröffnet werden, sollen kritisch und umfassend aufgegriffen werden können (**Leitbild Bildung**). Zudem soll durch die Förderung von Medienkompetenz, insbesondere von Medienkritik und von Medienproduktionen (z. B. im Kontext der Bürgermedien), ein Beitrag zur größtmöglichen Teilhabe des Einzelnen am gesellschaftlichen und politischen Leben geleistet werden (**Leitbild Demokratiekompetenz**). Allen Aktivitäten der LfM zur Förderung von Medienkompetenz ist das Ziel gemeinsam, dass möglichst viele Menschen, unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft und materieller Ausstattung, an den Medien und den neuen Kommunikationstechniken partizipieren und die von ihnen ausgehenden Chancen nutzen können (**Leitbild Chancengleichheit**). Diesem Leitbild entsprechend, sollen die Aktivitäten helfen, die „Digitale Teilung unserer Gesellschaft“ zu überwinden. Zudem will die LfM mit ihren Aktivitäten die Vernetzung von institutionellen Akteuren im Bereich Medienkompetenz unterstützen und zur Koordination ihrer Projekte beitragen (**Leitbild Vernetzung**).

Eine ausführliche Erläuterung der Leitbilder ist dem Text „Förderung von Medienkompetenz – Leitbilder und Handlungsfelder der LfM“ im Anhang zu entnehmen.



Auf der Basis dieser Leitbilder fördert die LfM mit ihren Maßnahmen insbesondere die Fähigkeit des Einzelnen zur Medienkritik. Sie stellt Möglichkeiten zur eigenständigen Mediengestaltung bereit, sie will zur fundierten Medienkunde beitragen und zur selbstbestimmten und reflektierten Mediennutzung befähigen.

### Handlungsfelder

Mit Blick auf die Umsetzung der Leitbilder agiert die LfM im Bereich der Förderung von Medienkompetenz in den im Folgenden genannten Handlungsfeldern:

- **Medienforschung zu Medienkompetenzthemen**
- **Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote**
- **Bürgermedien**
- **Förderung der Aus- und Fortbildung in Medienberufen**
- **Mediennutzerschutz**
- **Vernetzung und Koordination der Aktivitäten in NRW**

Eine ausführliche Erläuterung der Handlungsfelder ist dem Text „Förderung von Medienkompetenz – Leitbilder und Handlungsfelder der LfM“ im Anhang zu entnehmen.

### Themenschwerpunkte 2008/2009

Die LfM plant, im Rahmen der Entwicklung neuer Angebote zur Förderung von Medienkompetenz in den Jahren 2008/2009 die Arbeitsschwerpunkte der vergangenen Jahre im Wesentlichen fortzuschreiben. So sollen die im Folgenden genannten Aspekte besondere Berücksichtigung finden:

#### Onlinemedien

Die LfM unterstützt und entwickelt Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz mit Blick auf alle Medien (Fernsehen, Buch, Hörfunk und Onlinemedien). Angesichts der aktuellen Entwicklungen im Bereich der Onlinemedien (z. B. Handys mit Internetzugang, IP-TV, Handy-TV, Web 2.0 etc.), der zunehmenden Medienkonvergenz und dem großen Interesse, dass gerade junge Zielgruppen diesen neuen Medienangeboten entgegenbringen, ist der Bereich der onlinebezogenen Medien jedoch bei der Planung neuer Medienkompetenzangebote von besonderer Bedeutung.

Dies gilt umso mehr, als mit der Nutzung von Onlinemedien und ihrer Angebote für Kinder und Jugendliche erhöhte Risiken (Wahrnehmung von Pornografie, Gewaltdarstellungen, Verletzung der Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Cyber-Mobbing etc.) verbunden sind. Zudem sind Eltern und Multiplikatoren, die die Kinder unterstützen sollten, oft selbst nicht ausreichend über diese neuen Angebote, ihre Nutzungspotenziale und -risiken informiert. Insofern benötigen nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern auch Erwachsene Unterstützung beim Erwerb bzw. Ausbau ihrer Medienkompetenz.

In diesem Zusammenhang sind die Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote der LfM von Bedeutung. Hervorzuheben sind hier die „Initiative Eltern+Medien“ sowie die Internetplattformen „Internet-ABC“, „klicksafe“ und „handysektor“ (vgl. hierzu: Kapitel III. 1.2).

#### Informations- und Beratungsangebote für Eltern

Die elementaren Veränderungen der Medienlandschaft, die eine Veränderung der Medientechnik, der angebotenen Medieninhalte, der Mediennutzungsgewohnheiten und der Nutzungsrisiken mit sich bringt, führen zu einer steigenden Verunsicherung und zunehmenden („gefühlten“) Überforderung bei vielen Eltern. Insbesondere mit Blick auf technische Kompetenzen fühlen sich Eltern ihren Kindern gegenüber oft unterlegen. Zugleich sind jedoch die Eltern diejenigen, die durch ihr Erziehungsverhalten und ihre Vorbildfunktion in den ersten Lebensjahren ihres Kindes wesentliche Grundlagen für die Art der Mediennutzung ihrer Kinder legen.

Vor diesem Hintergrund müssen Eltern bei der familiären Medienerziehung noch stärker als bisher unterstützt werden. Diese Unterstützungsmaßnahmen sind – dies zeigen die Erfahrungen der LfM aus den abgeschlossenen Projekten – auf die unterschiedlichen Lebenssituationen der Familien auszurichten. So sind für eine Vielzahl interessierter und problembewusster Eltern Informationsmaterialien, wie der Ratgeber „Mit Medien leben lernen“, hilfreich. Auch Elternabende, wie sie von der „Initiative Eltern+Medien“ der LfM durchgeführt werden, stoßen bei Eltern auf große Akzeptanz. Eltern – insbesondere im Kontext sozialer Benachteiligung und Migration – erreichen solche Informationsangebote jedoch oft nur eingeschränkt. Für diese Zielgruppe sollen Maßnahmen weiterentwickelt werden, die den Familien im Alltag beim Umgang mit den Medien helfen. Hierbei sollen Institutionen, die die Aufgabe haben, Eltern in ihrer Erziehungsverantwortung insgesamt zu stärken und zu beraten, eingebunden werden (vgl. hierzu Kapitel III. 1.2).

### Medienerziehung im Kindergarten

Die Ende 2007 veröffentlichte Studie zur Medienerziehung im Kindergarten von Frau Professorin Ulrike Six stellt erhebliche Defizite fest. So hat sich an der Situation der Medienerziehung in nordrhein-westfälischen Kindergärten in den vergangenen zehn Jahren weder bei der medienpädagogischen Qualifikation der Erzieherinnen und Erzieher und Fachschul-lehrerinnen und Fachschullehrer noch bei der praktischen Medienerziehung in den Kinder-gärten viel zum Positiven entwickelt. Die Studie zeigt, dass ein nennenswerter Teil von Erzieherinnen und Erziehern weder in ihrer Ausbildung mit medienpädagogischen Themen konfrontiert worden ist, noch eine – wie auch immer geartete – medienpädagogische Zu-satzqualifikation erworben hat. Um demnach die Voraussetzungen dafür zu verbessern, dass in Kindergärten Nordrhein-Westfalens eine fundierte Medienerziehung stattfindet, sollte eine Professionalisierung des Fachpersonals nicht nur in den Kindergärten, sondern auch in den Ausbildungseinrichtungen erfolgen.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung, die der Kindergarten für die Förderung der frühkindlichen Bildung besitzt und angesichts der Tatsache, dass gerade der Kindergarten die elterliche Medienerziehung stützen und ergänzen könnte, plant die LfM, Maßnahmen zur Qualifi-zierung von Lehrkräften an Fachschulen für Sozialpädagogik sowie Fortbildungsmaßnahmen zur Qualifizierung von Erzieherinnen und Erziehern zu unterstützen (vgl. Kapitel II. 2).

### Förderung sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher

Gerade Kinder und Jugendliche aus bildungs- und sozial benachteiligten Milieus nutzen Medien eher extensiv, sind eher problematischen Inhalten zugeneigt und häufig unkritisch. Hierdurch werden die durch ihre Lebenssituation bedingten Beeinträchtigungen kognitiver, sprachlicher und kultureller Fähigkeiten eher verstärkt als verringert. Die positiven Poten-ziale der Medien insbesondere im Bildungsbereich können sie weniger nutzen. Zugleich sind bildungs- und sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche durch klassische Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz (z. B. VHS-Computerkurse) nur schwer zu erreichen. Hinzu kommt bei Kindern, Jugendlichen und ihren Eltern mit Migrationshintergrund oft ein Sprachproblem. Daher ist es das Anliegen der LfM, Fördermaßnahmen zu entwickeln und zu unterstützen, die an den vorhandenen medienbezogenen Fähigkeiten dieser Kinder und Jugendlichen ansetzen und ihnen Perspektiven zur Nutzung der positiven Potentiale der Medien aufzeigen. So will die LfM sozialpädagogische Fachkräfte, die mit Kindern aus sozial- und bildungsbenachteiligten Verhältnissen arbeiten, für die medienpädagogische Arbeit sensibilisieren und qualifizieren. Zu diesem Zweck hat die LfM u. a. verschiedene Modellprojekte durchgeführt. Auf der Basis der Erfahrungen mit den Modellprojekten wird derzeit ein Qualifizierungskonzept entwickelt. Darüber hinaus betreut die LfM im Rahmen

des Projektes „klicksafe.de“ den Themenschwerpunkt „Förderung der Internetkompetenz von Menschen mit Migrationshintergrund“ (vgl. Kapitel III. 1.12).

### Bürgermedien

Durch die Novellierung des LMG im Juni 2007 haben sich die Voraussetzungen zur Förderung der Bürgerfunks sowie des Bürgerfernsehens in Nordrhein-Westfalen grundlegend geändert. Der Bürgerfunk erhielt erstmalig einen Funktionsauftrag, Radioprojekte in der Schule sind zentraler Gegenstand der Förderung, und die Bereitschaft zur Qualifizierung wird nun von jedem Bürgerfunker als Voraussetzung für den Zugang zum Programm eingefordert. Auf der Basis dieser Novellierung hat die LfM neue Fördersatzungen und -richtlinien erlassen. Auch für das Bürgerfernsehen verändern sich zukünftig die Grundlagen der Förderung. So hat die Medienkommission der LfM im August 2008 beschlossen, ab Januar 2009 die so genannten Offenen Kanäle in einen landesweiten Ausbildungs- und Erprobungskanal zu überführen. Im Rahmen eines dreijährigen Pilotversuches soll ein landesweit verbreitetes Programm eines nichtkommerziellen Ausbildungs- und Erprobungskanals aufgebaut und getestet werden. Die Fernsehbeiträge für dieses Programm sollen im Kern von Lern- und Lehrredaktionen geliefert werden, die durch Hochschulen und Ausbildungseinrichtungen über ganz Nordrhein-Westfalen verteilt aufgebaut werden sollen.

Die Bürgermedien sollen einen praxisbezogenen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz leisten. Zugleich soll jedoch auch der Aspekt der Qualifizierung wesentlich hervorgehoben werden. Die Begleitung des (Neu-)Aufbaus der bürgermedialen Strukturen, die Bemühung, Zugangsbarrieren, insbesondere für Schulen, die Radioprojekte durchführen möchten, sowie für Lern- und Lehrredaktionen zu reduzieren sowie die Schaffung trag-fähiger Grundlagen zur Qualifizierung von Bürgern sind ein zentrales Anliegen der Förde-rung der Bürgermedien in den kommenden Jahren (vgl. Kap. II).

Bei der Umsetzung dieser Themenschwerpunkte ist die LfM bestrebt, ihre eigenen Aktivitäten im Bereich der Förderung von Medienkompetenz mit denen anderer Institu-tionen zu vernetzen. Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass die Aktivitäten der LfM sowohl in ihrer inhaltlich konzeptionellen als auch in ihrer regionalen Ausrichtung bedarfsgerecht entwickelt und effizient und nachhaltig wirken können.

II.

## BERICHTE AUS DEN MEDIENKOMPETENZ- PROJEKTEN

1. „Typisch Junge – Typisch Mädchen?“ \_\_\_\_\_ 24|
2. „Vieles, was mit Medienerziehung zu tun hat,  
ist auch ohne Medieneinsatz möglich“ \_\_\_\_\_ 34|
3. „Handys: nicht nur technisch bedienen,  
sondern Auswirkungen beurteilen“ \_\_\_\_\_ 44|
4. „Alles ist irgendwie mal überdacht worden“ \_\_\_\_\_ 48|
5. „Es gibt keinen Grund, einen Fernseher ins  
Kinderzimmer zu stellen!“ \_\_\_\_\_ 52|





# 1. „Typisch Junge – Typisch Mädchen?“

Ein Bericht aus dem Forschungsprojekt „Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung – Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten“

Prof. Dr. Renate Luca, Fachbereich Erziehungswissenschaft, Universität Hamburg

Prof. Dr. Stefan Aufenanger, Pädagogisches Institut, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

## Beschreibung der Studie

Dass Mädchen und Jungen Medien unterschiedlich nutzen, ist ebenso unbestritten wie die Tatsache, dass Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen eine zentrale Qualifikation innerhalb der Informationsgesellschaft darstellt. Wie aber lässt sich Medienkompetenz gezielt fördern, um geschlechterspezifischen Zugangs- und Nutzungsarten gerecht zu werden? Mit dieser Frage setzten sich die Erziehungswissenschaftler Prof. Dr. Renata Luca und Prof. Dr. Stefan Aufenanger auseinander und analysierten im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen den aktuellen Forschungsstand und offene Fragen. Dabei bereiteten sie die vorhandenen Erkenntnisse zur geschlechterspezifischen Mediennutzung sowie kompetenz systematisch auf und identifizierten Fähigkeiten und Defizite bei Mädchen und Jungen.

## Empirische Forschungslücken

Vom April 2005 bis zum Mai 2006 untersuchte das Forscherteam vorhandene theoretische Ansätze, empirische Studien, 45 medienpädagogische Projekte und führte Interviews mit 17 Expertinnen und Experten. Schließlich stellte sich heraus, dass es in Deutschland an empirischen Untersuchungen fehlt, um die unterschiedlichen Medienkompetenzkonzepte auf ihre Wirksamkeit hin zu überprüfen. Es läge zwar eine Vielfalt von Daten zur geschlechterspezifischen Mediennutzung vor, urteilen die Autoren der LfM-Studie, „jedoch kaum solche, die sich mit der Frage geschlechterbezogener Kompetenzen im Medienbereich befassen“. Im Klartext: Es mangelt an Untersuchungen, die sich damit auseinandersetzen, wie Mädchen und Jungen mit Medien umgehen.

Bei der Mediennutzung liegen dagegen einige klare Befunde vor: So lesen Mädchen mehr Bücher und Zeitschriften, bevorzugen beim Fernsehkonsum Daily Soaps und wenden sich im Internet stärker kommunikationsorientierten Angeboten zu. Jungen hingegen präferieren beim TV-Konsum Zeichentrickfilme, verfügen über eine bessere Computer-Ausstattung, interessieren sich stärker für Technik und begeistern sich für actionorientierte Video- oder Computerspiele. Dennoch, so warnen die Professoren Luca und Aufenanger, griffen dualistische Orientierungsmuster mit Kriterien wie „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ zu kurz. Vielmehr plädieren die beiden Erziehungswissenschaftler für eine „geschlechtersensible“ Medienkompetenzförderung. Schließlich müsse die höhere Lesekompetenz, die klassisch vor allem Mädchen zugeschrieben werde, nicht auch automatisch für nichtlineare Textformen im Internet gelten. Zugleich werde der geschlechtsspezifische Vorsprung von Jungen bei der Computerkompetenz immer geringer.



## Dynamischer Medienkompetenz-Begriff

Prof. Dr. Luca und Prof. Dr. Aufenanger unterstreichen den permanenten Wandel von Gesellschaft und Medien. Deshalb befürworten sie einen dynamischen Medienkompetenz-Begriff. Weil Medien zugleich Faktoren, Mittler und Instrumente im Sozialisationsprozess sein können, spielten sie in den Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen eine zentrale Rolle. Während es im Bereich der Medienkompetenzforschung bereits ein breites Spektrum an Ansätzen gebe, konzentrierte sich die Diskussion unter der Perspektive „Geschlechterspezifisch“ bisher vor allem auf Mädchen und die ihnen zugeschriebenen Defizite im Umgang mit moderner Kommunikationstechnik und Unterhaltungselektronik. „Nicht nur Defizite der Jungen (bspw. bezogen auf die Lesekompetenz) werden häufig außer Acht gelassen, sondern ihre Perspektive auf Medien und ihr Medienumgang bleibt unberücksichtigt“, stellt das Forscherduo heraus und setzt sich für eine stärkere Berück-

sichtigung geschlechterspezifischer Fähigkeiten junger Mediennutzerinnen und Mediennutzer ein.

### Medienethik und -kritik nur Randgröße

„Die symbolische Zuordnung von Geschlecht im Umgang mit Technik zementiert die traditionelle Geschlechterordnung insofern, als Jungen dies als ihre Domäne ansehen und in der Interaktion mit Mädchen ihre tatsächliche, häufig nur ihre vermeintliche, Vormachtstellung behaupten wollen“, heißt es in den Handlungsempfehlungen von Prof. Dr. Luca und Prof. Dr. Aufenanger. Kritik üben die Autoren der Studie auch daran, dass der Begriff der Medienkompetenz häufig technikzentriert verwendet wird. In diesem Zusammenhang empfehlen sie nach Auswertung von Fachliteratur und Experteninterviews nachdrücklich, auch die Nutzungskompetenz, also die souveräne Auseinandersetzung mit inhaltlicher Medienvielfalt, zu stärken. Bei der Analyse der ausgewählten Medienkompetenz-Projekte stellte sich heraus, dass Aspekte jenseits von Medienkunde und -gestaltung stark unterrepräsentiert sind. Ethische oder medienkritische Gesichtspunkte spielten kaum eine Rolle, lautet die Kritik am Ende der Untersuchung.

### Interview mit Prof. Dr. Renate Luca und Prof. Dr. Stefan Aufenanger

#### „Frau Prof. Dr. Luca, Herr Prof. Dr. Aufenanger, warum klafft bei der empirischen Forschung zum Thema geschlechterspezifische Medienkompetenz eine so große Lücke?“

**Prof. Dr. Luca:** „Ich denke, es geht auf der einen Seite darum, dass die Geschlechterthematik nicht unbedingt eine Mainstream-Fragestellung ist. Andererseits ist es so, dass wir zwar quantitative Forschung haben. Aber es fehlt an qualitativer Forschung, die uns eben mehr Auskunft über medienbiografische Dinge gibt, bei denen ja das Geschlecht eine große Rolle spielt.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Was wir nicht haben, sind Untersuchungen dazu, wie man Mädchen und Jungen bezüglich der Medienkompetenz spezifisch fördern kann. Unsere Studie macht deutlich, dass es sehr, sehr viele und praktische Projekte gibt, aber dass die Begleitforschung, ob mit den Projekten etwas erreicht wird, fehlt. Außerdem ist es so, dass die meisten Untersuchungen, die sich mit Medienkompetenz beschäftigen, nicht zwischen Jungen und Mädchen unterscheiden. Außerdem benötigen wir empirische Studien dazu, wie sich eigentlich Medienkompetenz entwickelt und welche unterschiedlichen Kompetenzen Jungen und Mädchen haben.“

#### „Wo herrscht der dringendste Forschungsbedarf?“

**Prof. Dr. Luca:** „Aus meiner Sicht ist es schon so, dass wir zum Fernsbereich zumindest einige quantitative Daten haben, was die Vorlieben von Mädchen und Jungen betrifft, und auch qualitativ, was die Verarbeitung angeht. Aber es gibt zu den neueren Medien – vor allem zum Handy sowie zum Internet und zum Web 2.0 – noch zu wenig.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Das Problem bei den so genannten Neuen Medien ist, dass sich die Daten über die Nutzungsgewohnheiten von Mädchen und Jungen in diesem Bereich kaum unterscheiden. Da tritt die Geschlechterproblematik oft in den Hintergrund – auch weil die Stichproben relativ klein sind.“

#### „Wie erklären Sie sich die Forschungslücken und was müsste unternommen werden, um sie zu schließen?“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Zum einen wäre es natürlich sinnvoll, wenn man sich darüber klar werden könnte, wie man überhaupt Medienkompetenz messen kann. Wenn wir Kinder und Jugendliche danach fragen, was sie beherrschen, weicht die Einschätzung oft stark vom tatsächlichen Verhalten ab. Die Daten weisen darauf hin, dass Jungen sich immer überschätzen, während Mädchen sich unterschätzen. Um das besser zu erfassen, müsste man ihnen Testaufgaben – etwa am Computer – geben. Umfragen mit Fragebogen reichen eben nicht aus, um festzustellen, was Mädchen und Jungen können.“

**Prof. Dr. Luca:** „Bei der quantitativen Forschung erhalten wir jedes Jahr kontinuierlich Daten, aber qualitative Forschung ist im Medienbereich etwas, bei dem es meistens nur um Einzelfälle geht. Das ist auch ein forschungstheoretisches Problem, dass der systematischen qualitativen Forschung die Anerkennung fehlt. Der Wert dieser Forschung wird einfach zu wenig kommuniziert.“

#### „Fehlt den meisten normativen Medienkompetenzmodellen nicht eine empirische Untermauerung?“

**Prof. Dr. Luca:** „Wir brauchen schon eine starke theoretische Fundierung, um zu klären, wofür es eigentlich geht. Verfahren zur empirischen Überprüfung sind leider schwierig und sehr viel weniger elaboriert. Da gibt es eine starke Differenz von Theorie und Praxis. Die Praxis ist stark handlungsorientiert, so dass eine Anschlussfähigkeit an die theoretische Diskussion oft gar nicht leistbar ist. Bei der Evaluation von geschlechtersensiblen Fragen müssten Praktiker, Theoretiker sowie Forscher eng kooperieren und eine große Fallzahl untersuchen können. Ein solches Projekt kenne ich allerdings nicht.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Medienkompetenz heißt auch, Medien kritisieren zu können, mit ihnen gestalten oder ihre Inhalte ethisch bewerten zu können. Die meisten Studien beziehen sich nur auf operative Umgangsweisen, aber nicht auf eine aktive Auseinandersetzung mit den Medien, zum Beispiel in sozialer oder ethischer Hinsicht. Da fehlt uns einfach noch empirisches Material.“

**„Sie sprechen nicht von geschlechterspezifischer, sondern von geschlechtersensibler Medienkompetenzförderung. Warum?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Der Begriff „geschlechterspezifisch“ verleitet dazu zu glauben, es gäbe so etwas wie eine geschlechterspezifische Medienkompetenz, die es aus meiner Sicht aber nicht gibt. Die Vorstellung einer Geschlechterspezifität bedeutet die Festschreibung einer bipolaren Vorstellung einer Zweigeschlechtlichkeit, die unüberwindbar sei. Das aber ist nicht so. Dennoch kann es Unterschiede bei der Medienkompetenz von Mädchen und Jungen geben. Geschlechtersensibel zu urteilen bedeutet dabei, aufmerksam dafür zu sein, wie Geschlechter-Stereotypen festgeschrieben werden.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Bei dem Begriff „geschlechterspezifisch“ geht man eigentlich davon aus, dass es klar trennbare Aspekte gibt. Aber es gibt auch innerhalb der Geschlechter eine große Bandbreite unterschiedlicher Kompetenzen. Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung heißt, jeweils solche Angebote zu machen, die auf den jeweiligen Fähigkeiten und Bedürfnissen aufbauen.“

**„Können Sie skizzieren, wie das ideale Modell für eine geschlechtersensible Förderung von Medienkompetenz aussehen müsste?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Die ideale Förderung von geschlechtersensibler Medienkompetenz würde ich darin sehen, dass man die unterschiedlichen Bedürfnisse und Interessen verschiedener Gruppen von Kindern und Jugendlichen untersucht. Wenn wir dann herausfinden, dass es jeweils bestimmte Präferenzen gibt, muss man sich daran auch orientieren.“

**Prof. Dr. Luca:** „Aus meiner Sicht geht es vor allem um eine Prävention und Kompensation von Defiziten, was die Mediennutzung anbelangt: Prävention im Hinblick darauf, dass erst gar keine geschlechterspezifischen Defizite auftreten, und Kompensation vor dem Hintergrund, dass bei Mädchen und Jungen Aspekte der technischen Kompetenz und der Lesekompetenz unterschiedlich berücksichtigt werden müssen. Außerdem muss für die Widerspiegelung des symbolischen Systems der Zweigeschlechtlichkeit in den Medien sensibilisiert werden. Dabei geht es um Gefahren wie Diskriminierung, Festschreibung von Hierarchien und Stereotypisierung. Schließlich muss die Akzeptanz heterogener Interessen gefördert werden.“

**„Welche gesellschaftlichen Institutionen sind überhaupt in der Lage, geschlechtersensibel Einfluss auf Medienkompetenz und Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen zu nehmen?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Eine geschlechtersensible Förderung kann überall stattfinden: in der Familie, im Kindergarten, in der Schule und auch in außerschulischer Jugendarbeit.“



**Prof. Dr. Aufenanger:** „Entscheidend sind die Familie, in der schon Weichen gestellt werden, sowie der Kindergarten und die Schule. In den Familien werden Kinder oft schon auf Rollen festgelegt. So bekommen Jungen etwa zu Hause Computerspiele geschenkt oder Mädchen etwas zum Lesen. In Kindergarten und Schule sollten Angebote gemacht werden, um auch Mädchen an Computer oder Jungen an Bücher heranzuführen.“

**„Auf welchen Wegen können Eltern, Lehrerinnen und Lehrer oder Erzieherinnen und Erzieher überhaupt für die vorliegende Problematik sensibilisiert werden?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „In den letzten Jahren hat sich da viel geändert. Es gibt selbst für den Kindergartenbereich Literatur oder Handreichungen dazu. Die Nachfrage dazu ist, so erfahren wir immer wieder, sehr, sehr groß. Im Grundschulbereich sind alle Schulen inzwischen mit einem Internetzugang ausgestattet. Jetzt geht es darum, für die geschlechtersensible Problematik Interesse zu wecken.“

**Prof. Dr. Luca:** „Da könnten außer den Bildungsbehörden auch die Medien etwas dazu beitragen, vor allem auch das Fernsehen. Wie wäre es zum Beispiel mit Kinder- und Jugendsendungen zum Bereich der Medienaufklärung, wobei geschlechtersensible Medienkompetenzförderung ein wichtiger Aspekt sein müsste. Eigentlich wäre es im Rahmen von Demokratisierung oder Anerkennung von Differenzen ein wichtiger Auftrag der Medien, in diesem Bereich tätig zu werden.“

**„Wie lässt sich Medienkompetenz von Mädchen und Jungen verbessern, wenn diese doch vor allem in technischer Hinsicht bei Erzieherinnen und Erziehern, Eltern oder Lehrerinnen und Lehrern selbst meist nur schwach ausgeprägt ist?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Eltern und Erzieherinnen und Erzieher müssen nicht meinen, sie müssten in technischer Hinsicht alles können. Erwachsene kennen sich außerhalb der Technik in anderen Bereichen der Medienkompetenz viel besser aus. So gehört etwa die Bewertung von Angeboten zu den Stärken von Eltern oder Erzieherinnen und Erziehern. Zwar können

Kinder und Jugendliche gut Programme installieren, aber andere Bereiche von Medienkompetenz, zum Beispiel das Bewerten von Inhalten, das sind Stärken von Erzieherinnen und Erziehern oder Eltern. Es darf nicht darum gehen, aus Angst vor eigenen Schwächen nichts zu unternehmen, sondern es geht darum, geschlechtersensibel zu fördern.“

**Prof. Dr. Luca:** „Dabei spielen Qualifizierung und Fortbildung von Erzieherinnen und Erziehern und Pädagoginnen und Pädagogen natürlich eine große Rolle. Auch an den Hochschulen und Fachschulen bestehen noch große Defizite. Wir diskutieren die Geschlechterproblematik seit zwanzig Jahren. Da ist es schon erstaunlich, dass sich das nicht stärker durchgesetzt hat.“

**„Müsste die von Ihnen geforderte geschlechtersensible Förderung nicht schon im Kindergarten einsetzen?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Ich bin der Meinung, je früher geschlechtersensible Förderung einsetzt, desto besser kann man die jeweiligen Ressourcen stärken oder umgekehrt da, wo Probleme bestehen oder Ängste vorherrschen, diese abbauen. So kann man beispielsweise den Mädchen früh die Möglichkeit geben, selbstständig mit dem Computer umzugehen, oder auch Jungen zielgerichtete Angebote machen.“

**Prof. Dr. Luca:** „Weil Medienpädagogik meistens mit Technik assoziiert wird, ist die Hemmschwelle sehr groß. Dass es um das Erleben von Medien, ihre Bedeutung im Alltag oder emotionalen Zugang geht, kommt meist zu kurz, ließe sich aber im Kinderbereich leicht berücksichtigen. Die medienpädagogische Diskussion wurde oft zu stark von der Technik und zu wenig von den Inhalten geprägt. In Kindergärten wird der Computer als Gerät meist viel zu stark in den Vordergrund gestellt.“

**„Angesichts der Tatsache, dass auch in den Schulen potenzielle Vermittler von Medienkompetenz überfordert scheinen, klingt für viele Lehrerinnen und Lehrer die Forderung nach geschlechtersensibler Medienkompetenzförderung beinahe wie ein „Luxus-Problem“ – oder?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Ich sehe natürlich auch, dass die Ansprüche – auch im Vorschulbereich – immer größer werden. Aber ich denke, dass es in vielen Bereichen Möglichkeiten gibt, Medienkompetenzförderung zu integrieren und die Fähigkeiten geschlechtersensibel zu stärken. Indem einzelne Schulen oder Kindergärten sich profilieren, wenn sie sagen, sie möchten gerne medienorientiert arbeiten, lassen sich Schwerpunkte setzen. Dabei aber waren die Chancen teilweise vor Jahren besser als heute. Das hat etwas damit zu tun, dass es immer neue Themen gibt, die gesellschaftlich „in“ sind, wozu Medienkompetenzförderung zurzeit nur am Rande zählt.“

**Prof. Dr. Luca:** „Ich glaube, dass die Medienkompetenzdiskussion so aufgebauscht wurde, dass eine entsprechende Förderung in der Praxis als kaum leistbare Aufgabe erscheint. Wir haben es aus meiner Sicht zu wenig geschafft, den Aspekt der geschlechtersensiblen Medienkompetenzförderung in eine allgemeine pädagogische Diskussion zu integrieren. In dem Moment, in dem ich beispielsweise Moral- oder Spracherziehung mache, kann ich auch die Förderung von Medienkompetenz einbinden. Das gehört zum Beispiel alles in den Bereich des sozialen Lernens.“

**„Müssten nicht Mädchen und Jungen in einigen Bereichen auf jeweils spezifische Weise gefördert und zugleich koedukative Elemente angeboten werden?“**

**Prof. Dr. Luca:** „In den von uns untersuchten Projekten wurde vor allem monoedukativ gearbeitet. Es herrscht generell eher die Tendenz, geschlechtersensible Förderung für Mädchen und Jungen getrennt anzubieten.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Geschlechtersensibel bedeutet ja genau, dass jeweils in einer konkreten Situation eine Erzieherin/ein Erzieher oder eine Grundschullehrerin/ein Grundschullehrer entscheiden muss, ob es in ihrer Klasse sinnvoll ist, zu einzelnen Bereichen mal nur die Mädchen oder Jungen getrennt zu fördern. Bei guter Kommunikation und Kooperation können einzelne Aspekte der Medienkompetenzförderung aber auch gemeinsam und dennoch geschlechtersensibel erarbeitet werden. Das hängt immer von den konkreten Voraussetzungen, Situationen und Bedürfnissen ab. In den 80er Jahren hat man noch zu sehr strikt zwischen Mädchen und Jungen getrennt. Es ist heute nicht immer sinnvoll, das so schematisch zu machen.“

**„Wie lassen sich Kinder aus sozialen Brennpunkten erreichen?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Auf diese Frage kann unsere Studie leider kaum eine Antwort geben, weil wir dieses Problem nicht erfassen konnten. Bei einem Projekt wurde immerhin explizit erwähnt, dass Jugendliche aus fremden Kulturen – auch aus sprachlichen Gründen – schwer zu erreichen seien. Da könnte der Einsatz visueller Medien hilfreich sein.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Die sozialen Unterschiede sind wahrscheinlich noch viel dramatischer als die geschlechterspezifischen. Wir wissen ja, dass in vielen Familien die Ausstattung und Voraussetzungen sehr schlecht sind. Um so wichtiger sind Kindergarten und Schule, um Mädchen und Jungen aus diesen Milieus auch Möglichkeiten zu geben, eigene Erfahrungen im Umgang mit Medien zu sammeln und zu erfahren, dass man mit und über Medien eine Menge lernen kann.“

**„Frau Prof. Dr. Luca, Herr Prof. Dr. Aufenanger, Sie haben ja eine große Zahl konkreter Projekte untersucht. Was hat Sie dabei am meisten überrascht?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Mich haben zwei Dinge erstaunt: Erstens wird der kritische Umgang mit Medien, der in der medienpädagogischen Diskussion eigentlich einen hohen Stellenwert hat, in den praktischen Projekten kaum aufgegriffen. Zweitens haben die Projekte zwar jeweils bestimmte Ziele, aber keinerlei Daten darüber, ob diese Ziele auch erreicht werden. Hier fehlt einfach die Evaluation.“

**Prof. Dr. Luca:** „Außerdem gibt es leider zu wenige Projekte, die explizit für Jungen konzipiert sind. Meist beziehen sich die Projekte auf Computer und Internet und dienen dann zum Beispiel für Mädchen zur Berufsvorbereitung. Es mangelt an medienkritischen Ansätzen, die soziale und ästhetische Dimension werden vernachlässigt.“

**„Haben Sie bei den untersuchten Praxisbeispielen auch solche entdeckt, die einem Idealmodell geschlechtersensibler Medienkompetenzförderung nahe kommen?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Ich habe kein Ideal gefunden und habe auch selber keines. Aber es gibt sehr interessante Projekte mit einer sehr großen Bandbreite. In einigen Fällen scheint die Praxis der mediensensiblen Förderung von Medienkompetenz sogar schon weiter zu sein als die Theorie.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Ein Idealmodell lässt sich kaum skizzieren. Zwei Dinge aber scheinen wichtig: Einerseits sollte ein breites Spektrum von Medienkompetenzformen geschlechtersensibel vermittelt werden. Andererseits ist es wichtig, nicht nur etwas zu machen, sondern auch darüber zu reflektieren. „Learning bei doing“ ist eben nur eine Seite der Medaille. Das Nachdenken darüber, welche Ziele wie erfolgreich erreicht wurden, ist genauso wichtig.“

**„Und über welche Defizite haben die von Ihnen befragten Expertinnen und Experten am häufigsten geklagt?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Geklagt wurde wenig. Die Interviews haben vor allem vermittelt, dass die Arbeit sehr positiv gesehen wird, auch wenn es oft schwer fällt, Mädchen und Jungen dazu anzuleiten, die klassischen Geschlechtergrenzen zu überschreiten, also zum Beispiel bei Mädchen in technischen Fragen oder bei Jungen, sich mit Daily-Soaps auseinanderzusetzen.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Die Praxis klagt natürlich immer wieder vor allem darüber, dass es an Geld fehlt, um die Projekte durchzuführen.“

**„Brauchen wir im Zeitalter des Web 2.0 auch eine neue Medienpädagogik 2.0, um zu erreichen, dass Jugendliche geschlechtersensibel in die Lage versetzt werden, sich in der Informationsflut des User Generated Content zu orientieren?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Bei den Web-2.0-Anwendungen scheint die Differenz zwischen den Geschlechtern immer geringer zu werden. Darauf weisen zumindest amerikanische Studien hin.“

**Prof. Dr. Luca:** „Ich sehe das ähnlich. Deshalb brauchen wir für das Web 2.0 auch keine eigene Medienpädagogik. Aber bei der Stereotypisierung oder der Geschlechter-Diskriminierung finden sich im Internet, zum Beispiel bei Chats oder Weblogs, Tendenzen, die eine ethische Debatte erforderlich machen. Ähnliches gilt für die Weitergabe und Behandlung von persönlichen Daten in Social Communities.“

**„Die aktuelle Medienkompetenzdebatte wird vor allem von den Bereichen Internet und Mobile Media geprägt. Wo liegen Chancen und Risiken interaktiver Medien in Bezug auf die geschlechtersensible Förderung von Medienkompetenz?“**

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Die neuen Medien bieten vor allem für die Aneignung von Wissen ein riesiges Spektrum, das vom Podcast zur Vorlesung bis zu Weblogs oder anderen Internet-Plattformen als Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation reicht.“

**Prof. Dr. Luca:** „Wenn Mädchen sich für die Inhalte der neuen Medien wirklich interessieren, was insbesondere im Web 2.0 immer mehr der Fall zu sein scheint, entpuppt sich der technische Zugang immer weniger als Hindernis. Insofern überwiegen auch in geschlechtersensibler Hinsicht die Chancen.“

**„Werden die digitalen Medien die Unterschiede bei den medialen Präferenzen, Nutzungsmustern und Aneignungsweisen von Mädchen und Jungen nivellieren oder etwa vergrößern?“**

**Prof. Dr. Luca:** „Ich eigne mich überhaupt nicht für Visionen. Die Erwartungen an das Internet in Bezug auf eine möglichen Überwindung von Geschlechtergrenzen waren sehr groß. Davon ist vieles nicht eingetreten.“

**Prof. Dr. Aufenanger:** „Während sich hinsichtlich der sozialen Herkunft eine Differenzierung abzeichnet, wird bei den geschlechterspezifischen Unterschieden eine Nivellierung stattfinden. Bei den oberen sozialen Schichten existieren bei Mädchen und Jungen in der Internetnutzung kaum noch Differenzen. Die größten Probleme, so lautet meine Prognose, werden junge Männer aus der Unterschicht haben.“



## 2. „Vieles, was mit Medienerziehung zu tun hat, ist auch ohne Medieneinsatz möglich“



Ein Bericht aus dem Forschungsprojekt „Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten – Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung“

Prof. Dr. Ulrike Six,  
Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Landau

Dr. Roland Gimmler,  
Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Landau

### Beschreibung der Studie

Als die Medienforscherin Prof. Dr. Ulrike Six 1997 mit einer repräsentativen Befragung die Bedingungen der Medienerziehung in nordrhein-westfälischen Kindergärten untersuchte, entdeckte sie große Defizite. Nun hat sie diese Untersuchung – erneut im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen – wiederholt und festgestellt, dass sich an der Situation kaum etwas geändert hat. Knapp zehn Jahre nach der ersten Studie, so ergab die 2006 durchgeführte Replikation der Befragung, hat sich weder bei der medienpädagogischen Qualifikation noch bei der praktischen Medienerziehung in den Kindergärten viel zum Positiven entwickelt. Die Studie attestierte „keine nennenswerten Verbesserungen“.

### Kaum aktive Medienerziehung

Insgesamt wurden 550 repräsentativ ausgewählte Erzieherinnen und Erzieher befragt, die sich im Durchschnitt für die eigene medienpädagogische Kompetenz nur die Note „befriedigend“ gaben. 91 Prozent der Befragten führten aus, sie fühlten sich für die Medienerziehung schlechter qualifiziert als für andere Förderbereiche. Der Umgang mit Computer und Internet wurde in der Selbsteinschätzung von 69 Prozent der Befragten mit den Noten „ausreichend“, „mangelhaft“ oder „ungenügend“ bewertet. Nur etwa jede fünfte Erzieherin und jeder fünfter Erzieher, so belegt die Studie, praktiziert Medienerziehung in einer Weise, „die sich als wenigstens einigermaßen umfang- und facettenreich bezeichnen lässt“. 57 Prozent der Pädagoginnen und Pädagogen nordrhein-westfälischer Kindergärten setzen aktive Medienerziehung kaum oder wenig ein.

### Mangelnde Qualifikation

Noch immer, so dokumentiert die LfM-Studie, ist Medienpädagogik in Kindergärten allenfalls eine Randerscheinung. 29,5 Prozent der Erzieherinnen und Erzieher in Nordrhein-Westfalen bezeichneten sich zum Zeitpunkt der Befragung als gar nicht medienpädagogisch aktiv, nur 20,7 Prozent betrieben eine „relativ intensive“ Medienerziehung. Zwar gaben etwa 70 Prozent der Befragten an, sie würden sich gerne stärker in diesem Bereich engagieren, doch fehle es ihnen an Zeit, Technik und vor allem an der erforderlichen Qualifikation. Was Medienpädagogik bedeutet oder bewirkt, konnten bei der Untersuchung nur wenige Erzieherinnen und Erzieher präzise und zutreffend erklären. Die Gründe dafür liegen auch in einer mangelnden Ausbildung. So heißt es in der Zusammenfassung der Studie, die Befragung habe gezeigt, „dass ein nennenswerter Teil der Befragten weder in ihrer Ausbildung mit medienpädagogischen Themen konfrontiert worden ist noch eine – wie auch immer geartete – medienpädagogische Zusatzqualifikation erworben hat“.



### Kritik an Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung

Prof. Dr. Ulrike Six und Dr. Roland Gimmler, die für die standardisierten Telefoninterviews und die empirische Auswertung der Daten verantwortlich waren, empfehlen sowohl eine Qualifizierung der für die Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung verantwortlichen Lehrkräfte als auch eine Änderung des Rahmenlehrplanes, in den medienpädagogische Kompetenz als Fach bzw. eigenständiger Ausbildungsbereich (wieder) fest verankert werden müsse. Aus Sicht der Landauer Medienforscher fehlt im aktuellen nordrhein-westfälischen

Lehrplan-System eine explizite Berücksichtigung der Medienpädagogik als eine Art Fach wie es etwa die Verkehrserziehung darstellt.

### Verpflichtende Fortbildung gefordert

In Nordrhein-Westfalen seien zur Medienerziehung allenfalls „reaktive Ansätze“ vorgesehen, kritisierte Kommunikationswissenschaftlerin Prof. Dr. Six während der 12. Medienpädagogischen Fachtagung der LfM, in deren Rahmen die Ergebnisse der neuen Studie vorgestellt und diskutiert wurden. Der Teilbereich „Sprache(n)/Medien“ des im Jahr 2004 in Kraft getretenen „Lehrplanes zur Erprobung“ konkretisiere keinerlei medienpädagogische Inhalte, sondern rekurriere nur auf Vorgaben zu allgemeinen pädagogischen Lernzielen. In die Bildungsvereinbarung NRW, so plädieren die Autoren der Studie in ihren Handlungsempfehlungen, müsse die Förderung von Medienkompetenz umgehend aufgenommen werden, ebenso verpflichtende Qualifizierungs- und Qualifikationserfordernisse in Form von Fortbildungen. Darüber hinaus empfiehlt Prof. Dr. Six die Einbeziehung von Fachberaterinnen und Fachberater, um die Weiterbildung von Erzieherinnen und Erziehern vor Ort zu forcieren.

### Großer Optimierungsbedarf

Fazit: Die neue Studie über die Förderung von Medienkompetenz in Kindergärten macht deutlich, dass Aus- und Fortbildung von nordrhein-westfälischen Erzieherinnen und Erziehern in Bezug auf die Förderung von Medienkompetenz optimiert werden müssen. Wichtigste Voraussetzung dafür sind eine entsprechende Sensibilisierung von Einrichtungsträgern und Pädagoginnen und Pädagogen, vor allem aber eine Verankerung von Medienpädagogik in den Lehrplänen der Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung und eine verstärkte Weiterbildung von Erzieherinnen und Erziehern für die Vermittlung von Medienkompetenz.

### Interview mit Prof. Dr. Ulrike Six

**„Frau Prof. Dr. Six, Medien erobern immer größere Anteile unseres Alltags und der Gesellschaft – vor allem bei Kindern und Jugendlichen. Dennoch spielt Medienerziehung in Kindergärten kaum eine Rolle – oder?“**

**Prof. Dr. Six:** „Es ist tatsächlich leider so, dass die Medienerziehung in den nordrhein-westfälischen Kindergärten eine viel zu geringe Rolle spielt. Das gilt sowohl für die Praxisseite, also für die praktische Medienerziehung, als auch dafür, dass die Erzieherinnen und Erzieher die Medienerziehung im Vergleich zu anderen Bereichen eher als unwichtig einschätzen; Medienerziehung rangierte bei den hierauf bezogenen Antworten unserer Umfrage auf dem letzten aller von uns genannten Förderbereiche. Die Erzieherinnen und Erzieher können

kaum begründen und einsehen, dass und warum Medienerziehung notwendig ist. Sie haben von diesem Bereich insgesamt zu wenig Vorstellungen und machen eben deshalb großen teils auch kaum etwas zu diesem Thema.“

**„Sie haben diese Defizite ja bereits vor zehn Jahren kritisiert. Warum hat Ihre Studie aus dem Jahr 1997 eigentlich keine positiven Veränderungen bewirkt?“**

**Prof. Dr. Six:** „Unsere erste Studie, die wir in großen Teilen jetzt so wiederholt haben, hat damals zunächst eigentlich etwas Positives bewirkt, nämlich, dass in Nordrhein-Westfalen eine ganze Reihe von Initiativen zur Verbesserung der Sachlage konzipiert und umgesetzt wurden. Die Frage ist deshalb eigentlich, warum diese Initiativen so wenig gebracht haben. Dazu hat nun unsere neue Studie gezeigt, dass die medienpädagogischen Fortbildungsangebote und Praxismaterialien nur ganz, ganz wenigen Erzieherinnen und Erziehern bekannt sind, und genutzt werden sie eben von noch viel weniger Personen.“

Dass Fortbildungsangebote zur Medienerziehung so wenig genutzt werden, hat uns allerdings kaum verwundert, denn: Es mangelt den Betroffenen zumeist an der Einsicht in den entsprechenden Bedarf. Wenn in den Kindergärten die Vorstellung davon fehlt, was denn Medienerziehung ist und wie man damit warum welche Ziele verfolgen könnte, dann ist eigentlich auch plausibel, dass das Interesse an einer umfassenden Auseinandersetzung mit Medienerziehung nicht gerade groß ist. Wir haben schon 1997 geschrieben, dass die Teilnahme an Fortbildungen ein bereits vorhandenes Problembewusstsein bzw. eine Einsicht in den Bedarf an Medienerziehung und entsprechend eigener Weiterbildung voraussetzt. Der Bekanntheitsgrad der Fortbildungsangebote hätte vielleicht durch entsprechende PR-Maßnahmen erhöht werden können. Ob dann aber auch die Teilnehmerzahl höher gewesen wäre, muss man angesichts der geringen Sensibilisierung für die Medienerziehung allerdings eher bezweifeln.“

**„Wo liegen die größten Defizite bei der medienbezogenen Erziehung in Kindergärten: in der Ausstattung oder bei den medienpädagogischen Voraussetzungen?“**

**Prof. Dr. Six:** „Die Ausstattung mit Mediengeräten hat sich durchaus verbessert. Aber das ist nicht der entscheidende Punkt. Es ist einfach nicht so, dass Medienerziehung ausschließlich von den Geräten abhängt oder an sie gebunden ist. Vieles, was mit Medienerziehung zu tun hat, ist nämlich durchaus auch ohne Medieneinsatz möglich. Die Defizite liegen vorrangig in den Voraussetzungen auf Seiten der Erzieherinnen und Erzieher und ihrer medienpädagogischen Qualifikation. Die unklare Vorstellung davon, was denn Medienerziehung ist und weshalb sie notwendig und wichtig ist, und die fehlende Einsicht darüber, was denn da mit welchen Zielen und Mitteln erreicht werden kann, bremst das Engagement. Außerdem gibt es

noch immer viele Erzieherinnen und Erzieher, die Medienpädagogik mit Mediendidaktik, also dem Einsatz von Medien für Ziele bzw. Zwecke außerhalb der Medienerziehung, verwechseln. Alles in allem können sich nur ganz wenige etwas von dem vorstellen, was Medienkompetenz ausmacht, und dass man sie auch mit wenig aufwendigen Mitteln fördern kann. Meist fehlt auch das Hintergrundwissen darüber, was zum Beispiel die Mediennutzung von Kindern angeht oder die Wirkung unterschiedlicher Medienangebote. Solche Defizite hängen eng mit entsprechenden Defiziten in der Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung zusammen, die sich leider keineswegs verbessert hat.“



**„Wissen die von Ihnen befragten Erzieherinnen und Erzieher um die von Ihnen festgestellten Defizite und wünschen sie sich eigentlich eine Änderung der Situation?“**

**Prof. Dr. Six:** „Es ist tatsächlich so, dass viele der Meinung sind, dass zu wenig Medienerziehung betrieben wird, wobei von diesen wiederum viele sagen, sie würden eigentlich gerne mehr machen. Meist aber

scheitert das daran, dass sie sich nicht qualifiziert genug fühlen. Wenn sich viele überfordert fühlen, liegt das auch daran, dass sie eine falsche Vorstellung von Medienerziehung haben und dabei gleich an riesige Projekte denken. Sinnvolle Medienerziehung kann dagegen nämlich schon sein, wenn mit Kindern beim Frühstück darüber geredet wird, welche Medien sie denn wie nutzen und warum gut finden. Das ist dann eigentlich gar nicht aufwendig. Da dürften also eigentlich Überforderung oder der Gerätemangel gar keine Rolle spielen.

Wir haben bei den persönlichen Face-to-Face-Interviews auch festgestellt, dass viele der Befragten, nachdem wir sie für die Problematik sensibilisiert hatten, am Ende des Interviews sagten, jetzt wüssten sie, was sie eigentlich noch nicht wüssten und worum sie sich eigentlich noch kümmern müssten. Im Grunde sind solche Interviews also schon eine Art Sensibilisierung und Motivierung für Fortbildungen. Das müssten aber eigentlich nicht wir leisten, sondern die Träger der Einrichtungen, und gerade dies wäre auch ein wesentlicher Anfangspunkt von Fortbildungen.“

**„Skizzieren Sie doch kurz Ihre Idealvorstellung von Medienerziehung im Kindergarten.“**

**Prof. Dr. Six:** „Medienerziehung muss auf jeden Fall auf eine vielfältige und altersgerechte Weise Medienkompetenz vermitteln. Außerdem sollte Medienerziehung nicht nur in aufwendigen und deswegen gezwungenermaßen selten umgesetzten Projekten erfolgen, sondern auch in

Form ganz alltäglicher Dinge, zum Beispiel bei Gesprächen im Stuhlkreis, beim Rollenspiel oder als Anregung zum Malen und Basteln.

Wichtig ist auch, dass Medienerziehung nicht nur reaktiv verläuft, wenn also beispielsweise Kinder über ihre Computerspiele erzählen und Erzieherinnen und Erzieher dazu etwas sagen. Vielmehr sollte Medienerziehung ebenso auch aktiv stattfinden, etwa indem für Rollenspiele auch einmal Medienthemen vorgegeben werden. Wenn Erzieherinnen und Erzieher Vorstellungen von Medienerziehung und deren Relevanz hätten, dann würden sie auch wunderbare Umsetzungsideen entwickeln, weil sie im Grunde ja sehr kreativ sind.

Ich bin allerdings nicht der Meinung, dass Medienerziehung im Kindergarten ein spezieller Bereich sein sollte, der wöchentlich eine feste Stundenzahl einnimmt. Vielmehr sollte Medienerziehung mit anderen Erziehungs- oder Förderbereichen gekoppelt werden. So lässt sich die Lebenswelt der Kinder besser verstehen, lassen sich ihre Sprachkompetenz oder das Sozialverhalten in der Gruppe fördern und ähnliches.“

**„Wer trägt die größte Verantwortung dafür, dass Medienerziehung in den Kindergärten zurzeit allenfalls eine Randgröße ist: Gesetzgeber, Träger von Kindergärten, Erzieherinnen und Erzieher oder deren Ausbilderinnen und Ausbilder?“**

**Prof. Dr. Six:** „Wie schon 1997 würde ich auch diesmal ungern – und zwar aus guten Gründen – den Erzieherinnen und Erziehern den „Schwarzen Peter“ zuschieben. Vielmehr sind die für die Ausbildung der Erzieherinnen und Erzieher Verantwortlichen auf den Plan gerufen, also Bildungspolitik und Bildungsplaner. Wenn nämlich in der Ausbildung keine hinreichende Qualifikation zur Medienerziehung vermittelt wird und diese Ausbildung weder verpflichtend noch wenigstens einigermaßen standardisiert ist, dann ist das Kind meist schon in den Brunnen gefallen. Hinzu kommt, dass die Lehrkräfte der Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung meist auch nicht adäquat qualifiziert sind.

Der Grundstein muss in der Ausbildung gelegt werden. Der Gesetzgeber, aber auch Bildungsplaner und -politiker sowie die Träger müssen die entsprechenden Bedingungen schaffen, damit Medienerziehung ein entsprechender Stellenwert beigemessen werden kann, und zwar sowohl in den curricularen Vorgaben für die Ausbildung und für die notwendige Qualifikation der Lehrkräfte als auch im Hinblick auf die Konzeptionen von Seiten der Kindergartenträger.

Insgesamt muss man leider sagen, dass bei dem, was schriftlich vorliegt, tatsächlich die Medienerziehung zu wenig Berücksichtigung findet, weil sie überhaupt nicht erwähnt oder nicht explizit genannt und auch begründet wird, sondern sich ein Bezug quasi nur erahnen lässt. In der Regel fehlen hinreichende Vorgaben.“

**„Ist das Konzept des 2004 für die Ausbildung von Erzieherinnen und Erziehern in Kraft getretenen nordrhein-westfälischen Erprobungslehrplanes mit seinen handlungsorientierten Lernprozessen aus Ihrer Sicht gescheitert?“**

**Prof. Dr. Six:** „Ich fürchte, dass die neuartigen Lehrpläne wie in Nordrhein-Westfalen, bei denen immer das Individuum gefragt ist und hohe „Freiheitsgrade“ gewährleistet werden sollen, zur Beliebigkeit führen oder aber entsprechende individuelle Einsicht, Motivation und Eigeninitiative voraussetzen. Zum neuen Erprobungslehrplan fehlen noch die empirischen Daten, weil er erst seit kurzer Zeit gilt. Aber es zeichnet sich nicht gerade Positives ab: Weil der Lehrplan so viele Freiräume in punkto Umfang, curriculare Zuordnung, Prüfungsrelevanz, konkrete Inhalte und so weiter bietet, ist es den Schulen bzw. einzelnen Lehrkräften leider in noch höherem Maße als früher selbst überlassen, ob sie überhaupt Medienerziehung in der Ausbildung vermitteln, wie und wie umfassend sie das dann tun und mit welchen Zielen.“

Wir haben in der Studie herausgefunden, dass die Lehrkräfte, die das Fach Medienerziehung dem alten Lehrplan entsprechend vertreten oder glauben, dafür zuständig zu sein, tatsächlich die Medienerziehung ausführlicher behandeln als diejenigen, die bereits nach dem neuen Modell arbeiten.“

**„Warum reicht Ihnen der Teilbereich „Sprache(n)/Medien“ im aktuellen Lehrplan nicht aus?“**

**Prof. Dr. Six:** „In den Vorgaben zu dem genannten Bereich findet sich einfach überhaupt nichts Konkretes zum Thema Medienerziehung. Es bleibt also den Lehrkräften freigestellt, was sie in welchem Umfang mit welchen Mitteln in diesem Bereich überhaupt vermitteln. Und wenn Medienerziehung kein eigenständiger Bereich ist, kann es auch keine Lehrkräfte geben, die dafür zuständig sind oder sich zuständig fühlen müssen.“

**„Sie fordern für die Ausbildung von Erzieherinnen und Erziehern die explizite Berücksichtigung der Medienpädagogik als Fach oder Bereich, ähnlich wie bei der Verkehrserziehung. Warum?“**

**Prof. Dr. Six:** „Wenn es um Verkehrserziehung geht, werden notwendige Alltagskompetenzen vermittelt, was in diesem Fall allen als Notwendigkeit plausibel erscheint. Analog dazu sollte es auch bei der Medienerziehung so sein, dass ihre Relevanz für alle selbstverständlich ist und dass sie genauso dann auch in der Ausbildung und in der Kindergartenpraxis vorkommt wie die Verkehrserziehung.“

**„Mit neuen Formen der Ausbildung können künftige Generationen von Erzieherinnen und Erziehern erreicht werden. Wie aber lassen sich die qualifizieren, die bereits im Beruf sind?“**

**Prof. Dr. Six:** „Durch Fortbildung – aber die Teilnahme setzt eben voraus, dass einzelne Erzieherinnen und Erzieher für sich selber einen entsprechenden Bedarf wahrnehmen, und eine solche Einsicht ist aufgrund der bereits genannten Faktoren häufig nicht gegeben. Es scheitert oft auch daran, dass Erzieherinnen und Erzieher gar nicht die Möglichkeit haben, an Fortbildungen teilzunehmen, weil einfach der Personalschlüssel ihrer Einrichtungen zu gering ist. Es liegt also nicht nur an deren mangelnder Motivation und Einsicht, sondern es kommt auch noch die Personalnot mit hinzu.“

**„Könnte es helfen, wenn das Personal von Kindergärten zur Teilnahme an Weiterbildungsangeboten im Bereich der Medienpädagogik verpflichtet würde?“**

**Prof. Dr. Six:** „Ich meine, dass bereits in der „Bildungsvereinbarung NRW“ die Fort- oder Weiterbildung von Erzieherinnen und Erziehern verpflichtend gemacht werden müsste. Erzieherinnen und Erzieher sollten dann – wie wir bereits 1997 vorgeschlagen haben – gemeinsam mit Grundschullehrerinnen und Grundschullehrern und Lehrkräften aus der Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung qualifiziert werden. Das Ganze müsste möglichst regelmäßig stattfinden und kontinuierlich evaluiert werden.“

**„Welche Rolle könnten bei der Fortbildung Fachberaterteams spielen?“**

**Prof. Dr. Six:** „Sie sollten zusätzlich eingebunden werden, um vor Ort in den Einrichtungen zur Teilnahme an entsprechenden Angeboten zu motivieren oder selber Fortbildungen durchzuführen. Falls die Kapazitäten dieser Teams nicht ausreichen, müsste in diesen Bereich eben zusätzlich Geld investiert werden. Da müssen dann auch mal Schwerpunkte gesetzt werden.“

**Die LfM hat seit 1997 etwa 300 Erzieherinnen und Erzieher geschult. Ist das angesichts von etwa 55.000 an nordrhein-westfälischen Kindergärten tätigen Pädagoginnen und Pädagogen nicht nur ein Tropfen auf den heißen Stein?“**

**Prof. Dr. Six:** „Das ist wohl so. Bei den Ergebnissen unserer Befragung war es so, dass nur sieben von 550 Befragten an einer der beiden LfM-Fortbildungsangebote teilgenommen hatten und eine weitere an beiden. Die Befragten fanden die Kurse gut. Aber sie gehören eben zu einer Minderheit, denn 85 Prozent der Erzieherinnen und Erzieher hatten in den

vergangenen fünf Jahren an überhaupt keiner entsprechenden Veranstaltung teilgenommen, egal von wem diese angeboten worden war.

