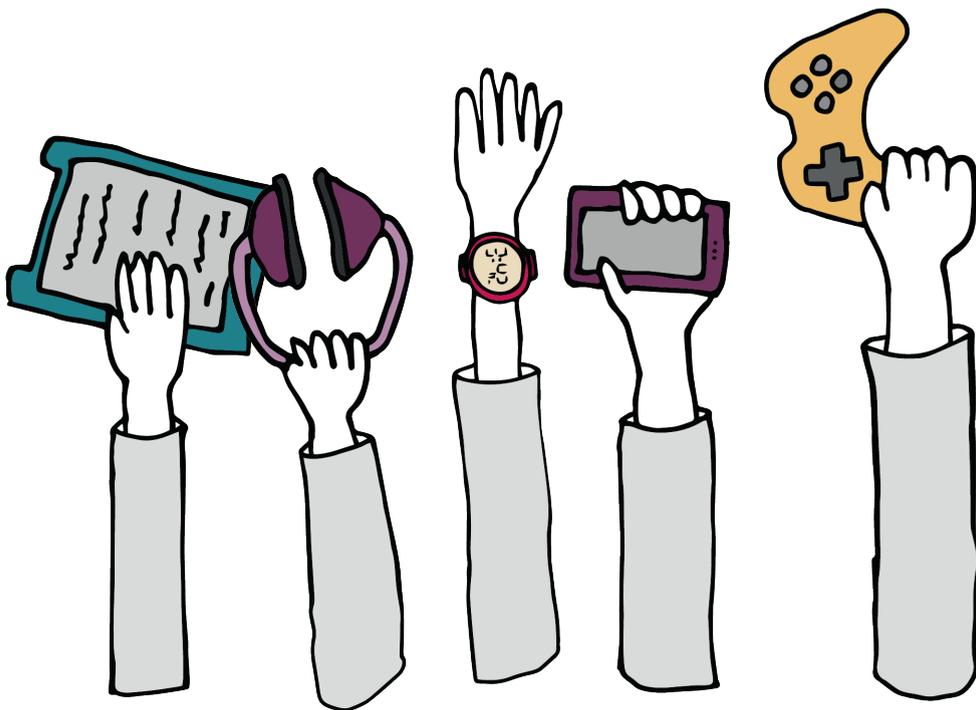
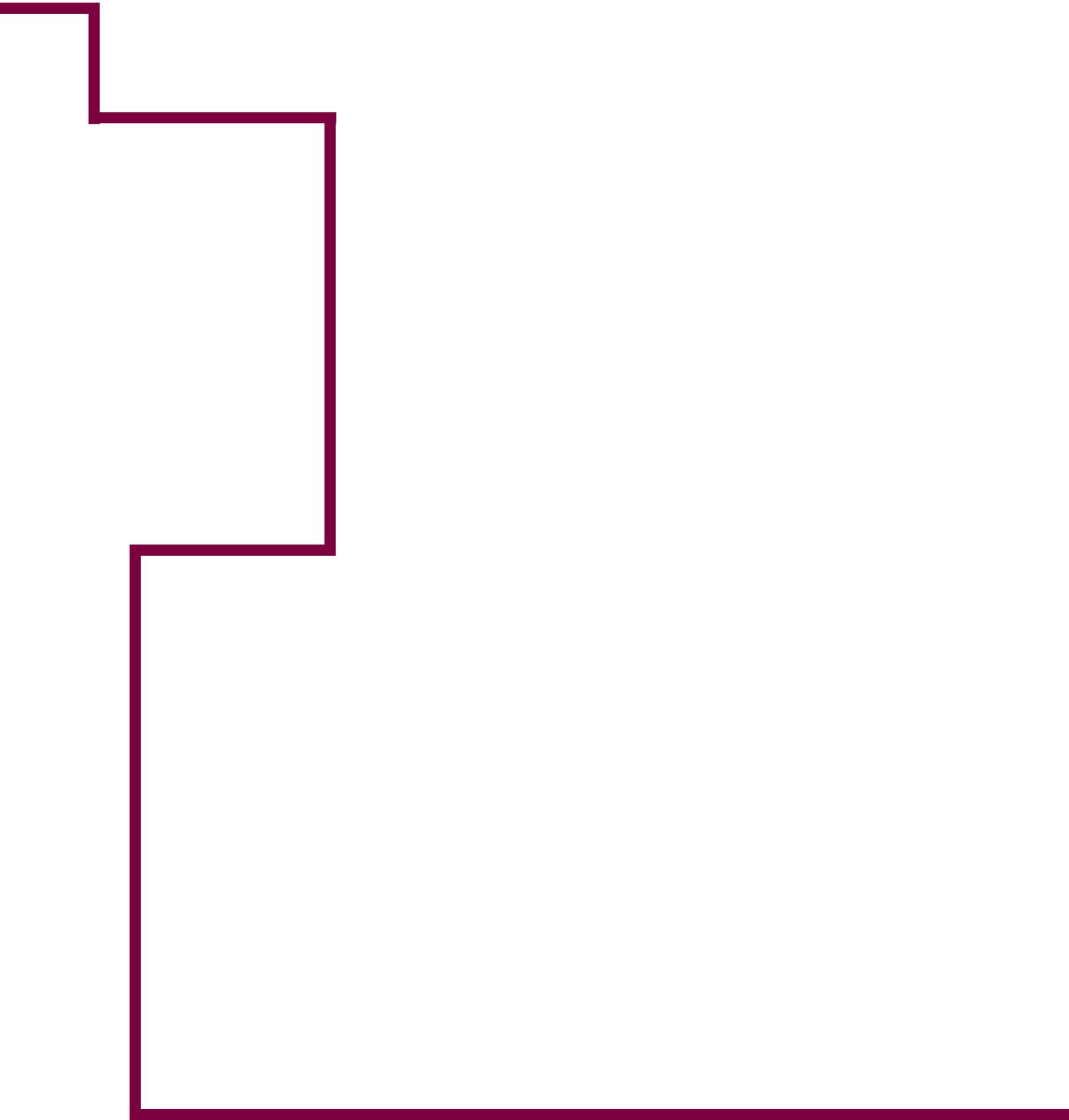


GUTES
AUFWACHSEN
MIT MEDIEN



Digital lokal

Wie Medienerziehung vor Ort gelingen kann



Grußwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

Smartphone und Tablet sorgen täglich für Diskussionen zwischen Eltern und Kindern. Wie lange darf mein Kind digitale Geräte nutzen? Welche Spiele sind gut, welche vielleicht nicht altersgerecht? Soll ich Fotos von meinen Kindern posten? Welche Regeln gelten im Umgang mit Messenger-Diensten? Bin ich ein digitaler Außenseiter, wenn ich nicht in der Eltern-Chatgruppe in der Klasse mitmachen möchte?

Für Eltern ist es nicht leicht, ihre Kinder beim Aufwachsen mit digitalen Medien zu begleiten. Kinder wollen mitmachen und dazugehören. Eltern und Fachkräfte wollen nichts falsch machen.

Orientierung geben 15 „Lokale Netzwerke für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“ in insgesamt 11 Bundesländern. Das sind Zusammenschlüsse unterschiedlichster Akteure aus der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe, aus Verbänden, Bibliotheken und von Kindertagesstätten. Sie bieten Elternabende, Fachtage und Kreativwerkstätten an. Das Bundesfamilienministerium fördert die Bildung von „Lokalen Netzwerken“ vor Ort über das Initiativbüro „Gutes Aufwachsen mit Medien“.

Mit dieser Broschüre legt das Initiativbüro Ergebnisse der Netzwerkarbeit vor. Ich hoffe, dass Sie, liebe Leserin und lieber Leser, sich davon für Ihre eigene Arbeit inspirieren lassen. Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Franziska Giffey
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend



Die Initiative – Starke Partner für ein gutes Aufwachsen mit Medien

Die vom **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend** geförderte **Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“** ist ein bundesweiter Zusammenschluss vielfältiger Akteure aus den Bereichen Medienpädagogik, Jugendmedienschutz und Medienkultur. Das übergreifende Ziel der Initiative ist es, Rahmenbedingungen für ein gutes Aufwachsen mit Medien zu schaffen. Die unter dem Dach der Initiative versammelten Projekte und Organisationen verfolgen mit ihrer Arbeit dabei unterschiedliche Schwerpunkte:

- Sie entwickeln Angebote zur Stärkung der Medienkompetenz und beraten Familien zu Themen der Medienerziehung und Medienbildung.
- Sie qualifizieren Fachkräfte und unterstützen sie in der Medienarbeit vor Ort.
- Sie schaffen mit Wettbewerben und Jugendredaktionen Möglichkeiten für Kinder und Jugendliche, kreativ und offen Medien einzusetzen.
- Sie forschen praxisorientiert, um den bestehenden Kenntnisstand zu erweitern.
- Sie bieten eine digitale Landschaft mit guten und sicheren Kindermedien.

Das gemeinsame Ziel ist immer, Eltern und pädagogische Fachkräfte bei ihrer Erziehungsverantwortung im digitalen Zeitalter zu unterstützen und Kindern und Jugendlichen altersgerechte Zugänge zu Medienwelten zu bieten.

Das Initiativbüro – Der Knotenpunkt der Initiative

Das Initiativbüro ist die zentrale Anlaufstelle für ein „Gutes Aufwachsen mit Medien“. Es bündelt Informationen und macht die Angebote der Akteure sichtbar. Das Team des Initiativbüros ist Ansprechpartner für Interessierte, Netzwerkpartner und die an der Initiative beteiligten Akteure. Das Initiativbüro regt zum öffentlichen Austausch über die Chancen und Herausforderungen von Medienerziehung und zu Weiterentwicklungen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes an. Es berät, informiert, vernetzt und klärt zum Mediennutzungsverhalten und zur Medienerziehung von Kindern und Jugendlichen auf. Zudem unterstützt das Initiativbüro pädagogische Fachkräfte, Ehrenamtliche und Eltern, die in ihrem Alltag Kinder und Jugendliche bei ihrem Medienerleben begleiten.