Sollten weitere Fortbildungen folgen, muss in deren Rahmen zunächst und ganz wesentlich auch erläutert werden, warum das Thema so wichtig ist. Es muss also das vermittelt werden, was ich als fundierte Einsicht in den Bedarf bezeichne. Nur dann kann sich die Erkenntnis, dass Medienerziehung wichtig ist, wie bei einem Schneeballsystem verbreiten. Das fehlte in der Vergangenheit offenbar.“

**„Sie empfehlen, die LfM NRW könnte zur Verbesserung der aktuellen Situation die Rolle einer Clearingstelle spielen. Wie könnte das funktionieren?“**

**Prof. Dr. Six:** „Allgemein könnte die LfM natürlich die genannte Koordinierungsaufgabe übernehmen, falls das auch von allen übrigen Beteiligten gewollt wird. Zugleich sollte eine Art Task Force oder Runder Tisch gegründet werden, wobei sich alle Verantwortlichen auch hinter verschlossenen Türen zusammensetzen könnten. Gefragt sind Vertreter der Bildungsplanung und -politik, der Träger sowie der Fortbildungsanbieter. Kompetenzteams und Fachberatersystem wären eine wichtige Ergänzung. Das alles müsste optimal verknüpft werden. Die LfM könnte dabei eine zentrale Rolle spielen, um zu initiieren und zu moderieren.“

**„Erzieherinnen und Erzieher werden ständig mit neuen Aufgaben konfrontiert, zum Beispiel im Bereich der Förderung von Sprachkompetenz oder durch das neue Kinderbildungsgesetz. Bleibt da überhaupt noch Raum für die Förderung von Medienkompetenz?“**

**Prof. Dr. Six:** „Ich weiß, dass die Erzieherinnen und Erzieher tatsächlich vielfach überfordert sind, was sie uns auch immer wieder mitgeteilt haben. Entsprechend müssten eigentlich Personalschlüssel und Ausbildung verbessert werden. Aber es ist ja so, dass Medienerziehung nicht automatisch eine Überforderung darstellen muss: Besteht neben der Einsicht in den Bedarf eine Vorstellung von einfachen Umsetzungsmöglichkeiten, entpuppt sich die Förderung von Medienkompetenz meist als machbar, weil es sich eben nicht immer um aufwendige Projekte handeln muss. Wenn sich Erzieherinnen und Erzieher dies vorstellen können, dann kommt es auch nicht zur Überforderung.“

**„Themen wie die Gefahrenpotenziale durch die Darstellung von Gewalt in den Medien sorgen immer wieder für Schlagzeilen. Wie erklären Sie sich, dass die Medienpädagogik in den Kindergärten dennoch eine so schwache Lobby in der Bildungspolitik hat?“**

**Prof. Dr. Six:** „Eigentlich müsste Medienkompetenz auch jenseits solcher Gefahren ein Wert an sich sein. Medienerziehung ist nicht nur Prävention, sondern vermittelt Fähigkeiten und Einsichten, die für unsere Alltagswelt eine zentrale Bedeutung haben. Vielen Bildungspolitikern fehlt offenbar die Einsicht, dass Medienkompetenz mehr ist als eine rein technische Kompetenz und dass es mit der Anschaffung von Technik einfach nicht getan ist. Es geht vielmehr eben unter anderem auch um Medienkritik und -ethik, um Reflexion und darum zu verstehen, welche Wirkungspotenziale Medien haben.“

**„Gibt es anderswo in Deutschland oder in Europa erfolgreiche Referenzmodelle, an denen sich Nordrhein-Westfalen bei der Medienerziehung im Kindergarten orientieren könnte?“**

**Prof. Dr. Six:** „In Holland oder Finnland etwa wird im Vorschulbereich aktiver gearbeitet, auch im Bereich der Medienerziehung. In Deutschland sind Bayern und Baden-Württemberg gute Vorbilder, weil dort für die Medienerziehung in Kindergärten klare Anforderungsprofile erstellt wurden und man dort in dieser Hinsicht offenbar engagierter ist.“



**„Frau Prof. Dr. Six, was glauben Sie: Wie könnte die Situation in den nordrhein-westfälischen Kindergärten aussehen, wenn Ihre Befragung in zehn Jahren ein weiteres Mal durchgeführt werden würde?“**

**Prof. Dr. Six:** „Ich habe meine Idealvorstellung ja bereits angedeutet. Solange aber der Kindergarten keinen klaren und begründeten Auftrag zur Medienerziehung hat, solange der Medienerziehung in den curricularen Vorgaben für die Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung und in den Vorgaben der Träger kein angemessener Stellenwert beigemessen wird, solange Erzieherinnen und Erzieher sich überfordert fühlen statt Medienerziehung in den Kindergartenalltag einzubinden, solange die medienpädagogische Qualifikation der Lehrkräfte in der Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung nicht verpflichtend ist und die Erzieherinnen- und Erzieher-Ausbildung auch insgesamt nicht auf ein höheres Niveau angehoben wird, wird sich leider wenig ändern, fürchte ich.“



### 3. „Handys: nicht nur technisch bedienen, sondern Auswirkungen beurteilen“

Ein Bericht aus dem Förderprojekt „handysektor – Sicherheit in mobilen Netzen“

Das Handy rückt zunehmend in den Blick der Medienpädagogik. Denn heute sind fast alle Jugendlichen mit einem Handy ausgestattet – und haben damit auch Kamera, MP3-Player, Spielekonsole, Internetzugang, Videoplayer, Organizer usw. in der Tasche. Diese Funktionsvielfalt will gekonnt genutzt werden. Dabei hilft das Angebot handysektor, das von der LfM und dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) in Auftrag gegeben wurde. Für Projektleiter Martin Pinkerneil stehen zunehmend ethische Fragen im Vordergrund, wenn es ums Handy geht. Denn das Handy ist zum zentralen Kommunikationsinstrument geworden.

#### Handy feiert 15. Geburtstag

Im Jahr 2007 hat der digitale Mobilfunk in Deutschland seinen 15. Geburtstag gefeiert. Denn der Standard GSM – der auch heute noch am weitesten verbreitet ist – startete im Jahr 1992. Seitdem hat das Handy einen wahren Siegeszug gefeiert. Inzwischen gibt es in Deutschland mehr aktive SIM-Karten als Einwohner. Auch die Mobiltelefone haben sich rasant entwickelt, denkt man an die liebevoll als „Knochen“ bezeichneten Geräte vergangener Tage zurück. Vor allem die Kamerafunktion ist bei modernen Handys nicht mehr wegzudenken. Als nächste Entwicklung steht an, dass das Internet zunehmend aufs

Handy „wandert“. Das glaubt Martin Pinkerneil, der Projektleiter von handysektor. Bislang hätten vor allem die vergleichsweise hohen Kosten für Datentransfers dafür gesorgt, dass Handynutzer kaum ins Internet gegangen seien. Martin Pinkerneil: „Seit Februar 2007 haben wir dramatisch fallende Datentransferpreise im Mobilfunk, die teilweise um über 90 Prozent eingebrochen sind. Wir haben seitdem eine zunehmende Nutzung von Datenapplikationen jenseits von SMS. Das heißt, die Nutzung von E-Mail, Internet, Instant Messaging und solchen Dingen auf dem Handy nimmt stark zu.“ Diese Entwicklung ist beispielsweise abzulesen am neuen iPhone von Apple, das auf das Internet ausgelegt ist, oder an der „Open Handset Alliance“, die vom Internet-Riesen Google gegründet wurde. Für Martin Pinkerneil sind das „deutliche Anzeichen dafür, dass der Mobilfunkmarkt in einem Umbruch ist. Eine starke Internetzentrierung des Mobilfunks steht uns bevor, und wir sind schon am Beginn dieser Entwicklung.“

#### handysektor am Puls der Zeit

handysektor ist mit aktuellen Nachrichten, Tipps, FAQs und Links stets auf dem neuesten Stand der Entwicklungen. Neben vielen Informationen aus den Bereichen Verbraucherschutz, Sicherheitsfragen, Persönlichkeitsrechte und Gesundheit geht es auf [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de) auch um die neuen mobilen Datentarife und die Nutzung von mobilem Internet. Dabei stehen laut Projektleiter Martin Pinkerneil zunehmend ethische Fragen zur Debatte. Denn mit dem Aufkommen von Cyberbullying, Happy Slapping und Gewaltvideos geht es beim Handy immer mehr darum, den respektvollen Umgang zwischen Menschen zum Thema zu machen. Dazu passt auch, dass handysektor einen neuen Flyer zum Thema „Gewalt“ und „Persönlichkeitsrechte“ veröffentlicht hat.

Nach den handlichen „Tipps to go“, die seit 2006 schon über 100.000-mal herausgegeben wurden, soll ein neuer kleiner Flyer dafür sorgen, mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen und sie „aufzuklären“.

#### Cyberbullying und Co. – Neue Formen der Gewalt

Das Thema „Handy und Jugendliche“ ist derzeit oft negativ in den Schlagzeilen: Gewaltvideos und Pornos werden aus dem Internet aufs Handy geladen und herumgezeigt, körperliche Übergriffe und Schlägereien werden gefilmt (Happy Slapping) oder es findet Mobbing über neue elektronische Wege statt, zum Beispiel, indem beleidigende Bilder von Mitschülerinnen und Mitschülern und Lehrerinnen und Lehrern im Netz veröffentlicht werden (Cyberbullying). Hier werden Straftaten begangen, Persönlichkeitsrechte missachtet und Werte wie ein respektvolles Miteinander ignoriert. Gerade wegen dieser Entwicklungen sind Handys an vielen Schulen inzwischen verboten. Für Martin

Pinkerneil ist es jedoch wichtig, dass Schülerinnen und Schüler den Umgang mit den Möglichkeiten des Handys lernen. Seine Empfehlung an die Schulen lautet daher: *„Thematisieren! Das Handy nicht aus der Schule verdrängen, sondern in der Schule auf den Lehrplan nehmen und im Unterricht behandeln. Denn die Ausstattung mit Medien und Telekommunikationsinstrumenten ist für Jugendliche ein Machtfaktor. Das ist für manche Jugendliche wie ein kleiner Knüppel, den sie in die Hand bekommen und wo sie lernen müssen, damit umzugehen.“* Verschiedene Wege, um das Thema „Handy und Gewalt“ in der Schule anzugehen, werden auf [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de) vorgestellt. So findet sich zum Beispiel ein Link zum Film „Let’s fight together“, der im Unterricht mit Schülerinnen und Schülern angeschaut werden kann, um einen Zugang zum Thema zu finden.

### Datenschutz begreifbar machen

Durch die vielen Mitmachmöglichkeiten des Web 2.0 ist es für Jugendliche immer leichter geworden, Daten von sich zu veröffentlichen und auf Plattformen wie MySpace, schuelerVZ oder spickmich ein Profil von sich anzulegen. Das Bewusstsein, dass man mit persönlichen Daten sehr sorgsam umgehen sollte, fehlt vielen Jugendlichen allerdings. Bei handysektor gibt es deshalb eine animierte Bildergeschichte, die das Thema Datenschutz in leicht zugänglicher Weise begreifbar macht. Dazu Projektleiter Martin Pinkerneil:

*„Datenschutz ist ein Thema für Jugendliche, weil sie selber zum Opfer werden können, wenn sie mit ihren persönlichen Daten nicht sicher umgehen. Das heißt, man kann viele Dinge über Jugendliche herauskriegen, zum Beispiel über den Schulweg oder die Freunde, von denen Fotos online gestellt werden. Dadurch bieten die Jugendlichen auch eine Angriffsfläche und können gezielt angesprochen werden. Unter kommerziellen Aspekten besteht die Gefahr, dass jemand betrogen wird, weil er zum Beispiel seine Kontodaten leichtfertig*

*in öffentlichen Netzen eingegeben hat.“* In der Bildergeschichte über Datenschutz erklärt handysektor, wie man auf sich und seine persönlichen Daten achtet. In einer weiteren Bildergeschichte geht es um „Digitale Rechte“, denn mit den wachsenden Möglichkeiten der aktiven Mediennutzung ergeben sich auch viele neue rechtliche Fragen, z. B. beim Umgang mit Bildern oder dem Kopieren von Musik.



### „Jemand den du kennst, ist in deiner Nähe“

Die oben skizzierte Entwicklung in Richtung „Mobiles Internet“ wird nach Ansicht von Martin Pinkerneil im nächsten Jahr weitergehen und eine neue Dimension erreichen. Die Vernetzung könnte dann auch immer mehr auf den Nahbereich ausgerichtet sein. Verschiedene Geräte könnten so miteinander Kontakt aufnehmen, wenn sie in der Nähe sind. Martin Pinkerneil stellt sich das beispielsweise so vor: *„Wir haben Anwendungen vor uns, mit denen soziale Netzwerke aufs Handy wandern, die mit Instant Messaging und klaren Positionsbestimmungen verknüpft sind. Dadurch ist es denkbar, dass sich das Handy so meldet: ‚Jemand, den du kennst, ist in deiner Nähe!‘ oder ‚Jemand, der ein ähnliches Profil hat wie du, sitzt in der gleichen Bahn!‘ – und dann ist eine Kontaktaufnahme möglich.“*

### Sicheres Gefühl bekommen

*„Kinder und Jugendliche sollten mobile Geräte nicht nur technisch bedienen können, sondern brauchen ein sicheres Gefühl dafür, auch die jeweiligen Auswirkungen ihres Tuns zu beurteilen“,* so Martin Pinkerneil auf die Frage nach den Kompetenzen, die es künftig zu vermitteln gilt. Dazu gehört auch das Verständnis dafür, welche Gefährdungen es gibt und wie man erkennen kann, mit wem man es wirklich zu tun hat (Authentifizierung). Auch der Umgang mit den neuen Datentarifen sollte stets im Blick behalten werden, weil erhebliche Kosten auf Jugendliche zukommen können, wenn die eigentliche Flatrate-Datenmenge verbraucht ist. Für Martin Pinkerneil bleibt es auch 2008 die dringendste Aufgabe, das Handy mit all seinen Auswüchsen und Nebenerscheinungen zu thematisieren: *„Man kann nicht Jugendliche oder gar Kinder mit diesen Dingen ausstatten und dann keine Regeln an die Hand geben und die vielfältigen Anwendungen nicht thematisieren. Das Handy gehört in die Schule, das Handy gehört thematisiert. Und anhand des Handys kann man hervorragend verschiedene andere Themen angehen, wie z. B. Persönlichkeitsrechte, Datenschutz oder Konsumverhalten!“*





## 4. „Alles ist irgendwie mal überdacht worden“

Ein Bericht aus dem Förderprojekt „Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“

Der Bürgerfunk in NRW hat im Jahr 2007 große Veränderungen erlebt. Das Landesmediengesetz wurde verändert, und darauf aufbauend hat die LfM neue Satzungen und Richtlinien zur Nutzung und zur Förderung des Bürgerfunks im lokalen Hörfunk verabschiedet. Dabei konnte man leicht ein Pilotprojekt aus dem Blick verlieren, das sich ganz der Sicherung und Weiterentwicklung von Qualität im Bürgerfunk gewidmet hat. Beim Projekt „Qualitätsmanagement im Bürgerfunk“ (QMB) wurden Radiowerkstätten nach einem eigens für sie entwickelten Qualitätsmanagementsystem zertifiziert. Am 15. Dezember 2007 wurden die ersten 16 offiziellen Testate vergeben. Bis dahin war es ein langer Weg.

### Im Namen der Qualität

Im Februar 2004 hat sich der „Landesarbeitskreis Qualitätsoffensive Bürgerfunk“ (LAK) gegründet. Vertreterinnen und Vertreter von Radiowerkstätten und der LfM haben hier gemeinsam die Grundlagen für das Projekt QMB entwickelt. Die LfM hat das Projekt ausgeschrieben, und der Zuschlag zur Durchführung des Projekts ging im August 2005 an die Deutsche Hörfunkakademie GmbH (DHA) und das Bildungszentrum BürgerMedien e. V. (BZBM). Die zweijährige Projektlaufzeit begann im Januar 2006. In den ersten Monaten wurde das Modell QMB ausgearbeitet, es wurden Beraterinnen und Berater und Gutachterinnen und Gutachter

geschult und 22 Radiowerkstätten ausgewählt, die als Pilotwerkstätten zertifiziert werden sollten. Die Zertifizierungsphase begann dann im September 2006. Dazu Ursula Wienken, Leiterin des Projekts QMB und stellvertretende Direktorin der Deutschen Hörfunkakademie (DHA): „Die 22 Radiowerkstätten haben einen Leitfaden bekommen, verbunden mit dem Auftrag, in ihrer Einrichtung qualitätsfördernde Maßnahmen umzusetzen und diese dann auch innerhalb eines so genannten Selbstreports zu fixieren. Der Zeitrahmen war für alle ein halbes Jahr. Die Radiowerkstätten sind aber unterschiedlich gestartet und so auch nacheinander fertig geworden.“

### Zauberwort Leitbild

In jeder der 22 Pilotwerkstätten war eine Qualitätsbeauftragte oder ein Qualitätsbeauftragter für die Umsetzung von QMB zuständig. So auch in der Radiowerkstatt „Tatort Medien“, die vom Medienzentrum Rheinland in Kooperation mit der VHS Düsseldorf betrieben wird. Die Medienpädagogin Linda Winnes leitet die Düsseldorfer Radiowerkstatt seit fünf Jahren. Die Einführung eines Qualitätsmanagementsystems stellte sie vor ganz neue Herausforderungen: „Als Qualitätsbeauftragte wusste ich anfangs nicht, wo ich anfangen soll. Aber mit der Unterstützung der Berater und vom Projektteam ging es dann doch relativ schnell voran. Das Zauberwort war ‚Leitbild‘. Als wir unser Leitbild fertig hatten – was ziemlich lange gedauert hat – ging alles viel besser. Auf das Leitbild stützt sich alles. Ich merke auch, dass man jetzt in der praktischen Arbeit immer wieder guckt – was steht im Leitbild? Was ist unsere Zielsetzung?“. Im Leitbild definiert eine Radiowerkstatt ihre Identität und ihren Auftrag. Damit dieses Leitbild zu einer handlungsleitenden Vision für eine Einrichtung werden kann, sollten möglichst alle Beteiligten in den Leitbildprozess eingebunden werden.

### Definition des Gelungenen

QMB ist ein eigens für den Bereich des Bürgerfunks entwickeltes Qualitätsmanagementsystem. Das Modell QMB nutzt die Grundlagen des QM-Systems LQW („Lernerorientierte Qualitätstestierung in der Weiterbildung“), das bundesweit von der Firma ArtSet umgesetzt wird. In beiden Systemen gibt es eine grundlegende Definition des Gelungenen. So entstand für QMB in einem großen Workshop mit 80 Bürgerfunkerinnen und Bürgerfunker eine „Definition gelungenen Bürgerfunks“. Daran und an dem selbstformulierten Leitbild muss sich eine Einrichtung im Qualitätsmanagementprozess messen und im Kern die Frage beantworten: Wie muss unsere Radiowerkstatt strukturiert sein und arbeiten, damit Bürgerfunk gelingen kann? „QMB ist so aufgestellt, dass man als Einrichtung zwar bestimmte Anforderungen zu erfüllen hat, dass aber jeweils der Weg, wie man diese Anforderungen erfüllen will, freigestellt ist“, sagt Ursula Wienken. Im QMB-Leitfaden wird ein fester Rahmen vorgegeben.

Die Radiowerkstatt muss in neun verschiedenen Qualitätsbereichen Anforderungen erfüllen (1. Leitbild und „Definition gelungener Bürgerfunk“ / 2. Bedarfserschließung / 3. Zentrale Prozesse / 4. Radioprogramm / 5. Infrastruktur Radiowerkstatt / 6. Führung / 7. Personal und Mitwirkende / 8. Steuerung und Evaluation / 9. Externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit).



### Veränderung durch QMB

Für Linda Winnes, die Qualitätsbeauftragte der Düsseldorfer Radiowerkstatt „Tatort Medien“, hat sich durch QMB einiges geändert. Denn Hierarchien, Prozesse, Zuständigkeiten und vieles mehr wurden auf den Prüfstand gestellt: *„Wir sind uns über unsere Arbeitsabläufe sicherer geworden. Das ist alles irgendwie mal überdacht und dokumentiert worden. Wir haben jetzt ein Leitbild, das wir an die Gruppen und andere Leute kommunizieren. Wir haben neue Formulare entwickelt. Die Ausleihe der Geräte funktioniert besser. Die Mietverträge funktionieren besser. Wir haben eine Studioordnung, an die sich alle halten. Wir haben Ordnung in sämtliche unserer Akten gebracht, was einfach viel übersichtlicher ist. Wir haben gemerkt, dass wir Defizite im Bereich der Schulungen haben und haben das geändert. Wir haben neue Dozenten. Wir nutzen neue Räume. Wir haben neue Musik für die Radiogruppen. Wir sind neue Kooperationen eingegangen. So was alles.“*

### 16 Testate erteilt

Die Radiowerkstatt Tatort Medien im Medienzentrum Rheinland gehört zu den 16 Einrichtungen, die am 15. Dezember 2007 ihr QMB-Testat erhalten haben. Damit dürfen diese sich offiziell als „QMB-testierte Einrichtung“ bezeichnen. Das Testat hat eine Gültigkeitsdauer von drei Jahren und wurde im Rahmen der Bürgermedienpreisverleihung übergeben. Nicht alle 22 Pilotwerkstätten haben die Zertifizierung erfolgreich beendet. Zwei Radiowerkstätten sind während des Prozesses ausgestiegen, vier Einrichtungen konnte kein Testat erteilt werden. Dazu Projektleiterin Ursula Wienken: *„Es gibt bei QMB die Unterteilung, dass wir zum einen die Selbstverpflichtung zur Qualität von innen haben, also den Prozess, in den sich die Radiowerkstatt begeben hat. Und zum anderen wird das Ganze von außen noch mal völlig objektiv beurteilt und bewertet. Die unabhängigen Gutachter haben eine Empfehlung gegeben und die Entscheidung, ob das Testat erteilt wird oder nicht, ist dann innerhalb des Projektes gemeinsam mit der Firma ArtSet GmbH, die auch die Qualitätskontrolle durchgeführt hat, und der LfM getroffen worden.“*

### Neues System

Das QMB-Testat kann in der Zukunft zu einem Kriterium für die Vergabe von Fördergeldern werden. So ist in der neuen Richtlinie der LfM zur Förderung des Bürgerfunks in § 4 Abs. 5 zu lesen: *„Zuschussempfänger, deren jährliche Förderung durch die LfM insgesamt 10.000,00 € übersteigt, müssen ab dem 1.12.2010 nachweisen, dass sie ein Qualitätssicherungs- bzw. Qualitätsmanagementsystem, das von der LfM im Rahmen der Förderung des Bürgerfunks als geeignetes Qualitätssicherungs- bzw. Qualitätsmanagementsystem anerkannt ist, eingeführt haben.“*

Für die Qualitätsbeauftragte Linda Winnes kann QMB aber schon vor 2010 hilfreich sein: *„Es ist in dem Sinne eine Hilfe, dass wir uns schon im Rahmen von QMB entschieden haben, unseren Fokus auf Kinder- und Jugendprojekte, Qualifizierungen und Multiplikatoren-schulungen zu legen. Wir haben das alles schon definiert und jetzt ist es auch in der neuen Gesetzgebung verankert. Für uns ist es auch eine große Hilfe, dass wir uns durch QMB vermehrt mit Abrechnungen und Projektanträgen auseinandergesetzt haben. Aber ganz unabhängig von der weiteren Förderung hat QMB für uns als Radiowerkstatt und für unsere Gruppen unheimlich viel gebracht, gerade was die Transparenz und die Strukturierung der ganzen Arbeit angeht.“*

### Bürgerfunk 2008

Während der zweijährigen Pilotphase des Projekts QMB gab es große strukturelle Änderungen im Bürgerfunk. Seit Januar 2008 ist zum Beispiel eine geeignete Qualifizierung nötig, um Bürgerfunk zu betreiben. Ein entsprechendes Zertifikat kann nur ein so genannter „Medien-Trainer“ vergeben. Diese Trainer werden wiederum geschult durch spezielle Ausbilder (Hörfunk). Durch die parallele Entwicklung sind die Ergebnisse, Erkenntnisse und Essenzen der Arbeit im Projekt QMB auch immer in die Gestaltung neuer Ausbildungskonzepte für den Bürgerfunk eingeflossen.





## 5. „Es gibt keinen Grund, einen Fernseher ins Kinderzimmer zu stellen!“

Ein Bericht aus dem Förderprojekt „Initiative Eltern+Medien“

Die „Initiative Eltern+Medien“ ist im Sommer 2007 an den Start gegangen, um Eltern bei der Medienerziehung zu unterstützen. In mehr als 300 Elternabenden über NRW verteilt ging es um die Themen „frühkindliche Mediennutzung“ oder „Internet und Handy“. Das Adolf-Grimme-Institut, bei dem das Projektbüro angesiedelt ist, hat im Auftrag der LfM inzwischen rund 60 Referentinnen und Referenten geschult, um die Veranstaltungen durchzuführen. Antje Rometsch ist eine von ihnen. Sie hat sich an zahlreichen Abenden in Kindertageseinrichtungen und Schulen begeben, um mit Eltern über Medienkompetenz zu sprechen. Gerade wenn es um jüngere Kinder ging, landete die Diskussion dabei häufig beim angemessenen Fernsehkonsum.

### Mehr als erwartet!

Ursprünglich sollten bei der „Initiative Eltern+Medien“ erheblich weniger Informationsabende angeboten werden, aber die hohe Zahl der Anfragen hat zu einer Neuausrichtung geführt. Als klar wurde, dass die ursprünglich geplanten 70 Elternabende nur einen Bruchteil der Anfragen abdecken würden, wurde die „Initiative Eltern+Medien“ ausgeweitet. Die

Zahl der Elternabende wird Ende Dezember 2008 die Marke „800“ erreicht haben. Dann werden insgesamt rund 15.000 Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen teilgenommen haben. Dazu Rainer Smits, Projektleiter der „Initiative Eltern+Medien“ bei der LfM: *„Unser Angebot, interessierten Einrichtungen Elternabende als ‚Rundumsorglos-Paket‘ anzubieten, ist auf so starke Resonanz gestoßen, dass wir dank der Unterstützung unserer Medienkommission weitere Gelder für die Initiative bereitstellen konnten. Für die Einrichtungen bedeutet das: Wir unterstützen bei der Organisation, wir qualifizieren und liefern die Referentinnen und Referenten und wir übernehmen die Honorarkosten.“*

### Medienwelt wandelt sich

Gerade im Medienbereich sind die Entwicklungen in den letzten Jahren rasant. Das TV ist zwar immer noch das Leitmedium, aber die so genannten Neuen Medien sorgen für ständig neue Szenarien. Vor zehn Jahren hatten zum Beispiel nur rund zehn Prozent der 12- bis 19-Jährigen ein Handy, und um Inhalte im Internet zu veröffentlichen, sollte man am besten HTML können. Heute haben schon viele Kinder in der Grundschule ein Handy dabei, das Web 2.0 lädt zum Mitmachen ein und die Fernsehlandschaft wird immer bunter und entdeckt immer neue Zielgruppen. Diese Entwicklung ist für Projektleiter Rainer Smits einer der Gründe für die große Resonanz, auf die die „Initiative Eltern+Medien“ gestoßen ist: *„Die rasanten Veränderungen in der Medienlandschaft, die aus dem passiv Zuschauenden mehr und mehr den aktiven Nutzer machen, erzeugen Verunsicherungen auf allen Seiten, gerade auch bei den Eltern. Die immer komplexer werdende (Medien-)Welt lässt viele ihrer Fragen nach der Bewertung technischer und inhaltlicher Entwicklungen und Entgleisungen in ihren Auswirkungen auf ihre Kinder offen. Hier versucht die ‚Initiative Eltern+Medien‘ anzusetzen – ohne den Anspruch zu haben, auf alle Fragen Antworten geben zu können, aber doch, die Eltern zu informieren, zu beraten, zu unterstützen.“*

### Guten Abend, liebe Eltern

Die Diplompädagogin Antje Rometsch arbeitet hauptberuflich in der Migrationsarbeit und vermittelt zudem Kinder in Adoptiv- und Pflegefamilien. Neuerdings ist sie auch als freiberufliche Referentin für die „Initiative Eltern+Medien“ unterwegs. Sie war zum Thema „frühkindliche Mediennutzung“ in 14 verschiedenen Kindertagesstätten und hat sich dort den Fragen der Eltern gestellt: *„Ich glaube, dass das Thema Medien für viele Eltern nichts Neues ist, sondern dass sie über dieses Thema schon öfter mal gesprochen haben. Neu ist, dass hier ein Input von außen kommt. Da fühlen sich zum Beispiel auch viele Erzieherinnen und Erzieher bestätigt, wenn sie ähnliche Ansätze verfolgen. Für viele Eltern stellt sich aber die ganz grundsätzliche pädagogische Frage, wie sie Regeln im Umgang mit Medien bei ihren Kindern durchsetzen können.“* Antje Rometsch hat bei ihren Elternabenden gemerkt, dass die Fragen

und Themen der Eltern stark vom Umfeld der Einrichtung abhängen. *„Es ist zum Beispiel sehr unterschiedlich, ob da eher obere Mittelschicht oder bürgerliches Umfeld herrscht, oder ob ich in einer Gegend bin, in der viele Migrantinnen und Migranten wohnen. Diese Eltern fragen mich dann zum Beispiel mit einem Strahlen, ob das nicht klasse sei, dass dauernd der Fernseher läuft, damit die Kinder die deutsche Sprache lernen und beschäftigt sind.“*

### Das gute alte Fernsehen

Vor allem bei den Elternabenden zur frühkindlichen Mediennutzung ist das Fernsehen eines der wichtigsten Themen. Dazu gehört dann auch die obligatorische Frage, wie lange ein Kind am Tag fernsehen sollte. Antje Rometsch hat gemerkt, dass es wichtig ist, hier ganz klare Ansagen zu machen, immer versehen mit dem Vorbehalt, dass dies je nach Familiensituation verhandelbar sei: *„Den Eltern von Kita-Kindern sage ich als Anhaltspunkt, dass 20 bis 30 Minuten Bildschirmzeit täglich genug sind, weil danach die Aufmerksamkeitsspanne erreicht ist. Bei Kindern unter drei Jahren rate ich, gar kein TV zu schauen. Das Leitmedium sind hier Bücher, Bücher, Bücher. Ein Fernseher im Kinderzimmer geht für mich absolut nicht. Wenn Eltern dann fragen, ab wann ich das denn gut fände, antworte ich, dass ich eigentlich gar keinen Grund sehe, ein Fernsehgerät ins Kinderzimmer zu stellen. Fernsehen sollte doch bitte etwas Gemeinsames und Kommunikatives sein. Das wird sehr kontrovers diskutiert. Ich erhebe aber nie den pädagogischen Zeigefinger, sondern versuche immer, das ein wenig locker und unverkrampft zu besprechen!“*



### Die neuen Medien: Internet und Handy

Mit dem zweiten Themenfeld „Internet und Handy“ hat die „Initiative Eltern+Medien“ zunehmend Einzug gehalten in die weiterführenden Schulen. Der Ansatz der Referentinnen und Referenten war hier ein anderer, denn anders als bei der Fernsehnutzung, kennen sich viele Eltern mit den so genannten Neuen Medien weniger aus als ihre Kinder. Auch für Antje Rometsch war dieses Thema intensiver in der Vorbereitung, weil es sehr viel Neues hatte: *„Ich war dann auch sehr viel aufgeregter, als ich den ersten Abend dazu halten sollte, direkt vor 100 Teilnehmern – also viel mehr als in den Kitas kommen. Aber das lief gut und hat ganz andere Dynamiken. Wenn es zum Beispiel um Gewaltvideos geht, die auf Handys kursieren, wird es ganz still im Raum. Und in der Diskussion bewegte es sich immer ein bisschen zwischen den Fragen ‚Was können wir als Eltern tun?‘ und ‚Wie kriegen wir die Schnittstelle zur Schule hin?‘“*

### Weiter geht's

In 2008 ist die Angebotspalette um das Thema „Computer- und Konsolenspiele“ erweitert worden, das Eltern, wie eine Evaluation des Projektes gezeigt hat, ebenfalls auf den Nägeln brennt. Das Projektteam des Adolf-Grimme-Instituts freut sich jedenfalls darauf, viele weitere Eltern zu erreichen: *„Wir leisten da wirklich einen Beitrag zur Medienerziehung, der in der Breite wirkt.“* Außerdem auf dem Programm: Schulungen für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu den Inhalten und der Umsetzung der „Initiative Eltern+Medien“ sowie – in Kooperation mit dem Verein Schule des Hörens e. V. und der Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West – Elternabende zum Thema Hören als Voraussetzung für Medienkompetenz. Auch in den Einrichtungen, die bereits dabei waren, geht es weiter. Das glaubt zumindest Referentin Antje Rometsch: *„Das Interesse generell ist immer gewesen – egal ob in den Kitas oder in den Schulen – dass zum Schluss des Abends immer besprochen wurde, wie es weitergeht. Nach dem Motto: ‚Das war jetzt ein erster Impuls und wir haben gemerkt, an welchen Stellen wir diskutieren!‘ Das macht dann auch Spaß, wenn die Leute mitgehen und man merkt, dass der Abend mit deren Leben und deren Fragen zu tun hat.“*



# III.

## FÖRDERAKTIVITÄTEN

**1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz** \_\_\_\_\_ 58 |  
*Mechthild Appelhoff, Dr. Meike Isenberg, Rainer Smits,  
Antje vom Berg*

<b>1.1 Medienforschung</b> _____	58
1.1.1 Medienkompetenz in der Schule _____	59
1.1.2 Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen _____	61
1.1.3 Jugendliche im Web 2.0. Eine quantitative und qualitative Untersuchung seiner Nutzung durch Heranwachsende _____	63
1.1.4 Journalistische Recherche im Internet _____	65
1.1.5 Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten _____	67
1.1.6 Geschlechterspezifische Medienkompetenzerziehung _____	68
1.1.7 Kompetenzerwerb, exzessive Nutzung und Abhängigkeits- verhalten. Chancen und problematische Aspekte von Computerspielen aus medienpädagogischer Perspektive _____	70
<b>1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote</b> _____	74
1.2.1 Hören mit Qualität _____	75
1.2.2 Auditorix Hörspielwerkstatt _____	78
1.2.3 Initiative Eltern+Medien _____	79
1.2.4 handysektor _____	80
1.2.5 „Mit Medien leben lernen“, 2.Auflage 2007 _____	81
1.2.6 EU-Initiative klicksafe – Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz _____	82
1.2.7 Internet-ABC – der Kompass für Ihre Internetreisen _____	84
1.2.8 Flimmo – Programmberatung für Eltern _____	86
1.2.9 mekonet – Medienkompetenz-Netzwerk NRW _____	88
1.2.10 Seitenstark – Der Kinderchat _____	90
1.2.11 ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule _____	92
1.2.12 JAM! – Jugendliche als Medienforscher _____	93



1.2.13 Trickboxx _____	96
1.2.14 Medienpädagogischer Atlas NRW _____	97
1.2.15 Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW _____	98
1.2.16 Informationssystem Medienpädagogik (ISM) _____	99
1.2.17 Medienkompetenzportal NRW _____	100
1.2.18 Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher _____	101
1.2.19 Podknast _____	103
1.2.20 Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand von Unterricht _____	104
1.2.21 Ratgeber Neue Medien – Schriftenreihe der LfM und der deutschen medienakademie köln _____	107
1.2.22 schlagzeilen – Materialien zur Boulevardberichterstattung _____	109
1.2.23 Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“ _____	110
1.2.24 Broschüre „12 goldene Regeln für Reisebuchungen im Internet“ _____	111
1.2.25 DVD „Digitale Spielwelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“ _____	112
1.2.26 Lizenzfreie Medien – Musik _____	113
1.2.27 Medienpädagogische Fachtagungen der LfM in Kooperation mit Medienzentren _____	113
1.2.28 Crossover Media-Preis der LfM _____	114
<b>1.3 Vernetzung und Koordination</b> _____	115
<b>2. Bürgermedien</b> _____	118
<i>Mechthild Appelhoff, Andreas Schmidt, Peter Schwarz</i>	
2.1 Bürgerfunk und Bürgerfernsehen – Neue Rahmenbedingungen in Nordrhein-Westfalen _____	118
2.2 Campus-Rundfunk in Nordrhein-Westfalen _____	125



# 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

Mechthild Appelhoff, Dr. Meike Isenberg, Rainer Smits, Antje vom Berg

## 1.1 Medienforschung

Die Medienkompetenz in allen Facetten ihrer Bedeutung – als technische, soziale und kulturelle Fähigkeit – ist regelmäßig Gegenstand von wissenschaftlichen Untersuchungen. Dabei setzen die von der LfM in Auftrag gegebenen Studien Schwerpunkte, die sich wechselseitig so ergänzen, dass sich aus der Reihe der Forschungsprojekte ein umfassendes Bild der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen (Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer, über 35-Jährigen etc.) ergibt. Diesen Forschungsprojekten liegen grundsätzlich folgende Zielsetzungen zugrunde:

Sie stellen wissenschaftlich fundierte Informationen zur Verfügung, die medienkompetenzbezogene Entwicklungen und Problemlagen sowie Lösungsmöglichkeiten aufzeigen bzw. prognostizieren. Dies ist die Voraussetzung für die Entwicklung aktueller, die jeweiligen Entwicklungen der Medienlandschaft aufgreifende Modelle zur Förderung von Medienkompetenz.

## 1.1 Medienforschung

Sie zeigen Handlungsbedarfe auf und bieten Planungsgrundlagen insbesondere für die Landesanstalt für Medien NRW, aber auch für andere Funktionsträger (Gesetzgeber, Bildungsinstitutionen, Verbände etc.).

Sie sollen den öffentlichen Diskurs über relevante Themen im Kontext der Förderung von Medienkompetenz anregen, um so die Öffentlichkeit für relevante Fragen zu sensibilisieren.

Die Forschungsergebnisse werden je nach thematischem Kontext, auf den sich das konkrete Projekt bezieht, durch die LfM ausgewertet und in konkretes Handeln umgesetzt. Zudem sind sie Gegenstand medienkritischer und politischer Debatten und dienen als Grundlage beispielsweise für die Planungen und Konzeptentwicklungen von Fort- und Ausbildungsinitiativen sowie medienpädagogischer Materialien. Die aufgeführten Forschungsprojekte wurden im Berichtszeitraum initiiert, durchgeführt oder abgeschlossen.

### 1.11 Medienkompetenz in der Schule

*Der Projektnehmer stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.*

*Projektlaufzeit: voraussichtlich Dezember 2008 bis Februar 2010*

Medien spielen in der Lebenswelt, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, eine zentrale Rolle. Fernsehen, Internet, Computerspiele und Handy gehören zur Alltagsausrüstung. Aber inwieweit kommt Medien auch im schulischen Alltag eine Bedeutung zu? Medien werden zwar als didaktische Hilfsmittel und als Werkzeuge in der Hand der Lernenden im Unterricht eingesetzt, über Umfang und Qualität des Einsatzes von Medien als Lernmittel und als Werkzeuge zum Lernen liegen jedoch ebenso wenig gesicherte Informationen vor wie über die Thematisierung des sicheren, kompetenten und nutzbringenden Medienumgangs und die darüber hinaus notwendige Auseinandersetzung mit den Medien, ihren Inhalten und der eigenen Mediennutzung im Unterricht. Die Studie der LfM soll untersuchen, welchen Stellenwert und welche Qualität Medienkompetenzvermittlung in nordrhein-westfälischen Schulen hat.

### Unterstützung der Medienbildung

Um die Anstrengungen im Bereich der Unterstützung der Medienbildung in der Schule weiterhin effektiv an den Bedürfnissen der Schulen, Lehrkräfte und Schülerinnen und Schüler auszurichten, soll der aktuelle Sachstand über den Medieneinsatz und die Medienbildung in weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen erhoben werden. Dabei ist bei sämtlichen Fragestellungen zwischen (1) dem Einsatz von Medien als didaktisches Lernmittel, (2) dem Einsatz von Medien als Werkzeuge der Schülerinnen und Schüler zum

Lernen (gemäß den fünf Lernkompetenzen – strukturieren, recherchieren, kooperieren, produzieren und präsentieren – der Medienberatung NRW) sowie (3) der Thematisierung von Medien und den damit verbundenen Chancen und Risiken als Unterrichtsinhalt, zu differenzieren.

### Strukturelle Rahmenbedingungen

Mit Blick auf die strukturellen Rahmenbedingungen ist die Frage zu stellen, an welchen Stellen in den Lehrplänen, Richtlinien und im schuleigenen Curriculum der Einsatz bzw. die Thematisierung von Medien bezogen auf die drei oben genannten Bereiche verankert ist. Ferner sollten folgende Fragen beantwortet werden: Welche Qualifizierungsangebote insbesondere im Bereich des kompetenten Umgangs mit Medien werden a) in der Ausbildung und b) in der Fortbildung gemacht? Wie werden diese genutzt? Welche Rahmenbedingungen werden seitens der Schule geboten? Gibt es ein schulisches Medienkonzept und wie ist dies ausgestaltet? Über welche mediale Ausstattung verfügt die Schule und wie ist die Nutzung und Wartung organisiert?

Wurde der Medieneinsatz evaluiert? Wenn ja, mit welchem Ergebnis? Greift die Schule – Schulleitung, Lehrerinnen und Lehrer, Eltern und Schülerinnen und Schüler – medienbezogene Probleme wie z. B. Cyber-Mobbing, Verbreitung von gewalthaltigen und pornografischen Videos über Handys, exzessive Computerspielnutzung etc. auf und wenn ja, auf welche Weise?

### Einstellung und Kompetenzen der Lehrerinnen und Lehrer

Ein weiterer Fragenkomplex fokussiert auf die Einstellung, die Qualifikation und die Kompetenzen der Lehrerinnen und Lehrer, wenn es um die Medienkompetenzförderung im Unterricht geht. Dabei stehen folgende Fragestellungen im Mittelpunkt: Welche Einstellungen haben Lehrerinnen und Lehrer zu Medien insgesamt, zum Einsatz von Medien im Unterricht als Lernmittel oder als Werkzeug zur Unterstützung von Lernprozessen sowie zur Thematisierung von Medieninhalten und der Förderung von Medienkompetenz? Welches Wissen und welche Qualifizierung haben Lehrerinnen und Lehrer in den oben genannten Themenfeldern und wie sieht der konkrete Einsatz im Unterricht aus? In welchem Verhältnis stehen Einstellung, Motivation, Wissen und Qualifikation und bisheriger Medieneinsatz der Lehrerinnen und Lehrer zu den von ihnen praktizierten Unterrichtskonzepten (lehrerzentrierter vs. schülerzentrierter Unterricht) und dem im Schulgesetz verankerten Prinzip der individuellen Förderung von Schülerinnen und Schülern?

### Schlussfolgerungen zur Optimierung

Schließlich sollen Hindernisse, Medien im Unterricht als Lehr- und Lernwerkzeug zu nutzen bzw. Medienthemen im Unterricht zu diskutieren, identifiziert werden. Auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse sollen konkrete Handlungsempfehlungen für die Optimierung der Medienkompetenzförderung in der Schule gegeben werden.

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen wird bei der Durchführung des Forschungsprojektes vom Ministerium für Schule und Weiterbildung NRW und von der Medienberatung NRW unterstützt. Diese Unterstützung ermöglicht unter anderem den Zugang zum Forschungsfeld Schule und eine praxisbezogene Auswertung der Projektergebnisse und Handlungsempfehlungen.

#### 1.12 Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen

*Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß,  
GöfaK Medienforschung, Potsdam;  
Prof. Dr. Joachim Trebbe, Universität Fribourg  
Projektlaufzeit: Mai 2008 bis Juni 2009*



Trotz der Bedeutung, die den Medien und dem Umgang mit Medien im Kontext von Integration zukommt, gibt es über die Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund kaum differenzierte, aktuelle wissenschaftliche Daten. Vor diesem Hintergrund untersucht die LfM die Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit unterschiedlichen Migrationskontexten in NRW.

### Milieuorientierung wichtig

Bei der Mediennutzung, so konnten verschiedene Studien zeigen, sind die Lebensumstände, Lebensentwürfe, das Alter und die damit zusammenhängenden Sozialisationskontexte, Sprachkompetenzen, soziale Orientierung und politische Einstellung entscheidende Faktoren. Die Erkenntnis, von unterschiedlichen Nutzungsmilieus auszugehen, ist nicht nur bezogen auf die Gruppe der türkischen Migranten zu konstatieren. Hinter der Gruppe, die unter dem Begriff der so genannten „Menschen mit Migrationshintergrund“ zusammengefasst wird, verbergen sich sehr heterogene Lebenskontexte, die nicht nur mit der jeweiligen ethnischen Herkunft zusammenhängen. Die milieutypischen Umstände sind, wie bei Menschen ohne Migrationshintergrund, jeweils Voraussetzung dafür, wie Kinder und Jugendliche aufwachsen und – damit eng verbunden –, wie sie Medien nutzen.

## 1.1 Medienforschung

**Integrationsplan identifiziert Kenntnislücken**

Differenzierte, milieuorientierte Ergebnisse zur Mediennutzung von unterschiedlichen Migrantengruppen stellen jedoch ein Forschungsdesiderat dar. Insbesondere die Nutzung von Medien wie Internet, Computerspiele und Handy wurde bisher in der Forschung – auch bezogen auf die Menschen türkischer Herkunft – vernachlässigt. Auch im Rahmen des Nationalen Integrationsplans der Bundesregierung, der im Juli 2007 veröffentlicht wurde, wird konstatiert, dass es notwendig ist, die Mediennutzung und Medienkompetenz der Menschen mit Migrationshintergrund eingehender zu erforschen. Bezogen auf die Förderung der Medienkompetenz von Migranten formuliert der Integrationsplan auf der Basis einer Expertise des JFF Institut für Medienpädagogik den Bedarf, insbesondere die Mediennutzung von soziokulturellen Milieus mit niedrigem Bildungsniveau sowie von Migrantengruppen, deren herkunftskulturelle Werthaltungen von den hiesigen deutlich differieren, zu untersuchen. Insbesondere auf der Basis entsprechender Kenntnisse besteht dann die Möglichkeit, Maßnahmen der Medienkompetenzvermittlung zielgruppen- und bedarfsgerechter ausrichten zu können.

**Ergänzender Blickwinkel**

In Anlehnung an die vom WDR durchgeführte repräsentative Studie zur Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen, bei der insbesondere die Fernseh- und Hörfunknutzung 14- bis 49-Jähriger im Vordergrund stand, wird eine Untersuchung durchgeführt, die die Mediennutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen differenziert in den Blick nimmt. Unter Berücksichtigung bestehender Studien soll dabei der Fokus auf die Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen sowie auf Menschen mit Herkunft aus der Türkei oder der Russischen Föderation sowie weiterer relevanter Migrantengruppen in Nordrhein-Westfalen gelegt werden. Ferner wird neben der Fernseh- und Hörfunknutzung insbesondere der Schwerpunkt auf den Umgang mit und die Einstellung zu neuen Medien wie Internet, Computerspielen und Handys gelegt werden. Dabei sollen insbesondere die jeweiligen soziokulturellen und milieuspezifischen Faktoren berücksichtigt werden, um den unterschiedlichen Lebenskontexten entsprechend Rechnung zu tragen. Zudem ist gemäß den Erkenntnissen von Trebbe/Weiß der jeweilige Integrationsgrad einzubeziehen. Darüber hinaus ist von Interesse, welche Kenntnisse und Einstellung die Eltern zum Medienkonsum ihrer Kinder haben und ob – und wenn ja welche – erzieherischen Maßnahmen im Zusammenhang mit der Mediennutzung erfolgen.

**Erkenntnisse münden in medienpädagogische Empfehlungen**

Auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse sollen konkrete Handlungsempfehlungen für die bedarfsgerechte Weiterentwicklung und ggf. Neukonzeption von medienpädagogischen Maßnahmen entwickelt werden, die sich an spezifischen Bedarfen unterschiedlicher Zielgruppen mit Migrationshintergrund orientieren.

**1.13 Jugendliche im Web 2.0. Eine quantitative und qualitative Untersuchung seiner Nutzung durch Heranwachsende**

*Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg;*

*Prof. Dr. Ingrid Paus-Hasebrink, Universität Salzburg*

*Projektlaufzeit: Januar 2008 bis März 2009*

Eine seit wenigen Jahren neu zu beobachtende Entwicklung im Online-Bereich ist die zunehmende Bedeutung der von Nutzern selbst erstellten Inhalte im Internet. Durch neuere Anwendungsmöglichkeiten, vereinfachte Technologien und breitbandige Verbindungen entwickelte sich das Internet in den letzten Jahren hin zu einem Medium, das verstärkt auf eine aktive Mitwirkung der Nutzerinnen und Nutzer bei der Erstellung und Gestaltung von Inhalten setzt. Diese Entwicklung wird unter dem Schlagwort „Web 2.0“ diskutiert. Zu Anwendungen des so genannten Web 2.0 zählen u. a. Weblogs, Podcasts, Foto- und Video-communities, Wikis, Social Networks etc. Kennzeichnend für diese Internetnutzungsformen sind die Möglichkeiten des vergleichsweise hohen Grads an Mitgestaltung durch die Nutzer sowie des hohen Grads an öffentlicher Kommunikation.

**Jugendliche als Early Adopters**

Einige der wenigen Studien über die Nutzung entsprechender Angebote verdeutlichen, dass gerade diese Anwendungsmöglichkeiten überwiegend von jüngeren Onlinern genutzt werden. Beliebte Angebote sind dabei insbesondere Videocommunities und Social Networks. Wie Jugendliche aber konkret im Kontext ihrer Internetnutzung insgesamt diese neuen Anwendungsmöglichkeiten nutzen und wer eher ohne Gebrauch von Mitgestaltungs- und Kommunikationsmöglichkeiten die Angebote passiv partizipiert oder sich hingegen aktiv partizipierend einbringt, darüber liegen bisher keine differenzierten Erkenntnisse vor.

## 1.1 Medienforschung

Jugendlichen entwickelt werden, die insbesondere den Umgang Jugendlicher mit Anwendungen, die unter dem Begriff Web 2.0 verstanden werden, berücksichtigen. Das Projekt ist so angelegt, dass es bei Bedarf als Langzeituntersuchung fortgeführt werden kann.

### 1.14 Journalistische Recherche im Internet

*Prof. Dr. Marcel Machill, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig*  
*Projektlaufzeit: Januar 2007 bis Februar 2008*

Das Internet ist zur alltäglichen Informationsquelle geworden. Der Begriff „googeln“ hat es sogar bis in den Duden geschafft. Auch für Journalistinnen und Journalisten ist das Internet scheinbar das ideale Werkzeug für die Recherche. Aber inwieweit hat die Online-Recherche Auswirkungen auf die Qualität journalistischer Arbeit? Das ist die zentrale Frage dieses Forschungsprojekts.



#### Quelle Internet

Immer mehr Menschen greifen bei der Informationssuche auf das Internet als zentrale Quelle zurück. Im Vergleich zu den traditionellen Medien wie Zeitungen, Fernsehen und Hörfunk ist über das Internet eine wesentlich größere Vielzahl an Informationen verfügbar. Das Internet hat aber nicht nur zu veränderten Informationszugängen des gemeinen Nutzers geführt, auch Medienschaffende, d. h. Journalistinnen und Journalisten, bedienen sich in ihrer täglichen journalistischen Arbeit unterschiedlicher Online-Anwendungen. Von der Nutzung der E-Mail für Rechercheanfragen über den Einsatz von Suchmaschinen, das Aufsuchen von Internetseiten unterschiedlicher Institutionen und Unternehmen, (themenspezifischen) Newsportalen, Nachrichtensuchmaschinen, (gebührenpflichtigen) Datenbanken, Blogs und Fachforen bis hin zum Abonnieren von Newslettern und -diensten reicht das Spektrum der möglichen Anwendungen.

#### Vorteil Online-Recherche

Das Einsatz und Relevanz der Recherche über das Internet inzwischen so groß sind, lässt sich durch die mit der Online-Recherche verbundenen Vorteile erklären. Über das Internet sind wesentlich mehr Informationen verfügbar, die im Vergleich zur Offline-Recherche oft deutlich schneller ermittelt werden können und dies zu teilweise wesentlich geringeren Kosten. Insbesondere Basisinformationen und Fakten können mit einem geringeren Aufwand als zuvor recherchiert und überprüft werden. Zudem erleichtert das Internet

### Potenziale und Risiken

Hierüber tiefer gehende Informationen zu erhalten, ist Anliegen des Forschungsprojektes „Jugendliche im Web 2.0“. Zum einen adaptieren insbesondere jüngere Nutzergruppen neue Anwendungsmöglichkeiten wesentlich schneller und intensiver. Somit ist für zukünftige Entwicklungen interessant, den Umgang und die Aneignungsweisen der jugendlichen Zielgruppe in den Fokus zu nehmen. Zum anderen sind mit den Möglichkeiten, die das interaktive Internet bietet, auch kritische Aspekte zu benennen: Zwar können alle alles öffentlich machen, was aber bedeutet das für die Qualität, Richtigkeit oder Relevanz des Inhalts? Qualitätskriterien, ähnlich denen journalistischer Standards, sind für das Web 2.0 nicht festgeschrieben. Auch Fragen nach einem verantwortungsbewussten Umgang, nach Jugendschutzaspekten, Persönlichkeits- und Urheberrechten sowie nach dem Verhältnis von Intimität und das öffentliche Einbringen der eigenen Persönlichkeit sind in diesem Kontext zu diskutieren. Insbesondere in Social Networks und Video-communities werden Informationen zur eigenen Person freigiebig preisgegeben und Fotos und Videos von Freunden und Feinden ungefragt veröffentlicht. Zudem stoßen Jugendliche in entsprechenden Communities nicht selten auf pornografische, gewaltverherrlichende und rechtsextremistische Inhalte.

### Wie wird das Web 2.0 genutzt?

Vor diesem Hintergrund wird im Rahmen einer quantitativ und qualitativ angelegten Studie die Internetnutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen unter besonderer Berücksichtigung von Web-2.0-Angeboten untersucht. Dabei geht es insbesondere auch um die Fragestellung, wie die Jugendlichen sich im Internet bewegen und zu welchem Zweck sie welche Angebote wie nutzen. Neben dem konkreten Nutzungsverhalten und den Aneignungsweisen der Zielgruppe wird dabei auch das Verständnis Jugendlicher zu den genannten problematischen Themen sowie der Umgang mit diesen Themen ermittelt werden. Die Untersuchung nimmt dabei die je spezifische Lebenssituation (Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, soziales Milieu etc.) der Jugendlichen in den Blick. Die Studie wird dadurch eine Anschlussfähigkeit an die repräsentativen Langzeituntersuchungen zur Internetnutzung herstellen.

### Förderung einer kritisch-kompetenten Nutzung

Um die Jugendlichen dazu zu befähigen, das Internet zu ihrem eigenen Vorteil zu nutzen, werden Daten über die Qualität ihrer Nutzung und über ihre Fähigkeiten zur kritischen Reflektion und Einordnung der genutzten Angebote erhoben. Auf dieser Basis können dann Strategien für eine sinnvolle und bedarfsgerechtere Förderung der Internetkompetenz von

den Zugang beispielsweise zu ausländischen Quellen, die über andere Zugangswege gar nicht oder nur schwer erreichbar wären.

### Wandel der journalistischen Arbeit

Durch dieses neue Rechercheinstrument haben sich die Arbeitsweisen und Rahmenbedingungen der journalistischen Arbeit in den letzten Jahren gewandelt. Dabei ist zu vermuten, dass der Einsatz dieser technologischen Entwicklungen nicht ohne qualitative Auswirkungen auf den Journalismus geblieben ist. Die zentrale Frage ist nun, welcher Art diese qualitativen Veränderungen sind. In verschiedenen aktuellen Studien wurde bisher insbesondere der quantitative Einsatz von Online-Medien in der journalistischen Arbeit erforscht. Diese Studien verdeutlichen, dass die Internet-Recherche inzwischen eine wichtige Rolle im alltäglichen Rechercheprozess einnimmt. Es fehlen jedoch weitgehend fundierte wissenschaftliche Erkenntnisse über qualitative Aspekte des veränderten Rechercheprozesses und des spezifischen Einsatzes und der Funktion der Internet-Recherche.

### Journalistische Qualitätsstandards

Verfügen die Journalistinnen und Journalisten über die notwendigen Kompetenzen, um dieses Rechercheinstrument effektiv und nach den Maßgaben der journalistischen Qualitätsstandards zu nutzen? Im Mittelpunkt steht dabei natürlich immer die Frage nach möglichen Auswirkungen auf die Qualität des journalistischen Beitrags. Bei der Beantwortung dieser Fragen durch ein Forschungsprojekt muss den unterschiedlichen medien- und arbeitsspezifischen Kontexten der Journalistinnen und Journalisten Rechnung getragen werden. Lassen sich bezogen auf den Stellenwert und die Art der Einbindung der Online-Recherche in den Gesamtprozess Muster bzw. Typen ausmachen, mit Blick auf das Alter, die Ausbildung, das Selbstverständnis, das Beschäftigungsverhältnis etc. der Medienschaffenden?

### Fachtagung 2008

Die Ergebnisse zeigen, dass die Internet-Recherche inzwischen zum Arbeitsalltag von Journalistinnen und Journalisten gehört. Ihr Vorteil liegt dabei insbesondere in der Schnelligkeit der Informationsbeschaffung. Allerdings findet eine Überprüfung der Online-Quellen kaum statt. Ferner zeugt die hohe Relevanz von Online-Angeboten redaktioneller Medien von einer gesteigerten Selbstreferentialität im Journalismus, d.h. der Bezug eigener Berichterstattung auf bereits Berichtetes. Auch die Dominanz von Google als Recherchemittel sowie die vorhandenen Kompetenzen im Umgang mit dieser Suchmaschine bieten ebenfalls Anlass zur Auseinandersetzung. In diesem Kontext zeigt die Studie Handlungsempfehlungen zur Sicherung und Optimierung der Recherchequalität auf. Im Rahmen

einer hochkarätig besetzten Tagung im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin wurden die Ergebnisse der Studie am 23. Juni 2008 der Öffentlichkeit präsentiert und von führenden Journalistinnen und Journalisten aller Mediengattungen diskutiert. Die Studie wurde als Band 60 der LfM-Schriftenreihe Medienforschung veröffentlicht.

Mit dem Projekt will die LfM insbesondere einen Beitrag zu der Debatte über qualitative Standards im Journalismus leisten. Die Ergebnisse sollen in die Vermittlung eines angemessenen Umgangs mit Online-Recherchen in der Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten einbezogen werden.

### 1.15 Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten

*Prof. Dr. Ulrike Six, Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft, Universität Koblenz-Landau  
Projektlaufzeit: Oktober 2005 bis Oktober 2006*



Früh übt sich, wer medienkompetent werden will. Bei der Medienerziehung in nordrhein-westfälischen Kindergärten und bei der medienpädagogischen Ausbildung angehender Erzieherinnen und Erzieher gibt es allerdings seit Jahren erhebliche Defizite. Das ergab eine Studie aus dem Jahr 1997, die jetzt neu aufgelegt und überprüft wurde. Demnach sind Erzieherinnen und Erzieher in NRW oft orientierungslos und messen der Medienerziehung häufig nur geringe Bedeutung bei.

### Hat sich etwas geändert?



Rund zehn Jahre nach Durchführung der ersten Studie galt es 2006/2007 zu überprüfen, ob sich in der Praxis der medienbezogenen Bildung und Erziehung in den Kindergärten von NRW wie auch bei den Rahmenbedingungen etwas geändert hat. Hier zeichnen die Forscherinnen und Forscher ein vergleichsweise ernüchterndes Bild. Die Heterogenität in der praktischen Arbeit und bei der Ausbildung von Erzieherinnen und Erzieher ist noch größer geworden. Zudem ist auf allen Seiten häufig eine Orientierungslosigkeit auszumachen.

## 1.1 Medienforschung

**Debatte geht weiter**

Schon die Ergebnisse der ersten Studie haben sowohl in der Fachöffentlichkeit als auch aufseiten der Politik eine kontroverse Debatte über das Thema ausgelöst. Die Studie belegte die Defizite und Probleme im Bereich der Praxis der Medienerziehung im Kindergarten sowie im Bereich der Ausbildung von Erzieherinnen und Erzieher. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Studie kamen zu der Schlussfolgerung, dass die medienpädagogische Ausbildung insbesondere an den Einstellungen der Erzieherinnen und Erzieher zu den Medien ansetzen müsse. Auch 2007 sehen Prof. Six und Kolleginnen und Kollegen eine Schlüsselrolle bei dem grundlegenden Verständnis von Medienerziehung und deren Zielen. Darüber hinaus geben sie Hinweise darauf, wo Maßnahmen ansetzen müssen, um die desolante Lage verbessern zu können.

Die Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen einer Medienpädagogischen Fachtagung am 30. August 2007 in Düsseldorf vorgestellt und diskutiert. Die Dokumentation der Fachtagung ist als Band 35 der LfM-Schriftenreihe Dokumentation erschienen. In einem Interview (siehe S. 36ff.) gibt Prof. Dr. Ulrike Six ihre Einschätzung zu den Ergebnissen der Studie wieder.

**1.16 Geschlechterspezifische Medienkompetenzerziehung**

*Prof. Dr. Renate Luca, Fachbereich Erziehungswissenschaft, Universität Hamburg;*

*Prof. Dr. Stefan Aufenanger, Pädagogisches Institut, Universität Mainz*

*Projektlaufzeit: April 2005 bis Mai 2006*



In verschiedenen Studien zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen wird deutlich, dass Jungen und Mädchen Medien sehr unterschiedlich nutzen. Welche Konsequenz hat das für die Förderung von Medienkompetenz? Das ist eine der zentralen Fragen der Studie, die von der LfM in Auftrag gegeben wurde.

**Mediennutzung von Jungen und Mädchen**

In verschiedenen Studien zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen wird deutlich, dass Jungen und Mädchen Medien sehr unterschiedlich nutzen. Während z. B. die Jungen im Vergleich in ihrer Freizeit lieber den PC nutzen, nehmen die Mädchen eher einmal ein Buch zur Hand. Zwar ist das Lieblingsmedium beider Geschlechter das Fernsehen, aber auch hier wenden sich Jungen und Mädchen eher unterschiedlichen Inhalten zu. Sie

unterscheiden sich jedoch nicht nur in ihren medialen Nutzungsgewohnheiten, sondern auch in ihren Kompetenzen im Umgang mit Medien. Beispielsweise sind bei Mädchen die technischen Kompetenzen eher schwächer ausgebildet, sodass der Zugang zum und die Nutzung des PC im Geschlechtervergleich bei ihnen weniger ausgeprägt ist.

**Unterschiedliche Kompetenzen**

Jungen hingegen – und das verdeutlicht insbesondere die PISA-Studie – sind mit Blick auf eine „kritisch-argumentative Auseinandersetzung“ mit Texten weniger lesekompetent als Mädchen. Die Sprach- und Lesefähigkeit sind als zentrale Kulturtechniken jedoch eine Grundvoraussetzung für einen kompetenten Umgang mit Medien. Diese Ausführungen verdeutlichen im Ansatz die unterschiedlichen medialen Präferenzen, Nutzungsweisen sowie Fähigkeiten und Defizite der Jungen und Mädchen. Eine systematische Darstellung sämtlicher Erkenntnisse über die unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten und Kompetenzen liegt bisher nicht vor. Diese systematische Auswertung vorhandenen Wissens ist jedoch notwendig, will man die Medienkompetenzförderung so ausrichten, dass sie den geschlechterspezifischen Kompetenzdefiziten besser gerecht wird.

**Vorhandene Erkenntnisse erfassen**

Im Rahmen des Forschungsprojektes wurden vorhandene Erkenntnisse zur geschlechterspezifischen Mediennutzung, Kompetenzen und Defizite von Mädchen und Jungen erfasst, ausgewertet und systematisiert. In einem zweiten Schritt wurden die vorhandenen Konzepte zur geschlechterspezifischen Förderung von Medienkompetenz erfasst, bewertet und aufbereitet. Zudem wurden Expertinnen und Experten aus der Praxis befragt. So entstand ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand und die Praxis geschlechtersensibler Medienkompetenzförderung, aus dem Schlussfolgerungen für zukünftige Maßnahmen gezogen werden konnten.

Die Ergebnisse der Studie wurden am 13. Oktober 2007 auf dem 3. forum schule – Fachkongress vorgestellt und diskutiert. Der unter anderem vom Ministerium für Schule und Weiterbildung NRW veranstaltete Kongress, an dem 600 Lehrerinnen und Lehrer teilgenommen haben, fand unter dem Motto „Neue Perspektiven für Jungen und Mädchen. Individuelle Förderung und Geschlechtergerechtigkeit“ in Köln statt. Prof. Dr. Renate Luca und Prof. Dr. Stefan Aufenanger geben in einem Interview auf S. 26ff. Auskunft über die Studienergebnisse.

### 1.17 Kompetenzerwerb, exzessive Nutzung und Abhängigkeitsverhalten. Chancen und problematische Aspekte von Computerspielen aus medienpädagogischer Perspektive

Das Thema Computerspiele – speziell die Onlinesucht – ist ein wichtiges Thema für die LfM, da sie in ihrer beratenden und informierenden Tätigkeit zunehmend damit konfrontiert wird: Eltern sind oftmals sehr verunsichert und können nicht mehr einschätzen, ob die Computerspielnutzung ihres Kindes unbedenklich oder schon problematisch ist. Auch unter Lehrerinnen und Lehrern und (medien-)pädagogischen Fachkräften gibt es, nicht zuletzt aufgrund der divergierenden öffentlichen Diskussion über die Gefahren und Potenziale von Computerspielen, enorme Verunsicherung.

Da die Forschung gegenwärtig wenig Hilfestellung leistet und es in diesem Bereich noch sehr viele Forschungslücken gibt, soll das Thema Computerspiele im Kontext Sucht erforscht und wissenschaftlich fundiert werden.



Computerspiele sind ein fester Bestandteil der gegenwärtigen Medienwelt geworden. Der deutsche Computerspielemarkt verzeichnet enorme Wachstumsraten (ca. 17,3 Prozent im Jahre 2007 gegenüber dem Vorjahr), und im vergangenen Jahr wurde hierzulande erstmals mehr Geld für Bildschirmspiele (1,7 Mrd. Euro) ausgegeben als für Tonträger (1,6 Mrd. Euro). Jeder dritte Deutsche spielt regelmäßig am PC oder an der Konsole. Die Hälfte aller

männlichen und knapp ein Viertel der weiblichen PC-Nutzer im Alter von 12 bis 19 Jahren spielen täglich oder mehrmals pro Woche Computerspiele. Darüber hinaus nutzen 85 Prozent der Jungen und 80 Prozent der Mädchen mehrmals in der Woche bis täglich das Internet, um zu surfen und zu kommunizieren, wobei Onlinespiele über alle Altersgruppen hinweg stetig an Bedeutung zunehmen. Das marktführende Onlinerollenspiel „World of Warcraft“ (kurz: WoW), von der USK ab 12 Jahren freigegeben, hat weltweit über 10 Millionen Abonnenten und kostet in Deutschland eine monatliche Abonnementgebühr in Höhe von 13,- Euro. Der Hersteller, das Unternehmen Blizzard Entertainment, erzielt damit jährlich einen Umsatz von mehr als einer Milliarde Dollar.

Die öffentliche Diskussion zum Thema Computerspiele ist eine Debatte der Extreme: Einerseits werden Computerspiele als förderungswürdige Bildungsmethode („game-based learning“) und, wie zuletzt vom Deutschen Kulturrat, als Kulturgut begriffen. An anderer Stelle gelten Computerspiele als ursächlich für jugendliche Gewaltbereitschaft, verminderte Lernfähigkeit und Desozialisierungserscheinungen. Was fehlt, ist eine differenzierte, abwägende Auseinandersetzung, die sowohl Chancen als auch problematische Aspekte von Spielen in den Blick nimmt.

## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

### 1.1 Medienforschung

Die medienpädagogische Praxis zeigt, dass ein zunehmend problematischer Aspekt von Computerspielen in der exzessiven Nutzung zu sehen ist, was häufig unter dem Begriff der Computerspielsucht diskutiert wird. Computerspielsucht ist bislang kein eigenständiges Störungsbild in den gängigen internationalen Klassifikationssystemen psychischer Störungen (ICD-10). Am ehestens ist sie den Verhaltenssuchten zuzuordnen und wird unter der Klassifizierung „abnorme Gewohnheiten und Störungen der Impulskontrolle“ subsumiert (dort: Glücksspiel, Kleptomanie, Pyromanie). Ob von einem Suchtverhalten gesprochen werden kann, ist in der – zumeist neurowissenschaftlichen – Forschung umstritten. Nicht zuletzt aufgrund definitorischer Mängel und in ihren Methoden nicht vergleichbarer Studien liegen keine gesicherten wissenschaftlichen Ergebnisse zur Häufigkeit und Verbreitung vor. Die Bandbreite reicht demnach von 6 Prozent bis 20 Prozent aller Computerspieler. So stehen hier die Erfahrungsberichte aus der Praxis der Suchtberatungsstellen den wissenschaftlichen Erkenntnissen gegenüber.



Weitestgehend unerforscht ist das Phänomen der exzessiven Computerspielnutzung bzw. die Computerspielsucht bislang aus medienpädagogischer Perspektive. Hier stellen sich insbesondere folgende Fragen: Wie und wo lassen sich medienpädagogisch Trennlinien zwischen unbedenklicher, exzessiver und suchtbedingter Computerspielnutzung ziehen? Welche Spielegenres sind möglicherweise suchtfördernder als andere und warum? Gibt es Korrelationen zwischen exzessiver Computerspielnutzung bzw. Computerspielsucht und Alter, Geschlecht, Bildung und Familie? Mit Blick auf die Potenziale: Welche Kompetenzen können anhand welcher Computerspiele erworben werden? Welche medienpädagogischen Handlungsempfehlungen lassen sich aus den Erhebungen für die praktische Arbeit ableiten? Können solche medienpädagogischen Hinweise auch für medizinische Einrichtungen und Suchtberatungsstellen hilfreich sein?

Dem Forschungsprojekt ist im ersten Halbjahr 2008 ein Expertenworkshop vorgeschaltet worden. Neben ausgewiesenen Medienwissenschaftlerinnen und Medienwissenschaftlern und -pädagoginnen/-pädagogen haben im Bereich der Computerspielsucht spezialisierte Psychiaterinnen und Psychiater und Suchthilfeexpertinnen und Suchthilfeexperten ihre Expertise eingebracht. Hier sollte zunächst eruiert werden, welche konkreten Fragestellungen aus medienpädagogischer Perspektive von besonderer Bedeutung sind, sodass auf der Basis der Ergebnisse des Workshops das Projektkonzept präzisiert werden konnte.

Zu den zentralen Ergebnissen des Workshops gehört, dass die Medien Internet und Computerspiel einen Paradigmenwechsel darstellen, da hier – anders als beim Buch, Radio

## 1.1 Medienforschung

und Fernsehen – eine interaktive Beziehungsdimension zwischen den Nutzern eingeführt werde. Das Medium Computerspiel erreiche aufgrund seiner ihm immanenten Interaktivität eine neue Dimension im Medienensemble und müsse, auch mit Blick auf ein mögliches Suchtpotenzial, neu bewertet werden. Ein vornehmliches Suchtpotenzial sehen alle Expertinnen und Experten bei den Onlinespielen. Diese Spielwelten sind auf Präsenz und Konstanz angelegt („Echtzeitspiel“, die Spielfigur nimmt auch in Abwesenheit des Spielers am Spiel teil; das Spiel hat kein Ende). Das gemeinsame Spielen in sog. „Gilden“ und „Allianzen“ führe zu einer hohen sozialen und emotionalen Bindungskraft. Die Expertinnen und Experten haben differenziert mögliche Korrelationen zwischen Sucht und soziodemographischen Daten (Alter, Geschlecht, Bildung) diskutiert, wobei sich eine Lücke zwischen Wissenschaft und medizinischer Beratungspraxis zeigte. Eine Unterteilung in unbedenkliche, exzessive und suchtartige Nutzung wurde von den Expertinnen und Experten begrüßt, wobei die Abgrenzung als schwierig bewertet wurde. So ließen sich ohne umfangreichere wissenschaftliche Untersuchung keine Kriterien aufstellen, in welchem



Umfang Spielen unbedenklich sei, ab wann von einer übermäßigen Nutzung gesprochen werden könne und wo konkret die Grenze zur klinischen Abhängigkeit verlaufe. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Diskussion über den Stellenwert präventiver Maßnahmen. Alle Expertinnen und Experten halten wissenschaftlich fundierte Präventionsangebote für dringend erforderlich. Da Kinder, so die einhellige Meinung und durch die Suchtexpertinnen und Suchtexperten belegt, mit Computerspielen in der Regel sehr früh in Berührung kommen, sollten Präventionsmaßnahmen im Kindergarten- bzw. Grundschulalter ansetzen. Ebenfalls für unbedingt erforderlich wurden Aufklärungsmaßnahmen für Jugendliche bzw. junge Erwachsene benannt. Indikatoren für die Abgrenzung von unbedenklicher, exzessiver und suchtbedingter Computerspielnutzung bildeten die Diskussionsschwerpunkte. Darüber hinaus haben die Expertinnen und Experten differenziert mögliche Korrelationen zwischen Sucht und soziodemographischen Daten (Alter, Geschlecht, Bildung) sowie mögliche medienpädagogische Präventionsmaßnahmen und deren relevante Zielgruppen diskutiert.

Eine Vorabrecherche zur bisherigen wissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Beschäftigung mit dem Thema Sucht im Kontext von Computerspielen sowie die Diskussion im Rahmen dieses interdisziplinären Expertenworkshops in der LfM haben ergeben, dass eine interdisziplinär angelegte Grundlagenforschung erforderlich ist. Dies kann die LfM mit Blick auf ihr Forschungsleitbild nicht im erforderlichen Umfang leisten.

Um künftig jedoch bedarfsgerechter zum Thema Computerspielsucht medienpädagogisch arbeiten und Aufklärungsarbeit leisten zu können, benötigt die LfM wissenschaftlich fundierte Informationen. Aus den Erhebungen sollen medienpädagogische Handlungs-

empfehlungen für die praktische Arbeit abgeleitet werden. Vor diesem Hintergrund schreibt die LfM ein Forschungsprojekt zum Thema „Kompetenzerwerb, exzessive Nutzung und Abhängigkeitsverhalten. Chancen und problematische Aspekte von Computerspielen aus medienpädagogischer Perspektive“ aus.

Dazu soll eine interdisziplinäre Analyse und Auswertung relevanter wissenschaftlicher Literatur und Studien erfolgen, auf deren Basis anschließend eine Hypothesenentwicklung vorgenommen werden soll. Daran anschließend sind (Bezug nehmend auf die vorangehende Sekundäranalyse) mittels Primärerhebung (unter Einbeziehung quantitativer und qualitativer Erhebungen, z. B. unter Suchtberatern) folgende Fragestellungen zu prüfen:

- Worin liegen die Gemeinsamkeiten und ggf. Unterschiede in der Debatte um das Suchtpotenzial verschiedener Medien (Buch, Fernsehen, Computer, Internet)? Wenn es Unterschiede geben sollte, wie bedeutend sind sie? Und: Wenn es den von den Expertinnen und Experten einhellig konstatierten Paradigmenwechsel gibt, was heißt das im Kontext Sucht und Medien?
- Bestätigen die Ergebnisse der Sekundäranalyse die Hypothese, dass insbesondere Onlinespiele, die aufgrund ihrer Spielstruktur sowie den Einbezug sozial-kommunikativer Elemente eine hohe Spielanbindung erzielen, problematisch sind? Wenn ja, was unterscheidet Onlinespiele mit Blick auf die Suchthematik von anderen Spielen? Wie lässt sich Onlinespielsucht charakterisieren? Was ist ggf. übertragbar auf andere Spielgenres oder Medien (Stichwort Internetsucht)?
- Welches sind Indikatoren für die Abgrenzung unproblematischer, exzessiver und suchtartiger Nutzung? Wie können solche Indikatoren helfen, eine entsprechende Aufklärungsarbeit, die sowohl den Nutzer als auch dessen Erziehungsinstanzen (Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen) in den Blick nimmt, leisten zu können?
- Wie können aus den gewonnenen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden? Als Schwerpunkt sollen Empfehlungen für die medienpädagogische Aufklärungsarbeit der LfM sowie anderer Multiplikatoren formuliert werden. Können diese Empfehlungen auch für die Aufklärungsarbeit medizinischer Einrichtungen sowie Suchtberatungsstellen nutzbar gemacht werden oder müssen spezielle Informationen formuliert werden?
- Bestätigen die Ergebnisse der Sekundäranalyse, dass die Zielgruppe einerseits auf Kinder und zudem auf junge Erwachsene eingegrenzt werden sollte? Welche Wege können genutzt werden, diese beiden Zielgruppen zu erreichen: Ist eine

unmittelbare Ansprache sinnvoll oder ist es sinnvoller, mittelbar – z. B. über Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, Referentinnen und Referenten oder Betroffene – an die Zielgruppen heranzutreten? Müssen weitere Zielgruppen mitgedacht werden?

Das Projekt soll im Februar 2009 beginnen und eine Laufzeit von 15 Monaten nicht überschreiten.

## 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

Auf der Basis der durch die Medienforschung gewonnenen Erkenntnisse sowie aufgrund von Anregungen aus der täglichen Medienarbeit stellt die LfM inzwischen ein breites Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebot zur Verfügung. Die Angebote, die in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern aus Forschung und Praxis durchgeführt werden, richten sich überwiegend an Multiplikatoren aus der pädagogischen Arbeit wie Lehrerinnen und Lehrer, Erzieherinnen und Erzieher oder Fachkräfte aus der Familien- und Jugendhilfe. Hierzu gehören Fortbildungs- und Beratungsangebote ebenso wie medienpädagogische Materialien für den Einsatz im Schulunterricht oder im Kindergarten. Neben diesen Angeboten bietet die LfM den Akteuren, die im Bereich der Medienkompetenzvermittlung aktiv sind, verschiedene Online-Datenbanken an, die ihnen einen weit reichenden Überblick über Institutionen, Maßnahmen und Projekte im Bereich der Medienkompetenz gewähren und somit als Planungsgrundlage für eigene Aktivitäten und mögliche Kooperationen dienen können. Hierzu zählt beispielsweise die Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW. Darüber hinaus entwickelt die LfM zunehmend Informationsmaterialien für den so genannten Endverbraucher, wie z. B. für Eltern sowie Kinder und Jugendliche, um die Bereitschaft und die Möglichkeiten zum selbstständigen Lernen zu fördern. Dabei bietet zum Beispiel das „Internet-ABC“ sowohl Eltern als auch Kindern Informationen über den sicheren Einstieg ins Internet. Die Internetseite „handysektor.de“ eröffnet Jugendlichen die Möglichkeit, sich über Sicherheitsrisiken in mobilen Netzen zu informieren. Die Broschüre „Mit Medien leben lernen“ und die „Ratgeber Neue Medien“ geben insbesondere Eltern Tipps zum Umgang mit Medien.

Mit Fortbildungsinitiativen und Modellprojekten, Internetangeboten und Datenbanken sowie Unterrichtsmaterialien und Informationsbroschüren will die LfM Angebote zur Verfügung stellen, die auf die Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen, die Medienkompetenz etwas angeht, eingehen, um eine größtmögliche Reichweite zu erzielen.

Der Planung dieser Angebote liegen in der Regel Schwerpunktthemen zugrunde, die über mehrere Jahre angelegt sind (vgl. „Themenschwerpunkte 2008 der LfM zur Förderung von Medienkompetenz“, S. 16)

Zurzeit liegen den Aktivitäten der LfM folgende Themenschwerpunkte zugrunde:

- Onlinemedien,
- Informations- und Beratungsangebote für Eltern,
- Medienerziehung im Kindergarten,
- Förderung sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher,
- Bürgermedien.

Die Ausrichtung der Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote der LfM an Schwerpunkten soll dazu beitragen, dass die Aktivitäten nachhaltig wirksam werden.



### 1.2.1 Hören mit Qualität

Hören umfasst nahezu alle Felder des täglichen Lebens. Hören ist neben dem Sprechen, Lesen und Schreiben die tragende Kulturtechnik unserer Gesellschaft. Wer die Kommunikationsfähigkeit und Medienkompetenzentwicklung von Kindern fördern will, muss die Sinne üben, darunter auch die lange vernachlässigte Sinneskompetenz „Hören“.

Das gemeinsam von der Initiative Hören und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in 2006 initiierte Projekt „Hören mit Qualität“ will die Qualität von Hörspielen und Hörbüchern für Kinder erkennbarer machen und Kinder in die Lage versetzen, selber ein Hörbuch oder ein Hörspiel zu bewerten und vielleicht sogar zu produzieren. Weitere Partner des Projekts sind der Westdeutsche Rundfunk, die Stiftung Lesen und die Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West.

Die Projektseiten [www.hoerbuchsigel.de](http://www.hoerbuchsigel.de), [www.auditorix.de](http://www.auditorix.de) und [www.hoeren-mit-qualitaet.de](http://www.hoeren-mit-qualitaet.de) verstehen sich als Plattform zur interaktiven Auseinandersetzung mit dem Thema „Hören“ und sollen darüber hinaus den Austausch zwischen Kindern, Eltern und Produzenten über qualitative, „gute“ Hörprodukte fördern.

Projektstruktur:

Das Projekt umfasst drei Module:

1. Findung von Qualitätskriterien für gutes Hören und für gute Hörprodukte
2. Vermittlung von Hör- und Zuhörkompetenzen und Qualitätskriterien
3. Aufbau eines bundesweiten „Qualitätssiegels Hörbuch“

### 1. „Qualität kann man suchen!“ – Qualitätskriterien für gutes Hören und für gute Hörprodukte

Für den Bereich des Hörbuchs und Hörspiels gibt es zwar zahlreiche Preise und Wettbewerbe, aber keine Qualitätskennzeichnungen oder auch nur annähernd vergleichbare und transparente Bewertungskriterien. Ziel dieser Projektphase ist es, relevante Qualitätskriterien für Hörbücher und Hörspiele zu erfassen, indem wissenschaftlich fundiert ein Kriterienkatalog zur Beurteilung von Hörbüchern und Hörspielen und zur allgemeinen Beurteilung von Hörqualität erstellt wird. Dieser Kriterienkatalog wird im Rahmen von Diskussionsforen, Übungen und Workshops mit Eltern, Kindern, Pädagoginnen und Pädagogen, Autorinnen und Autoren, Schauspielerinnen und Schauspielern, Regisseurinnen und Regisseuren, Technikerinnen und Technikern und Produzentinnen und Produzenten diskutiert, überprüft und ergänzt.

### 2. „Qualität kann man lernen!“ – Vermittlung von Hör- und Zuhörkompetenzen und Qualitätskriterien

Die Ausbildung von Kenntnissen und Fertigkeiten von Kindern im Bereich des Akustischen erfordert die interaktive Auseinandersetzung mit den Themen Hören und Sprechen, Technik und Medien sowie die qualitative Beurteilung von Hörspielen und Hörbüchern. Diese Projektphase zielt darauf, Hörqualität beurteilbar zu machen und Kompetenz im Umgang mit den akustischen Medien zu schulen. Hierzu wird didaktisches Material zur Förderung von Hör- und Zuhörkompetenzen bei Grundschulkindern entwickelt, das gleichsam ein Interesse an guten Hörbüchern und Hörspielen weckt. Qualitätskriterien für die (eigenständige) Bewertung von Hörbüchern, Hörspielen und allgemeinen akustischen Erlebnissen sollen an konkreten Beispielen für Kinder verständlich erarbeitet und (inter)aktiv nachvollziehbar gemacht werden. Qualität soll erfahrbar und hörbar werden.



Durch sehr praxisbezogene Beispiele aus der Hörspielproduktion sollen Kinder die Unterschiede bei Hörproduktionen erkennen lernen. Mit akustischen Modulen und Produktionsanleitungen erhalten sie Materialien und Arbeitshilfen für die eigenständige Entwicklung von Hörbuch- und Hörspielproduktionen. Geschichten werden angeboten, ein Geräuschemacher steht bereit, und auch in die Geheimnisse des „Geräuschemachers“ werden die Kinder eingeführt, sodass sie anschließend selber als Autorinnen und Autoren, Sprecherinnen und Sprecher oder Regisseurinnen und Regisseure tätig werden können.

## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

### 3. „Qualität kann man hören!“ – Entwicklung eines Qualitätssiegels für Hörbücher und Hörspiele

In der dritten Projektphase erfolgt die Institutionalisierung des Qualitätssiegels für Hörbücher und Hörspiele. Geplant sind u. a. die Einrichtung eines aktuellen Hörbuch-Rankings im Internet, öffentliche Aktionen zur Kommunikation und Präsentation des Hörbuchsiegels und seiner Internetpräsenz sowie schulische Wettbewerbsausreibungen, bei denen die Schüler eigene Hörbuchproduktionen einreichen oder ihre Unterrichtserfahrung mit einzelnen Hörmedien einbringen können.

Die im Rahmen verschiedener Aktionen während der lit.COLOGNE 2007 in Köln sowie der Buchmesse Leipzig 2007 mit Kindern, Pädagoginnen und Pädagogen, Sprecherinnen und Sprechern und Hörspiel/-buchproduzentinnen und -produzenten erhobenen Kriterien sind mittlerweile ausgewertet und fließen in die Umsetzung der Module 2 und 3 ein.

#### Medienpädagogische Fachtagung „Hören lernen – mit Spaß und Qualität!“: Präsentation der Auditorix-Hörspielwerkstatt

Die Schule des Hörens e.V. hat die didaktischen Materialien erarbeitet. Um einen niedrigschwelligen Zugang zu gewährleisten, wurde die an curricularen Vorgaben orientierte Hörspielwerkstatt „Auditorix“, die im Unterricht in Grundschulen eingesetzt werden soll, als CD-ROM und Audio-CD konzipiert. Ab Herbst 2008 werden sie kostenlos und landesweit an Grundschulen, Radiowerkstätten und Institutionen der musikalischen Früherziehung verteilt. Ausführliche Informationen zu Aufbau und Inhalt der Hörspielwerkstatt finden sich auf S. 78.

Anlässlich der Veröffentlichung der Hörspielwerkstatt „Auditorix“ hat die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) in Kooperation mit dem Verein Initiative Hören und WDR 3 am 4. September 2008 eine medienpädagogische Fachtagung in Düsseldorf veranstaltet. Neben der praxisnahen Vorstellung der Hörspielwerkstatt „Auditorix“ beschäftigten sich die praxisorientierten Impulsreferate und Gespräche mit den verschiedenen Aspekten der Hör- und Zuhörbildung. Insbesondere findet eine Beschäftigung aus den Perspektiven „Musikalische Ausbildung“, „Lesekompetenzförderung durch Hörspiele und Hörbücher“ und „Hör- und Zuhörbildung als Aufgabe von Schule“ statt. In einem abschließenden „Kulturpolitischen Forum WDR 3“ gingen Vertreter der an Hör- und Zuhörbildung beteiligten Institutionen der Frage nach: „Die Bedeutung der Sinneskompetenz Hören – unterschätzt/überschätzt?“.

## Ausblick

Im dritten Modul soll die Institutionalisierung des Qualitätssiegels Hörbuch für Kinder erfolgen, die von der Stiftung Lesen, Vertretern von Hörbuchverlagen und deren Verbänden (u. a. Börsenverein des Deutschen Buchhandels) unterstützt wird. Im Herbst 2008 soll das Projekt der Allgemeinheit vorgestellt werden.

In Kooperation mit der LfM-Initiative Eltern+Medien werden im Rahmen des Projekts ab 2009 landesweit Elternabende angeboten, auf denen insbesondere Eltern von Grundschulkindern medienpädagogisch für das Thema „Hören“ sensibilisiert werden sollen. Die Schule des Hörens e.V. wird vorbereitend hierzu Workshops für Referentinnen und Referenten anbieten, in denen diese inhaltlich sowie methodisch-didaktisch für diese Aufgabe qualifiziert werden. Die Elternabende werden landesweit und/oder regional durch Flyer sowie durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit seitens des Projektes und der Initiative Eltern+Medien beworben. Als weiterer Kooperationspartner ist die Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West vorgesehen.

 [www.auditorix.de](http://www.auditorix.de)

### 1.2.2 Auditorix Hörspielwerkstatt

„Hören mit Qualität“ heißt das gemeinsam von der Initiative Hören und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in 2006 initiierte Projekt, das die Qualität von Hörspielen und Hörbüchern für Kinder erkennbarer machen und Kinder in die Lage versetzen will, selber ein Hörbuch oder ein Hörspiel zu bewerten und vielleicht sogar zu produzieren.

Vor diesem Hintergrund hat die Schule des Hörens im Rahmen des Projekts didaktische Materialien erarbeitet. Um die Zugangsschwelle niedrig zu halten, ist die Hörspielwerkstatt „Auditorix“ als CD-ROM und Audio-CD konzipiert worden. Ab Herbst 2008 wird sie kostenlos und landesweit an Grundschulen, Radiowerkstätten und Institutionen der musikalischen Früherziehung verteilt.



Anlässlich der Veröffentlichung der Hörspielwerkstatt „Auditorix“ hat die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) in Kooperation mit dem Verein Initiative Hören am 4. September 2008 eine medienpädagogische Fachtagung in Düsseldorf veranstaltet. Einen Bericht über die Fachtagung finden sich auf S.77.

## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

### 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

Die Auditorix Hörspielwerkstatt bietet umfangreiches und didaktisch vielseitig einsetzbares Material rund um das Thema „Hörspiel“ für den Einsatz in der Grundschule, im Offenen Ganzttag als auch in der freien Jugendarbeit und Medienpädagogik. Ein Ziel der Hörspielwerkstatt ist dabei die Sensibilisierung des Qualitätsempfindens bei Kindern gegenüber Hörmedien.

Als Identifikations- und Leitfigur führt Auditorix, ein neugieriger Löffelhund, die Kinder durch die Hörspielwerkstatt. Die CD-ROM ist eine in Lehrer- (bzw. Multiplikatoren-) und Schülerteil gegliederte und aufeinander abgestimmte Lernsoftware. Zahlreiche interaktive Spiele, kindgerecht aufbereitete audiovisuelle Informationsangebote sowie Anregungen zum selbstständigen und vertiefenden Lernen ermöglichen den Kindern im Schülerteil eine umfassende Beschäftigung mit Hörspielen und Hörbüchern. Parallel zu dem in sich abgeschlossenen Schülerteil findet man zu jedem Schülerangebot passende Anleitungen und didaktische Erklärungen für die Unterrichtsvorbereitung sowie zahlreiche kindgerechte Arbeitsblätter, die aufeinander abgestimmt sind und mit den Computerspielen, Musik- und Geräuscheangeboten der Lernsoftware und/oder Audio-CD korrespondieren. Für den schnellen Zugriff sind zusätzlich alle Druckvorlagen der CD-ROM kompakt und übersichtlich sortiert in der Box „Unterrichtsmaterial“ gebündelt. Die Audio-CD erweitert das Angebot: Sie ermöglicht die Arbeit am Thema Hörspiel mit Arbeitsblättern jenseits des Computers und bietet direkte Musik- und Geräuscheinspielungen für ein Hörstück. Fünf Module halten im Baukastensystem thematisch verschiedene, sich ergänzende Angebote zur Beschäftigung mit dem Thema „Hörspiel“ in verschiedenen Lernmodi bereit.

### 1.2.3 Initiative Eltern+Medien

INITIATIVE ELTERN+MEDIEN

Immer früher kommen Kinder mit elektronischen Medien in Berührung. Die Familie ist dabei zumeist der erste Ort, an dem die Weichen für die Mediennutzung gestellt werden. Eltern stehen Fragen zur Medienerziehung aber oft ratlos gegenüber und sind manchmal überfordert in ihrem Bemühen, ihre Kinder einerseits zu fördern, sie aber gleichzeitig zu schützen und im Umgang mit Medien Grenzen zu setzen.

Mit der „Initiative Eltern+Medien“ ([www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)) greift die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) den deutlich gestiegenen Orientierungs-, Beratungs- und Aufklärungsbedarf von Eltern in der Medienerziehung ihrer Kinder auf. Sie unterstützt Einrichtungen vor Ort bei der Planung und Organisation von Elternabenden zu Fragen der familiären Mediennutzung. Hierzu gehören neben der Qualifizierung von Referentinnen und Referenten und ihrer Vermittlung in die Einrichtungen auch die Übernahme von Honorarkosten sowie die Bereitstellung von Informationsmaterialien.



Das Projektbüro der Initiative ist beim Adolf-Grimme-Institut angesiedelt, das die LfM mit der Durchführung beauftragt hat. Hier erhalten interessierte Einrichtungen logistische Unterstützung in der Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen, und auch der Einsatz der medienpädagogisch geschulten Referentinnen und Referenten wird von hier aus gesteuert.

So konnte die „Initiative Eltern+Medien“ im Jahr 2007 in nordrhein-westfälischen Kindergärten, Grundschulen und weiterführenden Schulen über 300 Veranstaltungen zu den Themen „Frühkindliche Mediennutzung“ sowie „Handy und Internet“ durchführen.

Für das Jahr 2008 sind weitere 500 Veranstaltungen, ergänzt um das Themenangebot „Computer- und Konsolenspiele“, geplant. In Kooperation mit dem Verein Schule des Hörens e. V. und der Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West sind zudem die Qualifizierung von Referentinnen und Referenten und die Durchführung von Elternabenden in Vorbereitung, in denen Hören als Voraussetzung für Medienkompetenz zum Thema wird.

 [www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)

### 1.2.4 handysektor

Das Mobiltelefon ist das zentrale Kommunikationsmedium von Jugendlichen. Dabei sind moderne Handys wahre Alleskönner: Sie vereinen Telefon, SMS, Kamera, MP3-Player, Spielkonsole, Internet, Mini-Computer und einiges mehr in einem Gerät. Dadurch sind auch die Problemlagen bei mobilen Endgeräten sehr vielfältig, z. B. Kostenfallen, jugendgefährdende Inhalte, digitale Rechte, und Datenschutz. Das Angebot handysektor.de bietet praktische und aktuelle Infos zur sicheren Nutzung von Handy und Co. Mit aktuellen Nachrichten, Tipps und Fragen bleibt der handysektor am Puls der Zeit. Praktische Handlungsanleitungen und Hintergrundinfos werden teilweise mit Bildern animiert. Konkrete Aufhänger bieten immer wieder einen Einstieg in ein Thema, das über interne und externe Links vertieft werden kann.

#### Nicht nur für Jugendliche

Das Angebot von handysektor.de richtet sich nicht allein an jugendliche Mobilfunknutzer. Auch Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen können sich hier über Neuigkeiten und Hintergründe im Mobilfunkbereich informieren. Die Seite erleichtert es, die eigenen



## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

### 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

Handykompetenzen zu stärken und bietet Anregungen, dieses Thema etwa im Unterricht einzubinden oder die mobilen Geräte kreativ zu nutzen. Die Auseinandersetzung mit den beschriebenen Themenfeldern ist eine wesentliche Grundlage dafür, um Jugendliche dabei zu unterstützen, eigenverantwortlich und kompetent mit mobilen Netzen, Technologien, Situationen und Geräten umzugehen. Das Online-Portal handysektor.de bietet allen Zielgruppen eine Orientierungshilfe in der mobilen Welt.

#### handysektor auch analog

Neben dem Internetangebot gibt es auch analoge Informationsmaterialien von handysektor, zum Beispiel die praktischen „Tipps to go“ oder der handysektor-Comic zum Thema Handy und Respekt – beide im Hosentaschenformat. Zudem ist der handysektor auf Messen vertreten (z. B. re:spect, Games Convention) führt „Runde Tische“ und Workshops durch und bringt seine Expertise in die fachöffentliche Diskussion ein. Initiatoren und Auftraggeber des Projekts „handysektor.de – Sicherheit in mobilen Netzen“ sind die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs). Die Projektleitung hat Martin Pinkerneil inne. (vgl. Kap. II, S. 44 ff.)



 [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de)

#### 1.2.5 „Mit Medien leben lernen“, 2. Auflage 2007



Fernsehen, Video- und Computerspiele sind Bestandteile der Lebenswelten schon von Kindern – so wie auch die Eltern von heute als Kinder von vorgestern bereits mit Medien aufwachsen. Auch wenn Medien noch nicht das heutige Ausmaß erreicht hatten, viele der Fragen von damals sind auch die Fragen von heute: Wie war und ist der Medienkonsum geregelt? Gab und gibt es manchmal deswegen Ärger? Wie kann man den Umgang mit Medien besser regulieren? Was ist von Medien im Kindergarten zu halten? Was ist zu tun, wenn Kinder Medien so intensiv nutzen, dass kein Raum mehr für andere Aktivitäten bleibt? Wie mit negativen Medienerlebnissen umgehen?

Kinder, damals wie heute, bekommen Anregungen und Wissen, lernen oder haben einfach Spaß mit Medien. Manches Angebot können sie aber auch nicht verkraften. Die

Risiken zu erkennen, ohne die Chancen zu vernachlässigen – dazu will die Broschüre der Landesanstalt für Medien NRW und des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen eine kleine Hilfestellung geben.

Redaktionell zusammengestellt wurden die Tipps von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK).

Die Broschüre „Mit Medien leben lernen“ ist nun in einer zweiten, aktualisierten Auflage erschienen. Sie ist zudem als Download (PDF-Dokument, 1,3 MB) auf den Seiten der LfM verfügbar.

Die Broschüre liegt auch in türkischer und russischer Sprache vor und enthält unter Berücksichtigung der interkulturellen Besonderheiten insbesondere Tipps zur Verbesserung der Sprachkenntnisse durch die Nutzung verschiedener Medien.

### 1.2.6 EU-Initiative klicksafe – Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz



Surfen, mailen, chatten, bloggen – das Internet und die neuen Online-Technologien ermöglichen Kommunikation und Information in bislang ungewohntem Ausmaß. Diese Chancen bergen aber auch Gefahren. Viren, Dialer oder illegale schädliche Inhalte können auf dem eigenen Computer landen, aus anfänglich netten Plaudereien im Chat werden Belästigungen oder persönliche Daten werden ausspioniert und missbraucht. Mit dem

„Safer Internet Programm“ stellt sich die Europäische Kommission diesen Problemen und macht es sich zur Aufgabe, die Kompetenz der Bürger im Umgang mit dem Internet zu stärken, damit Risiken minimiert und Chancen genutzt werden können.

Das „Safer Internet Programm“ der EU geht auf die Initiative der Generaldirektion Informationsgesellschaft

zurück. In einem ersten Schritt wurden Internetbeschwerdestellen in vielen europäischen Ländern aufgebaut. Inzwischen gibt es weltweit 29 Internetbeschwerdestellen. Daneben setzt die Initiative auf die Entwicklung technischer Filterprogramme. Und schließlich sollen die Bürger für das Gefahrenpotenzial im Internet sensibilisiert werden. Hier liegen die entscheidenden Aufgaben für die insgesamt 29 nationalen Knotenpunkte, nämlich Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen, Kinder und Jugendliche, aufzuklären und Kompetenzen zu vermitteln. Den Anbietern von Internetseiten werden Möglichkeiten aufgezeigt, zu höherer Sicherheit im Internet beizutragen.



Der deutsche Knotenpunkt im Rahmen des „Safer Internet Programm“ der EU ist die Initiative „klicksafe“. Sie wird von einem von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) koordinierten Konsortium getragen. Diesem gehört neben der LMK die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) sowie bis Oktober 2008 die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH an.

„klicksafe“ informiert umfassend über Sicherheitsthemen im Internet und vernetzt bundesweit Initiativen und Akteure zur Förderung der Medienkompetenz im Internet. Die Zielgruppen der Initiative sind Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen, Kinder und Jugendliche sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

Die Initiative arbeitet schwerpunktmäßig in vier Aktionsfeldern:

- **Kampagne:**  
Bundesweite Sensibilisierungsaktion für Internetsicherheit mit dem jährlich veranstalteten Safer Internet Day und der Ausstrahlung von Aufklärungsspots in TV und Kino; Ansprache aller Zielgruppen; Organisation themenbezogener Veranstaltungen wie z. B. die Verleihung des klicksafe-Preises für Sicherheit im Internet; Projektpräsentation auf Publikumsmessen (z. B. „didacta“, Jugendmesse „respect our future“, „Games Convention“), Durchführung von Runden Tischen zu Themen wie „Suchmaschinen“, „Handynutzung von Kindern“, „Internetsicherheit in Schule und Studium“ und „Förderung der Internetkompetenz von Menschen mit Migrationshintergrund“).
- **Netzwerk:**  
Aufbau und Pflege eines Netzwerks mit Anbietern und Akteuren, die über Sicherheit im Internet aufklären und Medienkompetenz fördern (z.B. AOL Deutschland, Deutsche UNESCO-Kommission, Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen); Förderung der Diskussion zwischen Verantwortlichen aus Bildung, Wirtschaft, Politik und Technik; Gemeinsame Durchführung von Maßnahmen zu aktuellen Sicherheitsfragen; Unterstützt wird die Vernetzungsarbeit durch den klicksafe-Beirat (Vertreter von öffentlichen und privaten Einrichtungen).
- **Website:**  
Nationale Plattform und unabhängiges Informationsportal; Bündeln von Informationen über Sicherheit im Internet; Vorstellung empfehlenswerter Initiativen und Projekte; Informieren über aktuelle Entwicklungen, Chancen und Risiken des Inter-



nets; Einbindung von Informationen aus anderen europäischen Staaten; Information über Internetbeschwerdestellen (Hotlines).

- **Qualifizierung:**  
Entwicklung von Konzepten für bundesweite Schulungen mit Lehrerinnen und Lehrern und Pädagoginnen und Pädagogen; Unterstützung von Schulungen für Kinder, Jugendliche, Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu Chancen und Risiken des Internets.

Die Europäische Union hat das „Safer Internet Programm“ zum zweiten Mal um zwei Jahre verlängert. Klicksafe wird in der dritten Projektphase von November 2008 bis August 2010 unter einem veränderten Projektkonsortium – bestehend aus der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) und der Landesanstalt für Medien NRW (LFM) – als deutscher Knotenpunkt weitergeführt. Zudem wird Klicksafe künftig mit den Beschwerdestellen „jugendschutz.net“ und „www.internetbeschwerdestelle.de“ (fsm + eco-Verband) sowie der Beratungsstelle „Nummer gegen Kummer“ unter dem Titel „SaferInternet Network Germany (Sin-G)“ zusammenarbeiten.

Die Schwerpunkttätigkeiten der LFM während der dritten Projektphase liegen in den Bereichen Elternarbeit, Migration, Netzwerkentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit.

E-Mail: [info@klicksafe.de](mailto:info@klicksafe.de)

 [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

### 1.2.7 Internet-ABC – der Kompass für Ihre Internetreisen



Die Landesanstalt für Medien NRW fördert neben weiteren Landesmedienanstalten das Projekt Internet-ABC. Das Internet-ABC bietet als Ratgeber im Netz konkrete Hilfestellung und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet. Die werbefreie Plattform richtet sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren, Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden. Das Internet-ABC will die Computer- und Internetkompetenzen von Jung und Alt fördern und die Selbstverantwortung der Nutzer stärken: Denn nur wer die Mechanismen des Internets kennt, kann daran teilhaben, verantwortlich handeln und souverän entscheiden.

#### Wissen, wie's geht!

Das Internet-ABC hält für Kinder von fünf bis zwölf Jahren spannende Seiten zum Spielen, Lernen und Kommunizieren bereit, damit sie sich gefahrlos mit dem Internet



für empfehlenswerte Internet-Kinderseiten weist das Internet-ABC den Weg zu unterhaltsamem und lehrreichem Surfen.

Alle Angebote sind redaktionell betreut. Zu jedem Thema können die Kinder Rat von den Internet-ABC-Expertinnen und -Experten einholen.

Die Seiten für Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen zeigen das World Wide Web mit all seinen Möglichkeiten und Tücken. Laien und Profis finden hier interessante Informationen. Aktuelle Features liefern Tipps zum sicheren und lohnenden Umgang mit dem Internet, eigene Kenntnisse können getestet werden – und alles vor dem Hintergrund, wie dieses Wissen schließlich dem Kind vermittelt werden kann. Auch der Internet-ABC-Newsletter befasst sich vierteljährlich mit einem für Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen relevanten Schwerpunktthema.

#### Zeigen, wie's geht!

Das Internet-ABC will Erwachsene in ihrer Rolle als Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen dabei unterstützen, Kinder sinnvoll und sicher in die Nutzung des Internets einzuführen – z. B. mit Empfehlungen für den Einsatz geeigneter Filtersoftware, um jugendgefährdende Internetinhalte auf dem Computermonitor auszublenden. Ein Ratgeber informiert, wie man illegale Inhalte an die entsprechenden Aufsichtsinstitutionen meldet. Ein weiteres Angebot sind die Softwareverzeichnisse, die in einer Positivauswahl umfassend Auskunft über rund 450 Spiele und 230 Lernprogramme geben. Ergänzend zur Alterskennzeichnung laut Jugendschutzgesetz spricht die Internet-ABC-Redaktion eigene Empfehlungen aus.

Pädagoginnen und Pädagogen erhalten Anregungen für die Praxis, spielerisch Internetkompetenz zu vermitteln. Neben Informationen und Projektvorstellungen gehören dazu fachgerecht aufbereitete Unterrichtseinheiten für die Primarstufe, die in Zusammenarbeit

mit Schulen ans Netz e. V. entwickelt wurden. Die Kinderseiten – insbesondere die „Wissen, wie’s geht!“-Module – lassen sich direkt im Unterricht einsetzen. Sie enthalten thematisch aufbereitete Übungsaufgaben und sind mit didaktischen Hinweisen versehen – nicht nur für Pädagoginnen und Pädagogen, sondern auch für Eltern, die ihre Kinder auf ihrem Weg ins World Wide Web unterstützen möchten.

Für die ersten Schritte im Internet ohne Onlineanschluss steht außerdem die Internet-ABC CD-ROM zum Herunterladen bereit. Sie ist primär für den Einsatz im Unterricht gedacht und enthält eine Auswahl der wesentlichen Lehr- und Lerninhalte aus dem Onlineangebot. Mit der sich gezielt an Eltern richtenden Broschüre „Wissen, wie’s geht! Zeigen, wie’s geht!“ erhalten Eltern Orientierungshilfe für den sicheren Einstieg ihrer Kinder in das World Wide Web.

Herausgeber der Website ist der gemeinnützige Verein Internet-ABC e. V. Zentrales Ziel des Vereins ist es, Kinder und Erwachsene beim Erwerb und der Vermittlung von Internetkompetenz zu unterstützen. Ihm gehören die Landesmedienanstalten aus Baden-Württemberg, Bayern, Berlin-Brandenburg, Bremen, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen-Anhalt, Hamburg/Schleswig-Holstein und Thüringen an. Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO-Kommission e. V.

#### Kontakt:

Internet-ABC e. V.  
Geschäftsstelle  
c/o Landesanstalt für Medien NRW  
Postfach 10 34 43  
40025 Düsseldorf  
Tel.: 0211 77007-172  
Fax: 0211 77007-374  
E-Mail: internet-abc@lfm-nrw.de  
www.internet-abc.de



### 1.2.8 FLIMMO – Programmberatung für Eltern

Fernsehen führt in Familien häufig zu Auseinandersetzungen zwischen Eltern und Kindern: Die Kinder bekommen nicht genug, die Eltern machen sich Sorgen – besonders, wenn die Kinder begeistert das Erwachsenenprogramm ansteuern. An diesem Konflikt setzt der Verein Programmberatung für Eltern mit seinem Angebot FLIMMO an: Hier wird gezeigt, welche Sendungen bei Drei- bis 13-Jährigen beliebt sind, bei welchen Sendungen ein wachsames Auge auf den Fernsehkonsum notwendig ist und wann Kinder unbedingt begleitet werden sollten.



## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote



### FLIMMO hilft durchblicken

Ziel des FLIMMO ist es, Eltern und Erziehenden die Sichtweisen der Kinder auf Fernsehangebote nahe zu bringen und ihnen Mut für eine Fernseherziehung zu machen, die die Kompetenz der Kinder fördert. Dabei gibt FLIMMO keine Empfehlungen, was Kinder schauen sollten. FLIMMO vermittelt vielmehr zwischen den

Wünschen der Kinder und den Sorgen, die Eltern in Bezug auf das Fernsehen haben. Dazu betrachtet FLIMMO das Fernsehen aus Kindersicht und erklärt,

- welche Wünsche Kinder zwischen drei und 13 Jahren an das Fernsehen herantragen,
- welche Fähigkeiten sie haben, das Gesehene zu verarbeiten,
- welche Fernsehangebote für sie heikel oder gar problematisch sein können.

### FLIMMO sieht fern

FLIMMO nimmt Kinder- und Erwachsenenprogramm unter die Lupe, das Drei- bis 13-Jährige gerne sehen oder mit denen sie als Mitseher in Berührung kommen. Die Elemente, die sie ansprechen, werden aus Kindersicht besprochen. Um einen schnellen Überblick zu bieten, sind die Sendungen in folgende drei Rubriken geordnet: „Kinder finden’s prima“, „Mit Ecken und Kanten“ und „Für Kinder schwer verdaulich“.

### FLIMMO bietet mehr

Der FLIMMO wertet aktuelle Ergebnisse medienpädagogischer Forschung aus. Zusätzlich werden halbjährlich Drei- bis 13-Jährige zu ihrem Fernseherleben befragt. Leitartikel gehen zum Beispiel folgenden Fragen nach: Welches Interesse haben Kinder an Talkshows? Inwieweit prägt Merchandising den Kinderalltag und wie können Eltern damit umgehen? Warum brauchen Kinder Fernsehhelden? Neben diesen verständlich aufbereiteten Themen gibt es praktische Tipps zur Fernseherziehung und Hilfestellungen zur Verarbeitung kindlicher Fernseherlebnisse.

### FLIMMO als Heft und online

Der FLIMMO wird auf zwei Vertriebswegen angeboten: Die FLIMMO-Broschüre berücksichtigt Sendungen, die von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, Kabel 1 und Super RTL zwischen 6-22 Uhr mindestens einmal im Monat ausgestrahlt werden. Für den Kinderkanal gibt es zudem eine eigene Seite. Die Broschüre, die drei Mal



pro Jahr erscheint, wird bundesweit kostenlos an Kindergärten, Schulen, Bibliotheken, Apotheken, Kirchengemeinden, Beratungsstellen und andere Einrichtungen versandt. Für Elternabende können außerdem größere Stückzahlen bestellt werden. Eltern erhalten auf Anfrage ein Ansichtsexemplar und können den FLIMMO für 6,14 €/Jahr (Zuschuss für Druck und Versand) bei der Programmberatung für Eltern e. V. bestellen.

In FLIMMO ONLINE ([www.flimmo.de](http://www.flimmo.de)) werden außer regelmäßigen Sendungen auch Spielfilme und Dokumentationen besprochen. Darüber hinaus sind hier alle medienpädagogischen Beiträge aus den bisher erschienen Broschüren abzurufen.

Herausgeber des FLIMMO ist der 1996 gegründete Verein „Programmberatung für Eltern e. V.“. Mitglieder des Vereins sind Institutionen, die ihre Erfahrungen in der Vermittlung von Medienkompetenz einbringen. Dies sind zunächst 14 Landesmedienanstalten, unter ihnen die Landesanstalt für Medien NRW. Außerdem gehören dem Verein an: Die Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie in Benzheim, das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayerischen Rundfunk (IZI) und die Kinderdorfvereinigung Pro Juventute aus Österreich. Der Verein wird über Beiträge seiner Mitglieder finanziert. Hierdurch wird eine kostenlose Verteilung des FLIMMO ermöglicht.

Mit der Projektdurchführung hat der Verein das Münchner „JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis“ beauftragt. Grundlage für den FLIMMO sind Forschungsergebnisse des JFF zur Fernsehrezeption von Kindern.

#### Kontakt:

Programmberatung für Eltern e. V.

Postfach 80 13 44

81613 München,

Tel.: 089 63808-280

E-Mail: [flimmo@blm.de](mailto:flimmo@blm.de)

 [www.flimmo.tv](http://www.flimmo.tv)

### 1.2.9 mekonet – Medienkompetenz-Netzwerk NRW

In NRW gibt es zahlreiche Einrichtungen, die über Medien informieren, qualifizieren, Zugang anbieten und vermitteln. Sie helfen Menschen dabei, im privaten Alltag oder im Beruf kompetenter und kritischer mit Medien umzugehen und setzen sich so für eine Förderung der Medienkompetenz ein. „mekonet – das Medienkompetenz-Netzwerk NRW“ ist ein Service für diese Einrichtungen und bietet Orientierung im weiten Feld der Medienkompe-



## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

tenz. Denn nur, wenn Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der Medienkompetenzförderung gut beraten und informiert sind, können sie auch ihrerseits gut arbeiten.

### Überblick behalten

Die schnelllebige und dynamische Medienbranche bringt nahezu täglich neue Trends und Anwendungsmöglichkeiten hervor. Selbst für Fachleute ist es schwierig und zeitaufwendig, den Überblick zu behalten und in der Fülle der Informationen jene zu finden, die für die eigene Medienarbeit wichtig sind. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die in der Medienbildung aktiv sind, brauchen daher Orientierungshilfen und verlässliche Quellen. „mekonet“ versteht sich als Themenscout und Impulsgeber und zeichnet sich durch eine große Themenvielfalt rund um das Leben, Arbeiten und Lernen mit klassischen und Neuen Medien aus. „mekonet“ informiert darüber, wie man Medien sinnvoll und kompetent nutzen kann und welche Qualifizierungsangebote es hierzu gibt.

### Umfassender Service

Welches sind die für eine bestimmte Zielgruppe in der Medienbildung relevanten Themen? Welche aktuellen Entwicklungen sind zu beobachten, wohin geht der Trend? Wo sind weiterführende Informationen von seriösen Anbietern zu finden? In welchen Datenbanken kann man nach gelungenen Beispielen recherchieren? Zu diesen und weiteren Fragen der Medienkompetenzentwicklung bietet „mekonet“ einen umfassenden Service:

Auf der redaktionell betreuten Website [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de) gibt es neben einem fachjournalistischen Online-Magazin viele Materialien, Handreichungen und Veröffentlichungen im Downloadbereich.

Die umfangreiche Online-Datenbank „Grundbaukasten Medienkompetenz“ ist eine strukturierte und kommentierte Auswahl von Informationsmaterialien und Internetadressen zum Thema Medienkompetenz. Der „mekonet-Newsletter“ informiert regelmäßig über wichtige Entwicklungen in Sachen Medienkompetenz. Dafür werden auch Aktivitäten und Veranstaltungsangebote zahlreicher Einrichtungen aus NRW gebündelt.

Die thematischen Handreichungen „mekonet kompakt“ erscheinen regelmäßig zu unterschiedlichen und aktuellen Themen. Die Broschüren werden sowohl gedruckt wie auch als Download angeboten.

Die Ausrichtung von mekonet-Fachveranstaltungen setzt weitere inhaltliche Akzente und sorgt für Austausch zwischen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Die Fachtagungen werden online dokumentiert.

Auch Informationsportale und Rechercheangebote anderer Einrichtungen in NRW mit ausgewiesener Expertise im Bereich Medienkompetenz sind über die Website von „mekonet“ auffindbar.

## Impulse geben

Mit seinen Angeboten setzt „mekonet“ Impulse und schafft durch die Beratung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren optimale Voraussetzungen für eine gute Medienkompetenzentwicklung der Bürgerinnen und Bürger. „mekonet“ sondiert relevante Themen der Medienkompetenzförderung, bereitet diese für die Medienbildung auf und gibt den Bildungseinrichtungen Anregungen für die eigene Arbeit vor Ort. „mekonet“ versteht sich daher auch als eine Art thematischer Seismograf und Impulsgeber. Mit ihren Aktivitäten und Angeboten regen umgekehrt die in der Medienkompetenzförderung aktiven Einrichtungen auch Themen für „mekonet“ an, die z. B. im Newsletter gebündelt werden. Hierdurch tragen die Einrichtungen gleichzeitig zur Themensetzung im Bereich Medienkompetenz in NRW bei und werden in ihrer Expertise für andere wahrnehmbar. „mekonet“ bietet somit sowohl mit seinem Online-Angebot als auch mit seinen Fachveranstaltungen für die Einrichtungen ein Forum, um sich über Themen und praktische Erfahrungen ihrer Arbeit auszutauschen.

## Erfolgreiches Netzwerk

Das „mekonet“-Projektbüro steht für Nachfragen jederzeit gern zur Verfügung und freut sich über Impulse von Aktiven aus der Medienbildung. „mekonet – Medienkompetenz-Netzwerk NRW“ ist von der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien NRW initiiert und beauftragt. Die Projektleitung hat die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH inne.

 [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de)

### 1.2.10 Seitenstark – Der Kinderchat

Chatten ist für Kinder faszinierend und gehört zu den beliebtesten Aktivitäten im Netz. Ganz spielerisch und einfach können Kinder dort Gleichgesinnte treffen und sich austauschen. Leider lauern in vielen Chaträumen aber auch Gefahren. Die Risiken reichen von Beschimpfungen über sexuelle Belästigungen bis hin zur Anbahnung realer Kontakte. Deshalb ist es wichtig, dass Kinder nur in sicheren Chaträumen unterwegs sind und dort positive Erfahrungen machen können. Der Seitenstark-Chat bietet eine einmalige Form von Sicherheit durch doppelte Moderation.

## Chat mit doppeltem Boden

Der Seitenstark-Chat ist einzigartig, denn es gibt zwei Moderatorinnen und Moderatoren. Alle Beiträge werden vor der Veröffentlichung geprüft. Wenn ein Beitrag nicht den



Umgangsformen im Chat entspricht (Chatkette), wird er nicht freigegeben. Das verfassende Kind wird dann darüber aufgeklärt, warum der Beitrag gesperrt wurde. Eine zweite Moderatorin oder ein zweiter Moderator steht den Kindern im Chat-Raum selbst zur Verfügung und bietet bei Fragen aller Art Hilfestellung. Dieser besondere didaktisch-pädagogische Ansatz wurde vom renommierten Informationsangebot „Chatten ohne Risiko?“ von jugendschutz.net mit dem Label „kein Risiko“ eingestuft. Die doppelte Moderation wird von Studierenden der Chat AG an der Universität Leipzig übernommen. Alle Moderatorinnen und Moderatoren stellen sich auf [seitenstark.de](http://seitenstark.de) vor.

## Täglich zwei Stunden geöffnet

Der Kinder-Chat ist werktags für zwei Stunden am Nachmittag geöffnet: montags bis donnerstags von 15-17 Uhr und freitags von 17-19 Uhr. Der Chat ist ein gemeinsames Angebot verschiedener etablierter Kinderseiten. So können Kinder den Chat über eine der Partnerseiten betreten, wie z. B. über das Internet-ABC, Blinde Kuh oder Kidsville und auch direkt über [seitenstark.de](http://seitenstark.de). Ziel der Kooperation ist es, durch Vernetzung unterschiedlicher Kinderseiten ein qualitativ hochwertiges Angebot für Kinder im Internet sicherzustellen und damit einen aktiven Beitrag zum Jugendschutz zu leisten.



## Begleitende Untersuchung

Welche Kompetenzen müssen Kindern vermittelt werden, um sicher zu chatten? Welche Anforderungen stellen sich dadurch an Chatbetreiber, Moderatorinnen und Moderatoren, Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen? Um hierauf fundierte Antworten zu erhalten und Handlungsempfehlungen ableiten zu können, haben die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) und die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) den Medienpädagogik e. V., Leipzig, mit der „Systematischen Untersuchung des moderierten Seitenstark-Chats für Kinder“ beauftragt. Mit der begleitenden Evaluation des Kinderchats sollen Erkenntnisse über das Verhalten von Kindern im Chat gewonnen werden. Darüber hinaus soll untersucht werden, in welcher Weise Chat-Moderatoren positiv und nachhaltig auf das kindliche Chatverhalten einwirken können. Die hieraus abgeleiteten Ergebnisse sollen in Form von Handlungsempfehlungen veröffentlicht werden.

 [www.seitenstark.de](http://www.seitenstark.de)



### 1.2.11 ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule

Wer Lesen kann, ist klar im Vorteil! Dieser beliebte Ausspruch trägt viel Wahres in sich. Lesekompetenz ist eine entscheidende Voraussetzung für Ausbildungserfolg, lebenslanges Lernen und gesellschaftliche Teilhabe. Der gekonnte Umgang mit Texten ist zudem eine notwendige Grundlage für eine kompetente und reflektierte Nutzung aller Medien,

die Heranwachsenden zur Verfügung stehen. Informationen sind über das Internet, das zunehmend auch auf mobile Geräte wandert, jederzeit und im Überfluss vorhanden. Kinder und Jugendliche müssen deshalb lernen, Informationen und Quellen zu bewerten und einzuordnen. Lesekompetenz wird so zu einem wichtigen Baustein der Medienkompetenz.

Schon 30 Minuten Lesen am Tag steigert die Lesekompetenz von Kindern und Jugendlichen erheblich. Hier setzt das Projekt „ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule“ an. Das Projekt richtet sich an Hauptschülerinnen und Hauptschüler der 9. Klassen. Ziel ist es, durch die regelmäßige und durch die Lehrerinnen und Lehrer angeleitete Zeitungslektüre die Lesemotivation und Lesekompetenz der Schüler und damit ihre allgemeine Medienkompetenz bezogen auf das Wissen über und den Umgang mit dem Medium Zeitung zu steigern. Die Jugendlichen erlernen, mediale Informationen auszuwählen, zu bewerten und kritisch zu hinterfragen. Für einen Zeitraum von sechs Wochen erhalten die teilnehmenden Hauptschulklassen täglich kostenlos Tageszeitungen, die in den Unterricht integriert werden. Zur Unterstützung der Unterrichtsvorbereitung und -durchführung wird den Schulen ein Materialienpaket mit Schüler- und Lehrerarbeitsheften zur Verfügung gestellt.

Den Lehrerinnen und Lehrern stehen verschiedene Unterrichtsmaterialien zur Verfügung. Darin finden sich konkrete Vorschläge für Übungen und Arbeitsmethoden, um die Schüler zu einer Auseinandersetzung mit dem Medium Zeitung anzuregen. Darunter sind auch praktische Tipps zum Verfassen journalistischer Texte, wodurch die Arbeitsweisen von Journalistinnen und Journalisten verdeutlicht werden. Viele praktische Ergebnisse aus dem Projekt „ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule“ sind auch auf der begleitenden Projekthomepage [www.zeitungszeit.de](http://www.zeitungszeit.de) zu finden.

Das Projekt zur Leseförderung für Hauptschülerinnen und Hauptschüler in NRW ist erstmals 2006 durchgeführt worden. Seitdem haben mehr als 60.000 Schülerinnen und Schüler an dem Projekt teilgenommen. Aufgrund der hohen und positiven Resonanz wurde das Projekt fortgeführt: Im 1. Schulhalbjahr 2008 haben rund 22.300 weitere Schülerinnen und Schüler in Nordrhein-Westfalen in der Schule Zeitung gelesen. 2008 sind insgesamt 1.200 Klassen von Hauptschulen, Förderschulen und Volkshochschulen aus ganz NRW beteiligt.