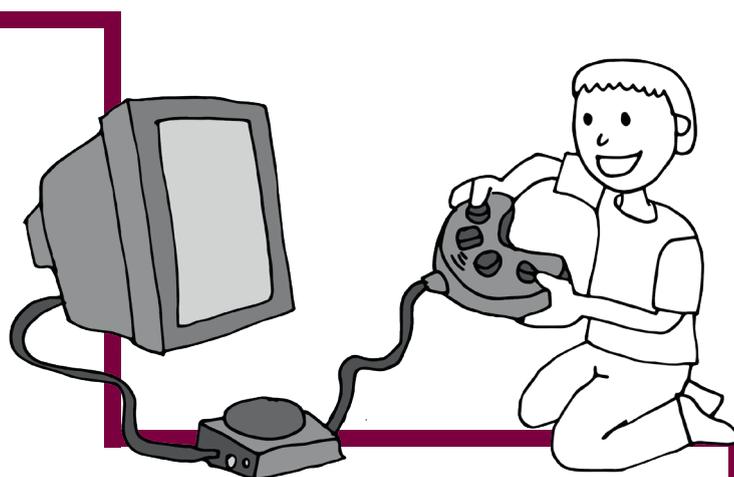
Informieren, Weiterbilden und Vernetzen

Das Angebot des Initiativbüros lädt zum Weiterbilden und Vernetzen ein. Auf der Webseite www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de finden Sie vielfältige Texte, Materialien und Informationen zu Themen rund um **Medienkompetenzförderung, Jugendmedienschutz und Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen**.

Artikel und Interviews mit Expert*innen greifen aktuelle Fragestellungen und Entwicklungen auf, bereiten diese leicht verständlich auf und liefern weiterführende Links. **Meldungen** informieren über Aktuelles von den Akteuren, berichten von Veranstaltungen im Umfeld der Initiative oder stellen neue Materialien vor. Diese finden Sie zum Download auch in einer **Materialsammlung**. Für Kinder und Jugendliche geeignete Webseiten und Apps können Sie in der **Datenbank für Kindermedien** recherchieren, die auch Tipps zum Einsatz in der pädagogischen Praxis gibt. In einem **Terminkalender** finden Sie eine Auswahl bundesweiter Konferenzen, Fachtage, Weiterbildungen und Wettbewerbe. Der regelmäßig erscheinende **Newsletter** bündelt die wichtigsten Beiträge und Neuigkeiten und gibt einen kompakten Überblick über die Arbeit der Initiative, aktuelle Themen und Termine.

Digitale Spiele, Netzwerktipps, Kindermedien: Die regelmäßigen **Online-Konferenzen** bieten als leicht zugängliche Webinare einen einfachen Einstieg in verschiedene Themenfelder der Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Expert*innen geben praxisnahe Einblicke in ihre Arbeit und laden zum Austausch ein. Aufzeichnungen der Online-Konferenzen stehen in einer Mediathek zur Verfügung, so dass Sie auch im Nachhinein auf alle Informationen zugreifen können.

Im Fokus dieser Broschüre stehen die **Lokalen Netzwerke für ein Gutes Aufwachsen mit Medien**: Das Initiativbüro berät und begleitet bestehende lokale Netzwerke, die im Bereich der Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche aktiv sind und unterstützt die Bildung neuer Netzwerke. Partner eines Netzwerks führen gemeinsame Veranstaltungen durch, teilen ihr Wissen und ihre Möglichkeiten und sind gemeinsam ein kompetenter Ansprechpartner. Das Initiativbüro unterstützt mit Fachwissen und neuen Ideen, berät zur Zusammenarbeit im Netzwerk, fördert die Sichtbarkeit der Netzwerke und stellt sinnvolle Kontakte her. Wie Sie gute Bedingungen dafür schaffen, Medienerziehung gemeinsam zu gestalten, erfahren Sie auf den nächsten Seiten!



Digital lokal: Wie Medienerziehung vor Ort gelingen kann

Erfahrungen der Netzwerke sammeln und nutzen

Die Erfahrung in der Arbeit mit lokalen Netzwerken zur Unterstützung von Medienerziehung in Familien geht zurück auf das vor einigen Jahren durchgeführte und ebenfalls vom Bundesfamilienministerium geförderte Projekt „Lokale Medienkompetenz-Netzwerke für Familien“. Aus diesem gingen fünf Netzwerke hervor, deren Erfahrungen auch in die Beratung von Netzwerken im Projekt „Gutes Aufwachsen mit Medien“ übernommen wurden. Durch die Vielfalt der neu hinzugekommenen Netzwerke kamen weitere Zielgruppen, Themen und Organisationsformen dazu, die wiederum andere Chancen und Herausforderungen der Zusammenarbeit deutlich machten. Im Kontakt mit den Netzwerken sammelt das Initiativbüro kontinuierlich Beispiele für gute Praxis und innovative Ideen, hört aber auch von auftretenden Problemen. Um solche Alltagserfahrungen systematisch zu ergänzen, bilden leitfadengestützte Telefoninterviews mit Netzwerkkoordinator*innen eine entscheidende Grundlage für die in diesem Heft gesammelten Hinweise, Tipps und Beispiele aus der Arbeit der „Lokalen Netzwerke für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“.

Fünf Empfehlungen für vernetzte Zusammenarbeit

Aus diesen Gesprächen und den bereits vorliegenden Erkenntnissen lassen sich fünf Bereiche identifizieren, deren Gestaltung entscheidend zum Erfolg der Netzwerkarbeit beiträgt. Detailliert stellen wir Ihnen diese auf den folgenden Seiten vor:

Verlässliche Strukturen

Eine gute Basis ermöglicht stabile Netzwerke S. 10-11

Zielgruppenorientierung

Maßgeschneiderte Angebote schaffen, auf die Menschen gewartet haben S. 12-13

Zielgruppenerreicherung

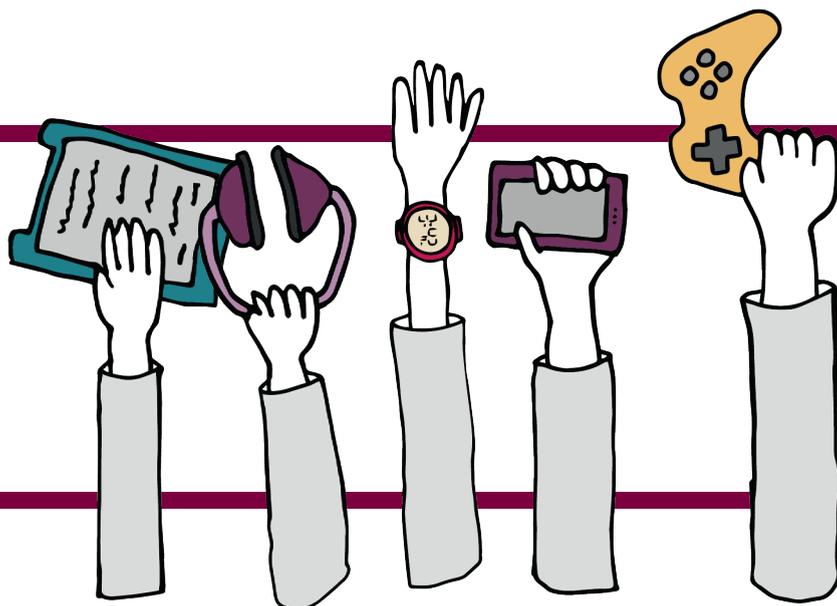
Am richtigen Ort auf dem richtigen Weg das Richtige kommunizieren S. 14-15