Zudem wurde das Projekt unter Federführung der LfM wissenschaftlich evaluiert, um Erkenntnisse über die Entwicklung der zeitungsspezifischen Medienkompetenz und des Leseverhaltens der Heranwachsenden zu erhalten und die Qualität des Projektes bewerten zu können. Die Ergebnisse der Evaluation sind im Februar 2008 veröffentlicht worden. Das Projekt wurde von den befragten Lehrerinnen und Lehrern und Schülerinnen und Schülern durchweg positiv bis sehr positiv bewertet. Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass das Interesse von Hauptschülerinnen und -schülern an regelmäßiger Zeitungslektüre nachhaltig steigt, wenn das Medium Zeitung auch im Unterricht behandelt wird. Die Hälfte aller teilnehmenden Schülerinnen und Schüler bekundet, über den Projektzeitraum hinaus weiterhin regelmäßig Zeitung lesen zu wollen. Dass dies nicht eine reine Absichtserklärung ist, zeigen die Vergleichswerte aus dem Vorjahr: So liest knapp die Hälfte (47 Prozent) der Schülerinnen und Schüler, die im Jahr 2006 an dem Projekt teilgenommen hatten, auch ein Jahr später noch regelmäßig Zeitung.



Der Evaluationsbericht kann als LfM-Dokumentation Band 34 kostenfrei bei der LfM bezogen werden. Darüber hinaus steht die Studie als PDF auf der Internetseite der LfM ([www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)) zum Download bereit.

Getragen wird „ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule“ vom Zeitungsverlegerverband NRW, dem Ministerium für Schule und Weiterbildung NRW und der Landesanstalt für Medien NRW. Die Stiftung Partner für Schule NRW unterstützt die Umsetzung und ZEUS, Journalistenschule Ruhr, erarbeitet die Unterrichtsmaterialien für die Lehrerinnen und Lehrer und Schülerinnen und Schüler.

ZeitungsZeit – Nachrichten für die Schule. Evaluationsbericht. Von Günther Rager und Katharina Schäfer, LfM, 2008 (LfM-Dokumentation; 34).

[www.zeitungszeit.de](http://www.zeitungszeit.de)

### 1.2.12 JAM! – Jugendliche als Medienforscher



Jugendliche beobachten ihre eigenen Mediengewohnheiten und werten sie mit wissenschaftlichen Methoden aus. Das ist das grundlegende Prinzip von „JAM! – Jugendliche als Medienforscher“. Die beteiligten Schülerinnen und Schüler werden angeregt, ihre eigene Mediennutzung zu hinterfragen. Dafür wurden praktische Lehrmaterialien zu den

Themen Fernsehen, Internet, Handy und Computerspiele erstellt. In Zusammenarbeit mit zwei Hauptschulen wurden diese Materialien erprobt und alltagstauglich überarbeitet.



### Jugend forscht

Jugendliche sind häufig Gegenstand von Mediennutzungsstudien, in denen ihr Medienkonsum beobachtet und analysiert wird. JAM! macht aus den Beobachteten kritische Beobachterinnen und Beobachter und forschende Fragestellerinnen und Fragesteller. „Sehen mehr Mädchen als Jungen Casting-Shows im Fernsehen? Wann und an wen werden SMS verschickt? Wie präsentieren sich Jugendliche

in Weblogs und Chats?“ – Fragen wie diese werden von jugendlichen Hauptschülerinnen und -schülern gestellt und diskutiert. Die Schülerinnen und Schüler werden dazu angeregt, die eigene Mediennutzung zu hinterfragen. Sie machen ihre Mediengewohnheiten zum Gegenstand eigener „Medienforschungsprojekte“.

### Instrumentelle Medienkompetenz

Jugendliche entwickeln mit pädagogischer Begleitung eigene Methodiken und kleine „Forschungsprogramme“, die ganz praktisch umgesetzt werden. Die empirischen Projektergebnisse werden von den Jugendlichen selbst medial aufbereitet und können auf der Projekthomepage [www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de) veröffentlicht und kritisch bewertet werden. JAM! verbindet Medienforschung und Medienbildung mit der didaktischen Idee des forschenden Lernens. Schülerinnen und Schüler, die ihre eigene Mediennutzung mit einfachen wissenschaftlichen Methoden systematisch beobachten, auswerten und darstellen, entwickeln grundlegende methodische, fachliche und soziale Kompetenzen, die für das Leben, Lernen und Arbeiten in der heutigen Medien- und Wissensgesellschaft wichtig sind.

### Praktisches Material

Im Projekt JAM! entstehen praxisorientiert Lernmodule für den Unterricht, die von Lehrerinnen und Lehrern eingesetzt werden können. Das Lehrmaterial enthält inhaltliche, methodische und didaktische Informationen zur Bearbeitung von Forschungsprojekten zur Mediennutzung, die von Schülerinnen und Schülern konzipiert, durchgeführt und ausgewertet werden können. Die vier unterschiedlichen Module zu den Themen Fernsehen, Internet, Handy und Computerspiele wurden in einer Pilotphase an zwei Hauptschulen in Bielefeld und Wuppertal auf ihre Alltagstauglichkeit getestet. Die Handreichungen wurden von Lehrerinnen und Lehrern mitentwickelt und können bedarfsgerecht und flexibel im Unter-

richt eingesetzt werden. Sie stehen auf der Projekthomepage zum Download bereit oder können auf einer CD-ROM mit Begleitbroschüre bestellt und kostenlos bei der LfM angefordert werden.

### Kritische Selbstbeobachtung

Bisherige Medienkompetenz fördernde Projekte in der Schule haben den Schwerpunkt meist auf die Bereiche Medienanalyse (z. B. Filme besprechen) oder Mediengestaltung (z. B. Homepage erstellen) gelegt. Die kritische Reflexion von Mediennutzung spielte bisher in schulischen Konzepten nur eine untergeordnete Rolle. Vor diesem Hintergrund verfolgt das Projekt „JAM! – Jugendliche als Medienforscher“ das Ziel, Jugendliche für Medieninhalte zu sensibilisieren und zur bewussten Auseinandersetzung mit der eigenen Mediennutzung zu ermutigen.

### JAM!-Partner

JAM! wurde im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW von der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH durchgeführt. Partner für die pädagogisch-didaktische Konzeption und Ausgestaltung der vier Lernmodule war Schulen ans Netz e. V.

### Evaluation

Um einschätzen zu können, wie die Materialien bei der Zielgruppe und im schulischen Einsatz funktionieren, soll im Rahmen einer Evaluation ein halbes Jahr nach der Veröffentlichung der Materialien ermittelt werden, in welchem Umfang die gut nachgefragten JAM!-Materialien tatsächlich an Schulen eingesetzt werden. Wie wurden sie eingesetzt und warum ggf. nicht? Wie wird die Nutzbarkeit des Materials bewertet? Auf der Basis der Auswertung entsprechender Fragestellungen soll dann in einem weiteren Schritt überlegt werden, wie der Einsatz der Materialien gesteigert und optimiert werden kann und welche unterstützenden Qualifizierungsmaßnahmen hierfür ggf. notwendig sind. Geplant ist in diesem Zusammenhang die Durchführung von Workshops für Lehramtsanwärterinnen und Lehramtsanwärter.



[www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de)

### 1.2.13 Trickboxx

#### 4. Trickboxx-Festival NRW 2007/2008



Trickfilme stehen bei Kindern und Jugendlichen hoch im Kurs. Ihre fantastischen Geschichten, in denen alles möglich wird, sind besonders faszinierend. Das medienpädagogische Projekt „Trickboxx-Festival NRW“ bietet Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, ihren eigenen Trickfilm zu drehen und diesen wie bei einem richtigen Filmfestival zu einem Wettbewerb einzureichen.

Das 4. Trickboxx-Festival NRW 2007/2008 hat zahlreiche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Kinder und Jugendliche begeistert. Wie in den vorangegangenen Jahren nahm es mit der Schulungsphase seinen Auftakt, und 180 Teilnehmer besuchten in den Monaten August bis November 2007 die 18 angebotenen Schulungen. Neben der Basis-schulung für absolute Neulinge gab es zum ersten Mal vertiefende Angebote zur Knet-/3-D-Animation, zum Videoschnitt mit Magix und zur Trickfilmproduktion mit Stop Motion Pro.

In der anschließenden Produktionsphase haben sich über 800 Kinder und Jugendliche im Alter von drei bis 25 Jahren gemeinsam mit den qualifizierten Multiplikatoren bis Mitte Februar 2008 mit der Produktion von Trickfilmen beschäftigt. Sie haben sich fantastische, spannende und aktuelle Geschichten ausgedacht, die hierfür notwendigen Kulissen und Figuren gestaltet, alles in liebevoller Kleinarbeit aufgenommen und zum Schluss die Filme mit Geräuschen und Musik nachvertont – eben genau so, wie auch Profis Trickfilme gestalten.

Die insgesamt 100 eingereichten Filme sind im April auf sechs lokalen Festivals in Gelsenkirchen, Bielefeld, Dortmund, Gütersloh, Köln und Münster auf großer Kinoleinwand präsentiert und bewundert worden. Da das Projekt neben der Medienproduktion auch die Medienkritik als wichtigen Teilaspekt von Medienkompetenz fördern möchte, ist die Beurteilung der eingereichten Beiträge durch Kinder und Jugendliche ein fester Bestandteil. Kinder- und Jugendjurs haben mit professioneller Hilfestellung die eingereichten Filme kritisch begutachtet und 21 der Filme für das Abschluss-Festival auf Landesebene nominiert.

Über das Onlinevoting auf der Seite [www.Trickboxx-Festival.de](http://www.Trickboxx-Festival.de) sind von Anfang April bis Anfang Mai 2008 über 20.000 Votes abgegeben worden. Eine Gruppe aus Meschede erhielt die meisten Stimmen und konnte sich auf diesem Wege zusätzlich für das Abschluss-Festival in Essen qualifizieren.

Am Freitag, den 16. Mai 2008 strömten nachmittags zahlreiche kleine und große Gäste in das CinemaxX Essen, um das Finale des 4. Trickboxx-Festival NRW 2007/2008 mitzerleben. Fast 300 Gäste aus ganz NRW waren angereist, um zu erfahren, wer die Preisträger des 4. Trickboxx-Festival geworden sind.



Jana Heussner, Filmkritikerin von 1LIVE, führte durch den Nachmittag und eröffnete um 15 Uhr das bunte Programm. An ihrer Seite hatte sie den Trickfilm-Experten Lutz Stützner vom Studio 88, der eigens aus Dresden angereist war, um Kulissen aus bekannten Filmen wie „Kleiner König Macius“ zu präsentieren und mit Tipps und Tricks die zukünftige Arbeit der Nachwuchs-Produzenten zu unterstützen.

In der ersten Stunde war „Mitmachen“ angesagt, und an 12 verschiedenen Stationen konnten die Kinder und Jugendlichen Aktionen rund um das Thema „Film“ ausprobieren. Der OK Essen war mit einer Blue Box vertreten und zeigte den Kindern Tricks wie im professionellen Film. An anderen Stationen durften Mangas gezeichnet oder Worte in einer Grußbox hinterlassen werden. Beim Trickboxx-Tabu und dem „1, 2 oder 3“-Spiel konnten alle Beteiligten um die Wette raten. Daneben war auch Paulchen Panther als lebende Trickfigur vom Movie Park angereist.

Eine Stunde später startete die Filmpräsentation im Kinosaal. Bei der anschließenden Preisverleihung wurden Preise in der Alterskategorie bis 6, 13, 17 Jahre und für junge Erwachsene vergeben. Die acht Jurymitglieder der Falken Beek Duisburg verkündeten auf dem Abschluss-Festival ihre Entscheidung. Da sie selbst in den letzten Jahren Filme für das Festival produziert haben, konnten sie die Arbeit aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen gut einschätzen. Kinder und Jugendliche aus Nottuln, Bielefeld, Dortmund, Gelsenkirchen und Hamm wurden schließlich als Gewinner genannt. Besonders gefreut haben sich die kleinen Nachwuchsproduzenten des Films „Das Kuschelkissen“ von der Eltern-Kind-Gruppe Nottuln e. V. über eine doppelte Ehrung: Als Gewinner in der Alterkategorie „bis 6 Jahre“ gewannen sie Hörbücher zum Film „Die drei Räuber“ und wurden zusätzlich zum Publikumsliebling gewählt.

Die Ergebnisse des 4. Trickboxx-Festival NRW 2007/2008 sind auf der Internetseite [www.Trickboxx-Festival.de](http://www.Trickboxx-Festival.de) anzuschauen. Neben den eingereichten Filmen findet man zahlreiche Erfahrungsberichte, Fotos und Hinweise zum 5. Trickboxx-Festival NRW 2008/2009.

 [www.Trickboxx-Festival.de](http://www.Trickboxx-Festival.de)

#### 1.2.14 Medienpädagogischer Atlas NRW

Der Medienpädagogische Atlas NRW (MPA) ist eine Online-Datenbank mit Informationen zu Einrichtungen, Initiativen, Schulen, Gruppen und Vereinen, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch arbeiten und mit ihren Angeboten und Aktivitäten medientheoretische sowie medienpraktische Kompetenzen vermitteln.

Die Daten des Medienpädagogischen Atlas NRW werden im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) kontinuierlich durch das Adolf-Grimme-Institut aktualisiert.





Nach Stichworten und Regionen geordnet findet der Nutzer beispielsweise Medien- und Radiowerkstätten, Computer- und Multiplikatoren-ausbildungen, medienpädagogische Einrichtungen der Jugend- und Sozialarbeit, Mediotheken und vieles mehr. Mitarbeiter in Jugend- und Weiterbildungseinrichtungen, Pädagoginnen und Pädagogen, Schülerinnen und Schüler, Studentinnen und Studenten, Eltern und Kinder können mit dem MPA eigene Ideen (weiter)entwickeln, Anlaufstellen aufspüren, Beratung und Unterstützung finden und nach Kooperationsmöglichkeiten suchen.

Darüber hinaus verfolgt der MPA das Ziel, Kooperationen unter den Anbietern zu initiieren, andere Vermittler von Medienkompetenz kennenzulernen und im Vergleich mit anderen Angeboten den eigenen Service zu reflektieren.

Zusätzlich präsentiert der MPA eine monatlich wechselnde ausgewählte Einrichtung, die sich durch ihre herausragende Arbeit oder besonders originelle Projekte auszeichnet oder aktuelle bemerkenswerte Veranstaltungen und Aktionen durchführt. Vier Wochen lang stellt der MPA diese Einrichtung mit einer etwas ausführlicheren Darstellung an prominenter Stelle vor.

Eine Praktikumsbörse mit regionalen Such- und Blätterfunktionen ermöglicht auf der Basis der vorhandenen Einträge einen Überblick über medienpädagogische Praktikumsplätze in NRW und erleichtert so die Kontaktaufnahme.

 [www.medienkompetenz-atlas-nrw.de](http://www.medienkompetenz-atlas-nrw.de)

### 1.2.15 Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW



Ziel der Plattform ist es, eine möglichst vollständige Sammlung aller (nichtkommerziellen) Projekte und Initiativen in NRW zu präsentieren, die sich mit der Förderung und Verbreitung von Medienkompetenz beschäftigen. Die Projektdatenbank enthält inzwischen über 1.400 Einträge, die die Bandbreite der entsprechenden Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen belegen – ein für NRW bisher einmaliges Angebot. Die Datenbank erlaubt es, nach individuell kombinierbaren Kriterien, nach speziellen Inhalten von Projekten, nach Auftraggebern, Zielgruppen oder Reichweiten zu suchen.

## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

### 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

Anbieter und Auftraggeber von Medienkompetenz-Projekten haben die Möglichkeit, interessante Projekte nicht nur zu recherchieren, sondern auch eigenständig ihre Datensätze einzutragen und zu editieren.

Die Datenbank ist ein gemeinsames Instrument für all jene, die in NRW an ähnlichen Projekten arbeiten. Sie soll helfen, die verschiedenen Bemühungen noch stärker ineinander greifen zu lassen und zu neuen Kooperationen anregen. In NRW aktive Institutionen können die Datenbank als Informations- und Kommunikationsmittel nutzen. Darüber hinaus wird die interessierte Öffentlichkeit auf die vielfältigen Projekt- und Beteiligungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht.

Das Internetangebot wurde im Auftrag der LfM von der ecmc GmbH als leistungsfähige Datenbanklösung entwickelt, die ein detailliertes Durchsuchen der vielfältigen Projekte und gleichzeitig ein schnelles Auffinden der gewünschten Information gewährleistet – gepaart mit leichter Benutzbarkeit und barrierefreier Programmierung.

Die Landesanstalt für Medien NRW kooperiert bei diesem Projekt mit dem Arbeitskreis Medienkompetenz der Ressorts des Landes NRW (AKMK).

Durch eine Kooperationspartnerschaft mit dem Fachkräfteportal der Kinder- und Jugendhilfe hat die Projektdatenbank zudem Eingang in einen Informationspool gefunden, der die Schaffung eines kinder- und jugendhilfebezogenen Gesamtdatenbestandes zum Ziel hat.

 [www.medienkompetenz-projekte-nrw.de](http://www.medienkompetenz-projekte-nrw.de)

### 1.2.16 Informationssystem Medienpädagogik (ISM)

Bei der gezielten Auswahl von Informationen in einer unstrukturierten Informationslandschaft wie dem Internet spielen „Datenbankinseln“ zu spezifischen Themen eine immer größere Rolle.

Vor diesem Hintergrund bietet das Informationssystem Medienpädagogik [www.ism-info.de](http://www.ism-info.de) Zugriff auf ein Datenbanksystem mit Publikationen, Medien, Daten und Informationen zu folgenden Themen:

- Medienkompetenz
- Medienpädagogik und Mediendidaktik
- Medienforschung, Medienwirkungsforschung



- Medienpolitik, Medienentwicklung
- Kinder- und Jugendfernsehen/Jugendmedienschutz
- Internet in Bildung und Ausbildung/ E-Learning
- Computer und Schule/Medien für die Unterrichtspraxis

Die Internetseite [www.ism-info.de](http://www.ism-info.de) führt hierzu einschlägige Datenbanken unter einer Oberfläche zusammen und ermöglicht so die gleichzeitige und zielgerichtete Suche in mehreren Datenbanken. Enthalten sind inzwischen 80.000 annotierte Nachweise zu Fachliteratur, Lehr- und Lernmedien sowie zu Forschungsprojekten.

Ergänzend bietet der Grundbaukasten Medienkompetenz der ecmc GmbH Informationen und Referenzen, Projekte und Anlaufstellen als Orientierungshilfe zum Thema.

Kooperationspartner der LfM in diesem Projekt sind das Deutsche Institut für Internationale Pädagogische Forschung, die BLM, die LPR Hessen, die Bundeszentrale für politische Bildung, das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest und das ecmc. Eine Kooperation des ISM mit dem Deutschen Bildungsserver befindet sich in Vorbereitung.

 [www.ism-info.de](http://www.ism-info.de)

### 1.2.17 Medienkompetenzportal NRW

Es gibt zahlreiche Angebote und Initiativen in Nordrhein-Westfalen zur Förderung von Medienkompetenz. Mit dem Medienkompetenzportal NRW, das im Juni 2004 online ging, leistet die Landesanstalt für Medien NRW einen Beitrag dazu, Bestehendes zu vernetzen und auffindbar zu machen, indem eine zentrale Plattform im Netz geschaffen wurde, die Informationen zum Thema „Medienkompetenz in NRW“ bündelt, transparent gestaltet und schnell und direkt verfügbar macht.

Das Portal richtet sich an verschiedene Zielgruppen: Einerseits an landesweite, sowohl lokale als auch regionale, im Bereich Medienkompetenz tätige Multiplikatoren und Institutionen, die bei ihrer Planungsarbeit unterstützt werden sollen. Hierzu zählen Pädagoginnen und Pädagogen, Lehrerinnen und Lehrer, aber auch Referentinnen und Referenten im Bereich der Weiterbildung. Darüber hinaus ermöglicht das Portal auch Eltern und einer interessierten Öffentlichkeit, sich gezielt und umfassend über Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren. Den Interessierten wird dabei ein schneller Zugriff auf eine breite Datenpalette ermöglicht, die Auskunft gibt über Inhalte, Projekte und Institutionen im Bereich der Medienkompetenz in NRW.



Das Medienkompetenzportal NRW informiert über:

- Aktuelle Entwicklungen  
Mit aktuellen News und Veranstaltungshinweisen informiert das Portal über interessante medienpädagogische Entwicklungen und Termine.
- Ausgangspunkt für Suche  
Ausgesuchte Linkempfehlungen bieten einen Einstieg zur thematischen Vertiefung. Einige zentrale Datenbanken sind direkt im unteren Bereich der Startseite zu erreichen.
- Praxisnaher Service  
Im Servicebereich finden sich Materialien und Anlaufstellen rund um das Thema Medienkompetenz. Zudem gibt es in der Infobox direkte Links zum Eintrag in verschiedene Newsletter.
- Angebot und Information  
Zentrale Projekte zur praktischen Förderung von Medienkompetenz werden vorgestellt. Grundlage dieser Angebote sind unter anderem die Forschungsprojekte der LfM. Die Möglichkeiten aller Bürgerinnen und Bürger, selbst zu aktiven Medienmacherinnen und Medienmachern zu werden, sind im Bereich Bürgermedien beschrieben.
- Eltern+Medien  
Der Onlineauftritt der „Initiative Eltern+Medien“ ist in das Medienkompetenzportal NRW integriert. Durch Informationsveranstaltungen mit qualifizierten Referentinnen und Referenten werden Eltern in ganz NRW bei der Medienerziehung ihrer Kinder unterstützt.

 [www.medienkompetenzportal-nrw.de](http://www.medienkompetenzportal-nrw.de)

### 1.2.18 Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher

Handy, Computer und Fernsehen sind Alltagsmedien, mit denen Kinder und Jugendliche aufwachsen. Wie aber gehen die Heranwachsenden mit der täglichen Flut von Informationen und medialen Eindrücken um? Insbesondere „sozial benachteiligte“ Kinder und Jugendliche nutzen Medien häufig extensiv und unkritisch. Hierdurch werden die durch ihre Lebenssituation bedingten Beeinträchtigungen kognitiver, sprachlicher und kultureller Fähigkeiten eher verstärkt als verringert. Wie können diese Kinder und Jugendlichen, die

klassische Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung meistens nicht erreichen, darin gestärkt werden, Medien selbstbestimmter und zu ihrem Vorteil zu nutzen?

### Unterstützung sozialpädagogischer Fachkräfte

Ausgehend von dieser Frage verfolgt die LfM das Ziel, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Einrichtungen, die sich mit dieser Gruppe in ihren unterschiedlichen Lebenskontexten auseinandersetzen, zu motivieren und zu unterstützen, Medienkompetenzvermittlung in ihre Arbeit nachhaltig zu integrieren.



### Modellprojekte

Die vier Projekte, die im Mai 2005 gestartet sind und im Sommer 2006 abgeschlossen wurden, wurden an vier verschiedenen Standorten in Nordrhein-Westfalen (Remscheid, Gelsenkirchen/Ruhrgebiet/Düsseldorf, Münster und Neukirchen-Vluyn) durchgeführt. Die Durchführung jedes Projektes fand im Rahmen eines Netzwerkes vor Ort statt, in dem Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe bzw. -arbeit, medienpädagogische Einrichtungen, Kindertageseinrichtungen und Schulen, universitäre Institute und städtische Institutionen sowie Bürgermedien kooperierten. Ziel der Netzwerke war es, Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in die bestehende Arbeit sozialpädagogischer und schulischer Einrichtungen mit benachteiligten Kindern und Jugendlichen nachhaltig zu integrieren. Dabei war bei allen vier Projekten die Qualifizierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein zentraler Bestandteil, ebenso wie die Durchführung von konkreten medienpädagogischen Projekten zur Förderung der Medienkompetenz der jeweiligen Klientel der Einrichtungen. Die vier Projekte unterschieden sich je nach Netzwerkkonstellation und Zielgruppen hinsichtlich der vorhandenen medienpädagogischen Kenntnisse und der inhaltlichen und methodischen Konzeption. Zudem divergierten Alter und Merkmale der jeweiligen Zielgruppen und die Medienbereiche (Fernsehen/Film/Video, PC/Internet/Multimedia, Handy/Mobilkommunikation, Hörfunk), die in den Projekten behandelt wurden. Die vier ausgewählten Projekte zeichneten sich jeweils durch unterschiedliche Schwerpunktsetzungen aus und ergänzten sich somit gegenseitig.

### Begleitende Evaluation

Die Einrichtungen, die mit der Durchführung eines Modellprojektes zur „Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher“ beauftragt wurden, wurden durch die Stiftung Digitale Chancen als externe Projektbegleitung unterstützt. Ihre

Aufgabe war es, die Kooperationspartner hinsichtlich der Projektdurchführung zu beraten, den Projektverlauf und die -ergebnisse zu dokumentieren, das Projekt zu evaluieren sowie zur Verstetigung der Erkenntnisse und Erfahrungen Handlungsempfehlungen zur Nachahmung für Dritte zu formulieren.

### Medienpädagogische Fachtagung

Die Ergebnisse der Projektevaluation wurden als Band 32 der LfM-Schriftenreihe Dokumentation veröffentlicht und im Rahmen der 11. Medienpädagogischen Fachtagung der LfM am 27. März 2007 präsentiert. Mehr als 120 Medienexpertinnen und Medienexperten und Pädagoginnen und Pädagogen diskutierten unter anderem mit Dr. Marion Gierden-Jülich, der Staatssekretärin des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW, über die Erkenntnisse aus den Modellprojekten und berieten über mögliche Maßnahmen, die Medienkompetenzförderung in diesem Bereich nachhaltig zu verstetigen. Die Dokumentation der Fachtagung kann unter [www.lfm-nrw.de/downloads/veranstaltungen/11fachtagung-bericht.pdf](http://www.lfm-nrw.de/downloads/veranstaltungen/11fachtagung-bericht.pdf) abgerufen werden.

### Expertise 2008

Um die Qualifizierung sozialpädagogischer Fachkräfte in Nordrhein-Westfalen nun strukturiert zu gestalten, soll insbesondere auf der Basis der Erkenntnisse der vier Modellprojekte ein Qualifizierungskonzept entwickelt werden. Ein solches Konzept zur inhaltlichen, didaktischen und strukturellen Ausrichtungen der medienpädagogischen Praxis in der Kinder- und Jugendarbeit muss – aufbauend auf den Erkenntnissen der vier Modellprojekte – den Bedarfen der Institutionen vor Ort, den Fähigkeiten der Kinder und Jugendlichen, die erreicht werden sollen, sowie den jeweiligen Medien gerecht werden. Das inhaltliche und didaktische Konzept soll den Aspekt der kritisch-reflektierenden Auseinandersetzung mit Medien in den Mittelpunkt stellen und dabei die alltägliche Mediennutzung von Internet/Chat, Handy, Computerspielen, Fernsehen/Castingshows der Kinder und Jugendliche aufgreift. Auf der Basis einer solchen Expertise sollen dann konkrete Maßnahmen umgesetzt werden. Mit der Erstellung der Expertise wurde Prof. Dr. Nadia Kutscher, Katholische Fachhochschule Aachen, beauftragt. Die Ergebnisse werden Anfang 2009 vorliegen.

### 1.2.19 Podkcast

Der Jugendarrest verfolgt grundsätzlich das Ziel, die jugendlichen Arrestanten nicht zu verwahren, sondern ihnen vielmehr Impulse für die Gestaltung ihres weiteren Lebens zu geben. An diesem erzieherischen Ansatz will auch das Projekt Podkcast ansetzen: Das Angebot, ein Podcast über ihre Erfahrungen im Arrest zu erstellen, soll die Auseinandersetzung

der jugendlichen Straftäter mit der Situation im Arrest, ihrer Geschichte, ihrem kriminellen Verhalten und den Ursachen hierfür unterstützen. Neben der inhaltlichen Auseinandersetzung mit ihrer Situation geht es auch darum, ihnen einen Einblick in mediale Produktionsprozesse zu geben, die sie selbst mitgestalten können. Zugleich soll die Öffentlichkeit über das Leben und den Tagesablauf in einer (Jugend-)Arrestanstalt informiert werden, indem die Podcasts inhaltlich dort weitermachen, wo das „Gerichtsfernsehen“ aufhört. Um dies zu ermöglichen, werden die Beiträge auf der Website [www.podk nast.de](http://www.podk nast.de) veröffentlicht.



Podk nast wird von der Jugendarrestanstalt (JAA) Düsseldorf mit Unterstützung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und des nordrhein-westfälischen Justizministeriums umgesetzt. Die LfM erachtet dieses Pilotprojekt als einen möglichen Ansatzpunkt, die Medienkompetenz einer Zielgruppe zu fördern, die sonst mit medienpädagogischen Maßnahmen kaum erreicht wird. Die Jugendlichen erhalten im Rahmen des Projektes die Möglichkeit, sich mit ihren Themen auseinanderzusetzen und zu lernen,

diese inhaltlich und technisch für ein Publikum aufzubereiten. Zudem gibt das Projekt Jugendlichen möglicherweise Anregungen, auch zukünftig Medienproduktionen als Mittel zu nutzen, um ihre Lebenssituation, ihre Gefühle und Meinungen auszudrücken.

 [www.podk nast.de](http://www.podk nast.de)

### 1.2.20 Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand von Unterricht

Computerspiele und virtuelle Welten sind aus dem Alltag vieler Kinder und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Für Kinder ist die Nutzung von Computerspielen die am häufigsten ausgeübte Tätigkeit am Computer. Fast Dreiviertel aller Jungen und gut die Hälfte aller Mädchen im Alter von sechs bis 13 Jahren, die einen Computer nutzen, spielen mindestens ein Mal pro Woche Computerspiele (KIM-Studie 2006). Im Jugendalter kommen textbasierte und kommunikative Formen der Mediennutzung hinzu (E-Mails, Instant Messaging, Chatten). 85 Prozent der Jungen und 80 Prozent der Mädchen nutzen mehrmals die Woche bis täglich das Internet, um zu surfen und zu kommunizieren, wobei Onlinespiele über alle Altersgruppen hinweg stetig an Bedeutung zunehmen. Die Hälfte der Jugendlichen, die Computerspiele nutzen, spielen täglich, und es findet somit eine starke Einbettung in den Alltag statt. Fakt ist: Computerspiele und virtuelle Welten sind für viele Kinder und Jugendliche ein fester Bestandteil ihrer Lebenswirklichkeit.

## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz 1.2 Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote

Diese Medienalltagswirklichkeit macht vor dem Lebensbereich Schule nicht halt. Kinder und Jugendliche werden häufig in ihrer Computer(spiel)nutzung allein gelassen, sodass sich Schule zunehmend mit diesem Thema auseinandersetzen muss. Dies sollte unter Beachtung sowohl der Chancen als auch der Problemlagen erfolgen, nicht zuletzt, um vor dem Hintergrund der extremen öffentlichen Debatte eine differenzierende Perspektive einzunehmen und zu fördern.

Die Schlüsselfrage hierbei ist, in welcher Form diese Auseinandersetzung sinnvoll erfolgen kann und unter (medien)pädagogisch-didaktischen Gesichtspunkten erfolgen sollte. In einem ersten Gang sollten Computerspiele weniger als Lernmittel („gamebased-learning“), sondern als Gegenstand von Reflexion über Computerspiele und virtuelle Welten im Kontext fachspezifischer Lerninhalte in den Unterricht eingebracht werden.

Vor diesem Hintergrund hat die LfM eine Expertise zum Thema „Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand von Unterricht“ ausgeschrieben.

Das Ziel dieses Projekts soll sein, fachliches Lernen zu ermöglichen und zugleich die Reflexion von Schülerinnen und Schülern über Computerspiele und virtuelle Welten sowie deren Nutzung zu fördern. Schülerinnen und Schüler sollen über die positiven und problematischen Aspekte von Computerspielen und virtuellen Welten informiert werden. Hierzu sollen die Bedarfe aufseiten der Schule (der Lehrerinnen und Lehrer, der Schülerinnen und Schülern) und die vorhandenen didaktischen Angebote eruiert, also Angebot und Nachfrage analysiert und – wo möglich – in Einklang gebracht werden. Das Projekt nimmt die Sekundarstufe I in den Blick, soll jedoch auch für die Zielgruppen Primarstufe sowie Sekundarstufe II offen sein.



Unter Berücksichtigung curricularer und fachspezifischer Vorgaben sollen die passenden Bausteine der vorhandenen Materialien in einer Art „Best-Practice-Kompass“ formuliert werden. Darüber hinaus sollen defizitäre Bereiche aufgezeigt werden, sodass in einem nächsten Schritt Reflexionsmaterialien, in engem Bezug zu den Kernlehrplänen, entwickelt werden können.

Um hierfür fundierte Empfehlungen formulieren zu können, soll dieses Projekt drei Phasen umfassen:

## I.

Zunächst soll für Lehrerinnen und Lehrer relevantes Grundwissen zum Thema Computerspiele ermittelt werden. Was müssen Lehrerinnen und Lehrer grundlegend bspw. über Spielgenres, die Verteilung von männlichen und weiblichen Spielern (Genderaspekt), Mediennutzung und Ausstattung von Kindern und Jugendlichen wissen? Ziel hierbei ist nicht, eine wissenschaftlich-erschöpfende Zusammenstellung von Informationen zu erstellen. Vielmehr soll Lehrerinnen und Lehrern in kürzester Form Basiswissen an die Hand gegeben werden, welches sich im ersten Zugriff erschließt.



Im nächsten Schritt sollen bis zu zehn relevante Fragestellungen zum Medium Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand identifiziert werden.

Hierzu werden bspw. die Themen „Virtuelle Kommunikation“ und „Historische Spiegelungen in virtuellen Welten“ zählen. Fragen können hierbei sein: Was unterscheidet die Kommunikation in der virtuellen Welt von der realen? Wann ist das Fehlen von nonverbalen Elementen im Virtuellen ein Vorteil, wann ein Nachteil? Wofür sollten Kinder und Jugendliche in diesem Kontext sensibilisiert werden? In welcher Weise wird Geschichte zum Gegenstand von Computerspielen und virtuellen Welten? Können historische Ereignisse durch die Interaktivität des Mediums erlebbar/verstehbar gemacht werden? Inwiefern wird Historie verfälscht und wie ist bei Kindern und Jugendlichen hierfür ein Bewusstsein zu fördern? Gibt es Identifikationseffekte, wenn Kinder und Jugendliche virtuell historische Rollen annehmen (bspw. Diktatoren)? Wenn ja, welche?

## II.

In einem zweiten Schritt wird untersucht, welche Anknüpfungspunkte an curriculare Vorgaben der verschiedenen Fächer es gibt, um Computerspiele als Reflexionsgegenstand so in den Unterricht zu integrieren, dass zugleich fachliches Lernen ermöglicht wird.

Die Kernlehrpläne der zu den zuvor identifizierten max. zehn Fragestellungen korrespondierenden Fächer werden dahingehend geprüft, ob und wo es Möglichkeiten zur Verknüpfung mit den Fragestellungen gibt.

## III.

In einem zusammenführenden Schritt soll recherchiert werden, ob und in welcher Form es vorhandene didaktische Handreichungen, Lernmodule und Projektkonzepte gibt, welche

die zuvor gewonnenen Erkenntnisse greifbar machen, also die identifizierten relevanten Inhalte fachspezifisch und an curricularen Vorgaben orientiert aufgreifen.

Die recherchierten Materialien sollen in Form eines nach Unterrichtsfächern und deren entsprechenden curricularen Lerninhalten sortierten „Best Practice-Kompass“ aufbereitet werden. Hierdurch soll Lehrerinnen und Lehrern eine praktische Hilfe an die Hand gegeben werden, die ihnen als Übersicht geeigneter Materialien zur Reflexion relevanter Aspekte im Kontext Computerspiele zur Einbindung in den jeweiligen Fachunterricht bei der Planung ihres Unterrichts dient. Für die Erprobung und Beratung von Lehrerinnen und Lehrern haben das Medienzentrum Rheinland und das nordrhein-westfälische Schulministerium ihre Unterstützung signalisiert.

Neben diesen Empfehlungen sollen darüber hinaus Desiderate, also für einzelne Fächer und Reflexionsinhalte bislang fehlende Materialien, aufgezeigt werden. Sofern die Untersuchung zu dem Ergebnis kommen sollte, dass es erhebliche Defizite an didaktischen Unterrichtsmaterialien, die einerseits eine Reflexion über virtuelle Welten ermöglichen und zugleich curricular verortete fachliche Lerninhalte vermitteln, gibt, könnten entsprechende Materialien in einem nächsten Schritt erarbeitet werden.

Die Projektvergabe erfolgt voraussichtlich Ende 2008.

### 1.2.21 Ratgeber Neue Medien – Schriftenreihe der LfM und der deutschen medienakademie köln

Ziel der Schriftenreihe ist es, aktuelle Themen zur Kompetenzförderung im Bereich Neue Medien zu erschließen und diese Themen praxis- und anwenderorientiert für ein breites Publikum umzusetzen.

#### Band 1: „Finden, was man sucht!“

Internetnutzer können von der globalen Datenvielfalt im Web profitieren, sofern sie durch ihre Recherche schnell die richtigen Informationen finden. Doch die Hinweise, die man lesen möchte, verstecken sich in der immensen Menge an Textformen, Bildern und Grafiken. Die Publikation „Finden, was man sucht!“ ist ein praktischer Leitfaden, der Strategien und Werkzeuge für die Online-Recherche erklärt. Die 40-seitige Broschüre leitet den Leser gezielt durch das World Wide Web, damit er schneller und souveräner an die erforderlichen Informationen gelangt.

**Band 2: „Online-Brother is watching you“**

Die Broschüre liefert einen umfassenden Einblick in Struktur und Funktionsweise des Internets, erklärt die wichtigsten Fachbegriffe und zeigt die Gefahren auf, die im Netz lauern. Von den mehr oder weniger bekannten Problemen mit Viren, Hackern und Softwarefehlern bis zu Malware, Würmern und Trojanischen Pferden kategorisiert die Broschüre die Gefahren-Phänomene. Praktische Tipps, Hinweise und Erklärungen vorbeugender Maßnahmen, wie man sich vor den unterschiedlichen Gefahren selbst schützen kann (z. B. Spamfilter-Programme für den Heimanwender), runden das Heft ab.

**Band 3: „Online-Shopping“**

Das Einkaufen per Internet sorgt für stetige Nutzungs- und Umsatzzuwächse. Allerdings sind Vorbehalte gegenüber dem elektronischen Einkauf noch weit verbreitet. Die Broschüre will dem Laien die Grundlagen des E-Commerce vermitteln und bei den ersten Schritten des Cyber-Shopping begleiten. Aber auch bereits erfahrene Online-Konsumenten können Neues lernen: Nach Klärung der wichtigsten Begriffe und Funktionen wird anhand von Beispielen gezeigt, was im Online-Shopping heutzutage alles möglich ist – und welche Risiken bestehen. Die Broschüre ist in Kooperation mit der Verbraucherzentrale NRW entstanden.

**Band 4: „Online gehen“**

Angesichts der immer noch vorhandenen Komplexität der Installation eines PCs und der Einrichtung eines Internet-Anschlusses gibt die Broschüre Antworten auf folgende Fragen:

Welche Zugangsmöglichkeiten in das Internet gibt es?

Was brauche ich an Geräten und Programmen?

Von wem bekomme ich das alles?

Wie teuer ist das?

Was kann bei der Installation alles schief gehen?

Ein Glossar mit Erklärungen zu den wichtigsten Fachbegriffen rundet die Broschüre ab.

**Band 5: „Weblogs, Podcast & Co. – Ein Praxisratgeber für den Umgang mit neuen Kommunikationswegen im Netz“**

Das inzwischen viel zitierte Web 2.0 löst Versprechen ein, die das Internet der ersten Generation gegeben hat: Jeder kann kostengünstig seine Meinung per Text, Foto, Audio

und Video weltweit verbreiten. Die Broschüre zeigt auf, welche Möglichkeiten es gibt und setzt sich mit Chancen und Risiken dieser Ansätze auseinander. Darüber hinaus enthält sie ein ausführliches „Do-it-yourself“ zum Aufbau eines eigenen Weblogs im Internet.

**1.2.22 Schlagzeilen – Materialien zur Boulevardberichterstattung**

Boulevardjournalismus ist ein wesentlicher Bestandteil der heutigen Medienlandschaft. Simplifizierung, Emotionalisierung und Dramatisierung sind die Mittel, mit denen Information und Unterhaltung vermischt werden. Für manche Programmformate des Fernsehens sind diese Zutaten konstituierend – auch und vor allem für Boulevardmagazine, privater wie öffentlich-rechtlicher Provenienz.

Das Medienpaket analysiert und erläutert entlang ausgewählter Beispiele die Funktionsweisen von Boulevardjournalismus in Print, TV und Internet. Hintergrundreportagen und Interviews geben Einsicht in die Perspektive der Macher. Warum ist Boulevardjournalismus so attraktiv? Und wie kann man lernen, ihn zu beurteilen? Die Materialien richten sich schulförmübergreifend an Lehrerinnen und Lehrer der Klassen 7 bis 10 und Pädagoginnen und Pädagogen in der außerschulischen Bildungsarbeit.

Mit einem Schülermagazin (30 Exemplare), einem Begleitheft für Pädagoginnen und Pädagogen sowie einer DVD mit TV-Beispielen bietet das Medienpaket Hilfestellungen zur Auseinandersetzung mit dem Thema. Die Interessen und Sehgewohnheiten der Jugendlichen sind dabei explizit berücksichtigt.

Das Projekt wurde im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung vom Adolf-Grimme-Institut realisiert.

Zahlreiche Schulen unterschiedlicher Schulformen aus NRW haben an einem von der LfM ausgeschriebenen Wettbewerb zum Einsatz des Medienpakets in der medienpädagogischen Praxis teilgenommen. Gefragt waren Beiträge, die sich auf der Grundlage einer Beschäftigung mit den Materialien in einer eigenständigen kreativen und gestalterischen Weise mit dem Thema Boulevardberichterstattung auseinandersetzen. Eingereicht wurden z. B. Video- und Audiobeiträge, Theaterstücke, Collagen, schriftliche Analysen, Text- und Fotoleistungen, Comics, Websites u. Ä. mehr.

Unter den eingegangenen Wettbewerbsbeiträgen wurden durch eine Jury drei Hauptpreisträger ermittelt sowie ein Anerkennungspreis vergeben.

Flankiert wurde der Wettbewerb durch Fortbildungsveranstaltungen für Studienseminare in NRW sowie durch eine Tagung zum Einsatz der Materialien in der außerschulischen Bildungsarbeit, die in Kooperation mit dem Deutschen Volkshochschul Verband durchgeführt wurde.

Das Erziehungsministerium von Luxemburg, das medienpädagogische Materialien für Luxemburger Schulen vorbereitet, wird eine Reihe von Beiträgen aus dem LfM-Medienpaket übernehmen. Auch die Pädagogische Abteilung des Ministeriums der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens setzt die Materialien im Rahmen ihrer Lehrerfortbildungen ein.

Beide Auflagen des Medienpakets (3.000 Exemplare) sind inzwischen vergriffen. Restexemplare sind zu beziehen über die Landesanstalt für Medien NRW.

### 1.2.23 Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“



*Broschüre von Prof. Dr. Marcel Machill. Hrsg.: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), 2005.*

Das Internet hat sich in rasender Geschwindigkeit in nur wenigen Jahren zu einem Alltagsmedium entwickelt: Von der Recherche im Beruf bis hin zur Buchung des nächsten Urlaubs hilft es bei einer schnellen Informationsbeschaffung und einer einfachen Abwicklung von Geschäften. Aus der Berufs- und Freizeitwelt ist das Internet nicht mehr wegzudenken. Man muss nur wissen, wo im World Wide Web die gesuchten Informationen zu finden sind. Und das ist bei der Fülle von Daten nicht immer einfach.

### Problembewusstsein schärfen

Zur Orientierungshilfe im Netz wurden daher Suchmaschinen entwickelt, ohne deren Unterstützung die meisten Seiten nicht auffindbar wären. Aber auch Suchmaschinen geben immer noch eine Vielzahl von Ergebnissen aus, die für die individuelle Suchanfrage mehr oder weniger relevant sein können. Mit der Broschüre „Finden, was man sucht!“ (Ratgeber Neue Medien, Band 3) hatte die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) mit Partnern einen praktischen Leitfaden über Strategien und Werkzeuge einer effizienten Online-Recherche herausgegeben. Ergänzend soll die Broschüre „12 goldenen Suchmaschinen-Regeln“ noch einmal den Blick der Nutzer besonders für mögliche Probleme schärfen, die im Umgang mit Suchmaschinen entstehen können.

### Sicher und effektiv Suchen

Da Suchmaschinen das Tor zum Netz sind, wollen Anbieter von Internetseiten möglichst weit vorne in ihren Ergebnislisten auftauchen, um viele Nutzer auf die eigene Seite zu lenken. Damit die Nutzerinnen und Nutzer die Seiten finden, die sie auch suchen, will die Broschüre ihnen einige Regeln nahe legen, die bei Beachtung zu mehr Sicherheit im Umgang mit Suchmaschinen und dem Internet führen. Ziel der Broschüre ist es, die Nutzerinnen und Nutzer bei einer sicheren und somit effektiveren Suche zu unterstützen.

### Große Nachfrage

Die Broschüre wurde von klicksafe im Januar 2006 herausgegeben. Die erfreulich hohe Nachfrage nach der LfM-Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“, mit einer Auflage von insgesamt 8.500 Exemplaren, die bis Januar 2008 ca. 80.000 Mal auf der Internetseite der LfM aufgesucht wurde und die von Institutionen in anderen Bundesländern wie der Landesmedienanstalt in Schleswig-Holstein und dem rheinland-pfälzischen Ministerium für Bildung, Frauen und Jugend nachgedruckt und verbreitet wurde, verdeutlichte den Bedarf der Nutzer an Aufklärung in diesem Bereich.

### 1.2.24 Broschüre „12 goldene Regeln für Reisebuchungen im Internet“

*Broschüre von Beate Wagner. Hrsg.: klicksafe, Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), 2006.*

Immer mehr Menschen in Deutschland planen ihren Urlaub per Internet. So nutzen inzwischen 71 Prozent der Deutschen über 14 Jahren vor der Buchung einer Reise das Internet für Preisvergleiche. Jeder Vierte hat bereits eine Reise oder einen Teil davon online gebucht (Quelle: Bitkom/Verband Internet Reisevertrieb (VIR) aus der Reiseanalyse 2008).

Doch oft ist es gar nicht so einfach, aus der kaum überschaubaren Vielfalt an Angeboten das richtige zu finden. Preisnachlässe, Gratisangebote, Vergünstigungen bei Unterkunft und Verpflegung – zahlreiche Veranstalter locken auf ihren Webseiten mit Rabatten und Dumpingpreisen. Die Gefahr, dass sich ein vermeintliches Schnäppchen ebenso als Kostenfalle entpuppen kann, ist groß.



Die Folge: Verbraucher, die ihre Reise übers Internet buchen wollen, sind oft unsicher, ob die Werbung hält, was sie verspricht, und die am häufigsten gestellte Frage lautet: „Ist das ein seriöses Angebot?“

Damit Online-Nutzer beim Check der Reiseangebote im sicheren Fahrwasser surfen, haben die EU-Initiative klicksafe und die Verbraucherzentrale NRW – in Kooperation mit der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) – die Broschüre „12 goldene Regeln für Reisebuchungen im Internet“ herausgegeben. In dem kostenlosen Leitfaden sind mit Hilfe anschaulicher Beispiele und Tipps die einzelnen Prüfkriterien aufgeführt, die das Online-Buchen transparent und sicherer machen.



### 1.2.25 DVD „Digitale Spielwelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“

22 Millionen Deutsche spielen im Durchschnitt regelmäßig Computer- und Videospiele. Vor allem Jugendliche verbringen immer mehr Zeit in der digitalen Erlebniswelt. Warum also nicht Computer- und Videospiele in den Schulunterricht integrieren? Bereits 2007 hatte die hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) die Idee, dass Bildungsinstitutionen einen kompetenten und sozial verantwortlichen Umgang mit Computer- und Videospiele vermitteln könnten. Das Ergebnis: die DVD „Digitale Spielwelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“, die im Rahmen der Reihe „Schule des Hörens und Sehens – Medienkompetenz für Lehrer“ veröffentlicht wurde. Sie wurde innerhalb des Kooperationsprojektes zwischen LPR und Hessischem Kultusministerium zur Förderung der Medienkompetenz von Lehrerinnen und Lehrern erstellt. Mitwirkende waren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Pädagoginnen und Pädagogen und Fachleute aus der Spieleindustrie.

Lehrkräfte finden auf der DVD didaktisch aufbereitete Informationen, Demo-Versionen von Spielen sowie Unterrichtsmethoden zum Einsatz an allgemeinbildenden Schulen und Berufsschulen. Die Materialien können in den Fächern Deutsch, Religion, Mathematik, Politik oder Informatik Anwendung finden. Lehrerinnen und Lehrer können gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern ab 15 Jahren Spieltheorien sowie Fragen zur Ästhetik, Sprache oder Identitätsentwicklung diskutieren. Anhand der DVD kann der Nutzen von Video- und Computerspielen erarbeitet oder über die kognitiven und emotionalen Vorgänge beim Spielen gesprochen werden. Die DVD enthält zudem Expertenmeinungen zum Jugendschutz sowie verschiedene so genannte „Making-ofs“. So können Lehrerinnen und Lehrer

und Schülerinnen und Schüler die verschiedenen Formen von Computer- und Videospiele kennenlernen und deren Bedeutung vertiefen.

Aufgrund der großen Nachfrage von NRW-Institutionen fördert die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) nun in einer eigenen Auflage der DVD „Digitale Spielwelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“ den Druck und Vertrieb in NRW. Die DVD ist kostenlos über den Warenkorb der LfM unter [www.lfm-nrw.de/publikationen/article/208](http://www.lfm-nrw.de/publikationen/article/208) zu bestellen.

### 1.2.26 „Lizenzfreie Medien – Musik“: Eine Multiplikatoren-Qualifizierung der Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW

Nicht zuletzt seit der Verbreitung des Web 2.0 und dessen zunehmende Relevanz für die Medienerziehung gewinnt die Frage nach Urheberrechten und Nutzungslizenzen im Rahmen der medienpädagogischen Arbeit an Bedeutung. Für Pädagoginnen und Pädagogen sind entsprechende Kenntnisse insbesondere in der medienpraktischen Arbeit von zentraler Bedeutung: Dürfen bei der Produktion von Radio- oder Videobeiträgen beliebige Musikstücke verwendet werden? Welche Einschränkungen und Alternativen gibt es?

Die Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V. (LAG LM) hat für das Jahr 2008 ein Qualifizierungskonzept entwickelt, in dem Multiplikatoren in der Nutzung von lizenzfreier Musik geschult werden. Nach der Durchführung von zwei Pilotseminaren soll darüber hinaus ein Leitfaden erstellt werden, in dem zentrale Informationen für die Fachöffentlichkeit zu diesem Thema gebündelt werden.

Das Projekt wird gefördert von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und dem Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration Nordrhein-Westfalen.

### 1.2.27 Medienpädagogische Fachtagungen der LfM in Kooperation mit Medienzentren

Vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung der neuen Medien stehen Schüler, Eltern und Lehrkräfte heute gleichermaßen vor neuen Herausforderungen. Internet und Handy bieten viele Vorteile, aber sie bergen auch Risiken und Gefahren. Da aber Begriffe wie „Internetsicherheit“ oder „Handynutzung“ nicht in deutschen Lehrplänen verankert und auch in der Lehrerinnen- und Lehrerausbildung bisher kein Thema sind, verfolgte die LfM mit der Medienpädagogischen Fachtagung „Kompetente Nutzung von Handy und Internet als



Unterrichtsthema“ das Ziel, Lehrkräfte zu ermutigen, das Thema fächerübergreifend im Unterricht einzubringen. Lehrerinnen und Lehrern wurden Tipps geben, auf welche bereits bestehenden Angebote sie für eine anschauliche Vermittlung zurückgreifen können. Dabei wurden unter anderem auch die Angebote von klicksafe, handysektor und Internet-ABC vorgestellt. Nachdem die Tagung am 28. August 2006 in Düsseldorf so erfolgreich war, fand die Veranstaltung in Kooperation mit den Medienzentren in Bielefeld und Dortmund im April und Oktober 2007 mit leicht modifiziertem Konzept erneut statt. Dabei wurde der Workshop-Charakter der Veranstaltung noch stärker ausgebaut.

Eine Dokumentation der Fachtagung kann unter folgendem Link abgerufen werden:

 [www.lfm-nrw.de/aktuelles/lfm-veranstaltungen/10medienpaed-fachtagung.php3](http://www.lfm-nrw.de/aktuelles/lfm-veranstaltungen/10medienpaed-fachtagung.php3)

### Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten

Bei der Medienerziehung in nordrhein-westfälischen Kindergärten und bei der medienpädagogischen Ausbildung angehender Erzieherinnen und Erzieher gibt es nach wie vor zum Teil erhebliche Defizite. An der Praxis der medienbezogenen Bildung und Erziehung in den Kindergärten von NRW und an den hierfür relevanten Bedingungen hat sich in den letzten zehn Jahren nur wenig geändert. Stattdessen ist eine weitgehende Orientierungslosigkeit feststellbar. Zu diesem Ergebnis kommt die LfM-Studie „Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten“. Ihre Ergebnisse wurden im Rahmen der 12. Medienpädagogischen Fachtagung am 30. August 2007 in Düsseldorf vorgestellt und mit mehr als 130 Expertinnen und Experten – unter ihnen Einrichtungsträger, Beteiligte der Aus- und Weiterbildung, bildungspolitische Akteure und Erzieherinnen und Erzieher – angeregt diskutiert.

Die Dokumentation der Fachtagung ist als Band 35 der LfM-Schriftenreihe Dokumentation erschienen. In einem Interview (siehe S. 36 ff.) gibt Prof. Dr. Ulrike Six ihre Einschätzung zu den Ergebnissen der Studie wieder.

#### 1.2.28 Crossover Media-Preis der LfM

Auf der Preisplattform „NRW: Neues Lernen“, einem Zusammenschluss verschiedener Wettbewerbe zum Thema „Neue Medien in Bildung und Kultur“ in Nordrhein-Westfalen, hat die LfM unter dem Titel „Crossover Media“ einen Sonderpreis für diejenigen Teilnehmer ausgelobt, deren Projekte medienübergreifend konzipiert und realisiert wurden. Der Preis ging im Jahr 2006 an die Fritz-Winter-Gesamtschule in Ahlen. In dem Projekt „Der gläserne Mensch“ setzen sich Schülerinnen und Schüler kritisch mit dem Thema „Datenschutz im 21. Jahrhundert“ im Zusammenhang mit Online-Medien auseinander. Neben einer gut strukturierten Seite des Projektes im Netz, die durch Audio-Streams einer Befragung



## 1. Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz

### 1.3 Vernetzung und Koordination

zu dem Thema ergänzt werden, überzeugte das Projekt insbesondere durch die niedrigschwellige Darstellung dieses komplexen Themas. Anhand einer Analogie zu dem Märchen „Rumpelstilzchen“ wird das Thema der digitalen Spuren, die man im Alltag verbreitet, verständlich aufbereitet.

Im Jahr 2007 stand „NRW: Neues Lernen“ unter dem Motto „NRW denkt nachhaltig“. Den Crossover Media-Preis teilten sich in diesem Jahr zwei Projekte. Die Evangelische Kirchengemeinde Jülich wurde für ihre Videodokumentation „Zeitlos in Jülich – Alltag aus meiner Sicht“ ausgezeichnet. Die filmische Auseinandersetzung von Jugendlichen zwischen 15 und 18 Jahren mit den Themen „Zeit“, „Stress“ und „soziale Beziehungen“ überzeugte durch ihre besonders gelungene Machart und die anschaulich präsentierten Eindrücke. Auf originelle Weise bietet der Film Einblick in den Alltag von Jugendlichen in der heutigen Zeit.

Die Jugendbibliothek Jülich erhielt den Preis für ihren Jugendblog „LESEN, GUCKEN, HÖREN“. Seit Oktober 2006 gibt es den Jugendblog, in dem mehr als 30 Schülerinnen und Schüler über Bücher, Filme und andere Medien bloggen. Bis Anfang November 2007 waren bereits 350 Beiträge erschienen und 500 Kommentare dazu verfasst worden. Der Blog verzeichnet bis zum jetzigen Zeitpunkt 45.800 Besuche, die einzelnen Beiträge wurden über 260.000 Mal angeklickt. Unter dem Motto „von Jugendlichen für Jugendliche“ werden hier unterschiedliche Medien – sowohl die klassischen (Bücher) als auch die neuen Medien (Internet/Blog) – miteinander verbunden und genutzt, um spezielle Angebote für die ebenfalls jugendliche Zielgruppe zu präsentieren.



Auch im Jahr 2008 hat die LfM den Crossover Media-Preis ausgelobt.

#### 1.3 Vernetzung und Koordination

Neben der LfM gibt es in Nordrhein-Westfalen eine Vielzahl weiterer Akteure, die auf landesweiter, regionaler oder lokaler Ebene Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz anbieten. Hierzu gehören Ministerien, Kommunen, Wohlfahrtsverbände, Volkshochschulen, Bildungsträger, Kirchen, Unternehmen etc.

Vor diesem Hintergrund strebt die LfM an, ihre eigenen Aktivitäten im Bereich Medienkompetenz mit diesen Akteuren zu vernetzen, um sie in ein gemeinsam getragenes übergeordnetes Konzept von Medienkompetenz einzubinden. Die Erarbeitung eines solchen Konzepts von Medienkompetenz setzt einen entsprechenden Abstimmungs- und Verständigungsprozess zwischen den unterschiedlichen Institutionen voraus. Die LfM ist bereit, an einem solchen Prozess mitzuwirken und diesen zu moderieren.

Die LfM steht für Beratung zur Verfügung und hat das Ziel, die Zusammenarbeit verschiedener Institutionen anzuregen und zu unterstützen.

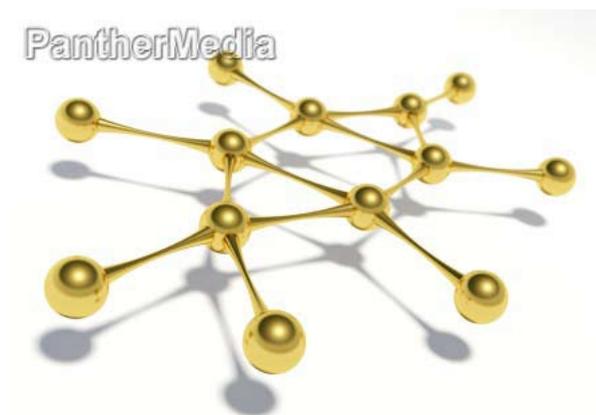
Darüber hinaus will die LfM dazu beitragen, dass die verschiedenen Institutionen, die Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen fördern, bereits bei ihrer Planungsarbeit den Aspekt der Vernetzung ohne größeren Rechercheaufwand mitdenken und Möglichkeiten zur Projektkooperation, zum Erfahrungs- und Wissensaustausch erfassen können. Zu diesem Zweck stellt sie auf der Basis von Datenbanken Informationen zu Institutionen, Akteuren und Projekten im Bereich der Förderung von Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen zur Verfügung.

Folgende Angebote dienen diesem Zweck:

- Der „Medienpädagogische Atlas Nordrhein-Westfalen“ informiert über ca. 700 in NRW existierende Institutionen, die sich im Bereich der Förderung von Medienkompetenz engagieren (vgl. S. 97).
- Die Datenbank „Medienkompetenzprojekte in NRW“ informiert über ca. 1.400 Projekte, die in Nordrhein-Westfalen zu Medienkompetenzthemen durchgeführt worden sind. Auf diese Weise soll das existierende Engagement transparent und leichter abrufbar gemacht werden. Die einzelnen Projekte sollen so zugleich einen höheren Bekanntheits- und Wirkungsgrad entfalten können (vgl. S. 98).
- Mit dem Aufbau des Internetportals „www.medienkompetenz-portal-nrw.de“ wird eine zentrale Anlaufstelle im Netz geschaffen, die dazu dient, Informationen zum Thema „Medienkompetenz in NRW“ zu bündeln, transparent zu gestalten und schnell und direkt verfügbar zu machen. Kernstück des Portals ist eine kommentierte Linksammlung, die auf vorhandene Datenbanken zum Thema Medienkompetenz in NRW verweist (vgl. S. 100).