Übergreifende Angebote

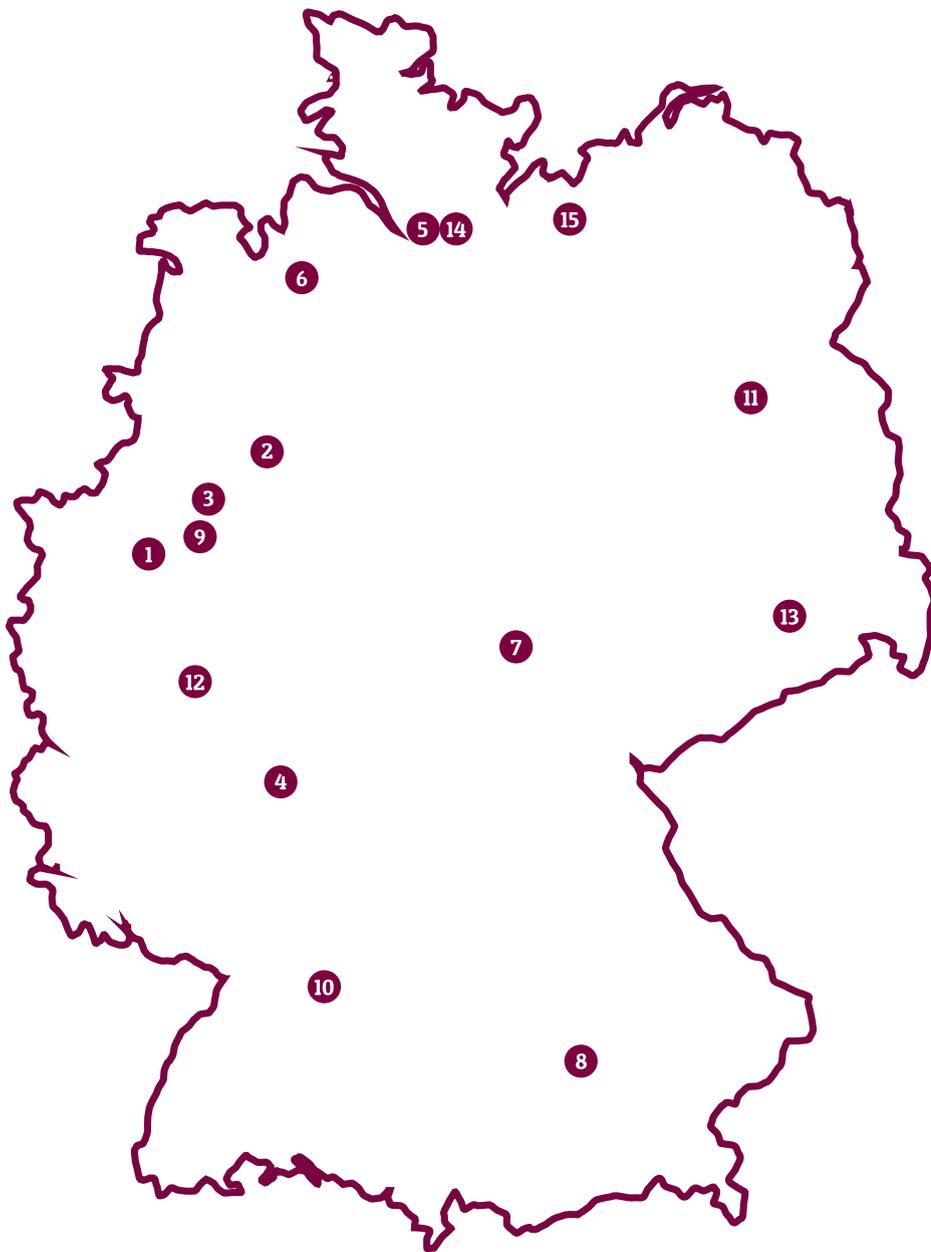
Kinder nicht ohne Erwachsene denken – und umgekehrt S. 16-17

Aktive Vernetzung

Starke Netzwerke sind keine starren Netzwerke S. 18-19



„Lokale Netzwerke für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“



- 1 Dortmunder Netzwerk Medienkompetenz (Dortmund)
- 2 Arbeitsgemeinschaft Soziale Kompetenz und Medien (Herford)
- 3 Netzwerk Medien (Warendorf)
- 4 DigiKids (Frankfurt am Main)
- 5 Netzwerk Haste Töne: Kindermedien aus Hamburg (Hamburg)
- 6 Medienkompetenz-Netzwerk Bremen (Bremen)
- 7 MedienLeben (Erfurt)
- 8 Interaktiv - Münchner Netzwerk Medienkompetenz (München)
- 9 Medienkompetenz-Netzwerk Hamm (Hamm)
- 10 Stuttgarter Kinderfilmtage (Stuttgart)
- 11 Medienkompetenz in Pankow von 0 auf 100! (Berlin)
- 12 Alles Medien oder was?! (Betzdorf)
- 13 Kinder. Medien. Rechte (Dresden)
- 14 MeMo - Medienmodule für Familien (Hamburg)
- 15 MedienzElt - Mediennetzwerk für Ein-Eltern-Familien (Schwerin)

Starke Netzwerke für gute Medienbildung

Dass Kinder und Jugendliche eine erzieherische Begleitung beim Aufwachsen mit Medien benötigen, ist völlig unstrittig. Die spannende Frage bleibt aber, wer sich dafür zuständig fühlt. Leider lassen sich häufig Diskussionen beobachten, die an das Spiel „Schwarzer Peter“ erinnern: Eltern erwarten von Kita und Schule, dass sie das leisten; Erzieher*innen und Lehrer*innen verweisen auf die notwendige Erziehungsleistung der Eltern – und im schlimmsten Fall bleibt es bei den wechselseitigen Erwartungen. Wer dabei auf der Strecke bleibt, ist leider auch klar: die Kinder und Jugendlichen! Wenn also die **Notwendigkeit von Medienerziehung in der Familie** unstrittig ist – warum ist es dann sinnvoll, dazu lokale Netzwerke zu etablieren?

Networking sollte mittlerweile wirklich eine Selbstverständlichkeit sein, bewegen wir uns doch alle seit Jahren in vernetzten, interaktiven Lebenswelten – online, aber auch offline. Netzwerken im engeren wie weiteren Sinn, entspricht doch der Natur des Menschen: Wir sind anthropologisch darauf angewiesen, mit anderen zu kommunizieren und uns so mit ihnen zu „vernetzen“; wir brauchen es, uns verbunden und zugehörig zu fühlen. Und nur in solchen Bezügen können wir unsere Identität entwickeln und entfalten. Funktionierende Netzwerke von der Familie über die Nachbarschaftshilfe bis hin zu beruflichen Networks helfen uns, unsere Ziele zu erreichen. Das Dumme ist nur: Wer Networking beherrscht, redet darüber in der Regel nicht viel – sondern macht es einfach! Woran kann sich also orientieren, wer sich bezüglich Netzwerkarbeit unsicher ist?

Wann funktionieren Netzwerke?

Eine Voraussetzung für den Erfolg von Netzwerken ist sicherlich ein **geklärtes Profil der Beteiligten**: Wenn ich als Person oder Institution weiß, wer ich bin und was ich einzubringen vermag, dann kann ich mich auf Beziehungen und Netzwerke mit anderen einlassen. Andernfalls ist die Enttäuschung auf einer oder allen Seiten vorprogrammiert. Dabei müssen die Ziele nicht notwendig absolut deckungsgleich sein – in guten Projekten haben die Beteiligten durchaus unterschiedliche Ziele und Motive. Entscheidend ist, dass die **Ziele klar formuliert werden** und anhand dessen geschaut werden kann, ob ein notwendiger **Grundkonsens**, wie zum Beispiel **ein ehrliches Bemühen um gute Medienbildung für Kinder und Jugendliche**, gegeben ist. Sonst wird es zwangsläufig zu hinderlichen Reibungen kommen.

Dazu gehören selbstverständlich **klare Absprachen** und eine gute, d.h. **wertschätzende Kommunikation** der Netzwerkpartner. Ebenso selbstverständlich sollte ein ehrlicher Umgang mit den bei allen Beteiligten notwendigen **personellen, finanziellen und sachlichen Ressourcen** sein. Wenn dabei keine Ausgewogenheit von Geben und Nehmen herrscht, wird es früher oder später Unzufriedenheiten geben, die das Netzwerk gefährden oder zum Scheitern bringen. Dies widerspricht nicht der Idee, dass ein Partner finanziell fördernd und andere operativ an gemeinsamen Netzwerkprojekten beteiligt sind.

Als Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz, die von der katholischen Deutschen Bischofskonferenz an der Katholischen Hochschule Mainz eingerichtet wurde, ist das für mich auch theologisch begründbar. Denn von der katholischen Soziallehre her lassen sich zwei zentrale Prinzipien auch auf Netzwerke für Medienbildung anwenden: Solidarität und Subsidiarität. Solidarität, also unbedingter Zusammenhalt im Sinne einer verlässlichen gegenseitigen Unterstützung bzw. eines Eintretens der (finanziell oder hinsichtlich anderer Ressourcen) Stärkeren für die Schwächeren, muss zwischen den Beteiligten gegeben sein. Sie muss in einer guten Balance zum Prinzip der Subsidiarität stehen, demzufolge die **Eigeninitiative jeder Institution** gestärkt wird und unterstützende Eingriffe von übergeordneten Einheiten nur erfolgen sollen, wenn sie die gestellten Aufgaben nicht allein bewältigen kann.



Netzwerke in der Medienbildung

Gerade in der Medienpädagogik sind Netzwerke notwendig – das Bemühen um eine Etablierung von Medienbildung entlang der Lebensalter in allen Bildungsbereichen ist noch immer eine riesige Aufgabe! Die Haltung getreu dem Motto „der Starke ist am mächtigsten allein“ funktioniert gerade angesichts der Herausforderungen in einer immer stärker von digitalen Medien geprägten Gesellschaft überhaupt nicht. Zu offensichtlich sind die zahlreichen Baustellen und Defizite in allen Bildungseinrichtungen in Punkto Medienbildung, als dass ein Träger diese Herausforderungen allein umfassend und hinreichend bewältigen könnte. Aus eigener Erfahrung lässt sich jedoch auf unterschiedliche Verbünde und Kooperationen verweisen, in denen es gelingt, für die verschiedensten Zielgruppen wie (Klein-)Kinder, Schüler*innen, Lehrer*innen und Multiplikator*innen sowie Erwachsene und Senior*innen, erfolgreiche Angebote zur Vermittlung von Medienkompetenz und Medienbildung zu machen.

Daher ist es auch ein überzeugender Ansatz, lokale Netzwerke zu bilden und zu entwickeln, die **Kinder und Jugendliche zeitgemäß bei einem guten Aufwachsen mit Medien begleiten, stärken und befähigen**. Solche Netzwerke verdienen die notwendige Aufmerksamkeit und Unterstützung – auch von politischer Seite und auch mit Blick auf die notwendigen Mittel! Denn die Zeit der „wechselseitigen Aufgabenzuweisungen“ in der Medienbildung sollte wirklich vorbei sein!

Prof. Andreas Büsch

Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz
an der Katholischen Hochschule Mainz
Mitglied des Beirates der Stiftung Digitale Chancen



Prof. Andreas Büsch

Jahrgang 1963; Diplom-Theologe, Diplom-Pädagoge.

Seit WS 2000/1 Professor für Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaft im Fachbereich Soziale Arbeit an der Katholischen Hochschule Mainz und seit 2012 Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der KH Mainz.