Mit diesen Maßnahmen will die LfM dazu beitragen, dass die Vielzahl der landesweiten, regional oder lokal agierenden Institutionen, die Medienkompetenzaktivitäten planen, fördern und anbieten, in die Lage versetzt werden, ihre Aktivitäten sowohl in ihrer inhaltlich konzeptionellen als auch in ihrer regionalen Ausrichtung bedarfsgerecht, effektiv und zukunftsorientiert auszurichten. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass die vorhandenen Ressourcen – Kapital, Kenntnisse und Kompetenzen – möglichst sinnvoll verwendet werden.

Indem das Spektrum der Akteure und Aktivitäten transparent gemacht wird, soll zudem die Nachhaltigkeit der Projekte erhöht und die Auffindbarkeit relevanter Angebote für den Einzelnen erleichtert werden. Multiplikatoren, die Medienkompetenz an Dritte weitervermitteln, Vertretern aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik wie auch allgemein interessierten Bürgerinnen und Bürgern soll die Möglichkeit eröffnet werden, sich schnell, gezielt und umfassend über Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren.





## 2. Bürgermedien

Mechthild Appelhoff, Andreas Schmidt, Peter Schwarz

### 2.1 Bürgerfunk und Bürgerfernsehen – Neue Rahmenbedingungen in NRW

#### Bürgermedien

Die LfM fördert die Bürgermedien, also den Bürgerfunk, das Bürgerfernsehen sowie den Hochschulrundfunk. Diesen Angeboten ist gemeinsam, dass sie jedem Bürger den unmittelbaren Zugang zu den Medien eröffnen möchten. Bürger sollen ein Forum für Themen erhalten, die ihnen wichtig sind. Die Bürgermedien sollen so einen praxisbezogenen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz leisten.

Die Förderung der Bürgermedien erstreckt sich dabei auf die im Folgenden dargestellten Bereiche:

#### Bürgerfunk

Das novellierte Landesmediengesetz (LMG NRW) ist am 30. Juni 2007 in Kraft getreten. Damit hat der Gesetzgeber den Rahmen für die Förderung des nordrhein-westfälischen Bürgerfunks vorgegeben. Die gesetzliche Neugestaltung setzt bei den Kriterien „Medienkompetenzförderung“ sowie „Aus- und Weiterbildung“ an.

Zu den durch das Gesetz vorgegebenen Eckpunkten der Neugestaltung des Bürgerfunks zählen:

- der Funktionsauftrag,
- die Festlegung einer landesweit einheitlichen Sendezeit,
- der Nachweis der geeigneten Qualifizierung des Bürgerfunkers,
- die Bedeutung der Zielgruppe Schülerinnen und Schüler.

Als Funktionsauftrag weist das Gesetz dem Bürgerfunk in NRW die Aufgabe zu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen, den Erwerb von Medienkompetenz zu ermöglichen und damit zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen.

Der Bürgerfunk ist im Umfang von jeweils einer Stunde innerhalb der 46 privaten Programme des lokalen Hörfunks werktags zwischen 21-22 Uhr zu hören (an Sonn- und Feiertagen zwischen 19-21 Uhr).

Im Rahmen dieses Zeitfensters können Beiträge ausgestrahlt werden, die von Bürgerfunkgruppen erstellt worden sind. Die Beiträge müssen einen Lokalbezug zum Verbreitungsgebiet haben und müssen frei von Sponsoring und Werbung sein. Außerdem die redaktionellen Anteile im Wesentlichen in deutscher Sprache gestaltet werden.

Die Bürger, die im Bürgerfunk zu Wort kommen wollen, müssen gemäß § 72 Abs. 2 LMG NRW eine geeignete Qualifizierung nachweisen. Deshalb bietet die LfM möglichst lokal in den jeweiligen Verbreitungsgebieten des Lokalfunks in NRW Qualifizierungskurse an, sodass Bürgerfunker den Nachweis erwerben können, der ihnen den Zugang zum Programm ermöglicht. Diese Kursangebote berücksichtigen in ihrem Umfang und ihren Inhalten die unterschiedlichen Vorkenntnisse und Qualifizierungsbedarfe der Bürgerfunker.

Darüber hinaus soll es in Zukunft ein breites Angebot an Schulungen geben, die interessierten Einsteigern und Fortgeschrittenen den Ausbau ihrer publizistisch-handwerklichen Kompetenzen ermöglichen.

Laut Gesetz soll ein Förderschwerpunkt der LfM im Bereich des Bürgerfunks die Förderung der Medienkompetenz von Schülerinnen und Schülern sein. Die Jugendlichen sollen im schulischen Kontext durch die Produktion von Beiträgen in Zusammenarbeit mit den Hörfunkveranstaltern lernen, die Mechanismen der Produktion und die Wirkung von Beiträgen in elektronischen Medien aus der Praxis heraus zu verstehen. Der Projektnehmer



vor Ort soll zusammen mit der Lokalstation die am besten geeignete Produktionsstätte (Radiowerkstatt) aussuchen. Für die im Rahmen dieser Schulprojekte entstehenden Produktionen können im Einvernehmen mit der Veranstaltergemeinschaft besondere zusätzliche Sendezeiten vereinbart werden.

Es sollen sich nach Möglichkeit alle nordrhein-westfälischen Schulformen daran beteiligen.

Zum Jahresende 2007 hat die LfM die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Förderung sowie für die Nutzung des Bürgerfunks geschaffen: Hierzu zählen die Fördersatzung, die Nutzersatzung, die Förderrichtlinie sowie die curricularen Vorgaben zur Ausbildung der Medientrainer sowie der Bürger (vgl. Anhang). Damit wurden die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Neuorientierung des Bürgerfunks in NRW geschaffen.

Bis zum Juli 2008 wurden auf der Basis dieser Regelungen 14 Ausbilder geschult, die bis jetzt 78 Medientrainer ausgebildet haben. Diese Medientrainer haben im Rahmen von 140 lokalen Schulungen bis Juli 2008 ca. 800 Personen den gesetzlich geforderten Qualifikationsnachweis für den Bürgerfunk erteilt.

Als Anbieter der Qualifizierungskurse treten im Wesentlichen Radiowerkstätten auf, die auch in der Vergangenheit tätig waren. Es sind aber auch einige neue Einrichtungen hinzugekommen: In der Regel dann, wenn Medientrainer, die nicht an eine Radiowerkstatt angebunden sind, die Initiative ergriffen haben. Sie sprechen z. B. Volkshochschulen an.

Darüber hinaus hat die LfM bislang 28 Maßnahmen im Bereich der Förderung von Schulprojekten bewilligt, an denen ca. 60 Schulen verteilt über das Land beteiligt sind.



Gerade mit Blick auf die Schulprojekte müssen neue Strukturen aufgebaut und neue Akteure für eine Zusammenarbeit gewonnen werden. Deshalb plant die LfM zurzeit, auch in Zusammenarbeit mit dem Schulministerium NRW sowie der Medienberatung NRW, Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen, die das Ziel haben, Zugangsbarrieren, insbesondere für Schulen, die Radioprojekte durchführen möchten, zu reduzieren.

Ziel aller Fördermaßnahmen der LfM im Bereich Bürgerfunk ist es, die Programmqualität des Bürgerfunks so weiterzuentwickeln, dass dieser eine wesentliche Ergänzung des lokalen Informationsangebots darstellt, zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beiträgt und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern in Schulprojekten, ermöglicht.

### Bürgerfernsehen – Offener Kanal

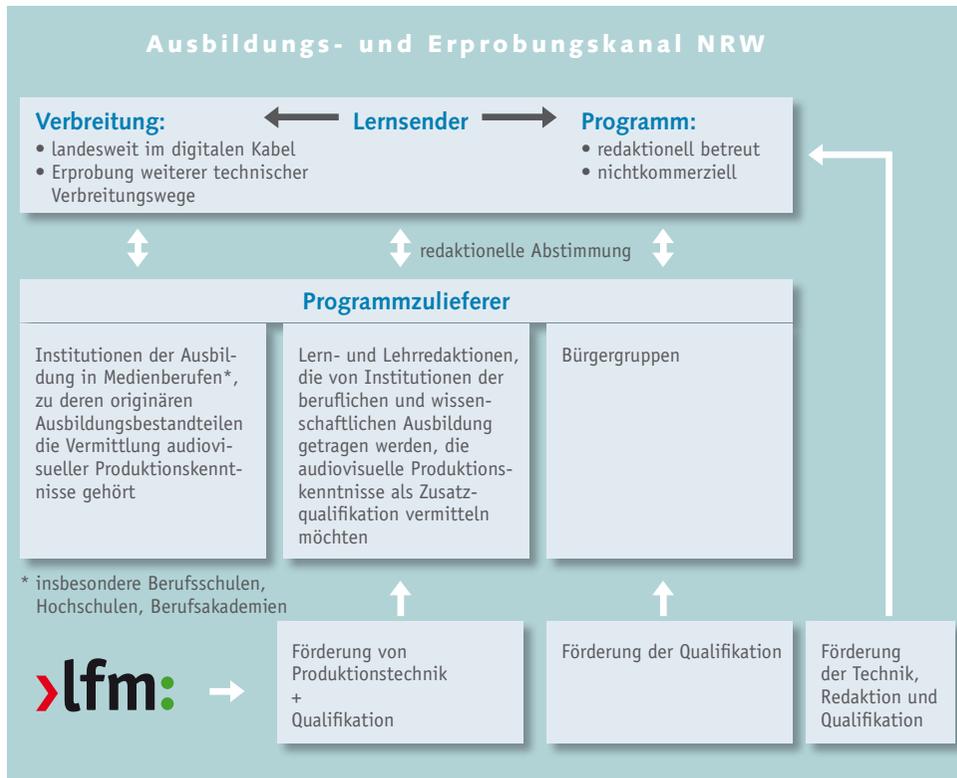
Die Landesanstalt für Medien hat Mitte des Jahres 2007 beschlossen, das vorhandene System und die bisherige Förderung des Bürgerfernsehens grundsätzlich zu modifizieren. Damit reagierte sie auf die Ergebnisse der von ihr in Auftrag gegebenen Programm- und Organisationsanalyse des Bürgerfernsehens von Helmut Volpers und Petra Werner. Diese Analyse hat ergeben, dass das Bürgerfernsehen in NRW auf eine sehr geringe Akzeptanz stößt, da nur noch sehr wenige Bürger die Möglichkeit nutzen, selbst Fernsehen im Sinne eines Offenen Kanals zu machen. Auf der Basis der bisherigen Strukturen und den damit verbundenen Fördermodalitäten wurden die Entwicklungspotenziale des Bürgerfernsehens als sehr gering eingeschätzt. Die Forscher empfahlen der LfM einen massiven Umbruch in der Organisation und Förderung der Offenen Kanäle, da Einzelmaßnahmen zur Optimierung und weitere interne Veränderungen nicht ausreichten, um die strukturellen Mängel zu beheben. In der Weiterentwicklung des Ausbildungs- und Erprobungscharakters sahen sie das größte Entwicklungspotenzial. Dieser Ansatz zur Neuausrichtung der Offenen Kanäle wurde mit den Vertreterinnen und Vertretern des Bürgerfernsehens in NRW sowie mit Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis umfassend diskutiert und geprüft.

Auf dieser Basis hat die Medienkommission der LfM im August 2008 die Grundlagen für die Neuausrichtung des Bürgerfernsehens in NRW beschlossen. So soll ab Januar 2009 das Bürgerfernsehen in Nordrhein-Westfalen, d. h. die Offenen Kanäle, in einen landesweiten Ausbildungs- und Erprobungskanal überführt werden. Im Rahmen eines dreijährigen Pilotversuches soll ein landesweit verbreitetes Programm eines nichtkommerziellen Ausbildungs- und Erprobungskanals aufgebaut und getestet werden.

Dessen Bestandteile sollen einerseits neue Elemente für einen „Lernsender“ enthalten, also einen Schwerpunkt der Tätigkeit auf Auszubildende und Studierende legen, andererseits aber auch den Bürgerinnen und Bürgern eine Perspektive für die Beteiligung im neuen Modell bieten.

Der Lernsender soll eine Struktur aufweisen, in der eine landesweite Plattform Programmzulieferungen aus drei Arten von Quellen bezieht und die LfM dies mit unterschiedlichen Fördermöglichkeiten auf den unterschiedlichen Ebenen unterstützt:





Träger des Ausbildungs- und Erprobungskanals soll ein Programmveranstalter sein, der für das Programm, abweichend von den bisherigen Regelungen bei den Offenen Kanälen, verantwortlich ist. Er erfüllt die Funktion des nichtkommerziellen Ausbildungs- und Erprobungskanals und entwickelt ein Redaktionsstatut und ein Programmschema.

Die Verbreitung soll zunächst vorrangig über digitales Kabel erfolgen, mit dem Ziel, das Fernsehprogramm landesweit über Kabel empfangbar zu machen. Darüber hinaus sollen weitere geeignete Distributionswege zum Zweck ihrer Eignung für ein Ausbildungs- und Erprobungs-TV erprobt werden.

Die Zulieferung für das Programm des Ausbildungs- und Erprobungskanals soll im Wesentlichen aus drei Quellen erfolgen:

- Institutionen der Ausbildung in Medienberufen, zu deren originären Ausbildungsbestandteilen bereits jetzt die Vermittlung audiovisueller Produktionskenntnisse gehört (insbesondere Berufsschulen, Hochschulen, Berufsakademien);

- Lern- und Lehrredaktionen, die von Institutionen der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung getragen werden, die zukünftig audiovisuelle Produktionskenntnisse als Zusatzqualifikation vermitteln möchten;
- Bürgergruppen.

Der Programmveranstalter soll die Aufgabe erhalten, die Zulieferung von werbefreien, nichtkommerziellen Programmbeiträgen und Sendungen zu organisieren und diese in das Programm zu integrieren.

Der Träger und Programmveranstalter für den Ausbildungs- und Erprobungskanal wird zurzeit auf der Basis der Bekanntgabe des Konzeptes und des Förderrahmens ermittelt und auf der rechtlichen Grundlage einer Versuchslizenz für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren zugelassen und gefördert werden.

### Programmmittel

Das Programm soll nichtkommerziell und werbefrei sein. Zudem sollen die Produzenten kein Entgelt für die eingereichten Beiträge erhalten. Sie müssen die Produktionen selbst finanzieren. Der Anreiz, Programmbeiträge zum Ausbildungs- und Erprobungskanal zuzuliefern, soll insbesondere durch die Attraktivität des Verbreitungsweges geschaffen werden. Den drei im Folgenden beschriebenen Gruppen sollen zunächst Möglichkeiten der Programmmittelzulieferung geboten werden:

### Institutionen der Ausbildung in Medienberufen

In NRW gibt es bereits ein bundesweit einmaliges breites Angebot im Bereich der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung im audiovisuellen Bereich, das sich durch eine hohe Qualität auszeichnet und damit zu einem wirtschaftlich bedeutenden Standortfaktor geworden ist. Derartige Einrichtungen können den neuen Ausbildungs- und Erprobungskanal nutzen, um vorhandene Programmbeiträge landesweit zu verbreiten. Diese Säule soll nicht gefördert werden, da diese Einrichtungen über ausreichende eigene Ressourcen verfügen.

### Lern- und Lehrredaktionen

Die Fähigkeit, mit und für elektronische Medien produzieren zu können, hat heute im Rahmen der Qualifikation für eine Vielzahl von Berufen – nicht nur den Medienberufen –

einen bedeutenden Stellenwert. Deshalb sollen Institutionen der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung, z. B. an Hochschulen, die medien- oder kommunikationswissenschaftliche Studiengänge anbieten, dazu motiviert werden, zur Ergänzung des wissenschaftlichen Studienangebots Lern- und Lehrredaktionen einzurichten. Dadurch soll das audiovisuelle Ausbildungsangebot der jeweiligen Institution um praktische Ausbildungselemente erweitert werden, die es im Rahmen eines wissenschaftlichen Studiums normalerweise nicht gibt.

Diese Lern- und Lehrredaktionen sollen Modellcharakter haben. Sie selbst und/oder die LfM sollen Dritten ihre Erfahrungen zur Verfügung stellen. So soll gewährleistet werden, dass auch andere Institutionen auf die jeweiligen Erfahrungen zurückgreifen können oder sich – im Optimalfall – Strukturen der Zusammenarbeit entwickeln.

In der Startphase soll in den Lern- und Lehrredaktionen die Qualifizierung der Beteiligten für die Redaktionsarbeit und die Fernsehproduktion durch die LfM gefördert werden. Im Bedarfsfall soll hierfür technisches Equipment zur Verfügung gestellt bzw. dessen Anschaffung gefördert werden. Für darüber hinausgehende Studioproduktionen sollen die Lern- und Lehrredaktionen entweder auf Technik zurückgreifen, die in der Einrichtung vorhanden ist, oder mit externen Anbietern zusammenarbeiten.

Die Möglichkeit der Förderung von Lern- und Lehrredaktionen wird von der LfM ausgeschrieben werden. Institutionen der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung, die bereit sind, derartige Redaktionen aufzubauen, können sich allein oder mit Partnern bewerben.

### Bürgergruppen

Die dritte Säule des Programms sollen Produktionen darstellen, die von Bürgergruppen zugeliefert werden können. Der Zugang zu diesem Lern- und Publikationsangebot soll weiterhin möglichst vielen Menschen in Nordrhein-Westfalen offen stehen. Sie sollen sich aufgefordert fühlen, sich zu qualifizieren und ihre Themen in die Öffentlichkeit zu bringen. Allerdings soll für den Ausbildungs- und Erprobungskanal ein Redaktionsstatut und ein Verfahren entwickelt werden, das regelt, unter welchen Bedingungen Beiträge der Bürgergruppen gesendet werden. Da es durch das Internet seit geraumer Zeit alternative Partizipationsmöglichkeiten gibt, die für den Einzelnen einfacher zu nutzen sind und sich zum Teil einer großen Popularität, wie zum Beispiel „YouTube“ erfreuen, führen Regelungen, die gewisse Anforderungen an die Qualität der Beiträge beinhalten, nicht zu einem generellen Ausschluss, so wie es in der Anfangsphase der Bürgermedien gewesen wäre.

Die bestehenden Arbeitsgemeinschaften der Offenen Kanäle in Bielefeld, Essen, Dortmund, Hamm, Marl, Münster, Paderborn und Lüdenscheid sind jedoch aufgefordert, sich an der beabsichtigten Neuausrichtung zu beteiligen.

## 2.2 Campus-Rundfunk in Nordrhein-Westfalen

### Campus-Radio

Mit der Novellierung des Landesrundfunkgesetzes LRG NW im Jahre 1995 wurden die gesetzlichen Grundlagen dafür geschaffen, Hochschulrundfunk in Nordrhein-Westfalen zu veranstalten. Diese gesetzlichen Regelungen finden sich unverändert im aktuellen Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) als ein Bestandteil der Bürgermedien wieder. In den vergangenen Jahren hat sich auf Basis des LMG NRW die vielfältigste Campus-Radiolandschaft in Deutschland entwickeln können.

Mit CT das radio aus Bochum feierte im Jahre 2007 das erste Campus-Radio in Nordrhein-Westfalen, das mit einer eigenen terrestrischen analogen UKW-Frequenz ausgestattet wurde, sein 10-jähriges Sendejubiläum. Seit dem Sendestart von CT das radio strahlen mittlerweile Radios an den Standorten Aachen, Bochum, Bonn, Bielefeld, Dortmund, Lemgo, Düsseldorf, Essen/Duisburg, Köln, Münster und Siegen auf einer terrestrischen analogen UKW-Frequenz ein eigenes 24-stündiges Programm in NRW aus.



Die Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind ehrenamtlich mit großem Engagement bei den Campus-Radios in vielfältigen Funktionen und Arbeitsbereichen (Redakteure, CvD, Chefredakteur, Vorstand, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Technik, Management etc.) aktiv. Neben der Radioarbeit sorgen sie zudem als Dozenten in Seminaren und Workshops zusätzlich für die Ausbildung des studentischen Nachwuchses. Die Vermittlung von Medienkompetenz ist dabei eine weitere Kernaufgabe, die von den Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern wahrgenommen wird.

Die Mitarbeit beim Campus-Radio bietet eine herausragende Möglichkeit für den Medien- und Nachwuchsnachwuchs, praktische Erfahrungen in der redaktionellen journalistischen Arbeit im Hörfunk zu sammeln. Zudem lernen die Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, einen Radio-Sender in eigener Regie zu führen und Verantwortung zu übernehmen. In diesem Rahmen können sie eigene Zielvorstellungen entwickeln und neue Konzepte ausprobieren. Dieser Prozess führt zu einer Aneignung von Medienkompetenz im Sinne einer kritischen und konstruktiven Auseinandersetzung mit dem eigenen Medium, seinen Aufgaben und damit auch zu einer kritischen Reflexion der Funktion und Arbeitsweise von Medien im Allgemeinen.

In der Aus- und Fortbildung bei internen und externen Seminaren werden die Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter zudem mit aktuellen Veränderungen und Entwicklungen im Umgang mit journalistischen Arbeitsprozessen (tri- und crossmediales Arbeiten/MOJOS) vertraut gemacht. Neben der journalistischen Radioarbeit im engeren Sinne werden Kompetenzen in vielen weiteren Bereichen erworben: im Redaktionsmanagement, bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, im Veranstaltungs- und Eventbereich und bei der Anwendung neuer Techniken.

Mit den praxisnahen Erfahrungen im Campus-Radio, der zielgerichteten journalistischen Aus- und Weiterbildung verbunden mit dem Erwerb von Medienkompetenz verfügen die Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter nach Beendigung ihrer Mitarbeit beim Campus-Radio über ein Qualifikationsprofil, das für den beruflichen Einstieg von großem Nutzen sein kann. Längst sind zahlreiche ehemalige Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter bei privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern oder in anderen Bereichen der Medien tätig.

Die Campus-Radios in NRW haben bislang sehr erfolgreich z. T. mehrere Generationswechsel in ihrer Campus-Radio-Geschichte vollzogen. Immer wieder finden aber auch ehemalige Hochschulfunker den Weg an ihr Campus-Radio zurück, um ihr Wissen an die nachfolgenden Generationen weiterzugeben. Durch die zielgerichtete interne/externe praktische und theoretische Ausbildung bei den Campus-Radios entsteht somit ein kontinuierlicher Erfahrungsaustausch der Campus-Radio-Generationen untereinander. Darüber hinaus übernimmt der kontinuierliche Austausch mit professionellen Expertinnen und Experten aus dem Medienbereich eine wichtige Funktion zur Qualitätssicherung und Entwicklung von Campus-Radios insgesamt. Die LfM unterstützt von Beginn an diesen Entwicklungsprozess u. a. durch die Förderung von vielfältigen Beratungs- und Seminarangeboten für die Campus-Radios in NRW. Neue Herausforderungen wie z. B. veränderte Rahmenbedingungen im Studium (kürzere Studienzeiten, Studiengebühren etc.) erfordern neue organisatorische und strukturelle Veränderungen im Redaktionsalltag und im Radiomanagement. Die durch die veränderten Rahmenbedingungen einhergehende hohe personelle Fluktuation in den Redaktionen, bis in die Leitungs- und Führungspositionen hinein, stellt bei einigen Campus-Radios eine große Herausforderung für die zukünftige qualitative und kontinuierliche Umsetzung des Programms dar. Diese und weitere zentrale Themen werden im Rahmen des alljährlich stattfindenden LfM-Campus-Radio-Tages im Hinblick auf Entwicklungsperspektiven intensiv mit den Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern diskutiert.

Die vergangenen zehn Jahre waren durch die erfolgreiche Etablierung einer vielfältigen Campus-Radio-Landschaft in NRW gekennzeichnet. Dabei haben sich die Campus-Radios in NRW als ein wichtiges Informationsmedium für die Studierenden und Hochschulangehörigen

„Gehör“ verschaffen können. Mit innovativen Musikformaten fernab des „mainstreams“ sowie zahlreichen unverwechselbaren Sendeformaten werden die Campus-Radios mit einem eigenen Profil in der Radiolandschaft wahrgenommen. Die Campus-Radios in NRW haben damit im Jahre 2007 wiederum einen wichtigen Beitrag zur Medienvielfalt in NRW und in der Vermittlung von Medienkompetenz leisten können.

### Campus-Radio-Tag

Ein Schlüssel zur Qualitätssicherung und zur Qualitätsentwicklung im Campus-Radio in NRW ist der kontinuierliche Erfahrungsaustausch zwischen den Campus-Radios untereinander. Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat daher von Beginn an den Erfahrungsaustausch der Campus-Radios mit diversen Beratungsangeboten und Veranstaltungen aktiv unterstützt. Zum mittlerweile fest etablierten alljährlich stattfindenden LfM-Campus-Radio-Tag (mit diversen Workshops, Vorträgen und Diskussionsrunden) werden je nach aktuellen Schwerpunktthemen und Inhalten internationale, nationale und nordrhein-westfälische Campus-Radio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sowie Referentinnen und Referenten aus dem professionellen Medienbereich eingeladen. Ein besonderes Merkmal der Campus-Radio-Tage stellen dabei die Partnerschaften z. B. mit dem Deutschlandfunk in den Jahren 2003, 2004 und 2007 oder den gastgebenden Campus-Radios in NRW dar. Themen wie z. B. „Kreative Programmformate“, „Perspektiven im Campus-Radio“, „Vermarktungsmöglichkeiten von Wissenschaftsthemen“, „Musik-Specials“, „Personalmanagement im Campus-Radio“, „Chancen für den beruflichen Einstieg“, „Campus-Radios in der digitalisierten Welt“ u. v. m. sind mit internationalen Campus-Radio-Vertreterinnen und -Vertretern aus den USA, Frankreich, Großbritannien, der Slowakei, der Tschechischen Republik, Slowenien und Österreich mit einem vielfältigen Meinungsspektrum und unterschiedlichen Herangehensweisen diskutiert worden. Im Jahr 2000 ermöglichte es die LfM zudem fünf Campusfunkern aus NRW, sich bei einem dreiwöchigen Aufenthalt in Kalifornien einen Eindruck der College-Radio-

Szene vor Ort in Los Angeles, San Diego, Mission Viejo und Santa Barbara zu verschaffen. Diese Eindrücke gab die Gruppe später im Rahmen des Campus-Radio-Tages 2000 in Düsseldorf und mittels einer eigens produzierten CD an ihre nordrhein-westfälischen Kolleginnen und Kollegen weiter.



Aus Anlass des 10-jährigen Sendejubiläums von CT das radio wurde der Campus-Radio-Tag 2007 an der Ruhr-Universität in Bochum durchgeführt. Vor den zahlreich versammelten Gästen stellte sich u. a. NRW-Innovationsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart in einem Programmpunkt den Fragen der Studentinnen und Studenten. Einmal mehr trug der Campus-Radio-Tag zum Erfahrungsaustausch mit den Kolleginnen und Kollegen der Campus-Radios in NRW sowie aus weiteren Bundesländern bei. Einmal mehr wurde von den Campus-Radios die Gelegenheit wahrgenommen, Kontakte zu knüpfen sowie den eigenen Campus-Radio-Nachwuchs in der Campus-Radio-Szene „bekannt zu machen“.

### LfM-Campus-Radio-Preis

Im Rahmen des LfM-Campus-Radio-Tages 2007 wurden bereits zum sechsten Male in Folge die LfM-Campus-Radio-Preise als Anerkennung für Programmleistungen im nordrhein-westfälischen Campus-Radio vergeben. Die LfM-Campus-Radio-Preisverleihung ist alljährlich ein Spiegelbild für die programmliche Qualität und programmliche Entwicklung in den Campus-Radios. Die Campus-Radio-Jury hat, so die Vorsitzende Gudrun Gehl (Chefredakteurin Radio 90,1), „... auch in diesem Jahr wiederum einen Anstieg von qualitativ hochwertigen Einsendungen für den Wettbewerb feststellen können.“ Insgesamt wurden sechs Preise von der Jury



in den Kategorien „Wissenschaft“, „Moderation“, „Hochschule“ und „Beste Spezialsendung“ vergeben. LfM-Direktor Norbert Schneider sagte bei der Verleihung, die Preisträger und ihre Beiträge seien ein hervorragender Nachweis der Qualität im Campus-Radio: „Das Campus-Radio hat Nordrhein-Westfalen in den zehn Jahren seiner Entwicklung zu dem lebendigsten Standort in Deutschland gemacht. Die Verdienste der Hochschulradios in Sachen Ausbildung und Qualität können nicht hoch genug eingeschätzt werden.“ Weitere Informationen zum LfM-Campus-Radio-Preis unter [www.lfm-nrw.de/hoerfunk/campusradio/campusradiopreis2007](http://www.lfm-nrw.de/hoerfunk/campusradio/campusradiopreis2007).

### Fort- und Weiterbildung – wichtige Eckpfeiler der Medienqualifikation und Weiterentwicklung der Campus-Radios

Die LfM hat die Campus-Radios mit vielfältigen Fort- und Weiterbildungsangeboten in 2007 unterstützt. Neben den spezifischen auf die Zielgruppe der Campus-Radios ausgerichteten Seminarangeboten an der Deutschen Hörfunkakademie wurden weitere

Seminare zum Thema „Aircheck“ und „Journalistische Darstellungsformen“ mit externen Fachreferentinnen und Fachreferenten in der LfM für die Campus-Radios angeboten. Darüber hinaus unterstützte die LfM Seminare der Vereinigung CampusRadios NRW e.V., die in eigener Regie und in eigener Verantwortung von den Campus-Radios u. a. in Düsseldorf und Münster durchgeführt wurden. Der Bedarf an Fort- und Weiterbildungsangeboten ist mit der gestiegenen Fluktuation in den Campus-Radios sowie mit der wachsenden Anzahl von Campus-Radios in NRW weiter angestiegen. Die große Resonanz sowie das große Engagement der Studierenden zeigen, dass die kontinuierlichen Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen wichtige Eckpfeiler für die Medienqualifikation sowie für die Weiterentwicklung der Campus-Radios darstellen.

Die Beratungsangebote der LfM tragen nicht nur zur Förderung der Medienkompetenz einzelner Studierender bei, sondern sie unterstützen die Hochschulradios strukturell in der Entwicklung und Vermittlung von Medienkompetenz.

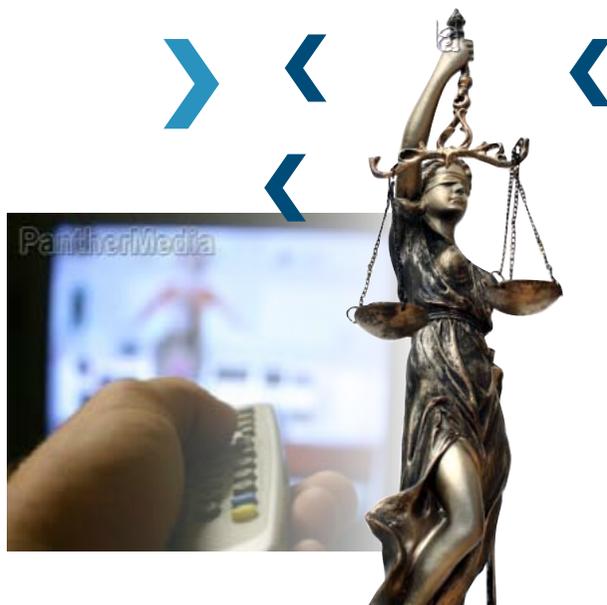
Die kontinuierliche Beratung der LfM für die Campus-Radios in NRW ist deshalb so wichtig, weil die Campus-Radios zum einen nur über begrenzte Ressourcen verfügen und zum anderen auf das Engagement der im Campus-Radio zumeist ehrenamtlich tätigen Studierenden angewiesen sind – ein Engagement, das neben den persönlichen Aspekten einen nicht zu unterschätzenden (hochschul-)gesellschaftlichen Beitrag leistet, der gerade in der heutigen Zeit und unter den aktuellen Studien-Rahmenbedingungen nicht selbstverständlich ist.



## IV. MEDIENNUTZERSCHUTZ in NRW

Beschwerderechte von Rundfunkteilnehmern  
im Rundfunk und Internet \_\_\_\_\_ 132|  
*Dr. Meike Isenberg*





# Beschwerderechte von Rundfunkteilnehmern im Rundfunk und Internet

Dr. Meike Isenberg

**W**ie viel Werbung muss ich ertragen? Wie kann ich mich gegen die Abzocke in Call-In-Shows wehren? Dürfen Gewalt verherrlichende Seiten im Internet frei zugänglich sein? Auf diese und weitere Fragen gibt die neue LfM-Broschüre „Mediennutzerschutz. Beschwerderechte für Fernsehen, Hörfunk und Internet“ verständliche Antworten. Und: Mediennutzerinnen und Mediennutzer werden dabei unterstützt, Rundfunk und Internet mit kritischen Augen zu begleiten und sich so an der Qualitätskontrolle der Medien zu beteiligen. Die Broschüre klärt über die Rechte auf, die jeder einzelne verfolgen kann, so beispielsweise das Einreichen von Beschwerden bei Verstößen. Die neue Broschüre erklärt praxisnah, wie eine Beschwerde formuliert werden sollte und an wen diese zu richten ist. Ebenso wird erläutert, wie bei Verletzungen von Persönlichkeitsrechten zu verfahren ist.

## Warum Mediennutzerschutz?

Die Förderung des Mediennutzerschutzes ist eine gesetzliche Aufgabe der LfM. Sie verfolgt mehrere Ziele: Einerseits soll durch Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz erreicht werden, dass Mediennutzer sich durch kompetente und selbstbestimmte Nutzung der Medien schützen können. Andererseits sollen Mediennutzer über ihre Rechte als Rundfunkteilnehmer informiert werden – und auch darüber, wie sie diese Rechte durchsetzen können. Zudem will die LfM einzelnen Nutzern und Vertretern von Interessengruppen aufzeigen, wie und wem gegenüber sie ihre Betroffenheit und Kritik zu einzelnen Angeboten äußern können. Denn nur, wenn Interessen und Kritik öffentlich artikuliert werden, können sie auch gesellschaftlich wirksam werden. Neben der Aufklärung über die wichtigsten Rechte von Mediennutzern informiert die Broschüre darüber hinaus über Möglichkeiten des öffentlichen Meinungsaustauschs mit anderen Nutzern, wie etwa über einschlägige Internetplattformen.

Die Broschüre soll so insgesamt einen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz, insbesondere der Medienkritik, leisten, zum öffentlichen Diskurs über Medien und ihre Inhalte ermutigen und dem Mediennutzer verständlich die Möglichkeiten aufzeigen, über die er verfügt, wenn er sich in seinen Rechten durch Medien betroffen fühlt.

## Geschmackssache oder Rechtsverstoß?

Zuschauern, Hörern und Internetnutzern stehen eine Reihe von Rechten zu, um einerseits ihre Interessen zu wahren und zugleich zu helfen, die Qualität der Medien zu gewährleisten. Die Broschüre will Mediennutzer dafür sensibilisieren und qualifizieren, rechtswidrige Inhalte erkennen zu können. Es gilt im Einzelfall zu unterscheiden, denn nicht jede subjektiv empfundene Geschmacklosigkeit im Fernsehen, Radioprogramm und im Internet ist gleich ein Rechtsverstoß.

Insbesondere folgende Rechtsbereiche werden in der Broschüre, jeweils anhand eines an der Aufsichtspraxis der LfM orientierten Fallbeispiels, erläutert:

Anlass zur Beschwerde kann beispielsweise eine massive Missachtung der Menschenwürde oder des Jugendschutzes bieten. Fernsehzuschauer und auch Radiohörer fühlen sich manchmal durch Gewinnspiele und so genannte Call-In-Shows abgezockt. Die Grenze des Legalen ist hier durch klare Regeln (Gewinnspielregeln) abgesteckt. Gleiches gilt für den Werbebereich und das Sponsoring (Werberichtlinien). Im Sinne des Staatsschutzes gibt es Inhalte, die nicht über den Rundfunk verbreitet werden dürfen. Hierzu zählen beispielsweise Kriegsverherrlichung, Nazi-Propaganda und Volksverhetzung. Die Qualität der Medien

soll durch verschiedene Programmgrundsätze im Rundfunk – beispielsweise journalistische Sorgfaltspflicht – gewahrt werden.

### Rechtliche Instrumente und öffentliche Artikulation



Die zum Großteil aus der Aufsichtspraxis der LfM stammenden Fallbeispiele sollen es dem Mediennutzer ermöglichen, die abstrakten, oft unbestimmten Rechtsbegriffe, die von Fachleuten und Medien oft wie selbstverständlich verwendet werden, besser verstehen zu können. Darüber hinaus werden auch die verschiedenen rechtlichen Instrumente vorgestellt, die dem Rundfunkteilnehmer zur Verfügung stehen. Dabei wird insbesondere die für viele Mediennutzer immer noch unbekannt Möglichkeit der Programmbeschwerde als ein wichtiges Instrument des Mediennutzerschutzes erläutert. Zudem wird dargestellt, welche Institutionen bei welchen Rechtsverletzungen Adressaten einer Beschwerde oder eines Hinweises sein können.

Im zweiten Teil der Broschüre wird zudem der Aspekt der öffentlichen Artikulation in den Mittelpunkt gerückt. Dabei wird u. a. der Frage nachgegangen, wie und wo Kritik und Hinweise zu Sendungen und Internetangeboten über Internetforen und Weblogs platziert werden können. Nicht zuletzt wird aber dort auch die Medienbildung durch den Erwerb von Medienkompetenz aufgegriffen.

### Alle Infos auf einen Blick

Vor dem Hintergrund des sehr großen Erfolgs der Broschüre (die erste Auflage war innerhalb kürzester Zeit vergriffen, sodass mittlerweile die zweite Auflage erschienen ist) hat die LfM nun deren zentralen Inhalte und Fragestellungen in kürzester Form und sprachlich leicht zugänglich als Flyer aufbereitet. Der Flyer informiert den Leser anhand von zehn Fragenfeldern aus dem Medienalltag. Die Erläuterung erfolgt ausgehend von Situationen, die jeder kennt: „Ständig stößt man im Internet auf Sex-Seiten. Meine Kinder sollen damit nicht ungewollt konfrontiert werden!“, „Bei diesen Call-In-Shows bin ich noch nie durchgekommen, obwohl angeblich niemand anruft. Zahlen muss ich trotzdem. Das ist doch purer Betrug!“ oder „Die ständigen Werbeunterbrechungen! Inzwischen zeigen manche Sender fast mehr Werbung als Programm!“.



Der Flyer bietet somit auf einen Blick Informationen über die wichtigsten Rechtsverstöße im Rundfunk und Internet und eignet sich sowohl in besonderer Weise für den Einsatz in der Eltern- und Jugendarbeit als auch für die Qualifizierung von Multiplikatoren oder allgemein zur Selbstlektüre interessierter Bürgerinnen und Bürger.

### Mediennutzerschutz im Netz

Über die Homepage der LfM besteht darüber hinaus jetzt die Möglichkeit, Hinweise weiterzugeben und Internet- und Programmbeschwerden einzureichen ([www.lfm-nrw.de/aufsicht/beschwerde.php](http://www.lfm-nrw.de/aufsicht/beschwerde.php)).

Die Broschüre und der Flyer „Mediennutzerschutz. Beschwerderechte für Fernsehen, Hörfunk und Internet“ können kostenfrei über den Warenkorb der LfM bezogen werden. Darüber hinaus stehen beide Publikationen als PDF-Dokument zum Download auf den Seiten der LfM zur Verfügung.

### Bibliographische Angaben (Broschüre):

Mediennutzerschutz. Beschwerderechte für Fernsehen, Hörfunk und Internet.

Herausgegeben von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM).

Autoren: Prof. Dr. Bernd Holznagel (Universität Münster), Thorsten Ricke, Isabel Simon.

ISBN 978-3-940929-05-1

2., akt. Aufl., 109 Seiten. Düsseldorf 2008.

V.

## FÖRDERUNG DER AUS- UND FORTBILDUNG IN MEDIENBERUFEN

*Peter Schwarz, Dr. Peter Widlok*

1. AV-Gründerzentrum NRW Gmb \_\_\_\_\_ 138 |
2. „Antenne Deutsch/Land“  
– Internationaler Journalisten-Austausch \_\_\_\_\_ 140 |
3. Qualifizierungsangebot  
„Journalistische Recherche im Internet“ \_\_\_\_\_ 143 |
4. Deutsche Hörfunkakademie GmbH \_\_\_\_\_ 145 |





### Förderung der Aus- und Fortbildung in Medienberufen

Die LfM fördert die journalistische Aus- und Fortbildung im lokalen Hörfunk sowie im Fernsehen. Aus Sicht der LfM ist es von grundsätzlicher Bedeutung für das Mediensystem, dass die Qualität der journalistischen Ausbildung gefördert und sichergestellt wird.

## 1. AV-Gründerzentrum NRW GmbH

**Z**iel des AV-Gründerzentrums ist die Förderung von Existenzgründungen junger Unternehmen der AV-Branche als Investition in die Zukunft des Medienstandortes Köln/NRW.

Seit Anfang Mai 2006 hat die AV-Gründerzentrum NRW GmbH ihren Betrieb in Köln-Mülheim mit der Aufgabe aufgenommen, Existenzgründerinnen und Existenzgründer und Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer im Bereich der Film- und Fernsehproduktionen gezielt finanziell zu fördern und zu professionalisieren (siehe auch [www.av-gruenderzentrum.de](http://www.av-gruenderzentrum.de)).



Über ein Stipendienmodell wurden in den Jahren 2006 und 2007 jeweils zehn Unternehmen mit insgesamt 32 Gründerinnen und Gründern mit Mitteln der Staatskanzlei NRW, der Landesanstalt für Medien NRW, der Filmstiftung NRW GmbH, der Stadt Köln, der Sparkasse KölnBonn und der VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten mbH unterstützt. Sie erhalten einen einjährigen Zuschuss zu den Betriebsmittelkosten in Höhe von maximal 10.000 € je Unternehmen sowie ein umfangreiches auf die Bedürfnisse von Medienunternehmen zugeschnittenes Beratungs- und Coachingprogramm. Im Januar 2008 startete das dritte Förderjahr des AV-Gründerzentrums mit der Förderung von weiteren zehn jungen Unternehmen.

Im Gegensatz zu klassischen Gründerzentren bietet das AV-Gründerzentrum selbst keine Mietflächen an, vielmehr können die geförderten Gründerinnen und Gründer ihren Betriebsitz frei in NRW wählen. Dies hat zur Folge, dass keine Investitionskosten für die Errichtung eines Gründungszentrums entstanden sind. Somit kommt der wesentliche Anteil der zur Verfügung stehenden Mittel in Form von Stipendien und Beratung direkt den Existenzgründerinnen und Existenzgründern zugute.



Das AV-Gründerzentrum schließt eine Lücke im Angebotsspektrum der Existenzgründungsberatung.

Im Rahmen des Stipendiums werden die jungen Unternehmen für die Dauer eines Jahres gefördert. Die Erfahrungen mit Existenzgründungen allgemein zeigen jedoch, dass es gerade während der ersten fünf Jahre der Marktpräsenz noch einige kritische Phasen zu bewältigen gilt. Im AV-Gründerzentrum sollte es daher auch für diesen Zeitraum Hilfestellungen geben, damit eine Bestandssicherung ermöglicht und nicht zuletzt auch ein Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen geleistet wird.



## 2. „Antenne Deutsch/Land“ – Internationaler Journalisten- austausch

Seit 1993 engagiert sich die LfM im Rahmen eines internationalen Journalisten-austausches für die Fortbildung von Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten. Ziel des internationalen Journalistenprogramms ist es, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, sich u. a. mit Kolleginnen und Kollegen der Lokalradios auszutauschen, das private Hörfunksystem in NRW kennenzulernen, Kenntnisse der digitalen Produktionstechniken zu vertiefen sowie ein informelles Netzwerk zwischen den Lokalsendern und den internationalen Journalistinnen und Journalisten aufzubauen.

Die LfM hat in der Anfangsphase eine stärker koordinierende und vermittelnde Funktion eingenommen. So wurden Kontakte, u. a. über die Mitgliedschaft in der AMARC (World Association of Community Radio Broadcasters), zu internationalen Verbänden und Radio-stationen geknüpft und Praktikumsstellen bei den Lokalradios in NRW vermittelt.

Neben Radiojournalistinnen und Radiojournalisten aus den USA und Großbritannien nahmen in den ersten Jahren Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten aus Estland, der Slowakei und der Ukraine an dem damals noch recht unstrukturierten Programm teil.

### „Antenne Deutsch/Land“ – zum zehnten Mal

Im Jahre 1999 wurde dann das Fortbildungsprogramm „Antenne Deutsch/Land“ für internationale Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten etabliert, um einer wachsenden Nachfrage nachzukommen. Die qualitative und quantitative Ausweitung des Angebots konnte durch die Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut e. V. und der Unterstützung zunächst des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung und später des Auswärtigen Amts realisiert werden.

Das von der LfM initiierte Fortbildungsangebot „Antenne Deutsch/Land“, das im Jahr 2008 zum zehnten Mal startet, richtet sich insbesondere an Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten aus Mittel-, Südost- und Osteuropa (MSOE) sowie Zentralasien. Insgesamt haben bisher mehr als 100 Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten aus fast 30 Ländern (u. a. Albanien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Estland, Georgien, Serbien, Kasachstan, Kirgistan, Kroatien, Lettland, Litauen, Mazedonien, Mongolei, Polen, Rumänien, Russland, Montenegro, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Türkei, Ungarn, Ukraine, Usbekistan und Weißrussland) daran teilgenommen.

Im Rahmen des rund vierwöchigen Programms absolvieren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zunächst ein zweiwöchiges Seminar „Medienlandschaft/-strukturen/-sprache (in) Deutsch(land)“, dazu ein Seminar an der Deutschen Hörfunkakademie und ein mehrtägiges Praktikum bei einem Lokalsender in NRW. Bestandteil des umfangreichen Rahmenprogramms sind zudem Besuchs- und Gesprächstermine bei radio NRW, dem WDR und der Deutschen Welle sowie Exkursionen zum Beispiel nach Berlin (Besuch des Auswärtigen Amts und des Bundespresseamts; Besuch beim Privatsender „Berliner Rundfunk“ und beim RBB).

Das Fortbildungsprogramm „Antenne Deutsch/Land“ trägt wesentlich zur Weiterbildung und Stärkung der Medienkompetenz bei den Kolleginnen und Kollegen aus Osteuropa und Zentralasien sowie zum Erfahrungsaustausch mit den Lokalredaktionen in NRW bei. Die Seminarteilnehmer sind als Rundfunk-Redakteure wichtige Multiplikatoren, die ihre Eindrücke und Erfahrungen in vielfältiger Form weitergeben.

Die Funktionsweise des dualen Mediensystems sowie der praxisnahe Erfahrungsaustausch mit dem privaten Hörfunk in NRW bilden daher zentrale Bausteine in den einzelnen Ausbildungsphasen. Der politische und wirtschaftliche Transformationsprozess ist in den Ländern der genannten Regionen weiter in der Entwicklung. Zu beobachten ist ebenfalls, dass sich dieser Prozess der Demokratisierung in einigen Ländern der Regionen noch nicht vollständig entfalten konnte. Der verantwortungsvolle Umgang mit den Medien sowie die unabhängige journalistische Arbeit in den Medien spielen in diesem Prozess eine zentrale

Rolle. Die LfM will diesen Prozess unterstützen – mit Hilfe der beteiligten Lokalsender und den anderen Partnern.

#### Alumni-Treffen „Antenne Deutsch/Land 2007“

Zum ersten Mal fand im Herbst 2007 ein Alumni-Treffen statt, zu dem ehemalige Teilnehmer nach Berlin eingeladen wurden. Die rund 40 ehemaligen und neun „aktuellen“ Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten über journalistische Standards, über die Zukunft des Radios und über Arbeitsmöglichkeiten in Osteuropa. Das Auswärtige Amt stellte für das Treffen den „Welt-saal“ zur Verfügung.



Staatsminister Gernot Eiler sagte bei der Begrüßung, das Auswärtige Amt werde auch künftig „Antenne Deutsch/Land“ unterstützen. „Der Integrationsprozess geht weiter,

und deshalb ist Antenne Deutsch/Land auch so wichtig. Die Journalistinnen und Journalisten lernen das deutsche Mediensystem kennen. Dazu gehören freie und unabhängige Medien.“ Eiler erinnerte an die russische Journalistin Anna Politkowskaja, die im Herbst 2006 in Moskau ermordet wurde und sagte: „Nichts hat sich so negativ ausgewirkt auf das Image von Russland wie der immer noch nicht aufgeklärte Mord an Anna Politkowskaja.“

LfM-Direktor Norbert Schneider sagte: „Wir haben dieses Angebot der Fortbildung nie als die Belehrung derer verstanden, die wissen, was geht, für die, die es nötig haben. Was wir den inzwischen fast hundert Journalistinnen und Journalisten zeigen wollten, neben dem, was man gemeinhin Land und Leute nennt, ist ein mögliches Modell von Rundfunk, auch von gesellschaftlicher Kommunikation, das seine eigenen Voraussetzungen hat.“



## 3. Qualifizierungsangebot „Journalistische Recherche im Internet“

Die Recherche gehört zur Substanz journalistischer Arbeit. Hierbei gewinnt das Internet immer mehr an Bedeutung. Doch welche computergestützten Mittel nutzen Journalistinnen und Journalisten, und wie kritisch und reflektiert finden die Online- und Suchmaschinen-Recherchen statt? Welchen Einfluss haben sie auf die Qualität der journalistischen Leistungen?

Im Rahmen der Studie „Journalistische Recherche im Internet“ ist die Landesanstalt für Medien NRW diesen Fragen nachgegangen.

Mit der breit angelegten Untersuchung wurde erstmals großflächig das Thema Online-Recherche in deutschen Zeitungs-, Fernseh-, Hörfunk- und Internetredaktionen unter die Lupe genommen. Schnell wurde deutlich, dass die Recherche im Internet für Journalistinnen und Journalisten zunehmend an Bedeutung gewinnt. Insbesondere die Schnelligkeit der Informationsbeschaffung und die Vielfalt der Informationen bieten erhebliche Vorteile.

Doch aus veränderten Rahmenbedingungen in Redaktionen erwachsen auch Risiken und Qualitätsmängel. So findet innerhalb der journalistischen Arbeit eine Überprüfung

von Onlinequellen nur selten statt. Und: Journalistinnen und Journalisten greifen bei ihrer Recherche im Netz vornehmlich auf andere journalistische Erzeugnisse zurück anstatt auf Primärquellen wie Websites von politischen, wissenschaftlichen oder kulturellen Einrichtungen.

Prof. Dr. Marcel Machill von der Universität Leipzig, der die Studie im Auftrag der LfM geleitet hat, beobachtet in diesem Zusammenhang eine gesteigerte Selbstreferentialität im Journalismus: „Computergestützte Recherche macht es den Medienschaffenden noch einfacher, schnell nachzuschauen, was die Kollegen zu einem aktuellen Thema erarbeitet haben.“

Die journalistische Aus- und Weiterbildung gerade im Onlinebereich stellt jedoch einen wesentlichen Faktor zur Qualitäts- und Zukunftssicherung im Journalismus dar. Gerade die Recherchekompetenz ist eine journalistische Schlüsselqualifikation. Sie stellt die qualitative Basis für die Produktion journalistischer Inhalte dar.

Bislang – so ein Ergebnis der Studie – eignen sich Journalistinnen und Journalisten Onlinerecherchefertigkeiten hauptsächlich autodidaktisch an, die wenigsten haben eine spezielle Weiterbildung zu Onlinerecherchen im weitesten Sinne genossen.

Mit Blick auf die hier aufgezeigte Problematik empfiehlt es sich, die Recherchekompetenz bei der journalistischen Aus- und Fortbildung in den Fokus zu rücken. Die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) prüft vor diesem Hintergrund die Entwicklung von Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich der journalistischen Recherchekompetenz. Es gilt, die notwendigen instrumentellen bzw. handwerklichen Fertigkeiten für die journalistische Informationsbeschaffung und -überprüfung zu erlernen und fortwährend weiter zu formen. Eine ständige, zielgerichtete Weiterbildung, die sich nicht nur auf Autodidaktismen verlässt, könnte neben einer besseren journalistischen Qualität auch zu mehr Effizienz bei Arbeitsabläufen der Recherche führen.



## 4. Deutsche Hörfunkakademie GmbH

**D**ie Förderung von Lehrveranstaltungen für Journalistinnen und Journalisten im Bereich des Hörfunks zählt nach § 88 LMG NRW zu den Aufgaben der LfM.

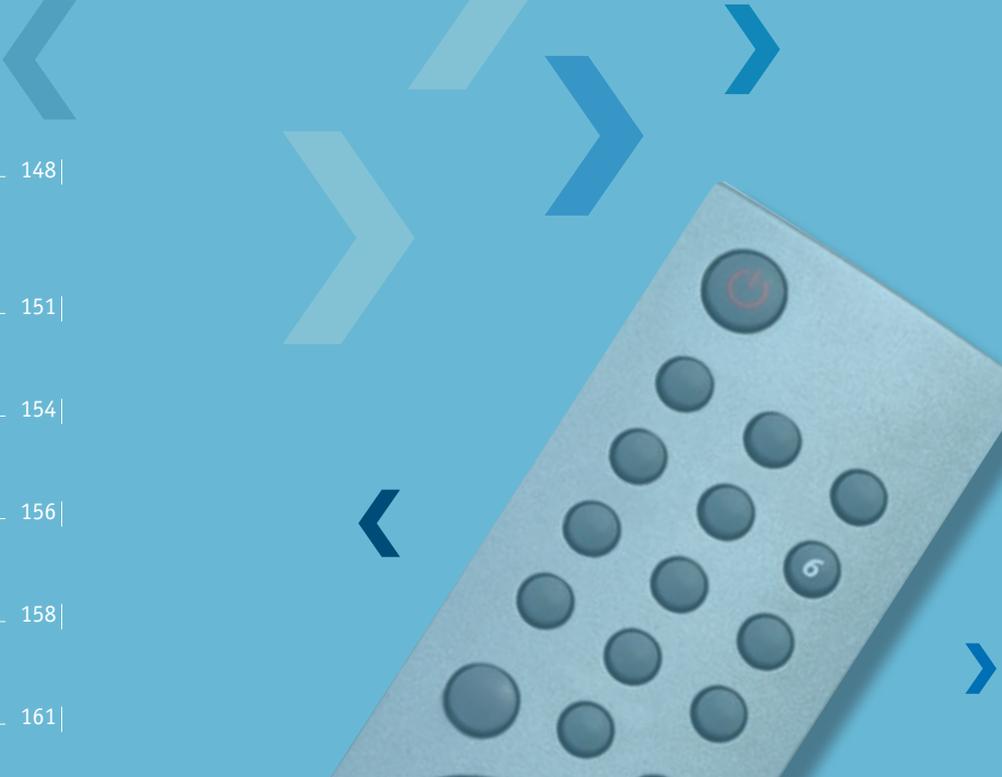
Vor diesem Hintergrund wurde die Deutsche Hörfunkakademie GmbH im Jahr 1994 als eine Aus- und Fortbildungseinrichtung gegründet, die Lehrveranstaltungen für Journalistinnen und Journalisten und sonstige Fachkräfte der Medienbranche – hier insbesondere aus dem Bereich des Hörfunks – anbietet. Dies umfasst auch Spezialausbildungen im Bereich Bürgermedien nach dem Landesmediengesetz (LMG) NRW.

Zum Angebotsprofil der Deutschen Hörfunkakademie gehören Moderations- und Nachrichtentrainings, Workshops zur strategischen Programmplanung sowie Kreativitäts- und Kommunikationstrainings für Chefredakteure und Mitarbeiter mit Führungsaufgaben. Darüber hinaus hält sie Angebote für die Volontärsausbildung und die Qualifizierung von freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der NRW-Lokalradios sowie für Studierende, die in den Campus-Radios in NRW aktiv sind, bereit und organisiert im Rahmen der jährlich stattfindenden LfM-Hörfunkpreisverleihung den Medien Dialog NRW. Zusammen mit weiteren europäischen Partnern hat die Deutsche Hörfunkakademie an der Entwicklung eines Qualifizierungskonzeptes für Lokalfunkjournalistinnen und Lokalfunkjournalisten in Europa gearbeitet und mit dem Bildungszentrum BürgerMedien e. V. ein Qualitätsmanagementverfahren für Radiowerkstätten entwickelt.

Die LfM hält neben den beiden weiteren Gesellschaftern WDR und radio NRW eine 33,3 prozentige Beteiligung an der Deutschen Hörfunkakademie. Allerdings bereiten die drei Gesellschafter eine Veränderung ihrer bisherigen Aktivitäten in der journalistischen Aus- und Weiterbildung vor. Sie analysieren zurzeit den Bedarf an Fördermaßnahmen in ihrem jeweiligen Bereich und werden neue Wege finden müssen, dem veränderten Nachfragebedarf (In-House-Schulungen, dezentrale Angebote etc.) gerecht zu werden. Für die Deutsche Hörfunkakademie bedeutet dies, dass sie ihre Arbeit in der bisherigen Form nicht weiterführen kann und voraussichtlich ihren Geschäftsbetrieb einstellen muss.

**VI.**

# AUFBAU UND SICHERUNG VON MEDIENKOMPETENZ- FÖRDERNDEN INFRASTRUKTUREN



1. **Adolf-Grimme-Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH** \_\_\_\_\_ 148 |  
*Friedrich Hagedorn*
  2. **ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH** \_\_\_\_\_ 151 |  
*Jennifer Jahnke*
  3. **RTL Journalistenschule GmbH** \_\_\_\_\_ 154 |  
*Leonhard Ottinger*
  4. **Bildungszentrum BürgerMedien e. V.** \_\_\_\_\_ 156 |  
*Ronald Senft*
  5. **Internet-ABC e. V.** \_\_\_\_\_ 158 |  
*Mechthild Appelhoff*
  6. **Programmberatung für Eltern e. V.** \_\_\_\_\_ 161 |  
*Bidjan Vakili*
  7. **Erfurter Netcode e. V.** \_\_\_\_\_ 163 |  
*Prof. Dr. Burkhard Fuhs*
- 



# 1. Adolf-Grimme-Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH

*Friedrich Hagedorn*

Das Adolf-Grimme-Institut zählt zum Kreis renommierter Forschungs- und Dienstleistungseinrichtungen, die sich mit Fragen der Medienqualität, der Medienbildung und der Medienkommunikation befassen. Seine Aufgaben liegen in der Beobachtung, Analyse und Bewertung von Medienangeboten und Entwicklungen – vom Fernsehen über den Hörfunk bis zu Multimedia und Internet –, in der Erschließung neuer Möglichkeiten der Mediennutzung sowie im Kompetenz- und Wissenstransfer zwischen den gesellschaftlichen Gruppen. Arbeitsbereiche des Adolf-Grimme-Instituts sind:

- der Adolf-Grimme-Preis als wichtigste Auszeichnung für Qualitätsfernsehen in Deutschland
- der Grimme Online Award als anerkannter Qualitätspreis für publizistische Internet-Angebote
- Grimme-Bildung mit Modellprojekten und Serviceangeboten in den Bereichen Online-Kommunikation, Mediennutzung und -beratung, Medienkompetenz-Vermittlung, nachhaltige Kommunikation
- Grimme-Forschung mit Studien und Expertisen zur Programmentwicklung und Mediennutzung
- die Grimme-Akademie als praxis- und serviceorientierter Partner der Medienbranche – mit gezielten Fortbildungsangeboten vor allem an Fernsehmacher
- regelmäßige sowie aktuelle Veranstaltungen und Veröffentlichungen

Gesellschafter der Adolf-Grimme-Institut Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH sind gegenwärtig neben der LfM der Deutsche Volkshochschul-Verband e. V., der Westdeutsche Rundfunk, das Zweite Deutsche Fernsehen, die Filmstiftung NRW und die Stadt Marl. Das Adolf-Grimme-Institut ist eine gemeinnützige Gesellschaft.

Insbesondere im Referat Grimme-Medienbildung bündeln sich die Aktivitäten des Instituts, die der qualifizierten Mediennutzung in Bildung und Kultur dienen und einen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz leisten.

### Grimme-Medienbildung

Das Referat konzipiert und realisiert Modell-Projekte, Studien, Serviceangebote und Veranstaltungen für eine qualifizierte Mediennutzung und Medienkommunikation; erarbeitet mediendidaktische Konzepte und neue mediale Präsentations- und Vermittlungsformen; richtet sich an Beschäftigte und Einrichtungen aus Kultur, Bildung und Medien, an private Unternehmen und öffentliche Institutionen, an Repräsentanten aus Politik, Kultur und Wirtschaft.