Von 2006 - 2016 u.a. Berater der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz; Mitautor von „Virtualität und Inszenierung. Unterwegs in der digitalen Mediengesellschaft (2011) und „Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit. Impulse der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz zu den Herausforderungen der Digitalisierung“ (2016). Von 2013 - 2016 Mitherausgeber der Communicatio Socialis.

Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: Medienkompetenz-Vermittlung und Medienbildung im Zeitalter der Digitalität; Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen; Jugendmedienschutz; Kirche und (mediale) Kommunikation; Mediengestützte Beratung.

<https://medienkompetenz.katholisch.de>

<https://andreas.buesch-web.de>

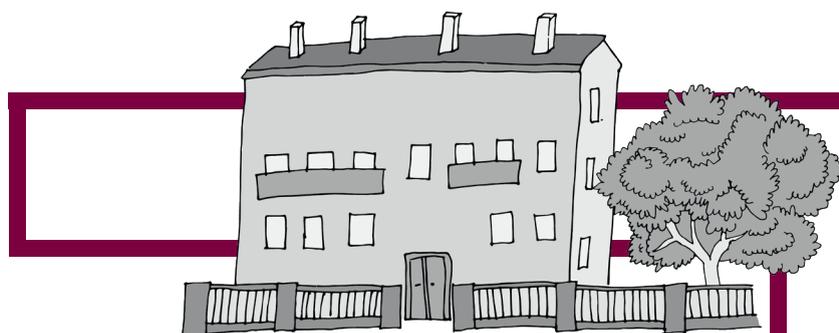
Verlässliche Strukturen: Eine gute Basis ermöglicht stabile Netzwerke

Netzwerkarbeit zur Unterstützung eines guten Aufwachsens mit Medien zielt darauf ab, Kompetenzen der einzelnen Netzwerkpartner so zu kombinieren, dass sich deren Erfahrungen, Know-how und Kontakte optimal verbinden. So können auf lokaler Ebene neue oder bessere Angebote für Kinder, Jugendliche, Familien oder pädagogische Fach- und Lehrkräfte etabliert werden.

Noch bevor Sie sich als „**Lokales Netzwerk für ein Gutes Aufwachsen mit Medien**“ zusammenfinden, stoßen Sie vielleicht auf die Frage, was „lokal“ bedeutet. Die meisten unserer ausgezeichneten Netzwerke sind auf städtischer bzw. kommunaler Ebene tätig. Je nach Standort und der geplanten Ausrichtung können Sie die Netzwerkarbeit auch auf einen konkreten Stadtteil konzentrieren oder z.B. auf den Landkreis ausdehnen. Wichtig zu beachten ist, dass die Beteiligten nah beieinander ansässig sind, sodass Treffen unkompliziert möglich sind und Sie gut überblicken können, was „lokal“ passiert, um die Angebote des Netzwerks darauf abzustimmen.

Unserer Erfahrung nach empfehlen wir Ihnen, ein Netzwerk um Einrichtungen herum aufzubauen, die schon länger aktiv und selbst gut vernetzt sind – von bereits bestehenden Kontakten und Verbindungen kann ein (neues) Netzwerk profitieren. Gut etablierte Partner sorgen für die notwendige Konstanz, um Brüche in der Netzwerkarbeit möglichst zu vermeiden. Das heißt nicht, dass sich die Konstellation des Netzwerks auch verändern kann (siehe S. 18). Eine zu hohe Fluktuation von Beteiligten bremst begonnene Projekte jedoch häufig aus.

Im Netzwerk können Sie Kräfte bündeln, so dass Sie gemeinsam mehr leisten können als ein einzelner Partner allein. Das gelingt besonders gut, wenn die Netzwerkpartner aus **vielfältigen Bereichen** kommen. Für den Start eines „Lokalen Netzwerks für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“ empfehlen wir, dass sich **mindestens drei Partner** zusammenfinden und dabei medienpädagogisches Know-how, Erfahrung und Kontakt mit der Zielgruppe sowie strukturelle bzw. strategische Unterstützung zu kombinieren. Netzwerkmitglieder aus dem Bereich Medienpädagogik bringen die notwendige Fachkompetenz mit, die Sie für eigene Angebote brauchen. Partner mit Zugang zur anvisierten Zielgruppe des Netzwerks arbeiten z. B. zu anderen Themen schon eng mit Familien zusammen oder führen Angebote für Kinder und Jugendliche durch oder betreuen diese oder sind z. B. in der Erwachsenenbildung aktiv und haben hier Kontakte zu Pädagog*innen. Strategische Netzwerkpartner können z. B. durch Unterstützung in der Öffentlichkeitsarbeit, mit Räumlichkeiten oder durch die Akquise finanzieller Mittel aus unterschiedlichen Quellen zum Gelingen der Netzwerkarbeit beitragen. Als breit aufgestelltes Netzwerk können Sie gemeinsam nach vorn denken und unterschiedliche Perspektiven in die Entwicklung des Netzwerks einbeziehen. Mögliche Netzwerkpartner können dabei unterschiedliche Institutionen, wie (Jugend)Ämter, Verwaltung, Schulen, Abteilungen der Polizei, Akteure der Familien- und Jugendhilfe, Kitaträger, Lehrerfortbildungsinstitute, Medienzentren, Bibliotheken, Hochschulen oder Mehrgenerationenhäuser etc. sein.



Für die Förderung von Medienerziehung müssen also nicht alle Partner schon „irgendwas mit Medien“ zu tun haben. Wichtig ist das gemeinsame Ziel, dass Sie im Bereich der Medienkompetenzförderung stärker aktiv werden. Durch die Zusammenarbeit im Netzwerk können sich Verknüpfungen zwischen vormals getrennten – vielleicht sogar konkurrierenden – Arbeitsfeldern oder Einrichtungen ergeben, was ganz neue Möglichkeiten für Formate und die Zielgruppenansprache eröffnen kann.

Um effektiv zusammenzuarbeiten, müssen alle Einrichtungen im Netzwerk auf ein im Vorfeld festgelegtes, gemeinsames **Ziel** hinarbeiten und für die Zusammenarbeit einstehen. Verständigen Sie sich im Netzwerk darauf, wie eng ihr Netzwerk „gestrickt“ ist. Je nach Thema kann die Mitwirkung einzelner Partner – entsprechend ihrer Interessen, Stärken und Ressourcen – unterschiedlich stark ausgeprägt sein. So kann sich ein eher lockeres Netzwerk auf Basis gegenseitiger Unterstützung ohne Druck etablieren, das langfristig für alle funktioniert und positiv wahrgenommen wird.

Eine gemeinsame Zielrichtung und Grundsätze der Zusammenarbeit auszuhandeln, kann dabei durchaus ein längerer Prozess sein. Durch die Vielfalt der unterschiedlichen Partner ergeben sich zunächst vielleicht ganz unterschiedliche Prioritäten und Perspektiven, die es – transparent und konstruktiv – zu einem Konsens zu vereinen gilt. Und ein einmal vereinbartes Ziel muss im Laufe der Netzwerkarbeit auch immer wieder überprüft werden: Haben alle das gemeinsame Ziel noch vor Augen? Hat sich Ihr Ziel vielleicht unbemerkt verschoben und muss neu formuliert werden? Gibt es Partner, die das Ziel nicht mehr mittragen wollen?

Netzwerkarbeit ist kein Selbstläufer: Wenn sich niemand richtig für das Netzwerk verantwortlich fühlt, verlaufen Ideen schnell im Sande. Sie brauchen eine **Koordination**, die „den Hut aufhat“, die gemeinsame Arbeit leitet, moderiert, Informationen bündelt, motiviert, Ansprechpartner und „Kümmerer“ ist. Diese Aufgabe braucht Motivation, Engagement, Geduld und Kapazitäten und kann auch sehr herausfordernd sein, zahlt sich in der Zufriedenheit aller Netzwerkteilnehmer und der Lebendigkeit des Netzwerks jedoch aus. Planen Sie daher genügend Ressourcen für die administrative Netzwerkkoordination ein. In größeren Netzwerken ist die Verteilung dieser Verantwortung auf mehrere Personen oder Einrichtungen empfehlenswert. Beispielsweise übernimmt im **Dortmunder Netzwerk Medienkompetenz** ein dreiköpfiges Geschäftsführungsteam gemeinsam koordinierende Aufgaben. Durch den Sitz in unterschiedlichen Institutionen bringen die Koordinator*innen zum einen ihr jeweiliges Fachwissen ein und können Netzwerkthemen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten, zum anderen sind sie als koordinierendes Team so über die gemeinsame Arbeit im Bilde, dass sie komplexe Aufgaben zwischen sich aufteilen und sich bei Abwesenheiten vertreten können.

Unabdingbar ist ein regelmäßiger, bedarfsorientierter **Austausch** zwischen den einzelnen Netzwerkpartnern. Je nach Größe des Netzwerks kann „regelmäßig“ bedeuten, dass Sie sich als gesamtes Netzwerk vier Mal pro Jahr zum Austausch treffen oder in Teilgruppen auch wesentlich häufiger, wenn es zum Beispiel gemeinsame Veranstaltungen zu planen oder auszuwerten gilt. Der persönliche Austausch darüber, woran Sie gerade arbeiten, was sie bewegt, welche Neuigkeiten oder auch Probleme es vielleicht gibt, ist dabei gegenüber digitalen Kommunikationsformaten zumindest zu diesen Terminen vorzuziehen. Zum gegenseitigen Kennenlernen kann es auch beitragen, die Treffen abwechselnd in Räumlichkeiten unterschiedlicher Partner stattfinden zu lassen.

Zielgruppenorientierung: Maßgeschneiderte Angebote schaffen, auf die Menschen gewartet haben

Sie haben sich als Netzwerk erfolgreich zusammengefunden, die individuellen Stärken der einzelnen Partner zusammengetragen und sich auf gemeinsame Ziele verständigt. Nun gilt es Themen zu identifizieren und Veranstaltungsformate zu entwickeln, die zu diesem Ziel beitragen und auf das Interesse Ihrer Zielgruppe(n) stoßen.

Definieren Sie, welche **Zielgruppe(n)** Sie erreichen wollen. Abhängig von einzelnen Themen und Formaten können das mehrere, ganz unterschiedliche Gruppen sein: Kinder, Jugendliche, Eltern, Erzieher*innen, Sozialarbeiter*innen, Lehrkräfte, Mitarbeitende der Partnereinrichtungen des Netzwerks, Vertreter*innen aus Verwaltung und Politik usw. Sie können sich im Netzwerk sowohl auf einzelne Gruppen konzentrieren oder verschiedene Angebote für möglichst viele Personengruppen schaffen. Dies ist abhängig von der im Netzwerk gebündelten Expertise, der Netzwerkgröße und Ihren vereinbarten Zielen. Sie können zunächst auch mit Angeboten für eine spezifische Zielgruppe starten und den Personenkreis im Laufe der Weiterentwicklung Ihres Netzwerks ausweiten.

Bei der Zielgruppenansprache ist es wichtig, dass Sie auf die konkreten Bedarfe, Anliegen und Probleme der (potenziellen) Teilnehmenden eingehen. Welche konkreten Fragen beschäftigen diese? Wie können Sie gezielt helfen? Welche Rahmenbedingungen müssen Sie beachten? Bedarfe können dabei nicht nur von den Adressat*innen direkt geäußert werden, sondern auch von Institutionen, die im jeweiligen Themenfeld aktiv sind oder in anderen Zusammenhängen bereits mit der Zielgruppe arbeiten. Auch aus dem Netzwerk selbst können wertvolle Hinweise und Ideen kommen: Welche Themen begegnen den Netzwerkpartnern in ihrem individuellen Berufsalltag aktuell verstärkt und was wird von außen an sie herangetragen? Genau dafür ist es besonders wertvoll, im Netzwerk auch Institutionen dabei zu haben, die direkt mit der jeweiligen Zielgruppe arbeiten.

Schaffen Sie passgenaue und leicht wahrzunehmende Angebote mit einem hohen Mehrwert.

Die unterschiedlichen Gruppen können sich gravierend in Ihrem **Vorwissen** unterscheiden. Für Familien eignen sich zumeist niedrigschwellige Angebote. Für Fachkräfte können auch anspruchsvollere Themen und Formate das Richtige sein. Um diesen unterschiedlichen Bedarfen gerecht zu werden, sind wiederum die unterschiedlichen Perspektiven und Expertisen der einzelnen Netzwerkpartner wichtig. Wählen Sie Themen, die für die Zielgruppe relevant und aktuell sind, aber auch auf breite Unterstützung und fachliches Know-how der Netzwerkpartner stoßen.

Um Themen rund um digitale Medien und Medienerziehung zu verankern, können Sie Netzwerkangebote an bereits bestehende (nicht-medienpädagogische) Angebote andocken, etwa an Mutter-Kind-Gruppen, reguläre Elternabende oder andere Informationsveranstaltungen. Zum einen helfen anwesende Vertrauenspersonen oder eine vertraute Umgebung dabei, sich zu öffnen, zum anderen erreichen Sie so die Zielgruppe, ohne dass diese zu neuen Angeboten kommen muss. Ihr Publikum kommt nicht zu Ihnen, sondern Sie gehen zu ihm.

Um **Eltern** mögliche Ängste zu nehmen und sie bei der Medienerziehung ihrer Kinder durch Vermittlung einer offenen und chancenorientierten Grundhaltung zu unterstützen, eignen sich vor allem dialogische Formate. So können sich Eltern in lockerer Atmosphäre und auf Augenhöhe

begegnen und sich mit Fachexpert*innen oder anderen Eltern austauschen. Belehren Sie Eltern nicht, sondern sensibilisieren Sie diese im Gespräch für ihre Vorbildfunktion bei der Mediennutzung und den sachlichen Umgang mit Risiken und befähigen sie, ihre Kinder zu stärken. Medienpädagogische Formate dürfen auch Spaß machen!

Veranstaltungen für **Kinder** können Sie möglichst praxisorientiert gestalten. Das Lokale Netzwerk der **Stuttgarter Kinderfilmtage** ermöglicht Kindern z. B. neben dem Filmerlebnis auch die kreative Produktion von Trickfilmen oder die Mitwirkung am Festival als Kinderreporter, die Interviews führen und eigene Medienbeiträge erschaffen.

Um Erziehungsverantwortliche und Pädagog*innen mit einzubeziehen, sollten Sie bei der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen auch zielgruppenübergreifend denken. Hinweise und Ideen dazu finden Sie auf Seite 16-17.

Multiplikatoren wie Lehrkräfte, Erzieher*innen oder Sozialarbeiter*innen sind oft schwer für Qualifizierungsangebote zu gewinnen, weil bei ihnen Medienerziehung in vermeintlicher Konkurrenz zu vielen anderen Themen steht. Schaffen Sie passgenaue und leicht wahrzunehmende Angebote mit einem hohen Mehrwert. Akteure aus dem **Medienkompetenz-Netzwerk Bremen** haben dies z.B. im Projekt „Medien-Kids“ realisiert, indem in Zusammenarbeit mit Kitaträgern die Weiterbildung von Erzieher*innen auf die konkrete Umsetzung in der Kindertageseinrichtung hin geplant und durchgeführt wurde. Zudem wurde durch mehrere gemeinsame Treffen ein einrichtungsübergreifender Austausch ermöglicht.

Beachten Sie bei der Planung der Netzwerkangebote die zeitlichen Ressourcen der Zielgruppe. Nicht nur hinsichtlich der Dauer einzelner Veranstaltungen, sondern auch deren Terminlage und mögliche Wiederholungen: Planen Sie Angebote während der Arbeitszeit oder nach Feierabend, am Wochenende, in den Ferien oder während der Schulzeit? Wann sind Konkurrenzveranstaltungen, Feiertage oder Schließzeiten? Ist es eine einmalige Veranstaltung, Teil einer Reihe oder wird das Angebot mehrfach wiederholt? Beziehen Sie auch in Ihre Planungen ein, wie die Adressat*innen zur Veranstaltung kommen: Ist der Veranstaltungsort zentral gelegen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln günstig und schnell erreichbar bzw. gibt es freie Parkplätze? Ist der Raum leicht zu finden und barrierefrei?

Kostenfreie Angebote tragen darüber hinaus dazu bei, Hürden für die Zielgruppe zu reduzieren. Je nach Standort und geplantem Vorhaben können sich unterschiedlich hohe Mittelbedarfe ergeben. Bei der Konzipierung von Angeboten ist es von Vorteil, wenn Sie die lokalen Gegebenheiten, die dafür erforderlichen Mittel und den nötigen Zeitaufwand in der Vorbereitung einplanen. Überlegen Sie im Vorfeld, was Sie mit den vorhandenen Netzwerkpartnern gemeinsam gestalten, fachlich leisten und mit Blick auf vorhandene Ressourcen organisieren können. Passen Sie die Rahmenbedingungen und Zeiten Ihres Angebots an die Zielgruppe an, berücksichtigen Sie dabei aber auch den Einsatz von Mitarbeitenden der Netzwerkpartner oder zusätzlichen externen Kräften. Evaluieren Sie ihre Angebote im Laufe der Netzwerkarbeit anhand von Rückmeldungen und entwickeln Sie diese entsprechend weiter. Bewährte pädagogische Konzepte können Sie oft auf neue Themen oder eine andere Zielgruppe anpassen. So müssen Sie das Rad nicht neu erfinden, bleiben flexibel und orientieren sich an den Bedürfnisse der Zielgruppen.

Zielgruppenerreichung: Am richtigen Ort auf dem richtigen Weg das Richtige kommunizieren

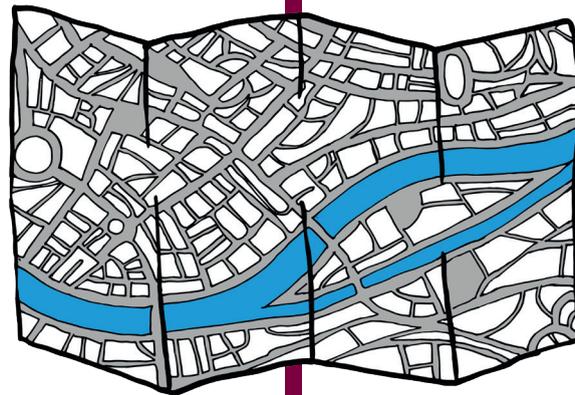
Wenn Sie konkrete Angebote planen, ist die entscheidende Frage, wie Sie Menschen erreichen, die Arbeit des Netzwerks bei diesen bekannt machen und sie für die Teilnahme gewinnen.