### Arbeitsbereiche und Projekte

**Vermittlung von Online-Kompetenzen:** Eine wichtige Orientierung sowohl für die Anbieter und Akteure als auch für die Nutzer des Internets liefern die Auszeichnungen des Grimme Online Award, der Grimme-Preis für publizistische Qualität im Netz, der im Jahr 2007 bereits zum siebten Mal verliehen wurde und als einer der wichtigsten Internet-Preise im deutschsprachigen Raum Anerkennung gefunden hat. Mit ausgewählten Webtipps aus dem Grimme Online Award wurde eine umfangreiche pädagogische Handreichung erstellt. Für den Einstieg in die Online-Welt betreut Grimme-Bildung seit 2005 das Projekt Internet-ABC, das sich als werbefreie Plattform an Kinder von fünf bis zwölf Jahren, an Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen richtet.

 [www.grimme-online-award.de](http://www.grimme-online-award.de)

 [www.grimme-institut.de/html/index.php?id=624](http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=624) (Handreichung Webtipps)

 [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)

**Begleitung von Fernsehen und Hörfunk:** Ein herausragendes Projekt in diesem Bereich ist „LernZeit.de“ als umfassender Service in Sachen Lernen und Bildung. Hier werden – auch in Kooperation mit dem Schulportal des WDR – alle wissenswerten Programmangebote des WDR thematisch aufbereitet und mit ergänzenden Materialien und Zusatzinformationen versehen. Neu ist ein spezielles Angebot an Bildungs-Podcasts, das in Kooperation

mit den Landesmedienzentren zur Verfügung gestellt wird. Vor allem an TV-Akteure richtet sich eine Workshop-Reihe zur Nachhaltigkeit zukünftiger Programmformate, die zusammen mit der Grimme-Akademie veranstaltet wird. Und zum Thema Fernsehgeschichte wird die bereits vor einigen Jahren herausgegebene CD-ROM BildBox nunmehr für eine DVD-Version umfassend erweitert und aktualisiert.

- [www.lernzeit.de](http://www.lernzeit.de)
- [www.schule.wdr.de](http://www.schule.wdr.de)
- [www.grimme-institut.de/html/index.php?id=107#c1](http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=107#c1) (Workshops TV-Zukunft)
- [www.grimme-institut.de/html/index.php?id=23](http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=23) (DVD Fernseh-Geschichte)

**Service-Angebote zur Medienbildung:** Ein kontinuierliches Informations- und Service-Angebot bietet der im Auftrag der LfM betreute „Medienpädagogische Atlas NRW“ mit einem kompakten Überblick über Einrichtungen, Initiativen, Gruppen und Vereine, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch aktiv sind und mit ihren Angeboten Medienkompetenz vermitteln. Seit dem Frühjahr 2006 hat die LfM außerdem das Grimme-Institut mit der „Initiative Eltern+Medien“ beauftragt, ein Projekt zur umfassenden Referenten-Qualifizierung und Koordination von Eltern-Veranstaltungen zu zentralen Themen kindlicher und jugendlicher Mediennutzung. Bereits 2007 konnten so über 300 Elternabende organisiert werden – und die Nachfrage ist bei Weitem nicht gedeckt. Unmittelbar für den Einsatz im Unterricht und in der außerschulischen Bildung wurde ein umfangreiches Medienpaket, mit dem Titel „Schlagzeilen“, zum Thema „Boulevardberichterstattung“ erarbeitet (ebenfalls im Auftrag der LfM). Die außerordentlich hohe Resonanz bestätigt die Wichtigkeit von konkreten medienkritischen Unterrichtshilfen zu aktuellen Themen und Formaten der Mediennutzung.

- [www.medienkompetenz-atlas-nrw.de](http://www.medienkompetenz-atlas-nrw.de)
- [www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)
- [www.lfm-nrw.de/medienkompetenz\\_neu/infos\\_projekte/boulevardbericht.php3](http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/boulevardbericht.php3)

**Kontakt:**

Adolf-Grimme-Institut  
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH  
Eduard-Weitsch-Weg 25  
45768 Marl  
Tel.: 02365 9189-0  
Fax: 02365 9189-89  
E-Mail: [info@grimme-institut.de](mailto:info@grimme-institut.de)

- [www.grimme-institut.de](http://www.grimme-institut.de)



## 2. ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH

*Jennifer Jahnke*

Die ecmc GmbH ist ein Dienstleistungs- und Beratungshaus für Kompetenzentwicklung und Neue Medien. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung von Medienkompetenz an breite Bevölkerungsschichten. Hierzu entwickelt das ecmc Handlungsoptionen und innovative Lösungen, die im intensiven Dialog mit Auftraggebern und Kooperationspartnern umgesetzt werden.

Medienkompetenz zu fördern und zu entwickeln heißt für das ecmc, Konzepte zum Leben, Lernen und Arbeiten in der Wissensgesellschaft zu entwerfen, welches sich zu einem großen Teil mit und durch Medien vollzieht. Projekte, die das ecmc konzeptualisiert und gemeinsam mit seinen Auftraggebern realisiert, setzen diese Ideen um – konkret und lösungsorientiert. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie

- Dialoge und Perspektiven zwischen den Interessen öffentlicher und privater Partner verantwortungsbewusst einbeziehen,
- als ganzheitliche Projektentwicklung und professionelles Projektmanagement umgesetzt werden,
- dafür unterschiedliche Medienformen und Kommunikationskanäle einsetzen und

- von normativen Zielvorstellungen wie Chancengleichheit und Eigenverantwortlichkeit geleitet werden.

Das Team des ecmc vereint journalistisches, betriebswirtschaftliches, informationstechnisches, gestalterisches und kommunikationswissenschaftliches Know-how mit Expertenwissen über Neue Medien und setzt es in den folgenden Geschäftsbereichen um:

- Analyse und Entwicklung (Recherchen, Studien, Workshops und Expertisen z. B. zum Thema Ältere Menschen und Medien)
- Beratung und Management (z. B. die Entwicklung und Realisierung der Call Center Akademie NRW)
- Onlinekommunikation (Weblösungen, Onlineredaktion und -programmierung z. B. bei klicksafe.de)

Zu den Auftraggebern des ecmc gehören die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit Nordrhein-Westfalen, das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Schulen ans Netz e. V., die Generaldirektion Bildung und Kultur der Europäischen Kommission u. a. m. Durch die gemeinwohlorientierte Ausrichtung vieler Projekte ist die soziale Kompetenz eine besondere Stärke des ecmc, das stets die Menschen in den Mittelpunkt stellt. Für die rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen deshalb die Anwendungsmöglichkeiten der Medien für Menschen im Mittelpunkt ihrer Arbeit.

Ob als Onlinedatenbank, Vernetzungsinitiative, Broschürenreihe, Schulprojekt, Wettbewerbs- oder Veranstaltungsplattform – die Projekte des ecmc stellen sich den Herausforderungen, die Neue Medien für Unternehmen, Institutionen, Bürgerinnen und Bürger in der Informationsgesellschaft mit sich bringen. Mit Projekten wie der „Datenbank der Medienkompetenzprojekte in NRW“, „mekonet – das Medienkompetenz-Netzwerk NRW“, „Im Blickpunkt“, „JAM! – Jugendliche als Medienforscher“, „NRW: NEUES LERNEN“ oder „klicksafe“ füllt das ecmc das Leitbild einer digitalen Integration mit konkreten Ideen und setzt gesellschaftliche Impulse.

Die Landesanstalt für Medien NRW gehört zu den Gründungsgesellschaftern der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH. In Form einer Public Private Partnership wurde gemeinsam mit Unternehmen wie Siemens, der Telekom AG, RTL oder der radio NRW GmbH sowie öffentlichen Partnern wie dem WDR und dem Land Nordrhein-Westfalen 1997 eine GmbH gegründet, die den Brückenschlag zwischen privaten und öffentlichen In-

teressen bei der Förderung von Medienkompetenz mit Know-how und konkreten Projekten realisieren sollte. Nach einer Anschubfinanzierung durch das Land NRW in den Jahren 1997 und 1998 finanziert sich das ecmc seit 1999 ohne institutionelle Förderung über Projekte und Dienstleistungen für seine Kunden. Seit Ende 2007 ist das ecmc ein Unternehmen in rein öffentlicher Trägerschaft.

Zu den Gesellschaftern der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH gehören:

Land Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf  
Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Düsseldorf  
Stadt Marl, Marl  
Westdeutscher Rundfunk, Köln

#### Kontakt:

ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH  
Bergstraße 8  
45770 Marl  
Tel.: 02365 9404-0  
Fax: 02365 9404-29  
E-Mail: [info@ecmc.de](mailto:info@ecmc.de)



[www.ecmc.de](http://www.ecmc.de)



**JOURNALISTENSCHULE**  
FÜR TV UND MULTIMEDIA

## 3. RTL Journalistenschule GmbH

*Leonhard Ottinger*

Seit 2001 bietet die RTL Journalistenschule für TV und Multimedia GmbH eine zweijährige Ausbildung zum Fernsehredakteur an. Dadurch konnte eine Lücke in der journalistischen Nachwuchsarbeit geschlossen werden, denn Fernsehen wurde in den deutschen Journalistenschulen oft nur unzureichend berücksichtigt. Die RTL Journalistenschule wurde von Anfang an als ein Angebot konzipiert, das sich an angehende Journalistinnen und Journalisten für den gesamten deutschen Fernsehmarkt richtet und nicht ausschließlich der Nachwuchsarbeit für RTL dient. So sind die Hälfte der bisherigen Absolventen in Redaktionen der RTL-Sendergruppe tätig, die andere Hälfte in Redaktionen bei öffentlich-rechtlichen TV-Sendern und TV-Produktionsfirmen.

Die Journalistenschülerinnen und -schüler werden durch ein mehrstufiges Bewerbungsverfahren mit Arbeitsproben, Bildungstests und einem persönlichen Gespräch ausgewählt. Grundsatz der Ausbildung ist die intensive Verzahnung von praxisorientierten schulischen Seminaren und Praktika in den Redaktionen. Im Mittelpunkt des ersten Jahres steht an der Schule die Einführung in die fernsehjournalistischen Grundfertigkeiten. Dabei produzieren die Schüler eigene Nachrichten- sowie Magazinbeiträge und komplette Sendungen. Im zweiten Jahr absolviert die Schülergruppe den mehrwöchigen Intensivkurs „Multimedia“. New York und Washington sind Schauplatz für Seminare, Redaktionsbesuche und Gespräche mit deutschen Korrespondenten. Spezielle Themen der TV-Berichterstattung werden in zusätzlichen Trainings vertieft. Eine Exkursion nach Berlin und ein Workshop zum Thema

„Selbstständigkeit im Journalismus“ runden den Lehrplan ab. Der praktische Teil der Ausbildung findet in Redaktionspraktika innerhalb und außerhalb von RTL statt.

Neben der Ausbildung engagiert sich die RTL Journalistenschule auch in der Weiterbildung. Fachworkshops und Intensivseminare zu spezifischen Themen und aktuellen Entwicklungen der fernsehjournalistischen Praxis werden mit Interessenten aller Sender und Produktionsfirmen durchgeführt. Das gemeinsam mit der LfM initiierte „Trendforum TV“ bietet einen Kollegenaustausch über Perspektiven im Fernsehmarkt.

Neben der fernsehjournalistischen Aus- und Weiterbildung hat die RTL Journalistenschule es sich zur Aufgabe gemacht, jungen Medieninteressierten das Berufsprofil „Fernsehjournalist“ sowie Hintergründe des Mediums Fernsehen näher zu bringen. „Ich will zum Fernsehen“ oder „Es soll was in den Medien sein“ – Aussagen, die häufig von Schülern und Studenten kommen, wenn es um deren Berufswunsch geht. Doch die Vielfalt an Tätigkeiten und Qualifikationsprofilen in der Medienbranche ist unübersichtlich. Ein speziell auf die Fragen und Bedürfnisse von Schülern und Studenten abgestimmtes Seminarangebot leistet hier Abhilfe und liefert berufliche Orientierung. Im „Praktikumsworkshop TV“ können die Teilnehmer den Umgang mit der professionellen TV-Technik erproben und erstellen selbst eigene Fernsehbeiträge. Tipps zu Arbeitsmarkt, zu Ausbildungswegen im Journalismus und Bewerbungsverfahren in der Medienbranche runden die Seminare ab.

Für Studiengänge im Fach Medienmanagement hat sich die RTL Journalistenschule als Praxispartner für eine Reihe von Hochschulen etabliert. Workshops zu TV-Management und Fernsehjournalismus ergänzen das universitäre Curriculum. Ein besonderes Angebot ist die „Summer School TV“. Dieser zweiwöchige Workshop richtet sich vor allem an Fernsehinteressierte, Berufseinsteiger und Studierende der Medienwirtschaft/Medienwissenschaft/Journalistik. Themen sind u. a. TV-Marketing, Fernsehwirtschaft, Digitalisierung, Trends in der Unterhaltung und die Arbeit einer Nachrichtenredaktion. Die Teilnehmer üben sich in Gruppen im Entwickeln und Vermarkten eines Fernsehformats. Zusätzlich stehen Exkursionen zu Sendern, Sendungen und Produktionsstätten auf dem Programm.

### Kontakt:

RTL Journalistenschule für TV und Multimedia GmbH  
Aachener Straße 1040  
50858 Köln  
Tel.: 0221 456-6400  
Fax: 0221 456-6499  
E-Mail: [info@rtl-journalistenschule.de](mailto:info@rtl-journalistenschule.de)

 [www.rtl-journalistenschule.de](http://www.rtl-journalistenschule.de), [www.trendforum.tv](http://www.trendforum.tv)



## 4. Bildungszentrum BürgerMedien e. V.

*Ronald Senft*

### Die Organisation

Das Bildungszentrum BürgerMedien e. V. (BZBM) wird von den fünf Landesmedienanstalten Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) sowie der Landesmedienanstalt Saarland (LMS) getragen. Weitere Mitglieder sind die Stadt Ludwigshafen und die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgien. Der Sitz des Vereins ist Düsseldorf.

Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz in Ludwigshafen und verfügt seit dem Sommer 2007 über zwei Mitarbeiter (1 Referent/1 Sachbearbeiterin).

Finanziert wird das BZBM aus den Mitgliedsbeiträgen der sieben Mitglieder, Fördermitteln für diverse Projektaufträge der Landesmedienanstalten und Drittmittel.

### Seminararbeit

Das BZBM hat den Auftrag, Fort- und Weiterbildung für und mit den Bürgermedieneinrichtungen der Vereinsmitglieder durchzuführen. Das Kernangebot besteht aus Seminaren und Workshops zu unterschiedlichen Schwerpunkten. Speziell für den Bereich OK-TV in RLP werden fünf Themenfelder angeboten:

- Organisation/Management
- Redaktion/inhaltliche Gestaltung
- Produktion
- Sendeformate
- Spezialseminare

Für die OK-TV-Sender in RLP werden eine Vielzahl von Maßnahmen aus den Ergebnissen der Indikatorenuntersuchung umgesetzt, die der Optimierung der Bürgermedien dienen.

Für den Bereich NKL werden Seminare zu Medientechnik, Mediengestaltung und Grundformen des Radiojournalismus angeboten.

Darüber hinaus findet sich im Programm „Der Radioschein“, ein mehrteiliger Zertifikatskurs zur Grundausbildung im journalistischen Bereich.

### Publikationen

Neben der Konzeption und Durchführung von Kursen und Projekten werden Materialien und Handbücher für den Radio- und Fernsehbereich zur Verfügung gestellt.

### Information

Seit fünf Jahren (September 2002) betreibt das Bildungszentrum BürgerMedien e. V. ein Informationsportal für Bürgermedien im Internet: [www.connex-magazin.de](http://www.connex-magazin.de). Dieses Serviceangebot bietet aktuelle Informationen aus den Bürgermedien, Berichte rund um Projekte und Seminare, Hintergründe zur Medienpolitik und Medienforschung, kurz notierte Veranstaltungshinweise, einen Newsletter und eine kommentierte Linkliste.

### Kontakt:

Bildungszentrum BürgerMedien e. V. (BZBM)

Turmstraße 10

67059 Ludwigshafen

Tel.: 0621 52 02 248

Fax: 0621 52 02 243

E-Mail: [bzbm@lmk-online.de](mailto:bzbm@lmk-online.de)

 [www.bz-bm.de](http://www.bz-bm.de)



## 5. Internet-ABC e. V.

Mechthild Appelhoff

Der Verein Internet-ABC e.V. will die Erziehung zur sicheren und kompetenten Nutzung des Internets fördern. Kinder und Erwachsene sollen unterstützt werden, Internetkompetenz zu erwerben, und Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen sollen beraten und informiert werden, wie sie Internetkompetenz an Kinder vermitteln. Zusätzlich will der Verein den öffentlichen Dialog über die Gefahren der digitalen Spaltung der Gesellschaft und über mögliche Wege, ihr entgegenzuwirken, fördern. Dabei geht es zum einen darum, einen Beitrag zum chancengleichen Zugang von Kindern zu Bildung und damit auch zur gleichen Verteilung sozialer und wirtschaftlicher Entwicklungschancen zu leisten. Gleichzeitig will der Verein aber auch zum Jugendmedienschutz im Internet beitragen.

Vor diesem Hintergrund unterhält der Verein die Internetplattform Internet-ABC. Dieses Portal für Kinder und Eltern bietet als Ratgeber im Netz konkrete Hilfestellungen und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet. Die werbefreie Plattform richtet sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren, Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden.

Kindern im Alter von fünf bis zwölf Jahren bietet die Seite [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) ein Angebot, das Internetkompetenz spielerisch ausbildet – etwa mit einem interaktiven „Surfschein“. Die Rubrik „Wissen, wie’s geht!“ erklärt Schritt für Schritt, wie Chats, Suchmaschinen oder E-Mails funktionieren und wie man sich als Kind sicher im Netz bewegt. Die

Kinder können im Online-„Baukasten“ kreativ werden, üben, wie man zielgerichtet Informationen für die Hausaufgaben sucht, und eigene Geschichten oder Bilder veröffentlichen. Ihre Meinung können sie im „Forum“ äußern oder „Postkarten“ online verschicken. Eine Liste empfehlenswerter Internet-Kinderseiten weist zudem den Weg zu unterhaltsamem und lehrreichem Surfen.

Auf den Erwachsenenseiten des Internet-ABCs erhalten Laien und Profis zahlreiche Informationen und Anregungen zur Entwicklung von Medienkompetenz. Für Pädagoginnen und Pädagogen steht ein kontinuierlich wachsendes Angebot an fachgerecht aufbereiteten Unterrichtsmaterialien bereit. Aktuelle Features liefern Tipps zum sicheren und lohnenden Umgang mit dem WWW, eigene Kenntnisse können getestet werden.

Darüber hinaus will das Internet-ABC Erwachsene in ihrer Rolle als Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen dabei unterstützen, Kinder sicher in die Nutzung des Internets einzuführen – z. B. mit Empfehlungen für den Einsatz geeigneter Filtersoftware, um jugendgefährdende Internet-Inhalte auf dem Computermonitor auszublenden. Ein Ratgeber informiert, wie man illegale Inhalte an die entsprechenden Aufsichtsinstanzen meldet. Ein weiteres Angebot besteht in den Softwareverzeichnissen, die in einer Positivauswahl umfassend Auskunft über rund 450 Spiele und 230 Lernprogramme geben.

Für die ersten Schritte im Internet, ohne unmittelbar online agieren zu müssen, hat der Verein zudem eine CD-ROM zur Website produziert, die sich Interessierte unter [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) herunterladen können. In Kooperation mit dem Verein Schulen ans Netz e. V. wurden dafür auf der Basis vorhandener Curricula an Grundschulen Unterrichtseinheiten sowie aufeinander aufbauende Arbeitsblätter zu den Themen „Internet – Die Technik dahinter“, „Sicher Surfen mit dem Internet“ sowie „E-Mail Kommunikation“ entwickelt.

Darüber hinaus gibt der Verein die Broschüre „Wissen, wie’s geht! Zeigen, wie’s geht! Tipps zum Einstieg von Kindern ins Netz“ heraus. Sie richtet sich primär an Eltern und gibt anhand von Beispielen aus dem Alltag Orientierung und Tipps, wie Eltern vorgehen können, um ihre Kinder sicher auf dem Weg ins World Wide Web zu begleiten. Die Themen richten sich dabei an die umfangreichen „Wissen, wie’s geht!“-Lernmodule im Kinderbereich auf [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de), die Kinder gemeinsam mit ihren Eltern oder auch alleine erkunden können.

Aktuelle Hinweise und Tipps rund um das Thema Internet sowie ein für Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen relevantes Schwerpunktthema enthält zudem der Newsletter zum Internet-ABC. Die vierteljährlich erscheinende Information ist kostenlos unter [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) zu abonnieren.

Der gemeinnützige Verein Internet-ABC wurde am 11. Februar 2003 gegründet. Ihm gehören die Landesmedienanstalten aus Baden-Württemberg, Bayern, Berlin-Brandenburg, Bremen, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen-Anhalt und Thüringen an.

Fördermitglieder des Internet-ABC e. V. sind: AOL Deutschland, der Deutsche Kinderschutzbund e. V., die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD), Initiative D21 e. V., die Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein (MA HSH), Schulen ans Netz e. V. und die Stiftung Digitale Chancen.

Das Projekt steht seit Herbst 2005 unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO-Kommission e. V.

**Kontakt:**

Internet-ABC e. V.  
Geschäftsstelle  
c/o Landesanstalt für Medien NRW  
Postfach 10 34 43  
40025 Düsseldorf  
Tel.: 0211 77007-172  
Fax: 0211 77007 374  
E-Mail: [internet-abc@lfm-nrw.de](mailto:internet-abc@lfm-nrw.de)

 [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)



## Programmberatung für Eltern e.V.

# 6. Programmberatung für Eltern e.V.

*Bidjan Vakili*

**D**er gemeinnützige Verein Programmberatung für Eltern e. V. wurde am 25. November 1996 auf Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in München gegründet, um mit anderen Landesmedienanstalten und weiteren fachlich kompetenten Partnern medienpädagogische Hilfestellung zu leisten. Mitglieder des Vereins sind Institutionen, die ihre Erfahrung in der Vermittlung von Medienkompetenz einbringen. Dies sind zunächst 13 Landesmedienanstalten, die mit dem FLIMMO ihr größtes gemeinsames medienpädagogisches Projekt realisieren. Außerdem zählen die Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie in Bensheim und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk zu den Mitgliedern des Vereins.

Der Verein ist Herausgeber des Programmratgebers FLIMMO. Der FLIMMO bietet Eltern und Erziehenden konkrete Orientierungshilfe bei der Fernseherziehung ihrer Kinder. Er enthält Einzelbesprechungen zu kinderrelevanten Fernsehsendungen und Kurzbeiträge zu medienpädagogischen Themen. Besprochen werden dabei nicht nur das Kinderprogramm, sondern auch solche Sendungen, die sich zwar an Erwachsene richten, aber bei Kindern zwischen drei und 13 Jahren ebenfalls beliebt sind. Bei der Programmbewertung steht die Kinderperspektive im Mittelpunkt, also die Frage, wie Kinder mit bestimmten Fernsehhalten umgehen, welche Gefühle sie dabei erleben, und welche Verarbeitungsprozesse je nach Alter zu erwarten sind. Erst auf dieser Basis können Erziehende den Umgang der

Kinder mit dem Fernsehen sinnvoll steuern. Der FLIMMO ist wissenschaftlich und pädagogisch fundiert. Um über die Sichtweisen von Kindern auf dem Laufenden zu bleiben, werden – zusätzlich zur Auswertung einschlägiger Publikationen – halbjährlich Drei- bis 13-Jährige zu ihrem Fernseherleben befragt. Mit der inhaltlichen Durchführung des Projekts wurde das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis beauftragt.

Der FLIMMO erscheint vier Mal jährlich als Broschüre mit einer Jahresauflage von mehr als einer Million Exemplaren. Die Broschüre kann bundesweit von Institutionen wie Kindergärten, Schulen, Apotheken, Arztpraxen, Bibliotheken und anderen Einrichtungen kostenlos bestellt werden. Eltern erhalten auf Anfrage ein Ansichtsexemplar und können den FLIMMO für 6,14 € pro Jahr abonnieren. Wo der FLIMMO kostenlos zur Mitnahme ausliegt, erfahren Interessierte im Internet unter [www.flimmo.tv/bezugsstellen](http://www.flimmo.tv/bezugsstellen).

Noch mehr Informationen bietet das Online-Angebot von FLIMMO, das laufend aktualisiert wird. Unter der Adresse [www.flimmo.tv](http://www.flimmo.tv) werden außer regelmäßigen Sendungen auch Spielfilme und Dokumentationen besprochen. Darüber hinaus können online alle bisher erschienenen medienpädagogischen Beiträge sowie die Ergebnisse der Kinderbefragungen abgerufen werden. Der persönliche Bereich „Mein FLIMMO“ und das Filmlexikon vervollständigen das Angebot.

#### Kontakt und Bezugsadresse für die Broschüre FLIMMO:

Programmberatung für Eltern e.V.  
c/o Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)  
Heinrich-Lübke-Straße 27  
81737 München  
Tel.: 089 63808-280  
Fax: 089 63808-290

 [www.flimmo.de](http://www.flimmo.de)



**ERFURTER  
NETCODE**

## 7. Erfurter Netcode e.V.

*Prof. Dr. Burkhard Fuhs*

**D**er Erfurter Netcode e. V. ist ein gemeinnütziger Verein, der sich seit dem Jahr 2002 für die Qualität von Kinderseiten im Internet einsetzt. Dem Verein gehören zurzeit folgende Institutionen an: die Stadt Erfurt, die Universität Erfurt, das Thüringer Kulturministerium, die Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie, die Evangelisch-Lutherische Kirche in Thüringen, die Evangelische Kirche der Kirchenprovinz Sachsen, die EKD, das Bistum Erfurt, das Bistum Dresden-Meißen, das Deutsche Kinderhilfswerk e.V., die Landesanstalt für Medien NRW (LfM), die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), die Deutsche Bischofskonferenz, die Bundeszentrale für politische Bildung, die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen).

Die Initiative hat zwei Ziele: Erstens ein Qualitätssiegel zu schaffen und damit gute Internetseiten für Kinder auszuzeichnen. Zweitens einen breiten Diskussionsprozess mit Anbieterinnen und Anbietern, Nutzerinnen und Nutzern, Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen und der interessierten Öffentlichkeit über die Kriterien von qualitativvollen Angeboten für Kinder zu führen. Dem Erfurter Netcode e. V. ist es dabei gelungen, Qualitätskriterien für Kinder zu erarbeiten, um Eltern gute und sichere Internetseiten für ihre Kinder zu empfehlen und um den Anbietern eine imagewirksame Orientierung zu qualitativvollen Internetangeboten für Kinder zu geben. Diese Qualitätskriterien bilden die Grundlage des Erfurter Netcodes.

Nachdem die ersten Siegel am 21. Februar 2005 in Erfurt verliehen wurden, konnte im Rahmen von bislang fünf Siegelverleihungen an derzeit 20 Anbieter hochwertiger Internetseiten für Kinder das Qualitätssiegel „Erfurter Netcode“ verliehen werden.

Der Netcode-Text selbst fasst in fünf Bereichen die Qualitätskriterien von Internetseiten für Kinder zusammen. Unter den Überschriften Selbstdarstellung (der Anbieter), Beachtung der Jugendschutzbestimmungen, Vermittlung von Medienkompetenz, Werbung und Verkauf sowie Datenschutz werden eine Vielzahl von Kriterien zusammengefasst, die eine fundierte Beurteilung von Kinderseiten im Internet ermöglichen.

Der Netcode geht über den Jugendschutz weit hinaus und formuliert positive Standards in Inhalt, Bedienung, Ordnung, Kommunikation, Transparenz und Gestaltung von Internetseiten für Kinder. Das Siegel soll angesichts der Komplexität des Netzes auch für Kinder eine Möglichkeit bieten, sich auf einfache Weise Zugang zu Seiten zu verschaffen, die für Kinder attraktiv sind. Gleichzeitig bietet das Siegel für Eltern die Gewissheit, dass es sich um ausgewählte und von Expertinnen und Experten begutachtete Seiten handelt, auf denen sich ihre Kinder bewegen. Hier zeigt sich, dass eine Qualitätsauszeichnung im Bereich der Kinderkultur stets einen doppelten Adressatenkreis von Erwachsenen und Kindern hat.

Kriterien und Werte wie Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Verlässlichkeit, Transparenz oder auch Vollständigkeit, Umfang und der Nachweis der Herkunft von Informationen sind zentral für die Beurteilung von Kinderseiten. Kindern einen gefahrlosen Zugang zum Internet zu ermöglichen, stellt eine besondere Herausforderung an die Anbieter dar.

Das Angebot für Kinder ist dabei stets in einem Verhältnis zwischen den Generationen zu sehen. Das heißt, eine Internetseite für Kinder ist nicht einfach ein Kommunikationsakt zwischen Anbieter und Nutzer, sondern steht in einem Spannungsverhältnis zwischen dem Anbieter, der sein Angebot für eine bestimmte Zielgruppe aufbereitet (Kinder), den Kindern, die mit bestimmten Fähigkeiten und Interessen auf die Suche gehen, den Eltern, die von den Internetseiten eine bestimmte Qualität (etwa was Sicherheit und Lernmöglichkeiten angeht) erwarten, und der Öffentlichkeit, die an die kindliche Internetnutzung Fragen der heutigen Kindheit stellt.

**Kontakt:**

Erfurter Netcode e. V.

Geschäftsstelle

Steigerstr. 10

99096 Erfurt

Tel.: 0361 2117780

Fax: 0361 2117755

E-Mail: [geschäftsstelle@erfurternetcode.de](mailto:geschäftsstelle@erfurternetcode.de) [www.erfurternetcode.de](http://www.erfurternetcode.de)



**VII.** MATERIALIEN UND LINKS





## Materialien und Links

In der folgenden Übersicht findet sich eine Zusammenstellung von Informationsmaterialien zu Medienkompetenzprojekten der LfM. Neben den Bezugsmöglichkeiten sind, soweit vorhanden, Projektlinks für weitergehende Informationen oder Kontaktmöglichkeiten aufgeführt.

Auskunft über weitere LfM-Projekte bietet die Homepage der LfM [www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de) unter den Rubriken „Medienkompetenz“ und „Bürgermedien“.



### Hören mit Qualität

Das Angebot an Hörmedien für Kinder hat sich in den vergangenen Jahren zwar rasant entwickelt, jedoch fehlt es nach wie vor an Qualitätskennzeichnungen und Bewertungskriterien für die Auswahl durch Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen und die Kinder selbst. Hier setzt das Projekt „Hören mit Qualität“ an.

Das Projekt „Hören mit Qualität“ wurde von der Landesanstalt für Medien NRW und dem Bundesverband der Initiative Hören gestartet, um die Hörkompetenz bei Kindern zu fördern. Weitere Partner des Projekts sind der Westdeutsche Rundfunk, die Stiftung Lesen und die Stiftung Kunst, Kultur und Soziales der Sparda-Bank West.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Initiative Hören e. V.  
**Vorhandene Materialien:** Hörspielwerkstatt (CD-ROM und Audio-CD)  
**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

[www.hoeren-mit-qualitaet.de](http://www.hoeren-mit-qualitaet.de)

[www.hoerbuchsiegel.de](http://www.hoerbuchsiegel.de); [www.auditorix.de](http://www.auditorix.de)

### Initiative Eltern+Medien

Mit der „Initiative Eltern+Medien“ unterstützt die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) Erziehungseinrichtungen vor Ort bei der Planung und Organisation von Elternabenden zu Fragen der familiären Mediennutzung. Neben der Qualifizierung von Referentinnen und Referenten und ihrer Vermittlung in die Einrichtung übernimmt die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) auch die anfallenden Honorarkosten und stellt Informationsmaterialien bereit. Das Projektbüro der Initiative ist beim Adolf-Grimme-Institut angesiedelt, das die LfM mit der Durchführung beauftragt hat.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Folder „Internet und Handy“, „Frühkindliche Mediennutzung“, „Computer- und Konsolenspiele“

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

[www.elternundmedien.de](http://www.elternundmedien.de)

### handysektor.de – Sicherheit in mobilen Netzen

Die Internetseite verfolgt das Ziel, insbesondere Jugendliche über die Risiken der Handy-Technologien und -Anwendungen aufzuklären, ihre Kompetenzen im Umgang mit diesem Alltagsmedium zu stärken und hierdurch Missbrauchsfälle zu begrenzen. Auf der Homepage stehen diesbezüglich vielfältige Informationen, auch zum Download, zur Verfügung.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)





**Vorhandene Materialien:** Folder, Postkarte, kleines Infoblatt „Tipps to go“, kleines Infoblatt „... und redest selber von Respekt und Würde“

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie Download über [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de).

 [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de)

### Mit Medien leben lernen

Fernsehen, Video- und Computerspiele sind Bestandteil der Lebenswelt von Kindern. Die Broschüre „Mit Medien leben lernen“ will Eltern helfen, bei der Mediennutzung ihrer Kinder Risiken zu erkennen ohne Chancen zu vernachlässigen. Redaktionell zusammengestellt wurden die Tipps von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK). Die Broschüre in deutscher Sprache ist im November 2007 in zweiter, aktualisierter Auflage erschienen.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen

**Vorhandene Materialien:** Broschüre (2. Auflage) in deutscher Sprache, Broschüre (1. Auflage) in türkischer und russischer Sprache, Postkarte, Poster

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Klicksafe.de – Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz

Ziel der EU-Initiative ist es, die Öffentlichkeit und ausgewählte Zielgruppen wie Eltern, Kinder und Jugendliche für die Chancen und Gefahren des Internets zu sensibilisieren. Als nationaler Knotenpunkt will klicksafe praktische Hilfestellung zum Surfen im Netz geben und wissenswerte Links vermitteln. Dazu werden in erster Linie bereits bestehende Initiativen vernetzt und in den europäischen Kontext eingebracht.

Die von klicksafe herausgegebenen Materialien sollen Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen, Kinder und Jugendliche bei der siche-



ren, verantwortungsvollen und kompetenten Nutzung des Internets unterstützen. Die Materialien können für den Unterricht, einen Elternabend oder im Umgang mit der Mediennutzung der eigenen Kinder genutzt werden.

**Träger:** Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz, Landesanstalt für Medien NRW (LfM), ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH

**Vorhandene Materialien:** Internettipps für Eltern, Computerspielertipps für Eltern, klicksafe-Tipps für Eltern. Sicher in Social Communities, Internettipps für Jugendliche, So surft ihr sicher!, Folder „Abzocke im Internet“ (in türkischer und deutscher Sprache), Broschüre „Musik im Netz – Runterladen ohne Reinfall“, Broschüre „Nicht alles was geht, ist auch erlaubt“ – Urheber- und Persönlichkeitsrechte im Internet“, klicksafe-Lehrerhandbuch

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie Download und Bestellung über [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de).

 [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

### Internetplattform Internet-ABC

Das Internet-ABC will als werbefreier Ratgeber im Netz konkrete Hilfestellung und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet anbieten. Die leicht zugängliche Plattform richtet sich an Kinder von 5 bis 12 Jahren, Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden. Kindern bietet das Angebot einen Raum zum Lernen, Erproben und Spielen, um sich gefahrlos mit dem Internet vertraut zu machen. Erwachsene finden viele Anregungen und Tipps zur Entwicklung von Medienkompetenz sowie Hintergrundinformationen, Unterrichtsmaterialien und Linktipps.

**Träger:** Verein Internet-ABC e.V.

**Vorhandene Materialien:** Internet-ABC-Flyer, CD-ROM, Broschüre „Wissen wie´s geht – zeigen wie´s geht“, Flyer „Suchen was gut ist, finden was gut ist“

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download des Folders über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen),



E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie über [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de). Download CD-ROM (kein Versand möglich) über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen) sowie über [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de).

 [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)

### FLIMMO – Programmberatung für Eltern

Auf den Seiten des FLIMMO – online oder als Broschüre – finden sich neben Senderbesprechungen auch medienpädagogisches Know-how, Ratschläge und Tipps zur Fernseherziehung sowie Interessantes rund ums Thema Fernsehen. Ziel des FLIMMO ist es, Eltern und Erziehenden die Sichtweisen der Kinder auf Fernsehangebote nahe zu bringen und ihnen Mut für eine Fernseherziehung zu machen, die die Kompetenz der Kinder fördert. Dazu betrachtet FLIMMO das Fernsehen aus Kindersicht und erklärt, welche Wünsche Kinder zwischen drei und 13 Jahren an das Fernsehen herantragen, welche Fähigkeiten sie haben, das Gesehene zu verarbeiten und welche Fernsehangebote für sie heikel oder problematisch sein können. Die Broschüre erscheint drei Mal pro Jahr.

**Herausgeber/Träger:** Programmberatung für Eltern e. V.

**Vorhandene Materialien:** Broschüre, Folder

**Bezugsmöglichkeit:** Institutionen können den FLIMMO kostenlos über [www.flimmo.tv](http://www.flimmo.tv) bestellen. Auf der Homepage findet sich für Privatpersonen zudem eine Auflistung der kostenlosen Bezugsstellen. Das Einzelabonnement für Privatpersonen kostet 6,14 €/Jahr inkl. einem kostenlosen Ansichtsexemplar.

 [www.flimmo.tv](http://www.flimmo.tv)

### mekonet – das Medienkompetenz-Netzwerk NRW

„mekonet – das Medienkompetenz-Netzwerk NRW“ bietet Einrichtungen in NRW, die über Medien informieren, qualifizieren, Zugang anbieten und vermitteln, Informations- und Serviceangebote rund um das Thema Medienkompetenz an. Neben dem Internetangebot [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de) und dem Grundbaukasten Medienkompetenz zählen hierzu auch Fachtagungen, Infobroschüren und ein Newsletter.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und Staatskanzlei NRW

**Vorhandene Materialien:** Folder, Handreichungen

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie Download über [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de).

 [www.mekonet.de](http://www.mekonet.de)

### Mediennutzerschutz

In der heutigen digitalisierten Medienwelt erhält der Mediennutzerschutz eine zunehmende Bedeutung. Im Rahmen der Broschüre „Mediennutzerschutz in NRW“ soll es den Mediennutzern mittels anschaulicher Fallbeispiele ermöglicht werden, die abstrakten, oft unbestimmten Rechtsbegriffe, die ihre Rechte beschreiben, besser verstehen zu können. Zudem sollen Bürgerinnen und Bürger in ihrer Rolle als Mediennutzer durch die Stärkung ihrer Medienkompetenz zu einer selbstbestimmten und kritisch-reflektierenden Mediennutzung befähigt werden. Darüber hinaus informiert die LfM über die verschiedenen Zuständigkeiten im Beschwerdeverfahren, indem Institutionen vorgestellt werden, die bei den verschiedenen Rechtsverletzungen Adressaten einer Beschwerde sind.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

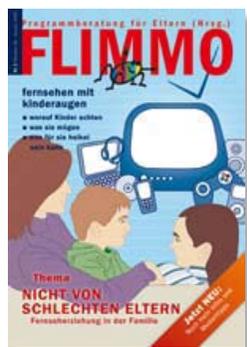
**Vorhandene Materialien:** Broschüre, Flyer

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), oder E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.lfm-nrw.de/beschwerde/](http://www.lfm-nrw.de/beschwerde/)

### ZeitungsZeit

Das Projekt richtet sich an Hauptschülerinnen und Hauptschüler der 9. Klassen. Ziel ist es, durch die regelmäßige und durch den Lehrerinnen und Lehrer angeleitete Zeitungslektüre die Lesemotivation und Lesekompetenz der Schüler und damit ihre allgemeine Medienkompetenz bezogen auf das Wissen über und den Umgang mit dem Medium Zeitung zu steigern. Für einen Zeitraum von sechs Wochen erhalten die teilnehmenden Hauptschulklassen täglich kostenlos Tageszeitungen, die in den Unterricht integriert werden. Zur Unterstützung der Unterrichtsvorbereitung und -durchführung



wird den Schulen ein Materialienpaket mit Schüler- und Lehrerarbeitsheften zur Verfügung gestellt.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Evaluationsbericht

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), oder E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.zeitungszeit.de](http://www.zeitungszeit.de)

### JAM! – Jugendliche als Medienforscher

Jugendliche sind häufig Gegenstand von wissenschaftlichen Mediennutzungsstudien, in denen ihr Medienkonsum beobachtet und analysiert wird. Viel zu selten werden Kinder und Jugendliche jedoch dazu angeleitet, ihr Mediennutzungsverhalten selbstständig zu evaluieren und kritisch zu hinterfragen. Mit dem Projekt „JAM! – Jugendliche als Medienforscher“ werden Lern- und Unterrichtsmaterialien zur Verfügung gestellt, die es Lehrerinnen und Lehrern ermöglichen, Medienforschungsprojekte in der Schule durchzuführen. Zielgruppe hierfür sind 9. Klassen an Hauptschulen in Nordrhein-Westfalen.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Projektleitung:** ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH

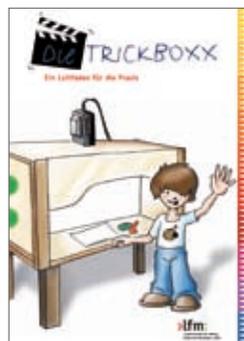
**Vorhandene Materialien:** Unterrichtsmaterialien (Broschüre inkl. CD-ROM; Folder)

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie Download über [www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de).

 [www.projekt-jam.de](http://www.projekt-jam.de)

### Die Trickboxx – Ein Leitfaden für die Praxis

Die Trickboxx stellt eine Art Kinobühne dar, in der animierte Filme, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, produziert werden können. Das Handbuch „Die Trickboxx – Ein Leitfaden für die Praxis“ informiert anschaulich und leicht verständlich über die Produktion von Trickfilmen. Der Leitfaden ist primär für Lehrerinnen und Lehrer,



Pädagoginnen und Pädagogen, Eltern sowie andere Multiplikatoren gedacht, die mit Kindergruppen einen Trickfilm erstellen möchten.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Download über [www.lfm-nrw.de/buergermedien/trickboxx.php](http://www.lfm-nrw.de/buergermedien/trickboxx.php), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Medienpädagogischer Atlas NRW

Der Medienpädagogische Atlas NRW (MPA) ist eine Online-Datenbank mit Einrichtungen, Initiativen, Schulen, Gruppen und Vereinen, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch arbeiten. Monatlich wechselnd wird eine „Einrichtung des Monats“ besonders herausgestellt. Eine Praktikumsbörse, eine umfangreiche Linksammlung sowie aktuelle Veranstaltungshinweise ergänzen das Angebot.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Folder

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.medienkompetenz-atlas-nrw.de](http://www.medienkompetenz-atlas-nrw.de)

### Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW

Die Datenbank informiert über nichtkommerzielle Projekte und Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz, die seit 1995 in NRW durchgeführt wurden. Ziel ist es zudem, neue Kooperationen anzuregen. Gesucht werden kann nach individuell kombinierbaren Kriterien, nach speziellen Inhalten von Projekten, nach Auftraggebern, Zielgruppen oder Reichweiten. Zudem können Anbieter und Auftraggeber von Medienkompetenzprojekten ihre Datensätze eigenständig in die Datenbank eintragen und editieren.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Folder

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.medienkompetenz-projekte-nrw.de](http://www.medienkompetenz-projekte-nrw.de)





### ISM – Informationssystem Medienpädagogik

Ausführlich annotierte Nachweise zu Fachliteratur, Lehr- und Lernmedien sowie zu Forschungsprojekten aus den Bereichen Medienpädagogik und Medienkompetenz. Das System umfasst fünf Datenbanken und ermöglicht Recherchen in vielfältiger Kombination. Ergänzend zum ISM bietet der Grundbaukasten Medienkompetenz des ecmc Europäischen Zentrums für Medienkompetenz ausgewählte Informationen und Referenzen als Orientierungshilfe zum Thema. ISM ist ein leicht zu bedienendes Hilfsmittel bei der wissenschaftlichen Recherche für Schulen, Bildungseinrichtungen, Pädagoginnen und Pädagogen, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Eltern und interessierte Laien. Mit der 2006 neu herausgebrachten CD-ROM ist ein großer Teil des Angebots auch offline verfügbar.

**Träger:** Bundeszentrale für politische Bildung, Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (dipf), diverse Projektpartner

**Vorhandene Materialien:** CD, Folder

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.ism-info.de](http://www.ism-info.de)



### Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher

Handy, Computer und Fernsehen sind Alltagsmedien, mit denen Kinder und Jugendliche aufwachsen. Insbesondere „sozial benachteiligte“ Kinder und Jugendliche nutzen Medien jedoch häufig extensiv und unkritisch. Ziel des Projekts ist es daher, Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in die bestehende Arbeit sozialpädagogischer und schulischer Einrichtungen mit benachteiligten Kindern und Jugendlichen nachhaltig zu integrieren. Der Abschlussbericht stellt die Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso dar wie die Durchführung der konkreten medienpädagogischen Projekte zur Förderung der Medienkompetenz der jeweiligen Klientel der Einrichtungen.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Abschlussbericht

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Internet-Portal „Medienerziehung im Kindergarten“

Das Internetportal der LfM zur Medienerziehung in Kindergarten und Hort [www.kita-nrw.de](http://www.kita-nrw.de) ist eine Informations- und Kommunikationsplattform für Erzieherinnen und Erzieher, die in ihrer Praxis bereits medienpädagogisch arbeiten oder künftig in diesem Bereich arbeiten wollen.



**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Postkarte

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

 [www.kita-nrw.de](http://www.kita-nrw.de)

### Ratgeber Neue Medien Bd. 1: „Finden, was man sucht!“

Die Publikation ist ein praktischer Leitfaden, der Strategien und Werkzeuge für die Online-Recherche erklärt. Die 40-seitige Broschüre leitet den Leser gezielt durch das World Wide Web, damit er schneller und souveräner an die erforderlichen Informationen gelangt.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).



### Ratgeber Neue Medien Bd. 2: „Online-Brother is watching you“

Die Broschüre liefert einen umfassenden Einblick in Struktur und Funktionsweise des Internets, erklärt die wichtigsten Fachbegriffe und zeigt die Gefahren auf, die im Netz lauern. Von den mehr oder weniger bekannten Problemen mit Viren, Hackern und Softwarefehlern bis zu Malware, Würmern und Trojanischen Pferden



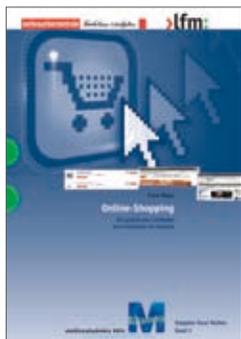
kategorisiert die Broschüre die Gefahren-Phänomene. Sie ist allgemeinverständlich formuliert und spricht ein breites Publikum ohne Detailkenntnisse an. Praktische Tipps, Hinweise und Erklärungen vorbeugender Maßnahmen, wie man sich vor den unterschiedlichen Gefahren selbst schützen kann (z. B. Spamfilter-Programme für den Heimanwender), runden das Heft ab.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Ratgeber Neue Medien Bd.3: „Online-Shopping“



Das Einkaufen per Internet sorgt für stetige Nutzungs- und Umsatzzuwächse. Allerdings sind Vorbehalte gegen den elektronischen Einkauf noch weit verbreitet. Die Broschüre will dem Laien die Grundlagen des E-Commerce vermitteln und bei den ersten Schritten des Cyber-Shopping begleiten. Aber auch bereits erfahrene Online-Konsumenten können Neues lernen: Nach Klärung der wichtigsten Begriffe und Funktionen wird anhand von Beispielen gezeigt, was im Online-Shopping heutzutage alles möglich ist – und welche Risiken bestehen. Die Broschüre ist in Kooperation mit der Verbraucherzentrale NRW entstanden.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Ratgeber Neue Medien Bd. 4: „Online-Gehen“



Mehr als die Hälfte aller Bundesbürger ist bereits „online“ – das Internet ist längst zum Massenmedium geworden. Dennoch schreitet die Verbreitung langsamer voran als von Expertinnen und Experten vorausgesagt. Ein Grund hierfür ist die nach wie vor bestehende Komplexität des ersten Schritts: die Installation eines PCs und die Einrichtung des Internet-Anschlusses. Vor diesem Hintergrund versteht sich die Broschüre als praktischer Leitfaden für jene, die sich erstmalig

einen internetfähigen PC anschaffen wollen bzw. jene, die weitere Informationen z. B. über Anwendungsmöglichkeiten suchen.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### Ratgeber Neue Medien Bd. 5: „Weblogs, Podcast & Co.“

Das inzwischen viel zitierte Web 2.0 löst Versprechen ein, die das Internet der ersten Generation gegeben hat: Jeder kann kostengünstig seine Meinung per Text, Foto, Audio und Video weltweit verbreiten. Der Praxisratgeber für den Umgang mit neuen Kommunikationswegen im Netz zeigt auf, welche Möglichkeiten es gibt und setzt sich mit Chancen und Risiken dieser Ansätze auseinander. Darüber hinaus enthält die Broschüre ein ausführliches „Do-it-yourself“ zum Aufbau eines eigenen Weblogs im Internet.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung und Download über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).



### Schlagzeilen – Materialien zur Boulevardberichterstattung

Mit Hilfe der im Unterricht einzusetzenden Materialien (Lehrer- und Schülerheft, DVD) sollen Jugendliche in die Lage versetzt werden, Boulevardberichterstattung in Medien zu erkennen und eine kritisch-reflektierte Haltung einzunehmen. Jugendliche beziehen heute nachweislich einen Großteil ihrer Informationen aus Formaten wie z. B. Talkshows und Boulevard-Magazinen; aus dem dort vermittelten Themenspektrum konstituieren sich Wissen und Einstellungen. Aus diesem Grund verdienen diese Formate mit Blick auf mögliche gesellschafts- und demokratiepolitische Folgewirkungen eine besondere medienpädagogische Aufmerksamkeit.

**Konzept:** Adolf-Grimme-Institut, Marl



**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM) in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung

**Bezugsmöglichkeit:** E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) (Restbestand; für Multiplikatoren ist der Bezug kostenlos).

### 12 goldene Suchmaschinen-Regeln

Suchmaschinen bieten für viele Nutzerinnen und Nutzer Orientierungshilfe in der Fülle von Informationen, die das Internet bietet. Die Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“ will mögliche Probleme aufmerksam machen, die im Umgang mit Suchmaschinen entstehen können. Damit die Nutzerinnen und Nutzer auch tatsächlich die Seiten finden, die sie suchen, stellt die Broschüre einige Regeln auf, die bei Beachtung zu mehr Sicherheit im Umgang mit Suchmaschinen und Internet verhelfen. Ziel der Broschüre ist es, die Nutzerinnen und Nutzer bei einer sicheren und somit effektiveren Suche zu unterstützen.

**Träger:** Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### 12 goldene Regeln für Reisebuchungen im Internet

Viele Reiseveranstalter locken auf ihren Internetseiten mit Rabatten und niedrigen Preisen. Aber woran können Verbraucher tatsächlich seriöse Angebote identifizieren? Ziel der Broschüre „12 goldene Regeln für Reisebuchungen im Internet“ ist es, den Online-Nutzern beim Check der im Internet vorhandenen Reiseangebote die Beurteilung der Seriosität zu erleichtern und damit dazu beizutragen, die Reise im Internet sicher zu buchen. In dem Leitfaden sind mit Hilfe anschaulicher Beispiele und Tipps die einzelnen Prüfkriterien aufgeführt, die das Online-Buchen transparent und sicher machen.

**Herausgeber:** klicksafe, Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit der Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

**Vorhandene Materialien:** Broschüre



**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).

### „Chatten ohne Risiko? – Zwischen fettem Grinsen und Cybersex“

Nie mehr chatten – dies wäre der sicherste Weg, um Belästigungen und Übergriffe beim Chatten zu vermeiden. Mit dem gänzlichen Verzicht sind aber auch viele positive Erfahrungen nicht mehr möglich. Neben einem Chat-Atlas mit ausgewählten Chats bietet die Broschüre daher auch eine rechtliche Bewertung von Übergriffen im Chat sowie Sicherheitshinweise für Kinder, Jugendliche und Eltern. Der Druck der Broschüre wurde von der LfM gefördert.

**Herausgeber:** jugendschutz.net

**Vorhandene Materialien:** Broschüre, Folder für Kinder und Jugendliche „Wollen wir chatten? – Ja, sicher!“, Folder für Erwachsene „Chatten ohne Risiko – Was Eltern und Pädagogen wissen sollten“

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie Download über [www.jugendschutz.net](http://www.jugendschutz.net).

 [www.jugendschutz.net](http://www.jugendschutz.net)



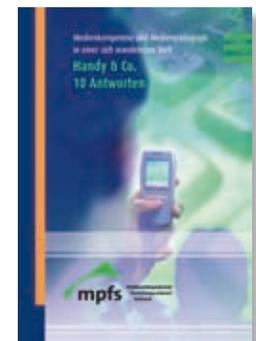
### Handy & Co. – 10 Antworten

Die Broschüre beantwortet Fragen rund um den sicheren Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Handy. Die im Rahmen des Infosets „Medienkompetenz und Medienpädagogik in einer sich wandelnden Welt“ des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest erschienene Broschüre will Eltern, Erzieherinnen und Erziehern sowie allen anderen Interessierten die wichtigsten Fragen zum Medienumgang von Kindern beantworten. Der Vertrieb der Broschüre in NRW wird von der LfM gefördert.

**Herausgeber:** Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

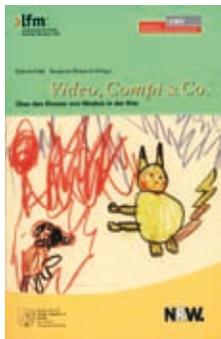
**Vorhandene Materialien:** Broschüre

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).



Alle Ausgaben des Infosets des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest können zudem über dessen Internetseite [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) bestellt oder im PDF-Format heruntergeladen werden.

 [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)



### Video, Compi & Co. – Über den Einsatz von Medien in der Kita

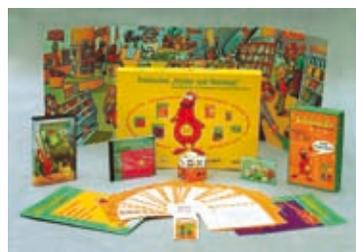
Viele Praxisbeispiele, Methoden und Tipps zu den Bereichen Computer, Video, Foto und Audioarbeit aus der „Fortbildungsinitiative Medienerziehung in Kindergarten und Hort“ zeigen auf, wie gute Medienerziehung in Kindertageseinrichtungen aussehen kann und von welchen Kriterien sie bestimmt wird.

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM), Ministerium für Schule, Jugend und Kinder NRW, Sabine Eder, Susanne Roboom

**Vorhandene Materialien:** Buch

**Bezugsmöglichkeit:** [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) sowie [gmk@medienpaed.de](mailto:gmk@medienpaed.de); Preis 12,50 €.

### Baukasten Kinder und Werbung



Im Hinblick auf die Rezeption und Verarbeitung von Werbebotschaften durch drei- bis 8-jährige Kinder entwickelter, multimedial aufgebauter Baukasten: Kindern sowie Pädagoginnen und Pädagogen erlaubt er den spielerischen Zugang zum Thema Werbung über verschiedene Medien wie Video, Hörkassette, CD-ROM, Aktionskarten, Spiele und Printprodukte. Die enthaltenen Materialien sind insbesondere für Grundschulkindern geeignet.

**Herausgeber:** Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz

**Vorhandene Materialien:** Baukasten

**Bezugsmöglichkeit:** Kostenlose Ausleihe über NRW-Medienzentren, Kreis- und Stadtbildstellen; Bestellung über kopaed-Verlag, München ([www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)) und Buchhandel: (ISBN 3-929061-86-4), Preis 49,- €.

### Kinder und Werbung – Bausteine für den Kindergarten

Speziell auf die Anforderungen im Kindergarten zugeschnittene Bausteine zum Thema „Werbung“. Über die Werbefigur „Schlundz“, die als Handpuppe beiliegt, werden Vorschulkindern über unterschiedliche Bausteine wie Bilderbücher, einen Wunschfernseher, Lieder, Aktionskarten und ein Brettspiel Hilfen angeboten, mit denen sie lernen können, wo Werbung vorkommt, was sie bezweckt, wie sie Werbung und Programm unterscheiden können und warum beliebte Figuren des Kinderfernsehens auf vielen Produkten zu finden sind.



**Herausgeber:** Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz

**Bezugsmöglichkeit:** Kostenlose Ausleihe über NRW-Medienzentren; Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen); [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) (für Multiplikatoren, die einen Einsatzbericht an die LFM senden, ist der Bezug kostenlos) sowie über kopaed-Verlag, München ([www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)) und Buchhandel (ISBN 3-935686-68-4), Preis 49,- €.

### „Let's talk about Talk“ – Materialien zu Daily-Talkshows für die medienpädagogische Praxis

Medienpaket (Lehrer- und Schülerheft, Video, CD-ROM) für den Einsatz in der 8. bis 10. Klasse unterschiedlicher Schulformen sowie in der offenen Jugendarbeit. „Let's talk about Talk“ will Jugendlichen einen kritischen Blick auf das Programmformat der Talkshows ermöglichen und ihnen zu einer distanzierten Nutzung verhelfen.

**Konzept:** Adolf-Grimme-Institut, Marl

**Herausgeber:** Landesanstalt für Medien NRW (LFM), Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR)

**Vorhandene Materialien:** Medienpaket

**Bezugsmöglichkeit:** Kostenlose Ausleihe über NRW-Medienzentren; Bestellungen über kopaed-Verlag, München ([www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)) und via Buchhandel (ISBN 3-934079-25-3), Preis je 49,- €.





### Handy-Kurs mit Polly und Fred

Die Lernsoftware greift die wichtigsten Themen der technischen und inhaltsbezogenen Kompetenz im Umgang mit dem Handy auf.

**Konzept:** FWU Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht gemeinnützige GmbH

**Vorhandene Materialien:** CD-ROM

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung für Schulen in NRW über die Medienzentren (Vorzugspreis 1,50 €) sowie über [www.fwu.de](http://www.fwu.de) (verschiedene Lizenzpreise).

### Gewaltig schlau – der Klügere denkt nach

Multimediales Arbeitsmittel für Schule oder Freizeit zur Unterstützung Jugendlicher im kritischen Umgang mit dem Thema Gewalt in den Medien. Ziel der CD-ROM ist es, dass sich Jugendliche mit dem Thema „Gewalt in den Medien“ reflexiv und aktiv auseinandersetzen und im eigenen Leben möglichst gewaltfreie Alternativen entwickeln. Das Projekt wurde mit der Comenius-Medaille 2002 ausgezeichnet.

**Konzept:** Studienseminar Rohrbach/Pfalz;

**Technische Umsetzung:** perplex – gesellschaft für interaktive kommunikation und design mbh, München

**Vorhandene Materialien:** CD-ROM

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über kopaed-Verlag, München ([www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)) oder den Buchhandel (ISBN 3-935686-08-0), Preis 7,80 €.



### Digitale Spielewelten

Die DVD „Digitale Spielewelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“ wurde im Rahmen der Reihe „Schule des Hörens und Sehens – Medienkompetenz für Lehrer“ der LPR Hessen und des hessischen Kultusministeriums erstellt. Auf der DVD finden Lehrkräfte didaktisch aufbereitete Informationen, Demo-Versionen von Spielen sowie Unterrichtsmethoden zum Einsatz an allgemeinbildenden Schulen und Berufsschulen. Mit der DVD können Schülerinnen und Schüler und Lehrerinnen und Lehrer die verschiedenen Formen von Computer- und Videospiele kennenlernen und deren Bedeutung vertiefen.

Aufgrund der großen Nachfrage von NRW-Institutionen fördert die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) nun in einer eigenen Auflage der DVD „Digitale Spielewelten – Computer- und Videospiele als Unterrichtsthema“ den Druck und Vertrieb in NRW.

**Träger/Herausgeber:** LPR Hessen und Kultusministerium Hessen

**Vorhandene Materialien:** DVD

**Bezugsmöglichkeit:** Bestellung über [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen), E-Mail an [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de).



A light blue circle containing the white letter 'A'.

## ANHANG

A. Förderung von Medienkompetenz – Leitbilder und Handlungsfelder der LfM	188
B. Förderrichtlinien und Satzungen	195
Fördersatzung Bürgerfunk	195
Fördersatzung Bürgermedien	200
Nutzungssatzung Bürgerfunk	207
Nutzungssatzung Offene Kanäle	214
Richtlinie Qualifizierung Bürgerfunk	219
Richtlinie Förderung Bürgerfunk	224
Curriculum Medientrainer	232
C. Ansprechpartner zu Medienkompetenz und Bürgermedien	240





# Förderung von Medienkompetenz – Leitbilder und Handlungsfelder der LfM

Mechthild Appelhoff

Auf Grund der Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologien in den vergangenen Jahren sind heute Medien in allen Lebensbereichen – Arbeit, Familie, Bildung, Freizeit und Politik – von zentraler Bedeutung. Sie sind eine wesentliche Sozialisationsagentur und zugleich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Dies hat zur Folge, dass die Medienkompetenz zu einer Schlüsselkompetenz in unserer Gesellschaft geworden ist, die jeden Einzelnen herausfordert.