Durch die Zusammenarbeit von Partnern mit medienpädagogischem Know-how und Akteuren mit Kontakten zur Zielgruppe kann es allen Einrichtungen gelingen, **neue Zielgruppen** hinzuzugewinnen. Netzwerkpartner, die bisher zu anderen Themen aktiv waren und Medienerziehung und Medienkompetenzförderung jetzt in ihr Portfolio aufnehmen, werden stärker als Anlaufstelle für Unterstützung bei der Medienerziehung wahrgenommen und stoßen so auf das Interesse neuer Personengruppen. Einrichtungen mit medienpädagogischem Schwerpunkt erreichen durch die Vernetzung wiederum Zielgruppen wie Familien oder Fachkräfte besser, die womöglich vorher noch nicht an den Angeboten dieses Partners teilgenommen haben. Damit die potenziellen neuen Adressat*innen den Weg zu Ihren Angeboten finden, müssen diese von Ihrer Arbeit erfahren und sich eingeladen fühlen. Die Vernetzung untereinander bietet jedoch auch hierfür neue Möglichkeiten. Einrichtungen verfügen in der Regel über etablierte **Kanäle** und Verteiler zur Ansprache ihrer Zielgruppen. So haben Verbände und soziale Träger z. B. oft ein Intranet zur Kommunikation, Weiterbildungseinrichtungen laden über Programmkataloge zur Teilnahme ein und Einrichtungen der Familienhilfe informieren über Flyer und Aushänge. Nach Abstimmung im Netzwerk können Sie diese etablierten Wege auch zur Kommunikation von Angeboten des Netzwerks nutzen. Die Ansprache über etablierte Kontaktkreise der Netzwerkpartner ist einfacher, da die einzelnen Einrichtungen ihre Klientel kennen und deren „Sprache“ sprechen und Sie gegebenenfalls auf bestehende Kontaktdaten zurückgreifen können. Außerdem erfolgt die Kontaktaufnahme über vertraute Formate, was Hemmschwellen abbaut und eine gezielte Ansprache bestimmter Personengruppen ermöglicht.

Effektiver als die Ansprache über Aushänge oder Mailings ist die Einladung zu neuen Angeboten im **persönlichen Gespräch**. Mitarbeitende in Einrichtungen, die direkten Kontakt zur Zielgruppe haben, können diese gezielt auf passende Angebote hinweisen und bei regelmäßigem Kontakt auch erinnern oder Feedback einholen. Dieser persönliche Kontakt funktioniert vor allem dort gut, wo Sie schon länger vertrauensvoll zusammenarbeiten. Netzwerketeiligte können aber auch bei anderen Veranstaltungen Werbung in eigener Sache machen – bei der Zielgruppe direkt oder in Kontakt mit Multiplikator*innen, die das Angebot dann wiederum in ihren Kreisen streuen. Für bestimmte Anliegen kann auch die Verbreitung von Pressemitteilungen sinnvoll sein, wenn Sie im Netzwerk über Partner verfügen, die mit dem Verfassen solcher Texte vertraut sind und diese an entsprechende Kontakte weiterleiten können.

Auch über **Social Media** können Sie bestimmte Personengruppen gut erreichen. So existieren z. B. etablierte Gruppen oder Hashtags, in und mit denen sich Erzieher*innen, Einrichtungsleitungen, Lehrkräfte oder Medienpädagog*innen rege austauschen. Hier können Sie das Angebot des Netzwerks bekannt machen, Feedback und Ideen einholen und zu Veranstaltungen einladen. Das Frankfurter Netzwerk **DigiKids** legt z. B. einen großen Schwerpunkt seiner Kommunikationsaktivitäten auf die Präsenz in den sozialen Netzwerken Instagram, Twitter und Facebook und kommt dort mit der Zielgruppe in Austausch, erfährt Bedarfe und akquiriert Teilnehmende für die vom Netzwerk angebotenen Workshops.

Damit die potenziellen neuen Adressat*innen den Weg zu Ihren Angeboten finden, müssen diese von Ihrer Arbeit erfahren und sich eingeladen fühlen.



Wir empfehlen die Verankerung des Netzwerks in Verwaltungsstrukturen. So ist das **Netzwerk Medien im Kreis Warendorf** z. B. in den für die Arbeit des Netzwerks relevanten Schulaufsichtskonferenzen vertreten, in denen sich das Netzwerk direkt Schulleitungen und Entscheidungsträgern der zuständigen Behörden vorstellen kann. Dies verstärkt die Wahrnehmung und Legitimierung der Netzwerkarbeit als hochwertiges Angebot in der Region.

Ebenso wichtig wie die Einladung zu Ihrem Angebot ist die Auswahl des **Veranstaltungsortes**. Neben der Erreichbarkeit sollten Sie hier vor allem die Vertrautheit der Umgebung achten. Neue Angebote an einem anderweitig bereits etablierten Ort durchzuführen, der bei der Zielgruppe bereits bekannt ist und im besten Fall regelmäßig besucht wird, erleichtert den Zugang und die Offenheit der Teilnehmenden: Sie fühlen sich wohl und müssen sich nicht noch an einem unbekanntem Ort zurechtfinden. Gerade für diejenigen, die den größten Bedarf an Unterstützung bei der Aneignung von Medienkompetenz haben, eignet sich eine aufsuchende Medienarbeit, d. h. die Angebote finden in „Geselligkeitsräumen“ der Zielgruppe statt oder werden in bereits bestehende Angebote integriert.

Wenn Sie kein einmaliges Angebot planen, sondern Ihre Formate gern wiederholen möchten, sorgen Sie dafür, Ihre Arbeit systematisch bekannt zu machen. Hierzu helfen feste Veranstaltungsräume, um Angebote an einem Ort fest zu verankern und sichtbar zu machen, dass die Angebote regelmäßig dort stattfinden. Das **Netzwerk „Interaktiv“** in München beispielsweise hat mit dem Aktionsraum „Pixel“ aktuell eine feste Fläche für Ausstellungen, Vorträge, Maker Space oder andere Events, die zur Nutzung offensteht.

Bleiben Sie dabei **flexibel**, verschiedene Wege der Zielgruppenerreichung zu gehen. Probieren Sie neue Möglichkeiten aus, wenn die Zielgruppe auf dem bisher gewählten Weg nicht oder nur unzureichend erreicht wurde. Je nach Thema und gewähltem Format, kann sich die notwendige Ansprache verändern. Planen Sie im Vorfeld genau, ob Sie Multiplikator*innen erreichen möchten, Kinder oder Jugendliche, bestimmte Institutionen oder möglichst viele unterschiedliche Personen vor Ort. Danach und nach den in Ihrem Netzwerk vorhandenen Kanälen und Kontakten richten sich Formulierungen, Kanäle und Umfang der Ankündigung und Bewerbung Ihres Angebots.

Seien Sie außerdem nicht enttäuscht, wenn ein Angebot zunächst einmal keinen großen Zulauf bekommt oder regelmäßige Formate „nur“ von der immer gleichen Personengruppe besucht werden. Zeigen Sie **Geduld** und Hartnäckigkeit bei der Zielgruppenansprache, um Ihre Angebote bekannt zu machen und das Netzwerk nachhaltig als starken Anbieter im Bewusstsein der Menschen vor Ort zu verankern. Die Ansprache eines neuen Personenkreises oder einer Zielgruppe durch neue Kanäle braucht oft etwas Anlaufzeit und die potenziellen Teilnehmenden müssen Sie und Ihre Angebote erst kennenlernen.

Übergreifende Angebote: Kinder nicht ohne Erwachsene denken – und umgekehrt

Je nach Thema und Ziel Ihres Angebots sollten Sie Zielgruppen kombinieren. Intergenerative Angebote – also Angebote, die sich an mehrere Generationen gemeinsam richten – zeigen Erwachsenen die Chancen kindlicher Mediennutzung auf und machen sie mit dem Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen vertraut. Auch **Berufsgruppen** können Sie mithilfe Ihres Angebots zu einem fachlichen Austausch über die Grenzen des jeweiligen Blickfelds hinaus zusammenbringen. Durch die Netzwerkarbeit können sich wertvolle Kooperationen zwischen Bereichen ergeben, die vorher eher getrennt voneinander waren oder sich sogar in Konkurrenz zueinander gesehen haben.

Gestalten Sie zielgruppenübergreifende Formate so, dass das vermittelte Wissen für alle verständlich ist und für jeden einen Mehrwert darstellt. Achten Sie bei aller Unterschiedlichkeit der angesprochenen Zielgruppen darauf, dass ein ähnliches Wissensniveau vorherrscht oder gestalten Sie Veranstaltungen modular: Ein gemeinsames Angebot für Familien kann sich z. B. in Teile gliedern, die alle gemeinsam besuchen und Abschnitte, die sich gezielt an Eltern richten, während Kinder in dieser Zeit betreut werden. Bei Fachtagen für Fachkräfte aus dem frühkindlichen, schulischen und außerschulischen Bereich können ebenfalls parallellaufende Workshops zu fachspezifischen Inhalten in Ergänzung zu gemeinsamen Veranstaltungen im Plenum geplant werden.