Diesem Umstand hat der Gesetzgeber in Nordrhein-Westfalen mit einem umfassenden gesetzlichen Auftrag an die LfM Rechnung getragen: Die LfM hat die Aufgabe, Medienkompetenz im Land zu fördern, Medienerziehung zu unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation sowie zur gleichberechtigten Teilhabe an ihr beizutragen (§ 39 LMG NRW). Sie hat hierzu insbesondere innovative Projekte der Medienerziehung und Formen des selbst organisierten Lernens zu fördern. Die Förderung erstreckt sich darüber hinaus auf Medienproduktionen im Kontext von Bürgermedien und die Aus- und Fortbildung in Medienberufen (§ 88 Abs. 3 LMG NRW).

## I. Leitbilder

Vor diesem Hintergrund hat die LfM vielfältige Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz entwickelt. Der Planung und Umsetzung dieser Aktivitäten liegen verschiedene Leitbilder zugrunde; diese Leitbilder definieren die Ziele, die mit den Projekten und Förderaktivitäten der LfM erreicht werden sollen.

### • Jugendmedienschutz

Der gesetzliche Jugendmedienschutz soll verhindern, dass Kinder und Jugendliche durch die Konfrontation mit problematischen Inhalten wie beispielsweise Pornografie oder Verherrlichung von Gewalt in ihrer Entwicklung beeinträchtigt oder gefährdet werden. Zu diesem Zweck werden Altersklassifizierungen oder Zugangsbeschränkungen ausgesprochen. In Ergänzung zu diesem gesetzlichen Jugendmedienschutz, dessen Umsetzung auch zu den Aufgaben der LfM gehört, sollen die Förderaktivitäten der LfM im Bereich der Medienkompetenz das Ziel verfolgen, Kinder und Jugendliche so zu qualifizieren, dass sie mit den Medien und ihren Inhalten kompetent und selbstbestimmt umgehen können. Hierzu sollen auch Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen befähigt werden, Kinder und Jugendliche beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen. Potenzielle Gefährdungen sollen durch Aufklärung und Kompetenzentwicklung minimiert werden.

### • Bildung

Das Lernen, der Erwerb von Wissen und der Zugang zu Information ist in unserer Gesellschaft ohne die kompetente Nutzung aller Medien, insbesondere von Online-Medien, heute kaum mehr vorstellbar. Medienkompetenz wird deshalb auch als vierte Kulturtechnik bezeichnet – neben dem Lesen, Rechnen und Schreiben. Eine Technik, die nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene beherrschen müssen, wie das Konzept des lebenslangen selbstständigen Lernens, mit dem Berufstätige heute konfrontiert werden, zeigt. In der Informations- und Wissensgesellschaft entscheidet somit die Frage, ob Kinder, Jugendliche oder Erwachsene mit Medien kompetent umgehen können, in hohem Maße darüber, welche Bildungschancen und damit welche Entfaltungs- und Entwicklungschancen sich ihnen eröffnen. Die ökonomische und soziale Integration des Einzelnen in der Gesellschaft ist auch von seiner Medienkompetenz abhängig. Deshalb sollen die Förderaktivitäten der LfM in diesem Bereich einen Beitrag dazu leisten, dass möglichst viele, Kinder wie Erwachsene, in der Lage sind, sich die Bildungspotenziale der Medien zunutze zu machen.

### • Demokratiekompetenz

Medien organisieren nicht nur den Zugang zu Wissen und Information einer Gesell-

schaft. Die Auseinandersetzung mit und die Entwicklung von gesellschaftlichen Werten und politischen Zielen findet im Wesentlichen über Medien statt. Die selbstbestimmte Begleitung dieser Prozesse sowie deren aktive Mitgestaltung setzen den kompetenten Umgang mit Medien voraus, insbesondere die Fähigkeit zur kritischen Reflexion von Medieninhalten, die eigenen Kompetenzen, sich (medien-)öffentlich zu artikulieren, und das Wissen um die Macht- und Wirkungsstrukturen, die den Medien zugrunde liegen. Dies gilt angesichts der neuen Möglichkeiten zur direkten Beteiligung der Bürger an politischen Kommunikations- und Entscheidungsprozessen, die unter dem Begriff „e-democracy“ gefördert werden, umso mehr. Die Medienkompetenz bestimmt in einem hohen Maße die sozialen und politischen Ausdrucks- und Partizipationsmöglichkeiten des Einzelnen in der Gesellschaft. Durch die Förderung von Medienkompetenz soll ein Beitrag zur größtmöglichen Teilhabe des Einzelnen am gesellschaftlichen und politischen Leben geleistet werden.

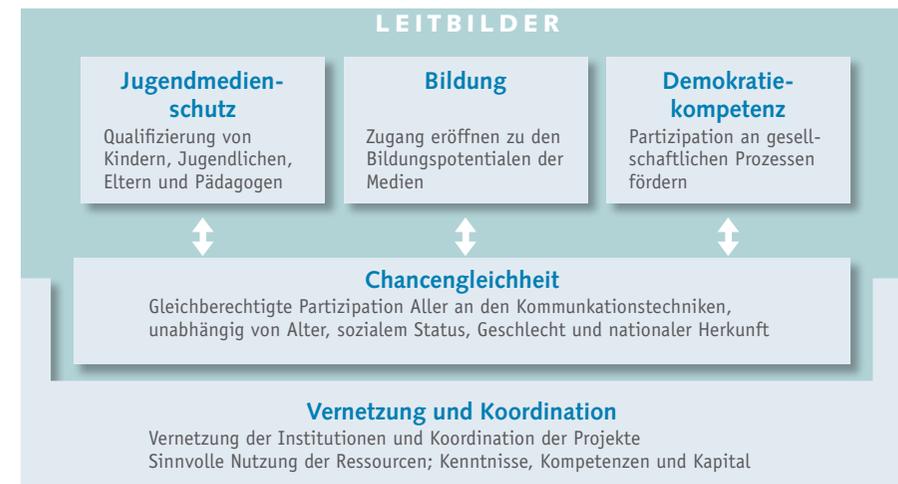
#### • Chancengleichheit

Mit Blick auf die gesetzlichen Vorgaben zur Förderung von Medienkompetenz weist die LfM einem Aufgabenbereich einen besonders zentralen Stellenwert zu: Die LfM soll gemäß § 39 des Landesmediengesetzes zur gleichberechtigten Teilhabe an allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation beitragen. Vor diesem Hintergrund gilt es also besonders zu berücksichtigen, dass große Teile der Bevölkerung nicht oder nur eingeschränkt Zugang zu den Medien und ihren Bildungs- und Partizipationspotenzialen finden. Als Ursachen für diesen eingeschränkten Zugang sind festzuhalten: Alter, sozialer Status, Geschlechts- und Migrationshintergrund. Hinweise auf die „Digitale Teilung unserer Gesellschaft“, die Warnungen vor der so genannten „Wachsenden Wissenskluft“ zwischen sozial abgesicherten und sozial benachteiligten Schichten oder Redewendungen wie die vom „User versus Looser“ machen dieses Problem sehr anschaulich. Sie verdeutlichen zugleich, dass der eingeschränkte Zugang zu den Nutzungspotenzialen der Medien zur gesellschaftlichen Ausgrenzung und zur Verstärkung der gesellschaftlichen Benachteiligung der Betroffenen beitragen kann. Deshalb ist allen Aktivitäten der LfM zur Förderung von Medienkompetenz das Ziel gemeinsam, dass möglichst viele Menschen, unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft und materieller Ausstattung, an den Medien und den neuen Kommunikationstechniken partizipieren und die von ihnen ausgehenden Chancen nutzen können. Medienkompetenz soll in der Gesellschaft verstärkt etabliert und ein Beitrag zur Chancengleichheit geleistet werden.

#### • Vernetzung und Koordination

Neben der LfM gibt es in Nordrhein-Westfalen eine Vielzahl weiterer Akteure und Institutionen, die auf landesweiter, regionaler oder lokaler Ebene Angebote zur

Förderung von Medienkompetenz machen. Angesichts dieser Vielfalt ist es von großer Bedeutung, dass sich diese Institutionen, einschließlich der LfM, vernetzen und ihre Aktivitäten koordinieren. Auf diese Weise sollen Wissen und Erfahrungen ausgetauscht, Synergien erschlossen und bedarfsgerechte Angebote entwickelt werden. Nur durch Vernetzung und Koordination ist zu gewährleisten, dass die vorhandenen Ressourcen – Kenntnisse, Kompetenzen und Kapital – in Nordrhein-Westfalen möglichst sinnvoll verwendet werden. Deshalb will die LfM mit ihren Aktivitäten die Vernetzung der Institutionen und die Koordination der Projekte unterstützen.



Auf der Basis dieser Leitbilder will die LfM einen Beitrag zum präventiven Jugendmedien-schutz leisten. Die LfM wirkt darauf hin, dass Zugänge zu Wissen, Bildung und Information, die von den Medien eröffnet werden, möglichst umfassend aufgegriffen werden können und dass sich die Möglichkeiten zur Teilhabe an den gesellschaftspolitischen Prozessen, die im großen Maße von Medien gesteuert werden, für möglichst viele Menschen erschließen. Zu diesem Zweck fördert sie mit ihren Maßnahmen insbesondere die Fähigkeit des Einzelnen zur Medienkritik. Sie stellt Möglichkeiten zur eigenständigen Mediengestaltung bereit, sie will zur fundierten Medienkunde beitragen und zur selbstbestimmten und reflektierten Mediennutzung befähigen.

#### II. Handlungsfelder

Mit Blick auf die Umsetzung der Leitbilder agiert die LfM im Bereich der Förderung von Medienkompetenz in verschiedenen Handlungsfeldern, die im Folgenden benannt werden sollen:

- **Medienforschung zu Medienkompetenzthemen**

Die Medienkompetenz in allen Facetten ihrer Bedeutung – als technische, soziale und kulturelle Fähigkeit – ist regelmäßig Gegenstand von wissenschaftlichen Untersuchungen. Dabei setzen die von der LfM in Auftrag gegebenen Studien Schwerpunkte, die sich wechselseitig so ergänzen, dass sich aus der Reihe der Forschungsprojekte ein umfassendes Bild der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen (Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer, ältere Mitbürgerinnen und Mitbürger, etc.) ergibt. Die Studien zeigen in der Regel Problemlagen und mögliche Lösungsvorschläge auf. Erkenntnisse dieser Art sind Voraussetzung für die Entwicklung aktueller, die jeweiligen Entwicklungen der Medienlandschaft aufgreifender Modelle zur Förderung von Medienkompetenz.

- **Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote**

Sowohl als Resultat aus den mit Hilfe der Medienforschung gewonnenen Erkenntnissen wie auch durch Anregungen aus der täglichen Medienarbeit heraus hat die LfM inzwischen ein breites Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebot initiiert. Die Angebote, die in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern aus Forschung und Praxis durchgeführt werden, sind adressiert an Multiplikatoren aus der pädagogischen Arbeit wie Lehrerinnen und Lehrer und Erzieherinnen und Erzieher. Hierzu gehören beispielsweise die Initiative „Eltern+Medien“, in deren Rahmen medienpädagogische Fachkräfte zu verschiedenen Schwerpunktthemen der familiären Medienerziehung qualifiziert werden. Die LfM entwickelt zudem Informationsmaterialien für den so genannten Endverbraucher, wie z.B. für Eltern, um die Bereitschaft und die Möglichkeiten zum selbstständigen Lernen zu fördern. Hierzu gehören Angebote wie der Internetratgeber „Internet-ABC“, das Projekt „klicksafe.de“ oder der Elternratgeber „Mit Medien leben lernen“.

Der Planung dieser Angebote liegen in der Regel Schwerpunktthemen zugrunde, die über mehrere Jahre von Bedeutung sind. Zu diesen Themenschwerpunkten gehören die folgenden: Medienerziehung im Kindergarten, Medien und Familie und Vernetzung der Medienkompetenz fördernden Aktivitäten in NRW sowie die Förderung der Medienkompetenz sozial benachteiligter Jugendlicher. Die Ausrichtung der Informations-, Beratungs- und Qualifizierungstätigkeit der LfM an Schwerpunktthemen soll dazu beitragen, dass die Aktivitäten nachhaltig wirksam werden und eine möglichst große Reichweite erzielen.

- **Bürgermedien**

Die LfM fördert die Bürgermedien, also den Bürgerfunk, das Bürgerfernsehen sowie den Campusrundfunk. Grundgedanke dieser Förderung ist, dass breiten Bevölkerungsschichten ein unmittelbarer Zugang zu den Medien eröffnet und ihnen so die Gelegenheit gegeben werden soll, an der demokratischen Gesellschaft teilzunehmen. Bürger sollen ein Forum für Themen erhalten, die ihnen wichtig sind. Mittels des Prinzips „learning by doing“ soll jeder interessierte Bürger zusammen mit Gleichgesinnten seine eigenen Hörfunk- und Fernseherfahrungen machen können und so praktischen Einblick nehmen in die Welt der elektronischen Medien, in ihre Möglichkeiten und Grenzen. Die Bürgermedien sollen damit einen praxisbezogenen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz leisten.

- **Förderung der Aus- und Fortbildung**

Die LfM fördert die journalistische Aus- und Fortbildung im lokalen Hörfunk sowie im Fernsehen. Aus Sicht der LfM ist es von grundsätzlicher Bedeutung für das Mediensystem, dass die Qualität der journalistischen Ausbildung gefördert und sichergestellt wird.

- **Mediennutzerschutz**

Die Landesanstalt für Medien hat den gesetzlichen Auftrag, Auskünfte über die Rechte von Rundfunkteilnehmern und die Möglichkeiten der Rechtswahrnehmung zu erteilen. Diese Aufgabe sieht die LfM auch im Zusammenhang mit der Medienkompetenzförderung, da das Wissen um die eigenen Rechte, die ein Mediennutzer gegenüber dem Medienanbieter hat, und die Kenntnis ihrer Wahrnehmung ein zentraler Bestandteil der Medienkompetenz des Einzelnen sind. Dem Medienanbieter, der seine Verantwortung zunehmend autonom durch Selbstkontrolle wahrnehmen kann, muss ein Nutzer gegenüberstehen, der seine Rechte kennt, z. B. dann, wenn Angebote die Menschenwürde oder Persönlichkeitsrechte verletzen. Deshalb hat die LfM Publikationen wie den Ratgeber „Mediennutzerschutz. Beschwerderechte für Fernsehen, Hörfunk und Internet“ veröffentlicht. Der Ratgeber informiert anhand von Fallbeispielen über die relevanten juristischen Grundlagen und zeigt Handlungsmöglichkeiten auf.

- **Vernetzung und Koordination in NRW**

Wie eingangs geschildert betrachtet die LfM die Vernetzung und Koordination von Medienkompetenzaktivitäten in NRW und darüber hinaus als eines ihrer Leitbilder. Im Gegensatz zu den vier anderen Leitbildern richten sich diese Aktivitäten aber nicht nur an Mediennutzer und Multiplikatoren, sondern auch an andere Institutionen, die ebenso wie die LfM Qualifizierungsangebote planen. Mit Blick auf diese spezielle

Zielgruppe eröffnet sich hierdurch ein gesondertes Handlungsfeld. In diesem ist die LfM bestrebt, ihre eigenen Aktivitäten im Bereich der Förderung von Medienkompetenz mit denen anderer Institutionen in Nordrhein-Westfalen zu vernetzen, um sie in ein gemeinsam getragenes, übergeordnetes Konzept von Medienkompetenz einzubinden. Die Erarbeitung eines solchen Konzepts setzt einen entsprechenden Abstimmungs- und Verständigungsprozess zwischen den unterschiedlichen Institutionen voraus. Die LfM ist bereit, an einem solchen Prozess mitzuwirken und diesen zu moderieren. Sie steht mit Beratung zur Verfügung und hat das Ziel, die Zusammenarbeit verschiedener Institutionen anzuregen und zu fördern.

Darüber hinaus will die LfM dazu beitragen, dass die Institutionen, die Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen fördern, bereits bei ihrer Planungsarbeit den Aspekt der Vernetzung ohne größeren Rechercheaufwand mitdenken und Möglichkeiten zur Projektkooperation erfassen können. Zu diesem Zweck stellt die LfM Datenbanken zur Verfügung, die über Institutionen und Akteure im Bereich der Förderung von Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen informieren, und ihre Angebote und Projekte transparent machen. So sind im Medienpädagogischen Atlas die Institutionen zu finden, die sich in NRW im Bereich der Förderung von Medienkompetenz engagieren. Die Datenbank Medienkompetenzprojekte NRW informiert über ca. 1.200 öffentlich geförderte Medienkompetenzprojekte. Die genannten Angebote sind auch über das Internetportal [www.medienkompetenzportal-nrw.de](http://www.medienkompetenzportal-nrw.de) zu erreichen, das als zentrale Anlaufstelle im Netz die Informationen zum Thema „Medienkompetenz in NRW“ bündelt und sie transparent und schnell verfügbar machen will.

Diese Angebote sollen dazu beitragen, dass die Vielzahl der landesweit, regional oder lokal agierenden Institutionen, die Medienkompetenzaktivitäten planen, fördern und anbieten, ihre Aktivitäten sowohl in ihrer inhaltlich konzeptionellen als auch in ihrer regionalen Ausrichtung bedarfsgerecht, effektiv und zukunftsorientiert entwickeln.

Indem das Spektrum der Akteure und Aktivitäten transparent gemacht wird, soll zudem die Nachhaltigkeit der Projekte erhöht und die Auffindbarkeit relevanter Angebote für den Einzelnen erleichtert werden. Multiplikatoren, die Medienkompetenz an Dritte weitervermitteln, Vertretern aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik wie auch allgemein interessierten Bürgerinnen und Bürgern soll die Möglichkeit eröffnet werden, sich schnell, gezielt und umfassend über Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren.



## Förderrichtlinien und Satzungen

### Satzung

#### der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Förderung des Bürgerfunks im lokalen Hörfunk (Fördersatzung Bürgerfunk) vom 20. Oktober 2007

Satzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Förderung des Bürgerfunks im lokalen Hörfunk (Fördersatzung Bürgerfunk)

Aufgrund des § 82 Absatz 3 Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) vom 2. Juli 2002 (GV. NRW. 2002 S. 334), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen – 12. Rundfunkänderungsgesetz – vom 5. Juni 2007 (GV. NRW. 2007, S. 192) erlässt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die folgende Satzung:

### § 1 Ziele und Grundsätze der Förderung

- (1) Der Bürgerfunk im lokalen Hörfunk dient dazu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen.

- (2) Zur Verwirklichung dieses Funktionsauftrages fördert die LfM Maßnahmen und Projekte für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk und zwar vorrangig solche, die Medienkompetenz durch Schulprojekte in Kooperation mit einer Veranstaltergemeinschaft stärken. Ferner unterstützt sie Ausbildungs- und Qualifizierungsprojekte und -maßnahmen.

## § 2 Förderfähige Maßnahmen und Projekte

- (1) Die LfM fördert
- Schulprojekte i. S. v. § 72 Abs. 1 LMG NRW
  - Maßnahmen zur Qualifizierung im Sinne der Nutzungssatzung von Gruppen im Sinne von § 72 LMG NRW
  - Maßnahmen zur Qualifizierung von durch die LfM anzuerkennenden Zertifizierungsstellen sowie Prüferinnen und Prüfern,
  - Ausbildungs- und Qualifizierungsprojekte und -maßnahmen
  - in besonderen Fällen Modellprojekte sowie Experimente, die einer Weiterentwicklung des Bürgerfunks dienen.
- (2) Die LfM achtet bei der Förderung der genannten Projekte und Maßnahmen auf eine angemessene Berücksichtigung aller Verbreitungsgebiete.
- (3) Bei der Förderung der Schulprojekte achtet die LfM darüber hinaus auf eine angemessene Berücksichtigung aller Schulformen.
- (4) Bei der Prüfung der zu fördernden Vorhaben werden neben den vorrangigen inhaltlich qualitativen Kriterien, wie dem Grad zur Erreichung der unter § 1 genannten Ziele, unter anderem die Realisierbarkeit des Vorhabens innerhalb eines angemessenen Zeitraums, die Nachhaltigkeit des Angebotes, Art und Umfang der Eigenleistungen und die Erreichbarkeit der Zielgruppe berücksichtigt.

## § 3 Art der Zuschussgewährung

- (1) Zuschüsse werden grundsätzlich als Geldmittel geleistet. Die Förderung erfolgt im Regelfall nach Projektstunden oder Teilnehmertagen. Die LfM kann darüber hinaus Sach- und Dienstleistungen zur Verfügung stellen.
- (2) Die Zuschussgewährung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der von der LfM bereitgestellten Mittel. Die LfM setzt die Höhe der Mittelbereitstellung nach Maßgabe ihres Haushalts jährlich fest und gibt dies landesweit in geeigneter Weise bekannt.
- (3) Die LfM gibt die Rahmenbedingungen für Maßnahmen und Projekte i. S. v. § 2 landesweit in geeigneter Weise bekannt. Daneben erfolgt der Hinweis, dass Zuschüsse nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften, dieser Satzung sowie des Haushaltsplans der LfM gegeben werden können. Unter Bekanntgabe des Förderungszieles und der Förderungskriterien setzt sie dabei Fristen zur Anmeldung von Maßnahmen und Projekten mit dem

Hinweis, dass nach Ablauf der Frist gemeldete Vorhaben für das laufende Haushaltsjahr bzw. für die angegebene Haushaltsperiode nicht mehr berücksichtigt werden können.

## § 4 Zuschussempfänger

- (1) Zuschussempfänger im Hinblick auf die unter § 2 aufgeführten Maßnahmen und Projekte sind Einrichtungen und Personen, die die Voraussetzungen für die Durchführung der Maßnahmen und Projekte erbringen.
- (2) Bei der Förderung von Modellprojekten und Experimenten nach § 2 Abs. 1 e) können auch Gruppen im Sinne des § 72 Abs. 2 LMG NRW Zuschussempfänger sein.

## § 5 Anträge

- (1) Anträge sind schriftlich an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zu richten.
- (2) Die Anträge haben alle für die Entscheidung über die Zuschussbewilligung erforderlichen Angaben und Unterlagen zu enthalten, wie sie in der jeweiligen Bekanntmachung der LfM aufgeführt sind.
- (3) Insbesondere haben die Antragsteller eine Erklärung beizufügen, dass vor der Bekanntgabe des Bescheides nicht mit dem Projekt begonnen wird.

## § 6 Bewilligung

- (1) Zuschüsse werden durch Bescheid der LfM bewilligt. In besonderen Fällen kann an die Stelle des Bescheides über die Bewilligung eines Zuschusses auch die Mittelgewährung auf der Grundlage eines Vertrages treten.
- (2) Der Bewilligungsbescheid ist mit der Auflage des Nachweises einer zweckentsprechenden Verwendung der Förderungsmittel und unter dem Hinweis der Vorläufigkeit der Bewilligung im Hinblick auf die Einhaltung dieser Auflage und der Zuwendungsvoraussetzungen zu versehen.

## § 7 Verwendung von Zuschüssen, Verwendungsnachweis

- (1) Der Zuschuss darf vom Zuschussempfänger nur zur Erfüllung des im Zuwendungsbescheid genannten Zwecks verwendet werden. Die bewilligten Mittel sind sparsam und wirtschaftlich zu verwenden.
- (2) Ansprüche aus dem Bescheid dürfen vom Zuschussempfänger weder abgetreten noch verpfändet werden. Die Maßnahmen und Projekte dürfen weder ganz noch in Teilen einem Dritten übertragen werden.

- (3) Mittel, die für den Zweck der Bewilligung nicht benötigt werden, die nicht zweckentsprechend verwendet werden oder deren Verwendung in anderer Weise gegen diese Bewilligungsbedingungen verstößt, sind vom Zuschussempfänger der LfM unverzüglich zurückzuerstatten. Vorübergehend nicht benötigte Mittel sind im Rahmen der Liquiditätserfordernisse zinsbringend anzulegen; die Zinserträge dürfen nur für den Bewilligungszweck verwendet werden oder sind andernfalls unverzüglich der LfM zu überweisen oder ihr zum Zwecke der Verrechnung anzuzeigen.
- (4) Gegenüber der LfM hat der Zuschussempfänger einen Verwendungsnachweis zu führen, der die zweckentsprechende Verwendung der Zuschüsse erkennen lässt. Der Verwendungsnachweis besteht aus einem Sachbericht und einem zahlenmäßigen Nachweis. Zwischennachweise erfolgen nach Maßgabe des Bewilligungsbescheides. Die LfM kann im Einzelfall für die Erbringung des Verwendungsnachweises Fristen setzen.

### § 8 Prüfung der zweckentsprechenden Verwendung von Zuschüssen

- (1) Die LfM kann beim Zuschussempfänger jederzeit Bücher, Belege und sonstige Geschäftsunterlagen - soweit sie nicht bereits mit dem Verwendungsnachweis vorzulegen sind - zur Einsichtnahme anfordern oder die zweckentsprechende Verwendung durch Einsichtnahme in die Bücher, Belege und sonstigen Geschäftsunterlagen örtlich prüfen; sie kann sich hierzu Beauftragter bedienen.
- (2) Der LRH ist berechtigt, beim Zuschussempfänger die zweckentsprechende Verwendung des Zuschusses nach dieser Satzung zu überprüfen.

### § 9 Rücknahme, Widerruf des Zuschusses, Ausschluss von der Förderung

Rücknahme oder Widerruf von Zuschussbescheiden sowie als Folge hiervon die Rückforderung der Zuschüsse richten sich nach Verwaltungsverfahrenrecht (§§ 48, 49, 49 a VwVfG NRW).

### § 10 Richtlinien

Weitere Einzelheiten der Förderung nach dieser Satzung können durch Richtlinien der LfM geregelt werden.

### § 11 Inkrafttreten

- (1) Die Satzung tritt am 1. Januar 2008 in Kraft.

- (2) Die Satzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Förderung von Bürgermedien gem. § 82 Absatz 5 Satz 1 LMG NRW (Fördersatzung Bürgermedien) vom 12. Dezember 2003 tritt mit Ablauf des 31. Dezember 2007 außer Kraft.

**Satzung  
der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Förderung der  
Bürgermedien gem. § 82 Abs. 5 Satz 1 LMG NRW (Fördersatzung Bürgermedien)  
vom 12. Dezember 2003**

Aufgrund des § 82 Abs. 5 Satz 1 des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) vom 2. Juli 2002 (GV. NRW. 2002 S. 334) zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den „Westdeutschen Rundfunk Köln“ (WDR-Gesetz), 10. Rundfunkänderungsgesetz vom 17. Juni 2003 (GV. NRW. 2003, S. 320), erlässt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die folgende Satzung:

**§ 1 Ziele und Grundsätze der Förderung**

- (1) Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) fördert Bürgermedien gem. Abschnitt VIII LMG NRW.
- (2) Durch die Förderung soll die Bereitschaft von Einrichtungen auf kommunaler Ebene, sich an dieser neuen Form lokaler Kulturarbeit zu beteiligen, gestärkt werden.
- (3) Die LfM kann in besonderen Fällen Modell- und Pilotprojekte sowie Experimente fördern, die einer Weiterentwicklung der Bürgermedien gemäß Abschnitt VIII LMG NRW dienen. Die LfM kann weitere Maßnahmen finanzieren, die der Qualifizierung von Gruppen und Personen in den Bürgermedien dienen. Die Durchführung solcher Förderungsmaßnahmen erfolgt auf Beschluss der Medienkommission.
- (4) Zuschüsse werden als Geldmittel geleistet. Die LfM kann darüber hinaus Sach- und Dienstleistungen zur Verfügung stellen. Die Förderung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der von der LfM bereitgestellten Mittel. Die Zuschüsse für Beiträge nach § 72 Abs. 3 LMG NRW dürfen die tatsächlichen Kosten für die Herstellung dieser Beiträge nicht übersteigen.
- (5) Die LfM kann sich von den Gruppen das Recht einräumen lassen, die geförderten Beiträge und Maßnahmen im nichtgewerblichen Bereich, insbesondere anlässlich von Messen, Ausstellungen, Wettbewerben und Festivals, zu Prüf-, Beratungs- und Forschungszwecken zur Verfügung zu stellen und mit Hinweis auf die Gruppe bzw. die Urheber öffentlich wahrnehmbar zu machen. Sie kann die Förderung von der Einräumung dieses Rechts abhängig machen.

**§ 2 Allgemeine Förderung von Beiträgen zum Bürgerfunk im lokalen Hörfunk**

- (1) Die LfM vergibt Zuschüsse zum Bürgerfunk im lokalen Hörfunk (§§ 72, 73 LMG NRW) für Programmbeiträge, die nach § 72 Abs. 3 LMG NRW in ein lokales Programm einbezogen werden. Programmbeiträge im Sinne von § 72 LMG NRW sind Beiträge, die

gem. § 73 Abs. 1 LMG NRW von einer Gruppe selbst gestaltet sind. Eine Gestaltung liegt insbesondere nicht vor, wenn lediglich aneinandergereihte fremde Tonträger oder fremde Texte den Beitrag prägen.

- (2) Die Zuschüsse werden gewährt, nachdem die Veranstaltergemeinschaft die Ausstrahlung bestätigt hat oder die Ausstrahlung auf sonstige Weise nachgewiesen worden ist. Jeder Beitrag kann (ganz oder in wesentlichen Teilen) nur einmal gefördert werden.
- (3) Die Zuschüsse werden nach den Kosten pro Sendeminute pauschaliert berechnet. Für Beiträge, die in einer von der LfM anerkannten Bürgerfunkproduktionsstätte (Radiowerkstatt) hergestellt werden, wird ein Zuschuss gewährt, der die tatsächlichen Kosten für die Herstellung dieser Beiträge nicht übersteigt. Für andere Beiträge wird ein gesonderter Zuschuss festgesetzt.
- (4) Die LfM setzt die Fördersätze nach Maßgabe ihres Haushalts jährlich fest und gibt dies landesweit in geeigneter Weise bekannt.
- (5) Die Bezuschussung erfolgt jeweils nach Abschluss eines Quartals. Zuschussanträge können nur abgerechnet werden, wenn sie bis zum 15. Tag des auf das Ende eines Quartals folgenden Monats bei der LfM eingegangen sind (Ausschlussfrist). Falls der 15. dieses Monats auf einen Sonntag, gesetzlichen Feiertag oder Sonnabend fällt, so tritt an die Stelle eines solchen Tages der nächste Werktag. Die Veranstaltergemeinschaft macht diese Fristen den Gruppen in ihrem Verbreitungsgebiet in geeigneter Weise bekannt.
- (6) Antragsberechtigt sind die Gruppen gem. § 72 Abs. 1 LMG NRW oder die anerkannten Radiowerkstätten.

**§ 3 Anerkennung von Bürgerfunkproduktionsstätten (Radiowerkstätten)**

Die Anerkennung erfolgt auf schriftlichen Antrag bei der LfM. Der Antrag muss den in der Richtlinie der LfM festgelegten Kriterien für die Anerkennung von Radiowerkstätten entsprechen und insbesondere eine Beschreibung der zur Verfügung gestellten studientechnischen Einrichtungen einschließlich der Kapazitäten der für ihren Betrieb erforderlichen Beratung (Technik, Angaben über Räumlichkeiten, personelle Kapazitäten) enthalten. Die Antragsteller müssen nachweisen, dass sie in der Lage sind, die erforderlichen Produktionshilfeleistungen zu erbringen.

**§ 4 Förderung besonderer Programmbeiträge im Rahmen der allgemeinen Förderung**

- (1) Die LfM kann produktionsaufwändige Beiträge insbesondere zum Zwecke der Erprobung besonderer Sendeformen über die in § 2 dieser Satzung niedergelegten Grundsätze hinaus fördern.

- (2) Soweit für die Förderung im Sinne des Absatzes 1 Mittel zur Verfügung stehen, macht die LfM dies in geeigneter Weise landesweit bekannt. Dabei teilt sie die besonderen Ausschreibungskriterien mit.

### § 5 Aufbewahrungspflicht und Einsichtnahme

Die von der LfM geförderten Beiträge sind von der Gruppe, die den Beitrag erstellt hat, in einem sendefähigen Zustand mindestens sechs Monate aufzubewahren. Die LfM kann die Beiträge jederzeit kostenlos einsehen und sich von der geeigneten Aufbewahrung überzeugen.

### § 6 Förderung der Arbeitsgemeinschaften nach § 76 LMG NRW

- (1) Die LfM gewährt den Arbeitsgemeinschaften Zuschüsse nach Maßgabe dieser Satzung und der dazu ergangenen Richtlinien. Die Förderung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der von der LfM bereitgestellten Mittel:
- für die Anschaffung der Produktions- und Sendetechnik,
  - für die Heranführung des Programms an den Einspeisepunkt der Kabelanlagen und die Kosten für die technische Signalaufbereitung,
  - für die Kosten zur sachgerechten Handhabung (laufende Betriebskosten),
  - Qualifizierungsmaßnahmen,
  - Kooperationsprojekte,
  - Projekte, die dem Aufbau, der Weiterentwicklung oder der Verbesserung der sachgerechten Handhabung des Bürgerfunks im Fernsehen dienen. (Schwerpunktförderung)  
Die LfM kann Produktions- und Sendetechnik den Arbeitsgemeinschaften zur Verfügung stellen.
- (2) Einzelheiten der Förderung werden durch Richtlinien der LfM geregelt. Darin werden Höchstbeträge für die förderungsfähigen Ausgaben festgelegt. Bei der Festlegung des Förderungsbetrages ist der tatsächliche Finanzierungsbedarf der Arbeitsgemeinschaft zu Grunde zu legen.
- (3) Voraussetzung für die Gewährung von Zuschüssen ist der Nachweis einer angemessenen Eigenleistung der Arbeitsgemeinschaft. Einzelheiten werden in den Richtlinien geregelt.
- (4) Eigenleistungen sind alle sich im Vermögen der Arbeitsgemeinschaft befindlichen oder ihr von Dritten zur Verfügung gestellten Dienstleistungen, Geld- und Sachmittel.
- (5) Die Förderung wird nur gewährt, wenn eine tätige Unterstützung und Förderung der Arbeitsgemeinschaft durch Kooperationspartner für die Dauer der Zulassung gewährleistet ist.

### § 7 Förderung örtlicher Medienkompetenznetzwerke

- (1) Die LfM kann Zuschüsse zu örtlichen Medienkompetenznetzwerken gewähren unter der Voraussetzung, dass in der Regel mindestens zwei unterschiedliche Bürgermedien nach Abschnitt VIII LMG NRW zusammen mit weiteren örtlichen Partnern, insbesondere anerkannten Bildungseinrichtungen, ein solches Netzwerk bilden. Von der Regelvoraussetzung kann abgewichen werden, sofern unterschiedliche Bürgermedien im örtlichen Bereich nicht zur Verfügung stehen.
- (2) Örtliche Medienkompetenznetzwerke sollen die technischen Ressourcen und gestalterischen Qualifikationen der an einem Ort vorhandenen Bürgermedien zusammenfassen, um der Bevölkerung einen einheitlichen Ansprechpartner für ein umfassendes und methodisch-didaktisch integriertes Qualifizierungsangebot zu unterbreiten, das entsprechende Verbreitungsmöglichkeiten in lokalen Netzwerken und im Internet einschließt.

### § 8 Förderung von Ausbildungs- und Erprobungskanälen

- (1) Die LfM kann Zuschüsse zu Ausbildungs- und Erprobungskanälen vergeben, die in der Regel von mindesten zwei unterschiedlichen Bürgermedien nach Abschnitt VIII LMG NRW unter Einbeziehung weiterer örtlicher Partner, insbesondere anerkannter Bildungseinrichtungen, gebildet werden.
- (2) Ausbildungs- und Erprobungskanäle sollen insbesondere Studierenden medienbezogener Ausbildungsgänge vorberufliche Medienerfahrungen unter realitätsnahen Bedingungen vermitteln. Sie sollen zugleich die Möglichkeit bieten, neue mediale Angebote sowie Umsetzungs- und Qualifizierungsstrategien zu entwickeln und zu erproben und multimediale Anwendungen umzusetzen.

### § 9 Förderung der Erprobung und Nutzung neuer Verbreitungsplattformen

- (1) Die LfM kann Zuschüsse zur Erprobung und Nutzung neuer Verbreitungsplattformen, insbesondere digitaler Plattformen inklusive Internet gewähren, sofern sich verschiedene Bürgermedien dazu zusammenschließen.
- (2) Ziel ist es, Bürgerinnen und Bürgern ein multimediales Qualifizierungs- und Nutzungsangebot zu unterbreiten, neue Formen der Bürgerkommunikation zu entwickeln und die Eignung unterschiedlicher neuer technischer Verbreitungswege zu erproben.

### § 10 Hochschulrundfunk und Bürgerfunk

- (1) Die LfM kann Zuschüsse gewähren, sofern Veranstalter nach § 81 LMG NRW mit den Gruppen nach § 72 Abs. 1 LMG NRW auf den für Sendungen in Hochschulen zugewiesenen Frequenzen zusammenarbeiten.
- (2) Ziel der Zusammenarbeit ist es, gemeinsame Sendevorhaben zu entwickeln und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz durchzuführen.

### § 11 Information über Vergabe von Fördermitteln

- (1) Die LfM macht in geeigneter Weise die Förderkriterien dieser Satzung bekannt.
- (2) Die LfM macht weiterhin in geeigneter Weise bekannt, dass für besondere Projekte im Sinne der §§ 1 sowie 6 bis 10 dieser Satzung Zuschüsse nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften dieser Satzung sowie des Haushaltsplans der LfM gegeben werden können. Unter Bekanntgabe des Förderungszieles und der Förderungskriterien setzt sie dabei Fristen zur Anmeldung von Projekten mit dem Hinweis, dass nach Ablauf der Frist gemeldete Projekte für das laufende Haushaltsjahr bzw. für die angegebene Haushaltsperiode nicht mehr berücksichtigt werden können. In der Bekanntmachung weist sie ferner darauf hin, dass aus der Anmeldung das konkrete Projekt und ein Finanzierungsplan ersichtlich sein müssen.
- (3) Nach Ablauf der Frist für die Antragstellung entscheidet die LfM über die Anträge unter Festlegung der Förderungsquote. Die Bewilligungsbescheide sind mit der Auflage des Nachweises einer zweckentsprechenden Verwendung der Förderungsmitel und der Rückforderbarkeit bei Nichteinhaltung der Auflage zu verbinden.

### § 12 Anträge

- (1) Anträge gem. § 2 dieser Satzung können die in § 72 Abs. 1 LMG NRW genannten Gruppen oder die anerkannten Radiowerkstätten schriftlich an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) stellen.
- (2) In den Fällen des § 2 dieser Satzung werden die Zuschüsse vierteljährlich entsprechend dem nachgewiesenen Sendevolumen gewährt.
- (3) Anträge gem. § 6 dieser Satzung müssen nach den Punkten a bis f aufgeschlüsselt sein und eine inhaltliche Beschreibung sowie einen Finanzierungsplan enthalten: Personal- und Sachausgaben sind getrennt auszuweisen.
- (4) Den Anträgen für eine Projektförderung sind eine Projektbeschreibung und ein Finanzierungsplan beizufügen: Personal- und Sachausgaben sind getrennt auszuweisen. Es ist eine Erklärung beizufügen, dass vor Bekanntgabe des Bescheides mit dem Projekt nicht begonnen wird.

### § 13 Bewilligung

- (1) Zuschüsse an Gruppen gemäß § 72 Abs. 1 LMG NRW (Zuschussempfänger) werden durch Bescheid der LfM bewilligt. In besonderen Fällen kann an die Stelle des Bescheides über die Bewilligung eines Zuschusses auch die Mittelgewährung auf der Grundlage eines Vertrages treten.
- (2) Die LfM kann bei Förderung gem. § 6 dieser Satzung unter Beifügung eines Vorbehaltes der Rückforderung und vorbehaltlich einer endgültigen Entscheidung Abschlagszahlungen auf den zu erwartenden Förderungsbetrag leisten.

### § 14 Verwendung von Zuschussbeträgen, Verwendungsnachweis

- (1) Der Zuschuss darf vom Zuschussempfänger nur zur Erfüllung des im Zuwendungsbescheid genannten Zwecks verwendet werden. Die bewilligten Mittel sind sparsam und wirtschaftlich zu verwenden.
- (2) Ansprüche aus dem Bescheid dürfen vom Zuschussempfänger weder abgetreten noch verpfändet werden. Die Erfüllung der Aufgabe darf weder ganz noch in Teilen einem Dritten übertragen werden.
- (3) Mittel, die für den Zweck der Bewilligung nicht benötigt werden, die nicht zweckentsprechend verwendet werden oder deren Verwendung sonst gegen diese Bewilligungsbedingungen verstößt, sind vom Zuschussempfänger der LfM unverzüglich zurückzuerstatten. Vorübergehend nicht benötigte Mittel sind im Rahmen der Liquiditätserfordernisse zinsbringend anzulegen; die Zinserträge dürfen nur für den Bewilligungszweck verwendet werden oder sind andernfalls unverzüglich der LfM zu überweisen oder ihr zum Zwecke der Verrechnung anzuzeigen.
- (4) Gegenüber der LfM hat der Zuschussempfänger einen Verwendungsnachweis zu führen, der die zweckentsprechende Verwendung der Zuschüsse erkennen lässt. Der Verwendungsnachweis besteht aus einem Sachbericht und einem zahlenmäßigen Nachweis. Zwischennachweise erfolgen nach Maßgabe des Bewilligungsbescheides. Die LfM kann im Einzelfall für die Erbringung des Verwendungsnachweises Fristen setzen.

### § 15 Prüfung der zweckentsprechenden Verwendung von Zuschüssen

- (1) Die LfM kann beim Zuschussempfänger jederzeit Bücher, Belege und sonstige Geschäftsunterlagen – soweit sie nicht bereits mit dem Verwendungsnachweis vorzulegen sind – zur Einsichtnahme anfordern oder die zweckentsprechende Verwendung durch Einsichtnahme in die Bücher, Belege und sonstigen Geschäftsunterlagen örtlich prüfen; sie kann sich hierzu Beauftragter bedienen.

- (2) Der LRH ist berechtigt, beim Zuschussempfänger die zweckentsprechende Verwendung des Zuschusses nach dieser Satzung zu überprüfen.

### § 16 Rücknahme, Widerruf des Zuschusses, Ausschluss von der Förderung

- (1) Rücknahme oder Widerruf von Zuschussbescheiden sowie als Folge hiervon die Rückforderung der Zuschüsse richten sich nach Verwaltungsverfahrenrecht (§§ 48, 49, 49 a VwVfG. NRW).
- (2) Gruppen, die zweimal gegen diese Fördersatzung verstoßen, können für einen Zeitraum von bis zu sechs Monaten von der Förderung ausgeschlossen werden.

### § 17 Richtlinien

Weitere Einzelheiten der Förderung nach dieser Satzung können durch Richtlinien der LfM insbesondere zu §§ 3 und 6 geregelt werden.

### § 18 In-Kraft-Treten

- (1) Die Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen in Kraft.
- (2) Die Satzungen der LfM über die Förderung Offener Kanäle im lokalen Rundfunk vom 06.07.1993, zuletzt geändert am 22.02.1995 sowie über die Förderung offener Kanäle in Kabelanlagen vom 29.10.1999 treten zum gleichen Zeitpunkt außer Kraft.

## Satzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Nutzung von Sendezeiten für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk (Nutzungssatzung Hörfunk) vom 10. August 2007

Aufgrund der §§ 72 Abs. 2 Satz 3, Abs. 4 Satz 3, 73 Abs. 1 Satz 3 des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) vom 2. Juli 2002 (GV. NRW. S. 334), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen – 12. Rundfunkänderungsgesetz – vom 5. Juni 2007 (GV. NRW. S.192) erlässt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) folgende Satzung:

### § 1 Grundsätze

- (1) Der Bürgerfunk im lokalen Hörfunk dient dazu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen. Diese Satzung enthält Regelungen zu der Zugangsberechtigung, der Qualifizierung, den Sendezeiten und Nutzungsbedingungen sowie Sendeinhalten.
- (2) Wer nicht zur Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk nach dem Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen oder anderen Gesetzen zugelassen ist, kann mit Programmbeiträgen für den lokalen Hörfunk Bürgerfunk betreiben.
- (3) Bürgerfunk darf nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet sein. Werbung, Teleshopping und Sponsoring in Programmbeiträgen des Bürgerfunks sind unzulässig.

### § 2 Zugangsberechtigung

- (1) Zugangsberechtigt zum Bürgerfunk im lokalen Hörfunk sind Gruppen, die im Verbreitungsgebiet eines lokalen Hörfunkprogramms tätig sind, über eine geeignete Qualifizierung verfügen und nicht die Befugnis zur Gründung einer Veranstaltergemeinschaft haben. Alle Mitglieder der Gruppen müssen ihre Hauptwohnung im Verbreitungsgebiet haben.
- (2) Gruppe im Sinne des § 72 LMG NRW und dieser Satzung ist jeder Zusammenschluss von mindestens drei Personen zu einem gemeinsamen Zweck.
- (3) Eine geeignete Qualifizierung erfordert die erfolgreiche Teilnahme an einer von der LfM anerkannten Qualifizierungsmaßnahme. Mit der Qualifizierungsmaßnahme soll bewirkt werden, dass Gruppen in der Lage sind, rechtliche und journalistische Anforderungen an Sendebeiträge unbeschadet der Verantwortlichkeit der Veranstaltergemeinschaft zu beachten und umzusetzen.
- (4) Eine Gruppe verfügt über die geeignete Qualifizierung, wenn mindestens drei ihrer

Mitglieder erfolgreich an einer von der LfM anerkannten Qualifizierungsmaßnahme teilgenommen haben.

- (5) Bei erfolgreicher Teilnahme an einer Qualifizierungsmaßnahme erhält der Teilnehmer ein Zertifikat von der durch die LfM anerkannten Qualifizierungsstelle.
- (6) Weitere Einzelheiten hinsichtlich der Inhalte und Anforderungen an eine Qualifizierungsmaßnahme regelt die LfM in einer Richtlinie. Hierin trifft sie insbesondere Regelungen zur Durchführung der Maßnahme, zur Vergabe des Zertifikats sowie dessen Gültigkeitsdauer.

### § 3 Ausschluss der Zugangsberechtigung

- (1) Nicht zugangsberechtigt sind die nach § 62 Abs. 1 LMG NRW bestimmungsbefugten Stellen. Mitglieder einer Veranstaltergemeinschaft oder Personen, die zu dieser in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis oder in einem arbeitnehmerähnlichen Verhältnis stehen, dürfen an der Herstellung von Programmbeiträgen nach § 73 Abs. 1 LMG NRW nicht mitwirken. Dies gilt nicht für die Vertreterin oder den Vertreter einer Radiowerkstatt im Sinne von § 62 Abs. 3 LMG NRW.
- (2) Nicht zugangsberechtigt sind Gruppen, deren Mitglieder Gesellschafter oder gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter von juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder Personen sind, die zu diesen juristischen Personen des öffentlichen Rechts in einem Dienst- oder Arbeitsverhältnis in leitender Stellung stehen. Vom Zugangsverbot nach Satz 1 sind öffentlichrechtliche Religions- und Weltanschauungsgemeinschaften sowie Theater, Volkshochschulen, Hochschulen, Schulen und sonstige kulturelle Einrichtungen nicht erfasst. Die evangelischen Kirchen, die katholische Kirche und die jüdischen Kultusgemeinden sind als bestimmungsbefugte Stellen nach Abs. 1 Satz 1 vom Zugang ausgeschlossen.
- (3) Nicht zugangsberechtigt sind Gruppen, die als Unternehmen und Vereinigungen von juristischen Personen des öffentlichen Rechts abhängig sind (§ 17 Aktiengesetz).
- (4) Nicht zugangsberechtigt sind Gruppen, deren Mitglieder, Gesellschafter oder gesetzliche oder satzungsmäßigen Vertreter zugleich Mitglieder der Bundesregierung, einer Landesregierung oder einer ausländischen Regierung sind.
- (5) Nicht zugangsberechtigt sind Gruppen, deren Mitglieder, Gesellschafter, gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter zugleich Mitglieder eines Organs eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters sind oder zu diesem in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis stehen.
- (6) Nicht zugangsberechtigt sind politische Parteien und Wählervereinigungen und von diesen abhängige Unternehmen und Vereinigungen (§ 17 Aktiengesetz).

### § 4 Sendezeiten und Nutzungsbedingungen

- (1) Die Sendezeit, die die Veranstaltergemeinschaft den zugangsberechtigten Gruppen zur Verfügung stellt, richtet sich nach § 72 Abs. 5 Satz 1 und 2 LMG NRW. Der Bürgerfunk soll landesweit einheitlich im Programmschema der lokalen Hörfunkprogramme werktags in der Zeit zwischen 21 Uhr und 22 Uhr verbreitet werden. An Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen soll der Bürgerfunk zwischen 19 Uhr und 21 Uhr verbreitet werden. Die Sendezeiten für Nachrichten, Werbung, Wetter- und Verkehrsmeldungen dürfen in ihrer Gesamtlänge in der für den Bürgerfunk nach Satz 1 vorgesehenen Sendezeit nicht den Umfang überschreiten, wie er für die Programmdauer des lokalen Hörfunkprogramms im Tagesdurchschnitt bezogen auf eine volle Sendestunde im jeweiligen Verbreitungsgebiet üblich ist.
- (2) Nicht in Anspruch genommene Sendezeit kann die Veranstaltergemeinschaft selbst nutzen. Dabei hat sie die Möglichkeit, eine Vereinbarung nach § 56 LMG NRW zu schließen.
- (3) Sendeplätze für Beiträge werden grundsätzlich in der Reihenfolge des Eingangs der Sende Anmeldung für den jeweiligen Sendeplatz vergeben. Es besteht für die einreichende Gruppe nur ein Anspruch auf eine einmalige Ausstrahlung. Der Gruppe muss mit der Sende Anmeldung der Zeitpunkt der Ausstrahlung bekannt gegeben werden. Unter Berücksichtigung der zeitlichen Wünsche der Nutzer können insbesondere für aktuelle Beiträge der Gruppen abweichende Regelungen getroffen werden. Eine Gruppe darf zeitgleich maximal zwei Beiträge zur Sendung anmelden. Die Anmeldung eines weiteren Beitrages kann erst nach der Ausstrahlung eines der bereits angemeldeten Beiträge erfolgen.
- (4) Eine aus aktuellen Gründen notwendige Programmänderung auf dem ursprünglich vorgesehenen Sendeplatz ist der zugangsberechtigten Gruppe von der Veranstaltergemeinschaft frühstmöglich bekannt zu geben. Die Veranstaltergemeinschaft ist verpflichtet, am ursprünglich vorgesehenen Sendeplatz bzw. rechtzeitig vorher auf die Programmänderung hinzuweisen und der zugangsberechtigten Gruppe einen anderen Sendeplatz in der nach § 72 Abs. 5 Satz 2 LMG NRW vorgesehenen Zeitspanne einzuräumen.
- (5) Abweichend von der Reihenfolge des Eingangs der Sende Anmeldung müssen diejenigen Beiträge verbreitet werden, zu deren Ausstrahlung die Veranstaltergemeinschaft aufgrund einer bestandskräftigen Entscheidung gem. § 80 LMG NRW verpflichtet wurde. Abs. 4 Satz 2 gilt entsprechend.

### § 5 Inhalte

- (1) Die Programmbeiträge müssen von den Gruppen selbst hergestellt und eigenständig gestaltet werden und ausschließlich für die Ausstrahlung im Verbreitungsgebiet oder in einem Teil hiervon bestimmt sein.

- (2) Die redaktionellen Inhalte der Beiträge müssen einen lokalen Bezug zum Verbreitungsgebiet haben. Lokaler Bezug kann insbesondere durch das Vorkommen eines Akteurs in Gestalt einer Person oder Institution, eines Themas oder Ereignisses aus dem Verbreitungsgebiet hergestellt werden.
- (3) Ferner sind die redaktionellen Beiträge grundsätzlich in deutscher Sprache zu gestalten. Fremdsprachige Inhalte sind zulässig, sofern fremdsprachige Zitate oder fremdsprachige redaktionelle Beiträge aufgenommen werden und diese mit einer Tonspur mit dem Inhalt in deutscher Sprache, dem sog. Voice-Over-Verfahren, überlagert werden. Anstelle eines Voice-Over kann innerhalb des selben Beitrages die deutsche Übersetzung des wesentlichen Inhalts erfolgen, wobei der deutschsprachige redaktionelle Anteil insgesamt überwiegen muss. Hat die Veranstaltergemeinschaft begründete Anhaltspunkte dafür, dass die deutsche Übersetzung des wesentlichen Inhalts nicht den gesetzlichen und satzungsmäßigen Bestimmungen entspricht, kann sie die Vorlage einer Übersetzung des gesamten Beitrages verlangen. Hat die Veranstaltergemeinschaft begründete Anhaltspunkte dafür, dass die Übersetzung den Inhalt des Beitrages in wesentlichen Teilen nicht zutreffend wiedergibt, kann sie von der Gruppe die Übersetzung durch einen vereidigten Übersetzer verlangen.
- (4) Unzulässig sind Beiträge staatlicher Stellen und Beiträge, die in einem Zeitraum von drei Monaten vor einer Wahl im Verbreitungsgebiet der Öffentlichkeitsarbeit von Parteien oder Wählergruppen dienen.

### § 6 Verfahren bei der Anmeldung von Sendungen

- (1) Beitrag und Sendeangabe müssen der Veranstaltergemeinschaft rechtzeitig, d. h. in der Regel drei Tage vor Ausstrahlung vorliegen. Bestandteil der Sendeangabe ist eine kurze inhaltliche Beschreibung über den Ablauf der verwendeten Musiktitel und Wortbeiträge einschließlich der Angabe der Länge des Beitrags und der Produktionsart.
- (2) Die Sendeangabe hat ferner Namen und Anschrift aller Gruppenmitglieder zu enthalten.
- (3) Jede Gruppe muss gegenüber der Veranstaltergemeinschaft den Nachweis der geeigneten Qualifizierung erbringen. Hierzu haben mindestens drei Gruppenmitglieder mit der Sendeangabe das Zertifikat gemäß § 2 Abs. 5 vorzulegen. Qualifizierte Gruppenmitglieder dürfen das Zertifikat nur für eine Gruppe vorlegen. Unbeschadet dessen können sie Mitglieder anderer Gruppen im Verbreitungsgebiet sein.
- (4) Die Veranstaltergemeinschaft kann zur sachgerechten Wahrnehmung ihrer Aufgaben nach § 73 Abs. 3 Satz 2 LMG NRW verlangen, dass die Gruppen sich schriftlich verpflichten, die Veranstaltergemeinschaft und die LfM von Schadensersatzansprüchen Dritter, die aus der Verbreitung des Beitrages entstehen können, freizustellen. Mit der Freistellungserklärung versichern die Gruppen, dass der Beitrag den Bestimmungen

des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen, insbesondere den §§ 71 bis 73 LMG NRW, entspricht und sie alle Rechte für die Verbreitung des Beitrages innehaben. Für den Nachweis ist die schriftliche Erklärung mindestens derjenigen Gruppenmitglieder erforderlich, die gemäß Abs. 3 Satz 2 das Zertifikat vorlegen.

### § 7 Schulprojekte

- (1) Zur Förderung der Medienkompetenz durch Schulprojekte können abweichend von § 4 Abs. 1 im Einvernehmen mit der Veranstaltergemeinschaft besondere zusätzliche Sendezeiten vereinbart werden. Die Vereinbarung soll die konkrete Sendezeit beinhalten.
- (2) Für Schulprojekte gelten die Bestimmungen dieser Satzung mit folgenden Maßgaben:
  1. Der Nachweis der geeigneten Qualifizierung gilt abweichend von § 2 Abs. 3 Satz 1 als erbracht, wenn eine Person verantwortlich an dem Projekt mitgewirkt hat, welche die Befugnis hat, geeignete Qualifizierungsmaßnahmen an einer von der LfM anerkannten Qualifizierungsstelle durchzuführen. Andernfalls gilt § 2 Abs. 3 und 4 entsprechend.
  2. Sendeangabe und die Freistellungserklärungen sind im Falle von Nr. 1 Satz 1 durch die dort genannte Person abzugeben, im Falle von Nr. 1 Satz 2 durch die für das Projekt verantwortliche Person.

### § 8 Aufgaben der Veranstaltergemeinschaft

- (1) Die Veranstaltergemeinschaft ist für den Inhalt der Programmbeiträge der Gruppen nach § 73 Abs. 3 Satz 1 LMG NRW verantwortlich. Die Veranstaltergemeinschaft ist verpflichtet, die eingereichten Beiträge inhaltlich und technisch unverändert entsprechend der im Programmschema ausgewiesenen Sendezeit auszustrahlen.
- (2) Die Veranstaltergemeinschaft hat Programmbeiträge abzulehnen, die den gesetzlichen Bestimmungen nicht entsprechen.
- (3) Die Veranstaltergemeinschaft informiert die Gruppen über die Möglichkeiten der Nutzung von Sendezeiten und gibt Ihnen seitens der LfM zur Verfügung gestellte Informationsmaterialien zur Kenntnis.
- (4) Hat die Veranstaltergemeinschaft begründete Zweifel an der Zugangsberechtigung oder der Vereinbarkeit eines eingereichten Beitrags mit dem geltenden Recht, setzt sie sich rechtzeitig vor dem geplanten Sendetermin mit der Gruppe ins Benehmen; dabei ist der Gruppe der Grund der möglichen Ablehnung und der beanstandete Teil des Beitrags mitzuteilen.

### § 9 Aufbewahrungspflicht und Gegendarstellung

- (1) Die Veranstaltergemeinschaft ist gegenüber der LfM dafür verantwortlich, dass eine

Aufzeichnung eines jeden gesendeten Beitrags erfolgt und für die Dauer der Frist gemäß § 43 Abs. 2 LMG NRW (drei Monate nach dem Tag der Verbreitung) aufbewahrt wird. Wird innerhalb dieser Frist ein Beitrag beanstandet, enden die Pflichten der Aufzeichnung und Aufbewahrung erst, wenn die Beanstandung durch rechtskräftige gerichtliche Entscheidung, durch gerichtlichen Vergleich oder auf andere Weise erledigt ist. Die sich aus § 43 Abs. 3 LMG NRW ergebenden Pflichten der Veranstaltergemeinschaft bleiben unberührt. Gegendarstellungsansprüche sind an die Veranstaltergemeinschaft zu richten.

- (2) Das Verfahren über Programmbeschwerden gegen Beiträge richtet sich nach der Satzung der LfM über das Verfahren bei Programmbeschwerden in der jeweils gültigen Fassung.

### § 10 Entscheidungsrecht der LfM

- (1) Bei Meinungsverschiedenheiten zwischen Veranstaltergemeinschaften und Gruppen, die Bürgerfunk im lokalen Hörfunk betreiben, sowie in Zweifelsfällen entscheidet die LfM.
- (2) Die Beteiligten sind jeweils verpflichtet, der LfM unverzüglich alle für die Entscheidung erforderlichen Angaben, insbesondere die Sendeanmeldungen, und auf deren Verlangen den Beitrag auf einer CD oder in elektronischer Form in einem üblichen, abspielbaren und speicherbaren Format zu übersenden. Wurde ein Bürgerfunkbeitrag im lokalen Hörfunk abgelehnt, ist die schriftliche Ablehnungsbegründung zu übersenden.

### § 11 Übergangsregelung

- (1) Auf das Vorliegen der in § 2 Abs. 1 und 3 bis 6, § 6 Abs. 3 sowie § 7 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2, 1. Alt. genannten Voraussetzungen bezüglich der geeigneten Qualifizierung wird bis zum 31.12.2007 verzichtet.
- (2) Die LfM kann Gruppen von den Voraussetzungen hinsichtlich der geeigneten Qualifizierung nach den in Abs. 1 genannten Vorschriften in der Zeit vom 1. Januar 2008 bis zum 30. Juni 2008 in begründeten Fällen auf deren Antrag freistellen. Ein begründeter Fall liegt insbesondere vor, wenn ein entsprechendes Qualifizierungsangebot ohne eigenes Verschulden nicht wahrgenommen werden konnte. Der Nachweis hierüber gegenüber der LfM obliegt der Gruppe.

### § 12 Schlussbestimmungen

- (1) Einzelheiten kann die LfM in weiteren Richtlinien regeln.
- (2) Diese Satzung tritt am Tage nach der Bekanntmachung im Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen in Kraft. Gleichzeitig tritt die Satzung der

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Nutzung von Sendezeiten für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk (Nutzungssatzung Hörfunk) vom 18. Juni 2004 außer Kraft.

**Satzung  
der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Nutzung von  
Sendezeiten für den Bürgerfunk im Fernsehen zur Verbreitung in Offenen Kanälen  
– Nutzungssatzung Fernsehen –**

Aufgrund des § 78 Abs. 1 Satz 3, Abs. 3 Satz 1, Abs. 5 Satz 2 des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) vom 2. Juli 2002 (GV. NRW. S. 334), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den Westdeutschen Rundfunk Köln (WDR-Gesetz) – 10. Rundfunkänderungsgesetz – vom 17. Juni 2003 (GV. NRW. S. 320) erlässt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) folgende Satzung:

### § 1 Grundsätze

- (1) Wer nicht zur Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk nach dem Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen oder anderen Gesetzen zugelassen ist, kann mit Programmbeiträgen für das Fernsehen zur Verbreitung in Offenen Kanälen Bürgerfunk betreiben.
- (2) Bürgerfunk darf nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet sein. Werbung, Teleshopping und Sponsoring sind unzulässig.
- (3) Die LfM lässt gem. § 76 Abs. 1 LMG NRW auf Antrag juristische Personen und auf Dauer angelegte Personenvereinigungen zu, deren Zweck es ist, technische Einrichtungen für einen Offenen Kanal im Fernsehen bereitzuhalten, in dem Beiträge über Kabel verbreitet werden (Arbeitsgemeinschaft). Bürgerfunk im Fernsehen zur Verbreitung in Offenen Kanälen wird von Personen, Stellen oder Gruppen (Nutzerinnen und Nutzer) betrieben, die sich zur Verbreitung ihrer Programmbeiträge eine Arbeitsgemeinschaft bedienen, die die erforderlichen technischen Einrichtungen für einen Offenen Kanal im Fernsehen bereithält. Nutzerinnen und Nutzer haben gem. § 78 Abs. 1 Satz 1 LMG NRW einen Anspruch darauf, im Offenen Kanal zu Wort zu kommen.

### § 2 Zugangsberechtigung

- (1) Zugangsberechtigt sind Nutzerinnen und Nutzer, die ihre Hauptwohnung oder ihren Sitz im Verbreitungsgebiet des Programms für den Offenen Kanal haben.
- (2) Gruppe im Sinne des § 75 LMG NRW und dieser Satzung ist jeder Zusammenschluss von mindestens zwei Personen zu einem gemeinsamen Zweck.

### § 3 Ausschluss der Zugangsberechtigung

- (1) Nicht Zugangsberechtigt sind Personen, Stellen oder Gruppen, die oder deren Mit-

glieder einer Veranstaltergemeinschaft angehören. Dies gilt nicht für Stellen nach § 62 Abs. 1 LMG NRW, die sich nicht an der Gründung einer Veranstaltergemeinschaft beteiligen.

- (2) Nicht Zugangsberechtigt sind Gruppen, deren Mitglieder, Gesellschafter oder gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter von juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder Personen sind, die zu diesen juristischen Personen des öffentlichen Rechts in einem Dienst- oder Arbeitsverhältnis in leitender Stellung stehen. Vom Zugangsverbot nach Satz 1 sind öffentlichrechtliche Religions- und Weltanschauungsgemeinschaften sowie Theater, Volkshochschulen, Hochschulen und Schulen und sonstige kulturelle Einrichtungen nicht erfasst. Die evangelischen Kirchen, die katholische Kirche und die jüdischen Kultusgemeinden sind nach Maßgabe des Abs. 1 vom Zugang ausgeschlossen.
- (3) Nicht Zugangsberechtigt sind Personen, Stellen oder Gruppen, die als Unternehmen und Vereinigungen von juristischen Personen des öffentlichen Rechts abhängig sind (§ 17 AktG).
- (4) Nicht Zugangsberechtigt sind Personen, Stellen oder Gruppen, deren Mitglieder oder gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter zugleich Mitglieder der Bundesregierung, der Landesregierung oder einer ausländischen Regierung sind.
- (5) Nicht Zugangsberechtigt sind Personen, Stellen oder Gruppen, deren Mitglieder, Gesellschafter, gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter zugleich Mitglieder eines Organs eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters sind oder zu diesem in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis stehen.
- (6) Nicht Zugangsberechtigt sind politische Parteien und Wählervereinigungen und von diesen abhängige Unternehmen und Vereinigungen (§ 17 AktG).

### § 4 Nutzungsbedingungen

- (1) Die Sendezeiten, getrennt nach Fernsehen und Fernsehtext werden von der Arbeitsgemeinschaft festgelegt.
- (2) Einzelne Beiträge sollten eine Länge von 90 Minuten und die Höchstdauer der Beiträge einer Person oder Personengruppe monatlich 360 Minuten nicht überschreiten. Die Arbeitsgemeinschaft kann unter Berücksichtigung des Gleichbehandlungsgrundsatzes den Nutzerinnen und Nutzern weitere Sendezeiten anbieten, sofern die Kapazitäten des Offenen Kanals dies zulassen. Die Dauer der Verbreitung und der Umfang der nutzbaren Texttafeln wird in der Nutzungsordnung der Arbeitsgemeinschaft geregelt.
- (3) Sendeplätze für Fernsehbeiträge werden grundsätzlich in der Reihenfolge des Eingangs der Sende anmeldung vergeben. Für kurze Beiträge kann die Nutzungsordnung der Arbeitsgemeinschaft besondere Sendeplätze vorsehen. Die Nutzer können Wünsche hinsichtlich der Sendezeit und des Sendedatums äußern. Thematisch ähnliche Beiträge verschiedener Nutzerinnen und Nutzer können für die Verbreitung zu Sendeblöcken

zusammengefasst werden. Die Arbeitsgemeinschaft kann feste Sendeplätze an Nutzer vergeben. Die Sendeplatzvergabe ist in diesem Fall in einer Nutzungsordnung der Arbeitsgemeinschaft zu regeln.

- (4) Beiträge zu aktuellen Themen zugangsberechtigter Nutzerinnen und Nutzer können außerhalb der Reihenfolge des Eingangs der Sendeangabe ausgestrahlt werden, wenn
1. der Zeitpunkt des zu übertragenden oder kommentierenden Ereignisses den anmeldenden Nutzerinnen oder Nutzern nachweislich erst kürzlich bekannt geworden ist und
  2. dieser Zeitpunkt von den Nutzerinnen oder Nutzern nicht beeinflusst werden kann und
  3. ihr nicht früher eingegangene Anmeldungen anderer Nutzerinnen oder Nutzer entgegenstehen.
- (5) Unzulässig sind Beiträge staatlicher Stellen und Beiträge, die in einem Zeitraum von drei Monaten vor einer Wahl im Verbreitungsgebiet der Öffentlichkeitsarbeit von Parteien den Wählergruppen dienen.

### § 5 Verfahren bei der Anmeldung

- (1) Für jeden Beitrag und jedes Fernsehangebot ist eine Sendeangabe vor der Sendung einzureichen. Für den Beitrag und die Inhalte der Texttafeln sind die jeweiligen Nutzerinnen bzw. Nutzer selbst verantwortlich. Die Nutzerinnen und Nutzer müssen sich schriftlich verpflichten, die LfM und die Arbeitsgemeinschaft von Schadensersatzansprüchen Dritter freizustellen. Namen und Anschrift der Unterzeichner der Sendeangabe und die Freistellungserklärung müssen mit den in der Sendung zu nennenden Verantwortlichen übereinstimmen. Jeder Beitrag muss am Anfang oder am Ende Namen und Anschrift der Nutzerin bzw. des Nutzers und der verantwortlichen Person im Sinne von § 31 Abs. 6 LMG NRW enthalten.
- (2) Die Sendeangabe muss Angaben enthalten über:
1. vorläufigen Titel, voraussichtliche Länge des Beitrags im Rahmen der Regelung gem. § 4 und die Dauer der Verbreitung der Fernsehangebote,
  2. die Programmart (Fernsehen oder Fernsehangebot),
  3. die Anzahl der Fernsehangebote,
  4. die Produktionsart (live oder vorproduzierte mit dem vorgesehenen Abspielprogramm),
  5. eine Erklärung darüber, ob die Nutzerin bzw. der Nutzer mit der Vorführung des Beitrags und der Fernsehangebote außerhalb der angemeldeten Sendung im Offenen Kanal einverstanden ist,
  6. Name und Anschrift der Nutzerin bzw. des Nutzers und der verantwortlichen Person. Die Sendeangabe muss von der Nutzerin bzw. dem Nutzer und der verantwortlichen Person unterschrieben sein.

- (3) Mit der Freistellungserklärung versichert die/der für einen Beitrag, Sponsorhinweis oder Fernsehangebote verantwortliche Nutzerin bzw. Nutzer, dass
1. der Beitrag, der Sponsorhinweis oder die Fernsehangebote nicht gegen das geltende Recht verstoßen,
  2. alle Rechte für die Verbreitung vorliegen,
  3. die Nutzerin bzw. der Nutzer sich verpflichtet, die LfM sowie die Arbeitsgemeinschaft von Schadensersatzansprüchen Dritter freizustellen, die aus der Verbreitung entstehen.

### § 6 Sponsoring

aufgehoben

### § 7 Produktionshilfen, Kostenbeteiligung

- (1) Die Arbeitsgemeinschaften können Nutzerinnen und Nutzern Produktionshilfen gegen Erstattung ihrer Selbstkosten zur Verfügung stellen und die Ausleihe von Aufnahme-geräten ermöglichen. Dabei sind alle Nutzerinnen und Nutzer gleich zu behandeln.
- (2) Die Arbeitsgemeinschaft kann von Nutzerinnen und Nutzern für die Verbreitung ihres Beitrags eine Kostenbeteiligung verlangen; dabei sind alle Nutzerinnen und Nutzer gleich zu behandeln. Die Arbeitsgemeinschaft hat in diesem Fall eine Entgeltordnung aufzustellen. Die Entgeltordnung ist der LfM drei Monate vor Inkrafttreten zur Genehmigung vorzulegen. Änderungen sind der LfM unverzüglich mitzuteilen und müssen genehmigt werden. Die Entgeltsätze sind in ihrer Höhe zu erläutern.

### § 8 Aufbewahrungspflicht und Gegendarstellung

- (1) Für ihre Programmbeiträge sind jede Nutzerin und jeder Nutzer selbst verantwortlich.
- (2) Die verantwortliche Person im Sinne von § 31 Abs. 1 Satz 6 LMG NRW hat der Arbeitsgemeinschaft eine Aufzeichnung des Beitrags zur Erfüllung ihrer Verpflichtung nach § 43 Abs. 1 LMG NRW zur Verfügung zu stellen. Wird innerhalb der Frist gem. § 43 Abs. 2 LMG NRW (drei Monate nach dem Tag der Verbreitung) ein Beitrag beanstandet, enden die Pflichten der Aufzeichnung und Aufbewahrung erst, wenn die Beanstandung durch rechtskräftige gerichtliche Entscheidung, durch gerichtlichen Vergleich oder auf andere Weise erledigt ist. Die Verpflichtung der Arbeitsgemeinschaft aus § 43 Abs. 3 LMG NRW bleibt unberührt. Gegendarstellungsansprüche sind an die verantwortliche Person zu richten; die Arbeitsgemeinschaft teilt ihren Namen und ihre Anschrift auf Wunsch mit. Für die Kosten der Gegendarstellung haften die Nutzerinnen und Nutzer und die verantwortliche Person gesamtschuldnerisch.

- (3) Das Verfahren über Programmbeschwerden gegen Beiträge richtet sich nach der Satzung der LfM über das Verfahren bei Programmbeschwerden in der jeweils gültigen Fassung.

### § 9 Entscheidungsrecht der LfM

- (1) Bei Meinungsverschiedenheiten zwischen Arbeitsgemeinschaften und Nutzerinnen und Nutzern sowie in Zweifelsfällen entscheidet die LfM.
- (2) Die Beteiligten sind jeweils verpflichtet, der LfM unverzüglich auf deren Verlangen den Beitrag auf Kassette oder DAT zu übersenden.
- (3) Verstößt eine Nutzerin oder ein Nutzer gegen ihre oder seine Pflichten nach dem Landesmediengesetz oder nach dieser Satzung, gilt § 118 Abs. 1 LMG NRW entsprechend. Nach zweimaligem Pflichtverstoß kann die LfM anordnen, das Beiträge dieser Nutzerin oder dieses Nutzers bis zu sechs Monaten nicht verbreitet werden dürfen. Maßnahmen nach Satz 2 können auch wiederholt angeordnet werden.

### § 10 Schlussbestimmungen

Einzelheiten kann die LfM in weiteren Richtlinien regeln.

Diese Satzung tritt am Tage nach der Bekanntmachung im Gesetz- und Verordnungsblatt Nordrhein-Westfalen in Kraft. Gleichzeitig tritt die Satzung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) über die Nutzung Offener Kanäle in Kabelanlagen vom 19. Februar 1988 (GV. NW. 1988 S. 121) zuletzt geändert durch die Zweite Satzung zur Änderung der Satzung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) über die Nutzung Offener Kanäle in Kabelanlagen vom 21. Februar 1997 (GV. NW. 1997 S. 228) außer Kraft.

### Richtlinie

**der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die geeignete Qualifizierung im Bürgerfunk gem. § 72 Abs. 2 LMG NRW vom 02.07.2002 (GV. NRW. S. 334), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen – 12. Rundfunkänderungsgesetz – vom 05.06.2007 (GV. NRW. S. 192) und § 2 Abs. 6 der Nutzungssatzung Hörfunk vom 10. August 2007 (GV.NRW. S.325)**

#### § 1 Grundsätze

- (1) Der Zugang zum Bürgerfunk im lokalen Hörfunk setzt für die Mitglieder einer Gruppe, die Beiträge im Bürgerfunk im lokalen Hörfunk senden wollen, den Nachweis der geeigneten Qualifizierung voraus.
- (2) Der Nachweis der geeigneten Qualifizierung ist gegenüber der Veranstaltergemeinschaft mit der Sendeanmeldung, jedoch spätestens mit der Abgabe des zur Sendung angemeldeten Beitrages, in der Regel drei Tage vor dem Termin der Ausstrahlung, vorzulegen.
- (3) Der Nachweis der geeigneten Qualifizierung wird durch die Vorlage eines Zertifikats erbracht.
- (4) Das Zertifikat enthält folgende Angaben:
  - Name und Vorname des Nutzers bzw. der Nutzerin
  - Geburtsdatum,
  - Datum der Ausstellung,
  - Dauer der Gültigkeit,
  - Unterschrift und Stempel der Zertifizierungsstelle.
- (5) Das Zertifikat ist personengebunden und nicht übertragbar.

#### § 2 Zertifizierungsstelle

- (1) Die LfM ist die Zertifizierungsstelle für die Erteilung des Nachweises der geeigneten Qualifizierung.
- (2) Sie kann Dritte mit der Wahrnehmung dieser Aufgabe bzw. eines Teils der Aufgaben im Rahmen des Zertifizierungsverfahrens, wie zum Beispiel die Durchführung der entsprechenden Qualifizierungsmaßnahmen, beauftragen und kann Dritte bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben fördern.

#### § 3 Erwerb des Nachweises der geeigneten Qualifizierung

- (1) Die geeignete Qualifizierung erfordert die erfolgreiche Teilnahme an einer von der LfM anerkannten Qualifizierungsmaßnahme.

- (2) Mit der Qualifizierungsmaßnahme soll bewirkt werden, dass die Mitglieder der Gruppen in der Lage sind, rechtliche und journalistische Anforderungen an Sendbeiträge unbeschadet der Verantwortlichkeit der Veranstaltergemeinschaft zu beachten und umzusetzen.
- (3) Eine Person hat erfolgreich an einer anerkannten Qualifizierungsmaßnahme teilgenommen, wenn sie nachweist, dass sie die rechtlichen und journalistischen Anforderungen an Sendbeiträge unbeschadet der Verantwortlichkeit der Veranstaltergemeinschaft beachten und umsetzen kann. Sie muss
  - Verantwortung dafür tragen können, dass ihr Beitrag nicht gegen geltendes Recht verstößt,
  - die für die Herstellung und Verbreitung des Beitrages erforderlichen Rechte beachten,
  - die qualitativen Anforderungen der Hörgewohnheiten von Hörfunkrezipienten einschätzen können,
  - die Grundsätze der radiophonen und hörengerechten Hörfunkpraxis kennen.
- (4) Es werden unterschiedliche Qualifizierungsmaßnahmen angeboten, die die Vorkenntnisse der Teilnehmerinnen und Teilnehmer berücksichtigen.
- (5) Sollte eine Person den erforderlichen Nachweis nicht durch Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme erbringen können, so kann dies in begründeten Ausnahmefällen im Rahmen eines Einzelgesprächs erfolgen.  
Die LfM entscheidet über den Antrag, der von der jeweiligen Person gestellt wird.

#### § 4 Anerkannte Qualifizierungsmaßnahmen

- (1) Die LfM erkennt Qualifizierungsmaßnahmen an, in denen Personen den geforderten Nachweis der erfolgreichen Teilnahme erwerben können.
- (2) Im Rahmen der Qualifizierungsmaßnahme können von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Kompetenzen erworben werden, die die Basis für das selbständige Planen, Durchführen und Bewerten übertragener bzw. selbst gewählter Arbeiten und Aufgaben sowie die Reflexion des eigenen Handelns bei einer Radioproduktion für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk darstellen.
- (3) Eine Qualifizierungsmaßnahme wird durch die LfM anerkannt, wenn sie folgende Voraussetzungen erfüllt:
  - der Anbieter der Qualifizierungsmaßnahme muss die organisatorischen und inhaltlichen Anforderungen erfüllen, die für die Durchführung erforderlich sind,
  - der Anbieter muss das von der LfM anerkannte Curriculum für Zertifizierungskurse umsetzen,
  - der Anbieter muss von der LfM anerkannte Medientrainer und Medientrainerinnen, die befugt sind, die erfolgreiche Teilnahme an dieser Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen, mit der Durchführung der Maßnahme verantwortlich betrauen.

- (4) Der Nachweis der unter Absatz 3 genannten Voraussetzungen muss von dem Anbieter bei der Beantragung der Durchführung der Qualifizierungsmaßnahme erbracht werden.
- (5) Die Anerkennung der Maßnahme muss vor Durchführungsbeginn erfolgen.
- (6) Das Einzelgespräch in begründeten Ausnahmefällen gem. § 3 Abs. 5 kann nur durch einen von der LfM anerkannten Medientrainer durchgeführt werden, der befugt ist, die erfolgreiche Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen. Die über die Förderung der LfM hinausgehenden Kosten, die im Rahmen dieses Einzelgesprächs entstehen, sind vom Antragsteller selbst zu tragen. Der Antragsteller kann den Medientrainer bzw. die Medientrainerin selbst bestimmen. Die Namen der von der LfM anerkannten Medientrainer werden von der LfM bekannt gegeben.

#### § 5 Verfahren der Zertifikatsvergabe

- (1) Die Teilnehmer der Qualifizierungsmaßnahme erhalten vom Medientrainer bzw. von der Medientrainerin nach erfolgreicher Teilnahme im Anschluss an das Seminar eine vorläufige Bescheinigung. Diese gilt ebenfalls bei der Sendeanmeldung als Nachweis gegenüber der Veranstaltergemeinschaft.
- (2) Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die nicht erfolgreich teilgenommen haben, erhalten spätestens sieben Werktage nach der Qualifizierungsmaßnahme eine Erläuterung der Gründe und eine Empfehlung.
- (3) Bei Meinungsverschiedenheiten zwischen dem Teilnehmer und dem Medientrainer sowie in Zweifelsfällen entscheidet die LfM.
- (4) Die Beteiligten sind verpflichtet, der LfM unverzüglich alle für die Entscheidung erforderlichen Angaben, insbesondere die Begründung des Medientrainers, zukommen zu lassen.
- (5) Der Medientrainer teilt der LfM innerhalb von sieben Werktagen nach der Durchführung der Qualifizierungsmaßnahme die Teilnehmer mit, die erfolgreich teilgenommen haben. Die Zertifizierungsstelle stellt das Zertifikat aus und leitet es dem Teilnehmer zu.
- (6) Die im Rahmen des Zertifizierungsverfahrens vom Medientrainer, dem Anbieter der Qualifizierungsmaßnahme und der Zertifizierungsstelle erfassten Daten dürfen von diesen ausschließlich zu diesem Zweck verwendet werden und unterliegen den Bestimmungen des Datenschutzes.
- (7) Mit der Anmeldung und Teilnahme an der Qualifizierungsmaßnahme stimmt der Teilnehmer dieser Verwendung zu. Er ist darüber ausreichend zu informieren.

#### § 6 Gültigkeit

- (1) Das Zertifikat hat eine Gültigkeit von einem Jahr.

- (2) Es kann erstmalig um ein Jahr verlängert werden durch die erfolgreiche Teilnahme an einer weiteren geeigneten Qualifizierungsmaßnahme, die die Vorkenntnisse der Teilnehmer und Teilnehmerinnen besonders berücksichtigt.
- (3) Darüber hinaus wird das Zertifikat jeweils für 24 Monate nach erfolgreicher Teilnahme an einer weiteren geeigneten Qualifizierungsmaßnahme verlängert.
- (4) Sollte die Zertifikatsurkunde verloren gehen, so muss die Person eine Zweitausstellung bei der Zertifizierungsstelle beantragen.

### § 7 Medientrainer und Medientrainerinnen

- (1) Die LfM erkennt die Medientrainer und Medientrainerinnen, die befugt sind, die erfolgreiche Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen und diese selbst durchzuführen, an.
- (2) Die Anerkennung setzt die Teilnahme an einem Lehrgang voraus.
- (3) Die Zulassung zum Lehrgang erfolgt über ein Bewerbungsverfahren.
- (4) Die LfM kann Dritte mit der Durchführung des Bewerbungs- und Auswahlverfahrens beauftragen und kann Dritte bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben fördern.
- (5) Die LfM kann Dritte mit der Durchführung der Lehrgänge zur Ausbildung der Medientrainer beauftragen und kann Dritte bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben fördern.
- (6) Der Anbieter dieser Ausbildungslehrgänge muss
  - die organisatorischen, personellen und inhaltliche Anforderungen erfüllen, die für die Durchführung erforderlich sind und
  - muss das von der LfM festgesetzte Curriculum für diese Lehrgänge umsetzen.
- (7) Die Anerkennung als Medientrainer und Medientrainerinnen, die befugt sind, die erfolgreiche Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen und diese selbst durchzuführen, ist auf ein Jahr befristet. Der Medientrainer bzw. die Medientrainerin ist verpflichtet, innerhalb dieses Jahres an mindestens einer Fortbildungsveranstaltung der LfM teilzunehmen, die für die Verlängerung der Anerkennung als Medientrainer angeboten wird.

### § 8 Aufgaben der Veranstaltergemeinschaft

- (1) Der Nachweis der geeigneten Qualifizierung wird durch die Veranstaltergemeinschaft vor der Ausstrahlung des Beitrages geprüft und auf der Sendeanmeldung vermerkt.
- (2) Bestehen Zweifel an der Gültigkeit des Zertifikats, so kann sich die Veranstaltergemeinschaft bei der Zertifizierungsstelle die Richtigkeit bestätigen lassen. Die Zertifizierungsstelle erteilt die Auskunft innerhalb einer Frist von zwei Wochen.

- (3) Es besteht kein Anspruch von Seiten der Gruppen, ihrer Mitglieder und der Veranstaltergemeinschaft, dass die Auskunft der Zertifizierungsstelle vor dem beabsichtigten Sendetermin des Beitrags erfolgt.

### § 9 Bekanntgabe

- (1) Die LfM veröffentlicht in geeigneter Weise auf ihrer Internetseite die Bewerbungsunterlagen und die Curricula für die in dieser Richtlinie genannten Qualifizierungsmaßnahmen und Lehrgänge.
- (2) Die Bekanntgabe der Qualifizierungsmaßnahmen und der Lehrgänge obliegt dem jeweiligen Anbieter.
- (3) Die LfM kann in geeigneter Weise auf ihrer Internetseite auf die Lehrgänge für die Ausbildung zum Medientrainer hinweisen.

### § 10 Entscheidungsrecht der LfM

- (1) Bei Meinungsverschiedenheiten entscheidet die LfM.
- (2) Die Beteiligten sind verpflichtet, der LfM unverzüglich alle für die Entscheidung erforderlichen Angaben, insbesondere die Begründung des Medientrainers, zukommen zu lassen.

### § 11 In-Kraft-Treten

Diese Richtlinie tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

## Richtlinie

### der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung des Bürgerfunks im lokalen Rundfunk gem. § 10 Fördersatzung Bürgerfunk vom 20. Oktober 2007

#### § 1 Grundsätze

- (1) Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) fördert auf der Grundlage
  1. des § 82 Abs. 3 Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW),
  2. der Satzung der LfM über die Förderung des Bürgerfunks im lokalen Rundfunk,
  3. der Satzung über das Finanzwesen der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Finanzordnung – FinO-LfM) sowie
  4. dieser Richtlinie folgende Maßnahmen und Projekte für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk:
    - a) Schulprojekte i. S. v. § 72 Abs. 1 LMG NRW (Schulprojekte),
    - b) Qualifizierungsmaßnahmen, durch die Bürgerfunker bei einer erfolgreichen Teilnahme an diesen Maßnahmen nachweisen können, dass sie die geeignete, erforderliche Qualifizierung gem. § 72 LMG Abs. 2 haben (Zertifizierungskurse),
    - c) Maßnahmen zur Qualifizierung von durch die LfM anzuerkennenden Zertifizierungsstellen sowie Prüferinnen und Prüfer (Medientrainerschulungen),
    - d) Ausbildungs- und Qualifizierungsprojekte und -maßnahmen (Schulungen),
    - e) in besonderen Fällen Modellprojekte sowie Experimente, die einer Weiterentwicklung des Bürgerfunks dienen.
- (2) Die Förderung erfolgt gemäß dieser Richtlinie und ohne Rechtsanspruch im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel der LfM, wobei der Förderung der Schulprojekte Vorrang einzuräumen ist gegenüber anderen förderfähigen Maßnahmen und Projekten.
- (3) Als finanzielle Planungsgrundlage für die Durchführung der Auswahlverfahren veröffentlicht die LfM im September für das darauf folgende Haushaltsjahr einen Orientierungsrahmen.  
Dieser enthält Angaben zur Höhe der beabsichtigten Förderung der in Abs. 1 Nr. 4 lit. a), b) und d) genannten Maßnahmen und Projekte. Er orientiert sich u.a. an der Zahl der Verbreitungsgebiete, der im Verbreitungsgebiet lebenden Einwohner, der jeweils im Vorjahr geförderten Maßnahmen und Projekten und dem jeweiligen Bewilligungszeitraum. Ein Anspruch auf eine Förderung kann daraus nicht abgeleitet werden.
- (4) Die LfM entscheidet aufgrund ihres pflichtgemäßen Ermessens im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel.
- (5) Sollten für die vorrangig zu berücksichtigenden Schulprojekte die bereitgestellten Mittel in einem Verbreitungsgebiet nicht in voller Höhe beantragt werden, so sollen diese zunächst für die Deckung eines eventuellen Mehrbedarfs in anderen Verbrei-

tungsgebieten verwendet werden. Sollten darüber hinaus noch Mittel zur Verfügung stehen, so kann die LfM diese für die Förderung weiterer Vorhaben gem. § 1 Abs. 1 Nr. 4 zur Verfügung stellen. Als finanzielle Planungsgrundlage für die Durchführung der Auswahlverfahren der für zusätzliche Projekte und Maßnahmen zur Verfügung stehenden Mittel veröffentlicht die LfM zwei Monate vor dem Beginn des dritten, bzw. vierten Quartals des laufenden Haushaltsjahres einen Orientierungsrahmen.

#### § 2 Gegenstand der Förderung förderfähiger Maßnahmen und Projekte

- (1) Förderfähig sind alle Kosten, die dem Träger im Kontext der Durchführung von Projekten und Maßnahmen im Sinne des § 1 Abs. 2 entstehen, zum Beispiel:
  - Personalkosten,
  - Honorarkosten,
  - Reise- und Fahrtkosten
  - Sachkosten wie Miete, Mietnebenkosten, Versicherungen, Büromaterial, Telefon, Porto,
  - Produktionsmaterial,
  - Kosten für Öffentlichkeitsarbeit,
  - Kosten für die Versicherung, Wartung und Reparatur der Technik,
  - Anschaffung Produktionstechnik sowie Ersatz- und Ergänzungsbeschaffungen,
  - Kosten für Beratungs- und Betreuungsangebote,
  - Kosten für die Einführung eines Qualitätssicherungs- bzw. Managementsystems.

#### § 3 Art und Umfang der Förderung

- (1) Die Mittel werden in Form eines Zuschusses zur Finanzierung der förderungsfähigen Kosten bei der Durchführung von Maßnahmen und Projekten gewährt.
- (2) Zuschüsse werden grundsätzlich als Geldmittel geleistet.
- (3) Die Projekte und Maßnahmen nach § 1 Abs. 1 Nr. 4 lit. a), b) und d) werden in der Regel pauschal gefördert.  
Die Pauschalen basieren auf festgelegten Sätzen für Teilnehmertage oder Projektstunden, einem durchschnittlich kalkulierten zeitlichen Umfang und festgelegten Honorarsätzen.  
Über Ausnahmen in Einzelfällen entscheidet auf Antrag der Direktor der LfM.
- (3.1) Die Pauschale für eine Einheit „Schulprojekt“ beträgt 334,35 €.
  - Eine Einheit sollte in der Regel einen Umfang von 11 Projektstunden umfassen, davon können 5 Zeitstunden für die begleitende Produktion (Projektstunde Produktionspraxis) angesetzt werden.
  - Ein Schulprojekt kann je nach Inhalt und Zielsetzung bis zu fünf Einheiten umfassen.

Jede Einheit sollte in der Produktion eines sendefähigen Bürgerfunksbeitrages (brutto: 30 Minuten Sendevolumen) münden.

Die Förderung einer Einheit setzt voraus, dass mindestens 10 Schülerinnen und Schüler an dem Schulprojekt aktiv teilnehmen.

Bedingt die Umsetzung der Projekteinheit einen höheren zeitlichen Aufwand, so kann das Stundenkontingent max. um den Faktor 1,5 erhöht werden. Der gesonderte Aufwand muss begründet werden.

Einheiten mit besonderem Aufwand können mit bis zu 501,53 € gefördert werden.

(3.2) Die Pauschalen für die Förderung von Schulprojekten gelten auch für Medienkompetenzprojekte im Kontext des Bürgerfunks, die über die Schulprojekte hinaus von der LfM auf der Grundlage dieser Richtlinie gefördert werden.

(3.3) Für den Erwerb des Nachweises der geeigneten Qualifizierung gem. § 72 Abs. 2 LMG werden die Vorkenntnisse der Teilnehmer berücksichtigend unterschiedliche Qualifizierungsmaßnahmen angeboten. Diese Zertifizierungskurse sind modular aufgebaut.

Für die vorgesehenen Module der Zertifikatskurse werden folgende Pauschalen angesetzt:

Modul 1 (für Bürgerfunker ohne Vorkenntnisse Hörfunk) 682,45 € Pauschale

Modul 2 (Produktionspraxis, für Bürgerfunker ohne Vorkenntnisse Hörfunk) 576,85 € Pauschale

Modul 3 (Feedback/Aircheck/Prüfung, in Verbindung mit Modul 1 und 2, 4 Std.) 229,50 € Pauschale

Modul 3 (für Bürgerfunker mit Vorkenntnissen Hörfunk, die nicht an den Einstiegsmodulen 1 und 2 teilnehmen müssen) Umfang 8 Std. 495,93 € Pauschale

Um die Pauschale in voller Höhe gewährt zu bekommen, müssen mindestens 7 Teilnehmer an dem Modul teilnehmen. Die Teilnahme ist gegenüber der LfM nachzuweisen.

Sollten weniger als 7 Personen teilnehmen, so wird der Zuschuss um jeweils ein Siebtel der o. g. Pauschale pro Person gekürzt. Zertifizierungskurse mit weniger als 5 Teilnehmern werden nicht gefördert.

Sollten mehr als 7 Personen teilnehmen, so wird entsprechend der Aufwand für das Zertifikat um 7,50 € pro zusätzlicher Person erhöht. Darüber hinaus wird

die Pauschale für jede zusätzliche Person bis zu 13,50 € (80 v. H. der Pauschale Teilnehmertag 16,90 €) erhöht.

Modul 1 und Modul 3 können nur von Medientrainern, die über eine entsprechende Anerkennung für die Vergabe des „Zertifikats geeignete Qualifizierung“ verfügen, durchgeführt werden. Dies ist Voraussetzung für die Bewilligung der Förderung der Module 1 und 3.

Für Modul 2 wird die Pauschale auf der Basis des Honorarsatzes in Höhe von 25,00 € pro Projektstunde kalkuliert.

(3.4) Sollte ein Bürgerfunker den erforderlichen Nachweis nicht durch Teilnahme an Modul 3 erbringen können, so kann dies in begründeten Ausnahmefällen im Rahmen eines Einzelgespräches erfolgen. Dieses wird mit max. 12,80 € gefördert.

(3.5) Für Schulungen wird eine Tagespauschale von 316,52 € angesetzt. Schulungen werden grundsätzlich nur gefördert, wenn mindestens 5 Personen daran teilnehmen.

Sollten mehr als 5 Personen teilnehmen, so wird die Pauschale für jede zusätzliche Person die Pauschale um 13,50 € (80 v. H. der Pauschale Teilnehmertag 16,90 €) erhöht.

(3.6) Für die Anerkennung von Honorarkosten legt die LfM ein verbindliches Honorarraster mit Förderhöchstbeträgen in Abhängigkeit von der Maßnahme und dem Projekt und der erforderlichen Mindestqualifikation des Referenten fest (Anlagen I und V).

(3.7) Die Förderung der Honorarkosten der Kategorie 2 bis 4 setzt den Nachweis der Eignung des Referenten bzw. der Referenten im Rahmen der Antragstellung voraus.

Ohne den entsprechenden Nachweis werden Honorarkosten maximal in Höhe der ersten Stufe des Honorarrasters anerkannt und die Pauschalen gem. Punkt (4) für die Einheit Schulprojekt, gem. (6) Pauschale für Modul 2 und gem. Punkt (8) die Tagespauschale Schulungen entsprechend reduziert. (Anlage V)

(3.8) Bei Einsatz von Personen, die beim Träger der Maßnahme oder der Projekte angestellt sind, wird unabhängig von dem vom Träger tatsächlich gezahlten Gehalt dieses maximal anteilig in Höhe des für die einzelne Maßnahme oder das Projekt angesetzte Honorarrahmens für die Projektstunde oder die Seminarstunde anerkannt.

(4) Ein Antragsteller kann im Rahmen des Orientierungsrahmens für den bei der Bekanntgabe genannten Bewilligungszeitraum die Förderung mehrerer Einzelprojekte und Einzelmaßnahmen beantragen.

(5) Nach Beendigung der Förderung durch die LfM sind die Geräte und Ausstattungsgegenstände, die mit Fördergeldern der LfM, die nicht im Rahmen der Pauschalen gewährt wurden, angeschafft wurden, an die LfM zurückzuführen, sofern es keine

Anschlussmaßnahmen oder Projekte gibt oder die Geräte und Ausstattungsgegenstände nicht weiter für die Produktion von Bürgerfunkbeiträgen für Gruppen zur Verfügung stehen.

Die Kosten der Rückführung trägt der Zuwendungsempfänger.

- (6) Darüber hinaus kann die LfM in besonderen Fällen Sach- und Dienstleistungen zur Verfügung stellen. Dazu zählen u. a. Produktionstechnik, Seminar-technik, Räume und Beratungsleistungen.
- (7) Die Förderung über den Finanzierungsbedarf hinaus ist nicht zulässig.
- (8) Der Antragsteller ist verpflichtet, die ihm für die Wahrnehmung seiner Aufgaben zur Verfügung stehenden Eigenleistungen anzugeben.
- (9) Gefördert werden in der Regel bis zu 80 vom Hundert der zuwendungsfähigen Gesamtausgaben der Projekte und Maßnahmen, für die die Förderung beantragt wird.

#### § 4 Zuschussempfänger

- (1) Zuschussempfänger können Einrichtungen und Personen sein, die die Voraussetzungen für die Durchführung der in § 1 Abs. 1 Nr. 4 aufgeführten Maßnahmen und Projekte erfüllen. Hierzu zählen u. a.:
  - Weiterbildungseinrichtungen,
  - Einrichtungen der außerschulischen Jugendbildung,
  - eingetragene Vereine und
  - Radiowerkstätten.
- (2) Bei Schulprojekten können die Schulen bzw. deren Träger selbst Zuschussempfänger sein.
- (3) In besonderen Fällen können bei Modellprojekten sowie Experimenten, die einer Weiterentwicklung des Bürgerfunks dienen, auch natürliche Personen Zuschussempfänger sein.
- (4) Der Zuschussempfänger muss nachweisen, dass
  - seine Geschäftsführung ordnungsgemäß ist,
  - er in der Lage ist, die Verwendung der Mittel bestimmungsgemäß nachzuweisen,
  - er die erforderlichen Einrichtungen für die Durchführung der Maßnahmen und Projekte bereithält und
  - er die erforderliche Eigenleistung erbringen kann.
- (5) Zuschussempfänger, deren jährliche Förderung durch die LfM insgesamt 10.000,00 € übersteigt, müssen ab dem 1.1.2010 nachweisen, dass sie ein Qualitätssicherungs- bzw. Qualitätsmanagementsystem, das von der LfM im Rahmen der Förderung des Bürgerfunks als geeignetes Qualitätssicherungs- bzw. Qualitätsmanagementsystem anerkannt ist, eingeführt haben.

- (6) Soweit die geförderten Projekte und Maßnahmen von der LfM evaluiert werden, verpflichtet sich der Träger der Maßnahme bzw. des Projektes zur Mitwirkung, u. a. durch Bereitstellung von Unterlagen und Ergebnissen der Selbstevaluation.

#### § 5 Antragsverfahren

- (1) Zuwendungen werden nur auf schriftlichen Antrag gewährt.
- (2) Für den Antrag der Schulprojekte i. S. v. § 72 Abs. 1 LMG NRW, die Zertifizierungskurse und die Schulungen gem. § 1 Abs. 1 Nr. 4 sind die Antragsvordrucke nach dem Muster Anlage II zu verwenden.
- (3) Der Antrag muss alle Angaben enthalten, die zur fachlichen Prüfung erforderlich sind. Insbesondere ist das zu fördernde Vorhaben hinreichend genau zu beschreiben, die voraussichtlich anfallenden Gesamtkosten des Vorhabens und die Einnahmen, bzw. Eigenleistungen sind geeignet spezifiziert auszuweisen. Darüber hinaus sind Angaben zur Evaluation des Projektes oder der Maßnahme zu machen.
- (4) Der Antrag muss grundsätzlich drei Monate vor Beginn des jeweils beantragten Bewilligungszeitraumes vorliegen. Bei Bewilligungszeiträumen, die in ihrer Länge drei Kalendermonate nicht überschreiten, sollen die Anträge zwei Monate vor Beginn des Bewilligungszeitraumes vorliegen.
- (5) Die Anträge für die Schulprojekte müssen eine Darstellung der Art und des Umfangs der Kooperation zwischen dem Antragsteller und Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk im jeweiligen Verbreitungsgebiet enthalten.
- (6) Die LfM kann darüber hinaus weitere Informationen und Nachweise verlangen.

#### § 6 Bewilligungsverfahren

- (1) Für die Bewilligungsfähigkeit von Zuschüssen sind insbesondere die Qualität und die Realisierbarkeit des Vorhabens innerhalb eines angemessenen Zeitraums, die Nachhaltigkeit des Angebotes, Art und Umfang der Eigenleistungen und die Erreichbarkeit der Zielgruppe von Bedeutung.
- (2) Liegen mehr Anträge auf Förderung von Maßnahmen und Projekten vor, als Mittel für die Förderung jeweils zur Verfügung stehen, so erfolgt die Auswahl zunächst danach, ob eine gleichmäßige Verteilung auf die Verbreitungsgebiete und bei Schulprojekten eine angemessene Berücksichtigung aller Schulformen gewährleistet ist. Im Übrigen wird derjenige Antragsteller ausgewählt, der am ehesten die Gewähr dafür bietet, dass die in § 1 Abs. 1 Nutzungssatzung Hörfunk genannten Ziele erreicht werden.
- (3) Nach formeller und materieller Prüfung des Förderantrags wird in einem Vermerk festgestellt, ob dem Antrag auf Förderung entsprochen werden kann.

## § 7 Förderbescheid

Auf der Grundlage des Vermerks erlässt die LfM einen schriftlichen Förderbescheid, der in jedem Fall folgende Angaben enthält:

- Zuwendungsempfänger,
- Art und Höhe der Zuwendung,
- Zuwendungszweck,
- Finanzierungsart und Umfang der zuwendungsfähigen Ausgaben,
- Bewilligungszeitraum,
- Nebenbestimmungen (Anlage III),
- Hinweis, dass Ansprüche aus dem Förderbescheid vom Zuwendungsempfänger weder abgetreten noch verpfändet werden dürfen,
- Rechtsbehelfsbelehrung.

## § 8 Mittelverwendung

- (1) Zuschüsse dürfen in der Regel nur für solche Vorhaben bewilligt werden, die noch nicht oder mit Einwilligung der LfM begonnen worden sind. Die LfM darf in besonders gelagerten Einzelfällen eine Ausnahme zulassen, wenn im Zeitraum zwischen Antragstellung und Bewilligung mit dem Vorhaben begonnen werden soll. Als Vorhabenbeginn ist grundsätzlich der Abschluss eines der Ausführung zuzurechnenden Lieferungsvertrages oder Leistungsvertrages zu werten.
- (2) Fördermittel werden nur insoweit und nicht eher ausgezahlt, als sie voraussichtlich innerhalb von zwei Monaten nach Auszahlung für fällige Zahlungen im Rahmen des Zuwendungszwecks benötigt werden. Die Höhe der Zuwendungszahlung wird von der LfM auf der Grundlage einzureichender, zum Nachweis geeigneter Unterlagen festgelegt.
- (3) Die Auszahlung der Zuschüsse durch die LfM erfolgt nach Vorlage eines Mittelabrufs. Für den Mittelabruf gilt das Formular gemäß Anlage IV.

## § 9 Verwendungsnachweis

- (1) Die dem Zuwendungszweck entsprechende Verwendung der Zuwendungen ist vom Zuwendungsempfänger innerhalb von 2 Monaten nach Ablauf der Maßnahme bzw. des Projektes nachzuweisen.
- (2) Der Verwendungsnachweis besteht aus einem Sachbericht und einem zahlenmäßigen Nachweis.
- (3) Werden für denselben Zweck Zuschüsse sowohl vom Land als auch von anderen juristischen Personen des öffentlichen Rechts bewilligt, so ist der Verwendungsnachweis in Abstimmung mit den Beteiligten nur einem Zuschussgeber gegenüber zu erbringen.

- (4) Die jeweiligen Belege sind für Prüfungen durch die LfM fünf Jahre aufzubewahren, sofern nicht nach steuerrechtlichen oder anderen Vorschriften eine längere Aufbewahrungsfrist bestimmt ist.

## § 10 Verwendungsnachweisprüfung

- (1) Die LfM prüft nach Eingang des Verwendungsnachweises, ob
  - der Verwendungsnachweis den im Zuschussbescheid einschließlich der Nebenbestimmungen
  - festgelegten Anforderungen entspricht,
  - der Zuschuss nach den Angaben im Verwendungsnachweis und ggf. den beigefügten
  - Belegen zweckentsprechend verwendet worden ist,
  - der mit dem Zuschuss beabsichtigte Zweck erreicht worden ist.
- (2) Vorgelegte Belege sind nach Einsichtnahme an den Zuschussempfänger zurückzugeben.
- (3) Der Umfang und das Ergebnis der Prüfung sind in einem Prüfbericht festzuhalten. Eine Auswertung des Prüfungsvermerks ist mit einer Ausfertigung des Verwendungsnachweises zu den Bewilligungsakten zu nehmen.
- (4) Die LfM kann sich zur Prüfung auch sachkundiger Dritter bedienen.

## § 11 Rücknahme, Widerruf des Zuschusses, Ausschluss von der Förderung

- (1) Der Zuschuss ist zurückzufordern, soweit der Zuschussbescheid nach Verwaltungsverfahrensrecht (insbesondere §§ 44, 48 und 49 VwVfG NW) unwirksam ist oder mit Wirkung für die Vergangenheit ganz oder teilweise zurückgenommen oder widerrufen wird.
- (2) Außerplanmäßige Eigenleistungen sind grundsätzlich auf die Zuwendung anzurechnen und im Verwendungsnachweis darzustellen. Den sich hieraus ergebenden Rückforderungsanspruch der LfM kann die LfM auf Antrag für zusätzliche Projekte oder Maßnahmen zur Verfügung stellen. Dies gilt auch für im Bewilligungszeitraum nicht abgeforderte Förderbeträge.
- (3) Der Widerruf des Bewilligungsbescheides ist insbesondere zulässig, wenn die LfM feststellt, dass Förderziel und -zweck bei den getätigten Ausgaben nicht eingehalten wurden.

## § 12 In-Kraft-Treten

Diese Richtlinie tritt am 01.01.2008 in Kraft.

## Curriculum

### für den von der LfM anerkannten Lehrgang für Medientrainer und Medientrainerinnen gem. § 7 der Richtlinien der LfM über die geeignete Qualifizierung im Bürgerfunk

#### Rahmenbedingungen – Organisation

Die LfM erkennt die Medientrainer und Medientrainerinnen, die befugt sind, die erfolgreiche Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen und diese selbst durchzuführen, an.

Die Qualifizierung dieser Medien-Trainer/-innen wird durch qualifizierte Ausbilder/-innen übernommen.

Inhalte und Gestaltung orientieren sich am Curriculum.

Die jeweils methodische Umsetzung obliegt dem/der jeweiligen Ausbilder/-in.

Der Lehrgang besteht aus 4 Modulen und einer Prüfung, von denen maximal 1 Modul und die Prüfung zweitägig sind.

Zur Prüfung zugelassen wird wer die Module 1 – 4 erfolgreich absolviert hat. Bei erfolgreicher Prüfung wird die Akkreditierung als Medien-Trainer erteilt, die befugt sind, die erfolgreiche Teilnahme an einer geeigneten Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen und diese selbst durchzuführen, an.

Für den Erhalt der Akkreditierung ist die Teilnahme an mindestens einem geeigneten Workshop pro Jahr erforderlich.

Die Zulassung zum Lehrgang erfolgt über ein Bewerbungsverfahren. Nach erfolgreicher Bewerbung wird ein Ausbildungsvertrag zwischen der durchführenden Einrichtung und dem/dem Medien-Trainer/-in abgeschlossen, der die Rahmenbedingungen für die Ausbildung klärt (Teilnahmepflicht, Umgang mit Materialien und Konzepten, Schweigepflicht, etc.)

#### Einzelheiten zum Bewerbungsverfahren

Für Bewerber gelten folgende Voraussetzungen für die Teilnahme am Lehrgang und die nachfolgende Tätigkeit als Medien-Trainer, Bürgermedien NRW:

Die Bewerber müssen nachweisen, dass sie

- über mehrjährige Praxis-/Arbeitsfelderfahrung im Bereich der Medien/Hörfunk, der Medienaus- und Weiterbildung oder in einem medienaffinen Berufsbereich verfügen;
- profunde Erfahrungen im Bereich der Seminarleitung besitzen (in den letzten drei Jahren durchschnittlich drei Seminare selbständig vorbereitet und geleitet haben);

- regelmäßig an für diesen Bereich relevanten Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen teilgenommen haben (mindestens eine Veranstaltung durchschnittlich in den letzten drei Jahren)
- grundlegende Kenntnisse der Medienlandschaft in NRW nachweisen, insbesondere über Funktionsweise und Auftrag der Bürgermedien;
- Kenntnisse über Funktionsweise und Auftrag der Lokalradios in NRW besitzen;
- über Expertenwissen in mindestens einem Spezialgebiet ( z. B. Technik, Moderation, Musik etc.) innerhalb der Medien verfügen;
- Kenntnisse über die Grundlagen der Radioproduktion besitzen und diese anwenden können;
- Kenntnisse der Seminarkonzeption und Seminarleitung haben und diese umsetzen können.

Die Bewerber müssen außerdem folgende Kompetenzen mitbringen:

- Offenheit und Neugier
- Teamfähigkeit
- Respektvoller und wertschätzender Umgang mit dem Gegenüber
- Sensibilität und Empathie
- Kommunikative Kompetenz
- Freude am Umgang mit Menschen
- Selbstbewusstsein im Sinne von persönlichem Standing
- Fähigkeit zur Selbstreflexion
- Wertschätzende, entwicklungsorientierte, nichtdogmatische Haltung
- Bereitschaft, sich kontinuierlich und systematisch weiterzubilden.

Der Nachweis kann erfolgen über Abschlusszeugnisse, Arbeitszeugnisse, Zertifikate, Empfehlungsschreiben, Referenzen oder andere geeignete aussagekräftige Unterlagen. Wenn nicht vorhanden reicht in begründeten Ausnahmefällen für den Nachweis der personalen und sozialen Kompetenzen eine kurze schriftliche Stellungnahme des Bewerbers, in der er Auskunft dazu erteilt, inwieweit er/sie sich selber mit Blick auf die geforderten personalen und sozialen Kompetenzen für geeignet hält.

Die Bewerbung muss zwingend folgende Anlagen enthalten:

- tabellarischer Lebenslauf
- kurzes Statement zur Motivation an der Ausbildung teilnehmen zu wollen
- Foto
- Referenzen

Für die Bewerbung sollte der Vordruck „europass“ verwendet werden.

## Die Module

In Modul 1 geht es um Rolle, Aufgabe und Verantwortung der Medien-Trainer im Gesamtkonzept Bürgerfunk in NRW, sowie die allgemeinen theoretischen Grundlagen.

In Modul 2 werden die künftigen Medien-Trainer/-innen theoretisch und praktisch auf den Prozess der „Zulassung“ vorbereitet.

In Modul 3 geht es um Entwicklung und Erprobung angemessener Methodik im Spannungsfeld zwischen „Motivation“ und „Zulassung“.

Modul 4 dient der Prüfungsvorbereitung, sowie der Präsentation und Diskussion der eigenen erarbeiteten Vorgehensweisen für die Umsetzung in den Modulen 1 – 3.

Zwischen Modul 3 und Modul 4 erarbeiten die Teilnehmer konkrete Konzepte für ihre Module.

Nach Modul 4 entscheiden die Medien-Trainer, Ausbilder/-innen (Hörfunk) über die Zulassung zur Prüfung.

Die Prüfung ist theoretisch und praktisch und dauert zwei Tage. Eine Skizzierung der Prüfung erfolgt gesondert.

## Curriculum

für den von der LfM anerkannten Lehrgang für Medientrainer und Medientrainerinnen gem. § 7 der Richtlinien der LfM über die geeignete Qualifizierung im Bürgerfunk

### Modul 1 – TTT : Haltung, Rolle und Aufgabe, Grundlagen

#### Ziel

- Rolle und Aufgabe der Medien-Trainer/-innen im Gesamtkontext verstehen und erfahren
- Entwicklung einer Haltung, die dazu befähigt, verantwortungsvoll im Bereich der „Zulassung von BürgerFunkern“ zu agieren (Schere zwischen „Gefälligkeitszulassungen und Machtmissbrauch“)
- Die eigene Haltung zum Thema Radio und Medienkompetenzvermittlung reflektieren und erleben/Bewusstsein für das Medium Radio und die angemessene Vermittlung der im Bereich des Bürgerfunks notwendigen Kenntnisse und Haltungen erwerben
- Bewusstsein schaffen für Umgang mit heterogenen Teilnehmergruppen/Individuelles, zielorientiertes Arbeiten mit Teilnehmern, angemessene Methodik und Umsetzung
- Für den Bürgerfunk relevante Aspekte der Radiotheorie fokussieren
- Vermittlung von Handwerkszeug, um qualitative Rückmeldungen zu Bürgerfunkprodukten geben zu können

#### Inhalt

- Der Trainer als Coach, Lernpartner, Prüfer, etc.
- Das humanistische Menschenbild als Grundlage für die Zertifizierungsmodule (Exkurs: andere Menschenbilder)
- Reflektion zu den Themen Lehr- und Lernprozesse, Medienkompetenzvermittlung, Bürgerfunk
- Teilnehmeranalyse, Methodik, Entwicklung von zu Teilnehmern/-innen, Trainern/-innen, der Gruppe und dem Umfeld und zum Trainer selber passenden Methoden
- Grundlagenkenntnisse: Bürgerfunk, Lokalfunk, Rundfunkgeschichte, Rechtliche Grundlagen, Hörerforschung, etc.)
- Grundlagen der Nutzer-Qualifizierung/Kontext (Vorstellung der Module, Inhalte, Methoden, Kategorien, etc.)
- Qualitätsmanagement Radio

#### Voraussetzungen

Siehe Ausschreibungsbedingungen

<b>Teilnehmerzahl</b>	Mind. 7, max. 10
<b>Methoden</b>	jeweils zu den affektiven, kognitiven und psychomotorischen Lernzielen, zur Gruppe, zum einzelnen Teilnehmer, zum Trainer passend gewählt: Beispiele: Theorievortrag, Kleingruppenarbeit, Plenum, Präsentation, Rollenspiel, Reflektion, Feedback, etc.
<b>Lernzielkontrolle</b>	Präsentation, Ergebnispräsentation, Rollenspiel
<b>Umfang</b>	2 Tage (16 Unterrichtsstunden a 45 Minuten)
<b>Ressourcenbedarf</b>	Moderationstechnik (Moderationswände, Karten, etc.), Hörfunktechnik (in ausreichender Zahl) für Aufnahme, Schnitt und Sendungsproduktion, Material für affektive Lernziele: Zeichenstifte, Blöcke, etc.

### Modul 2 – TTT : Zertifizierung

<b>Ziel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis wecken für die Rolle der Medien-Trainer als „Prüfer“ (zwischen Macht und Gefälligkeit)</li> <li>• Routine und Sicherheit entwickeln. Feedbackmechanismen zu beruflichprofessionellen Kompetenzen erleben und anwenden lernen, kriterien-gestützte Rückmeldungen geben lernen zum Radioprodukt</li> <li>• Theorieverständnis entwickeln: Zulassungsablauf und Zulassungsordnung</li> </ul>
<b>Inhalt</b>	<p>Reflektion der eigenen Erfahrungen zum Thema „Prüfung“ im Erwachsenenalter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkenntnisse für die eigene Rolle als „Prüfer“ formulieren</li> <li>• Zusammentragen der Ergebnisse und Erkenntnisse</li> <li>• Entwickeln passender Methoden und Strategien für die Prüfung</li> <li>• Anwendung Aircheck/Feedback als Grundlage für die „Zertifizierung“</li> <li>• Vorstellen des Ablauf der unterschiedlichen Varianten Modul 3, der Prüfungsbögen, Prüfungsordnung, etc.</li> </ul>
<b>Voraussetzungen</b>	Siehe Ausschreibungsbedingungen

<b>Teilnehmerzahl</b>	Mind. 7, max. 10
<b>Methoden</b>	jeweils zu den affektiven, kognitiven und psychomotorischen Lernzielen, zur Gruppe, zum einzelnen Teilnehmer, zum Trainer passend gewählt: Beispiele: Aktive Imagination, Fokussierung, Präsentation, Kleingruppenarbeit, Theorieinput, QM Produkt, Feedback Person, Rollenspiel, etc.
<b>Umfang</b>	1 Tag (8 Unterrichtsstunden a 45 Minuten)
<b>Ressourcenbedarf</b>	Moderationstechnik (Moderationswände, Karten, etc.), Hörfunktechnik (in ausreichender Zahl) für Aufnahme, Schnitt und Sendungsproduktion, Material für affektive Lernziele: Zeichenstifte, Blöcke, etc.

### Modul 3 – TTT (Methodik)

<b>Ziel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilnehmerbedürfnisse/Teilnehmerbefindlichkeiten erkennen und berücksichtigen lernen (Empathie und Resonanz)</li> <li>• Teilnehmerbedürfnisse und vorgegebene Lernziele in Kongruenz bringen lernen</li> <li>• Spezifische Methoden (mit Blick auf die Module 1 – 3) entwickeln und individuell einsetzen können</li> <li>• Zielgruppenorientierte Grobkonzepte entwickeln lernen</li> </ul>
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezidierte Teilnehmeranalyse und deren Auswertung und Umsetzung</li> <li>• Strategien und Konzepte für Radioseminare im Umfeld Bürgermedien (zwischen Journalismus und Hobby) entwickeln und zur Diskussion</li> <li>• Methoden für Radiovermittlung (abseits von: Wir beginnen mit der Umfrage!)</li> <li>• Planung von Bürgerfunk-Seminaren (Im Spannungsfeld zwischen individueller Umsetzung und konkreten inhaltlichen Vorgaben), Beispiele und selbstentwickelte Konzepte</li> </ul>
<b>Voraussetzungen</b>	Siehe Ausschreibungsbedingungen
<b>Teilnehmerzahl</b>	Mind. 7, max. 10

**Methoden** jeweils zu den affektiven, kognitiven und psychomotorischen Lernzielen, zur Gruppe, zum einzelnen Teilnehmer, zum Trainer passend gewählt:  
Beispiele: Gruppenarbeit, Theorieinput, Eigenarbeit, Präsentation, Reflektion, etc.

**Umfang** 1 Tag (8 Unterrichtsstunden a 45 Minuten)

#### Modul 4 – TTT (Praxis: Konzepte und Umsetzung)

**Ziel**

- Überprüfung der Tragfähigkeit der eigenen Konzepte
- Selbstbewusstsein als Trainer (im Kontext Bürger-funkzulassung) weiterentwickeln (Selbst- und Fremdwahrnehmung)
- Vorhandene Kompetenzen als Medien-Trainer stärken, Potenziale erkennen

**Inhalt**

- Darstellung der erarbeiteten Konzepte
- Rückmeldung zu den Konzepten (Feedback aus der Gruppe und vom Ausbilder)
- Überarbeitung der Konzepte
- Entwickeln von Strategien für die Arbeit als Medien-Trainer

**Voraussetzungen** Erarbeitung eigener Seminarkonzepte für die Module 1 – 3

**Teilnehmerzahl** Mind. 7, max. 10

**Methoden** jeweils zu den affektiven, kognitiven und psychomotorischen Lernzielen, zur Gruppe, zum einzelnen Teilnehmer, zum Trainer passend gewählt

**Umfang** 1 Tag (8 Unterrichtsstunden a 45 Minuten)

#### Modul 5 – Abschlussworkshop inkl. Prüfung

**Ziel**

- Überprüfung der Tragfähigkeit der eigenen Konzepte
- Selbstbewusstsein als Trainer (im Kontext Bürgerfunkzulassung) weiterentwickeln (Selbst- und Fremdwahrnehmung)
- Vorhandene Kompetenzen als Medien-Trainer stärken, Potenziale erkennen

**Inhalt**

- Darstellung der erarbeiteten Konzepte
- Rückmeldung zu den Konzepten (Feedback aus der Gruppe und vom Ausbilder)
- Überarbeitung der Konzepte
- Entwickeln von Strategien für die Arbeit als Medien-Trainer

**Voraussetzungen** Erarbeitung eigener Seminarkonzepte für die Module 1 – 3

**Teilnehmerzahl** Mind. 7, max. 10

**Methoden** jeweils zu den affektiven, kognitiven und psychomotorischen Lernzielen, zur Gruppe, zum einzelnen Teilnehmer, zum Trainer passend gewählt

**Umfang** 1 Tag (8 Unterrichtsstunden a 45 Minuten)

## C. Ansprechpartner Medienkompetenz und Bürgermedien

**Mechthild Appelhoff**

Bereichsleitung  
Tel.: 0211 77007-136

**Rainer Smits**

Medienkompetenz  
Tel.: 0211 77007-167

**Antje vom Berg**

Medienforschung, Medienkompetenz  
Tel.: 0211 77007-168

**Dr. Meike Isenberg**

Medienforschung, Medienkompetenz  
Tel.: 0211 77007-185

**Peter Schwarz**

Bürgermedien  
Tel.: 0211 77007-180

**Andreas Schmidt**

Campus-Rundfunk  
Tel.: 0211 77007-127

**Norbert Sander**

Bürgermedien  
Tel.: 0211 77007-147

**Birgit Pietschmann**

Sachbearbeitung Projekte  
Tel.: 0211 77007-142

**Bettina Rößler**

Sachbearbeitung  
Tel.: 0211 77007-164

**Projekt klicksafe****Dilek Akinci**

Tel.: 0211 77007-190

**Christina Rhode**

Tel.: 0211 77007-150

**Verein Internet-ABC e. V.****Gabriele Becker**

Tel.: 0211 77007-172

**Zentrale E-Mail-Adresse:**

[medienkomptenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkomptenz@lfm-nrw.de)