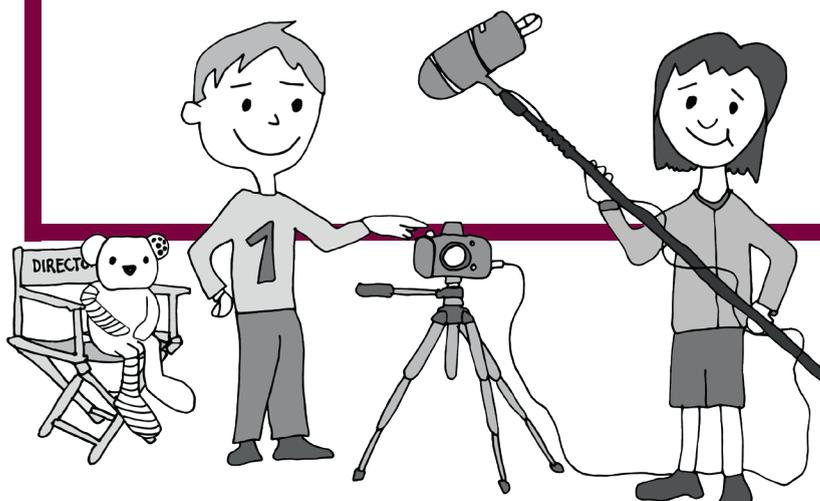
Vielen **Eltern** sind die Chancen und Risiken digitaler Medienwelten für ihre Kinder nicht ausreichend bewusst und sie haben nur eine unzureichende Vorstellung von ihrem Erziehungsauftrag und ihrer Vorbildfunktion in Bezug auf Medien. Sie wünschen sich oft Tipps und einfache Regeln, beschäftigen sich aber nicht oder nicht intensiv genug mit der tatsächlichen Mediennutzung ihrer Kinder. Schaffen Sie für einen niedrigschwelligen Einstieg kurze, praxisnahe und am Alltag der Familie orientierte Formate. Knüpfen Sie an bereits vorhandenes Wissen an und legen Sie die Grundlage für eine weitere Beschäftigung mit dem Thema. Intergenerative Angebote ermöglichen eine gemeinsame Medienerfahrung und befördern dadurch das gegenseitige Verständnis und die Reflexion der Mediennutzung in der Familie. Führen Sie Eltern die Chancen der kreativen und selbstbestimmten Nutzung digitaler Medien vor Augen, indem diese bei Angeboten selbst Medienprodukte erstellen oder Medien ausprobieren und nutzen können, die sie üblicherweise nicht verwenden. Das **MedienKompetenzNetzwerk Hamm** hat z. B. ein „Eltern-LAN“ in Anlehnung an sogenannte LAN-Partys von Jugendlichen organisiert, bei dem Eltern beliebte Computerspiele testen konnten. In einer anschließenden Reflexion konnten sie sich über die Faszination von Spielen und mögliche Risiken exzessiven Spielens austauschen.

Das Netzwerk **MedienLeben** in Erfurt hat gute Erfahrungen damit gemacht, Eltern aktiv an den Angeboten zu beteiligen. Medienpädagogische Mitmachangebote für Familien werden beispielsweise bewusst so gestaltet, dass Eltern ihre Kinder nicht „parken“ können, sondern Kinder auf die Hilfe der Erwachsenen angewiesen sind und das Ziel nur gemeinsam erreicht werden kann. Außerdem werden Eltern auch in die organisatorische Ausgestaltung von Veranstaltungen einbezogen, um sich stärker mit den Angeboten zu identifizieren – z. B. über die Bewirtschaftung des Grillstands bei einem Aktionstag des Netzwerks.

Kinder und Jugendliche haben zwar viel Antrieb, Neugier und kreative Energie in Bezug auf die Beschäftigung mit Medien, jedoch fehlen ihnen noch Kompetenzen in Bezug auf rechtliche Aspekte, Datenschutz und Vorstellungen von Privatsphäre. Insbesondere in bestimmten Entwicklungsphasen neigen sie zu exzessiver Mediennutzung und der Nicht-Befolgung von Regeln und Altersfreigaben. Sensibilisieren Sie Erwachsene für die Perspektive von Kindern und Jugendlichen, damit diese die Jüngeren bei einem reflektierten Medienumgang unterstützen können. Gleichzeitig öffnen sich Jugendliche sehr gut für **Peer-Ansätze**, also Formate, bei denen Gleichaltrige ihnen Wissen vermitteln. In mehreren Bundesländern sind dafür z. B. Medienscouts-Projekte etabliert, in denen Schüler*innen durch Erwachsene qualifiziert werden und ihr Wissen dann eigenständig an andere Jugendliche weitergeben. Als junge Expert*innen wirken sie auch an Elternabenden mit.

**Gestalten Sie zielgruppen-
übergreifende Formate so,
dass das vermittelte Wissen
für alle verständlich ist und
für jeden einen Mehrwert
darstellt.**

Elternabende können Sie mit Inhalten für Erzieher*innen oder Lehrkräfte kombinieren, was gleichzeitig den Austausch zwischen beiden Gruppen fördert und die Pädagog*innen für den Medienalltag von Familien und medienbezogener Bedarfe sensibilisiert. Die Beteiligung an Elternabenden kann auch dadurch erhöht werden, dass Sie diese an eine Veranstaltung für Kinder anschließen und den Eltern dort die Medienprodukte präsentieren, die ihre Kinder zuvor im Rahmen eines Medienprojekts erstellt haben.



Aktive Vernetzung: Starke Netzwerke sind keine starren Netzwerke

Der Gründungsmoment eines Netzwerks kann ganz unterschiedlich aussehen. Vielleicht denken Sie schon länger darüber nach und sind engagiert dabei, Strukturen aufzubauen. Vielleicht werden Sie von einer anderen Institution eher unerwartet angesprochen, ob Sie Teil eines Netzwerks sein wollen. Oder Sie stellen nach einer ersten gemeinsamen Veranstaltung fest, dass Sie als Beteiligte eigentlich gern auch weiterhin zusammenarbeiten möchten. Vielleicht sind Sie auch schon länger Teil eines Netzwerks, das sich nun organisatorisch weiterentwickeln oder thematisch neu aufstellen will.

Die aktuell als „**Lokale Netzwerke für ein Gutes Aufwachsen mit Medien**“ ausgezeichneten Netzwerke sind alle seit mehreren Jahren aktiv und haben im Laufe der Zeit alle mehr oder weniger zahlreiche Veränderungen durchlebt. Bevor sich Synergien zwischen den einzelnen Akteuren optimal entfalten, durchläuft Ihr Netzwerk eine Anlaufphase. Erwarten Sie nicht, dass ein neu gegründetes Netzwerk unmittelbar nach seiner Gründung bereits reibungslos große Projekte bewältigt. Auch wenn Ihr Netzwerk schon länger besteht, ist es normal, dass sich sehr produktive und erfolgreiche Phasen mit Zeiten abwechseln, in denen die Netzwerkarbeit etwas einschläft. Mit allen in dieser Broschüre beschriebenen Empfehlungen sind Sie gut gerüstet, auch solche „Durststrecken“ zu überstehen.

Wenn sich Partner mit sehr diversen fachlichen Hintergründen zusammenschließen, müssen Sie sich zunächst **intern zusammenfinden**, Strukturen etablieren und sich auf einen gemeinsamen Wissensstand bringen. Planen Sie die gegenseitige Fortbildung und den gemeinschaftlichen Austausch gut, damit jede Einrichtung für sich einen Nutzen aus der Zusammenarbeit ziehen kann. Für die Netzwerkentwicklung, die Durchführung erster Projekte und die Nachhaltigkeit Ihrer gemeinsamen Arbeit ist es von Vorteil, wenn Sie die Netzwerkarbeit möglichst langfristig anlegen.

Dazu gehört auch, dass die **Finanzierung** der Netzwerkarbeit gewährleistet ist. Nur wenn Sie finanziell sicher planen können, ist eine effektive und konzentrierte inhaltliche Arbeit möglich. Die strukturelle Finanzierung leisten in der Regel in wesentlichen Teilen am Netzwerk beteiligte Akteure. Deren Möglichkeiten, Ziele und Kriterien bestimmen die gemeinsame Arbeit in gewissem Maße. Nutzen Sie den Vorteil aus, dass unterschiedliche Partner Finanzmittel für verschiedene Bedarfe abdecken können, die von einer einzelnen Institution allein nicht zu leisten sind. Zusätzlich zu einer grundlegenden Basisfinanzierung sollten Sie Ausschreibungen für Projektvorhaben, Fachtage, Wettbewerbe oder Ähnliches im Blick haben, um zusätzliche Mittel zu akquirieren. Prüfen Sie auch eine punktuelle oder langfristige Zusammenarbeit mit Sponsoren oder Förderern (auch in Form eines Fördervereins), die Ihr Vorhaben unterstützen.

Bevor sich Synergien zwischen den einzelnen Akteuren optimal entfalten, durchläuft Ihr Netzwerk eine Anlaufphase.

Zur Akquise bestimmter Gelder kann es notwendig sein, die thematische Arbeit des Netzwerks unter einen bestimmten Fokus zu stellen oder zu erweitern. Seien Sie dafür – im Rahmen Ihrer gemeinsamen Expertise und Möglichkeiten – offen, um das Portfolio des Netzwerks zu erweitern. So hat das **Netzwerk Haste Töne: Kindermedien aus Hamburg** sein Angebot von Ferien-Workshops für Grundschüler*innen zur Erstellung von Hörspielen mithilfe der im Projekt tätigen Medienpädagog*innen z. B. auf die Produktion von Trickfilmen erweitert, um eine für dieses Thema vorhandene Finanzierungsmöglichkeit nutzen zu können. Durch die sehr gute Passung dieser Erweiterung für die Zielgruppe und die Akteure des Netzwerks wurde so neben der finanziellen Absicherung auch ein attraktiver inhaltlicher Mehrwert geschaffen.

Lokale Netzwerke können wachsen. Auch wenn eine gewisse Kontinuität in den Netzwerkstrukturen vor allem auf koordinierender Ebene sinnvoll ist, sollten Sie von Beginn an einer **Netzwerkerweiterung** offen gegenüberstehen oder diese aktiv verfolgen. Dies bezieht sich nicht nur auf das zahlenmäßige Wachstum der Netzwerkpartner, sondern auch auf die inhaltliche Weiterentwicklung des Netzwerks. So ist z. B. die **Arbeitsgemeinschaft Soziale Kompetenz und Medien im Kreis Herford** als Arbeitsgruppe zum Thema Cybermobbing gestartet, weil dieses Thema im Gründungsjahr des Netzwerks die Beteiligten als zentrales Problem beschäftigte. Inzwischen hat sich das Netzwerk – wie der aktuelle Titel der Arbeitsgemeinschaft zeigt – weiteren Themen jugendlicher Medien- und Internetnutzung geöffnet und seine Angebote und Strukturen entsprechend ausgebaut. Zur Erschließung neuer Themen kommen auch neue Partner hinzu, die ihre Expertise einbringen, wie zum Beispiel das Gesundheitsamt zum Thema (Online-) Sucht.

Die enge Zusammenarbeit in Netzwerken sorgt dafür, dass die Partner ihre gegenseitigen Kompetenzen kennenlernen und immer wieder Anknüpfungspunkte für weitere Kooperationen finden. Auch einrichtungsintern bauen Sie über die wachsende Zusammenarbeit neue Kompetenzen auf und erlangen ein gemeinsames Bewusstsein für das Thema Medienerziehung. Ein weiterer positiver Effekt ist die Verkürzung von Kommunikationswegen durch den Aufbau persönlicher Kontakte und die Etablierung fester Ansprechpartner*innen. Durch die gemeinschaftliche Arbeit und die Vernetzung von Expert*innen können Sie Medienerziehung vor Ort als neues Thema setzen. Dadurch werden Sie sowohl von den Zielgruppen als auch von weiteren potenziellen Kooperationspartnern stärker als Anlaufstelle zu diesem Thema wahrgenommen.

Durch kontinuierliche Netzwerkarbeit können Sie sich an weitere bestehende Netzwerke und starke Partner vor Ort anschließen. So verstärken Sie die Vernetzung nach außen und vergrößern den Wirkungsradius des Netzwerks. Neue Arbeitsbereiche und die eigene Professionalisierung können Sie im Netzwerk z. B. durch eine wissenschaftliche Evaluation Ihrer Arbeit oder mögliche Zertifizierungen vorantreiben. Durch die Kooperation mit landes- oder bundesweiten Initiativen – wie „Gutes Aufwachsen mit Medien“ – können Sie die Netzwerkarbeit auch überregional bekannt machen und neue Anregungen erfahren.

Gemeinsam können wir etwas bewegen!

Interview mit Dr. Anna Grebe, Projektleitung des Initiativbüros „Gutes Aufwachsen mit Medien“

Wie wird man eigentlich ein „Lokales Netzwerk für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“?

Es beginnt – wie so häufig – mit einer guten Idee: Eine Bildungseinrichtung, ein Verein, eine Kita, ein Jugendamt oder ein anderer lokaler Akteur möchte ein Projekt zum Thema Medienkompetenz, Mediennutzung oder zur praktischen Medienarbeit machen und hat schon eine Ahnung davon, in welche Richtung dieses gehen könnte. Um es umzusetzen und weitere Perspektiven einzubinden, sucht sich dieser Akteur mindestens zwei weitere Partner, sie vereinbaren gemeinsame Ziele, steigen in die Planung ein und führen erste gemeinsame Veranstaltungen durch. Wenn das gut gelingt und das Netzwerk aktiv und tragfähig ist und sich bei uns meldet, dann prüfen wir, ob es sich für die Aufnahme in das bundesweite Netzwerk eignet. Wenn das der Fall ist, zeichnen wir es als vorbildliches „Lokales Netzwerk für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“ aus und verleihen eine Plakette, damit jeder vor Ort sehen kann, dass hier Großartiges für die Medienkompetenzförderung geleistet wird.

Wie unterstützt das Initiativbüro die Lokalen Netzwerke in ihrer Arbeit vor Ort?

Das Team des Initiativbüros steht den Lokalen Netzwerken im Prozess der Netzwerkgründung, aber auch in der laufenden Arbeit beratend zur Seite. Wir geben organisatorische Tipps, zum Beispiel wie man sich vor Ort gut vernetzt, auf welche Absprachen unter den Partnern besonders geachtet werden sollte, oder wie bestimmte Zielgruppen erreicht werden können. Da wir selbst Teil eines bundesweiten Netzwerks von starken Akteuren im Bereich Medienkompetenzförderung und Jugendmedienschutz sind, der Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“, bringen wir sehr gerne die Fachkräfte der „Lokalen Netzwerke“ mit unseren Partnern in Kontakt, stellen Informationen zur medienpädagogischen Arbeit zur Verfügung und helfen mit themenspezifischen Materialien weiter. Außerdem sorgen wir dafür, dass die Netzwerke auf unserer Webseite vertreten sind und anhand von Kurzsteckbriefen ihre Arbeit vorstellen können. Das ist wichtig, damit die tollen Projekte und Aktionen auch zum Vorbild für andere lokale Initiativen werden. Besonders am Herzen liegt uns aber die Vernetzung der „Lokalen Netzwerke“ untereinander – über alle kommunalen, regionalen und Ländergrenzen hinweg, zum Beispiel in Form von Onlinekonferenzen oder Netzwerktreffen in Berlin und anderswo.

Warum ist die Vernetzung der Lokalen Netzwerke untereinander so wichtig, wenn doch jedes Netzwerk mit ganz individuellen Herausforderungen konfrontiert ist?

Wir glauben – und das zeigen wir auch mit dieser Broschüre – dass pädagogische Fachkräfte, Bildungs- und Jugendhilfeeinrichtungen, Angebote der Familienhilfe usw. auf lokaler Ebene häufig mit ähnlichen Fragen konfrontiert sind: Wie gelingen gute Veranstaltungen, die die angepeilten Zielgruppen auch wirklich erreichen? Wie können kommunale Akteure, zum Beispiel aus Politik und Verwaltung, für die Netzwerkarbeit begeistert werden und die Ziele der Netzwerkpartner unterstützen? Indem sich die Netzwerke untereinander austauschen, ihre eigenen Erfahrungen einbringen und sich gegenseitig Feedback geben, können alle Beteiligten voneinander lernen, sei es von den Erfolgen oder auch von den Dingen, die mal weniger gut gelungen sind. Auch hier gilt: Gemeinsam können wir etwas bewegen! Und mehr Spaß macht es sowieso.

Checkliste

Wie werden wir ein „Lokales Netzwerk für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“?

- Gute Idee für medienpädagogische Veranstaltungen entwickeln
- Partnereinrichtungen finden:
 - Einrichtung(en) mit medienpädagogischer Expertise
 - Einrichtung(en) mit direkten Kontakten zur Zielgruppe (Kinder, Jugendliche, Fachkräfte, Eltern oder Familien)
 - Strategische Einrichtung(en), mit guten Rahmenbedingungen für die praktische Umsetzung (für Öffentlichkeitsarbeit, Treffpunkt, erweiterte Zielgruppe usw.)
- Gemeinsam Ziele der Zusammenarbeit vereinbaren (Bitte keine kommerziellen Ziele verfolgen!)
- Aufgaben nach Stärken der Partner verteilen
- Personelle, finanzielle und sachliche Ressourcen sinnvoll und ehrlich aufteilen
- Wertschätzende Kommunikation pflegen
- Erste Veranstaltung gemeinsam durchführen und weitere planen
- Engagement auf einer Webseite veröffentlichen
- Netzwerk beim Initiativbüro anmelden unter:
<https://www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de/vernetzen/steckbrief.cfm>
- Auszeichnung „Lokales Netzwerk für ein Gutes Aufwachsen mit Medien“ erhalten



Ideen gesucht?

Links für die Netzwerkarbeit im Themenfeld Medienerziehung

Für Eltern

Die #Häschi-Tecks

<https://www.familieundmedien-nrw.de/>

Materialien zum Einsatz in der Familienbildung und Elternarbeit; besonders für Eltern von Kleinkindern (0-3 Jahre); Auseinandersetzung mit digitaler Mediennutzung und -kompetenz im Familienalltag; selbstreflexive Auseinandersetzung mit dem eigenen Mediennutzungsverhalten

Elterntalk NRW

<http://elterntalk-nrw.de/>

Vertrauensvolle Gesprächsrunden zwischen Eltern zu Erziehungsfragen – auch im Bereich Medienerziehung; Austausch über Erfahrungen und Wissen durch die Eltern mit Unterstützung speziell geschulter Elternteile; in mehreren Sprachen möglich

Für pädagogische Fach- und Lehrkräfte

junait

<https://junait.de/>

Medienkompetenzspiel für den Unterricht; spielerische Heranführung an soziale Medien und Verhalten in sozialen Netzwerken (Chancen, aber auch Herausforderungen werden aufgezeigt)

Blickwechsel - Verein für Medien- und Kulturpädagogik

<https://blickwechsel.org/>

Fortbildungen für pädagogische Fachkräfte; Durchführung von Medienprojekten mit Kindern und Jugendlichen; medienpädagogische Materialien

webhelm

<https://webhelm.de/>

Informationsangebot für pädagogische Fachkräfte und interessierte Erwachsene; das Projekt widmet sich der zentralen Frage, wie Kinder und Jugendliche sich Online-Medien aneignen und wie sie dabei von Eltern und pädagogischen Fachkräften unterstützt werden können

Für Eltern, pädagogische Fachkräfte und Heranwachsende

medien+bildung

<https://medienundbildung.com/startseite/>

Praxisprojekte und Materialien für Multimedia in der Kita und Schule; Angebote und Veranstaltungen für pädagogische Fachkräfte, Eltern, Kinder (z.B. Workshops, Elternabende, Fortbildungen, Projekttag in der Schule); Angebot und Unterstützung im Bereich E-Learning, z.B. Webinare

Clearingstelle Medienkompetenz

<https://medienkompetenz.katholisch.de/>

Angebot von Materialien im Bereich Medienbildung/Medienkompetenz; Angebote zur Vernetzung von Akteuren im Bereich Medienpädagogik; Durchführung von Projekten zur Medienkompetenzvermittlung

Weitere Ideen, Tipps und Materialien finden Sie natürlich auch bei den Akteuren der Initiative!

Die Akteure der Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“

- Entwickeln Angebote zur Stärkung der Medienkompetenz.
- Forschen praxisorientiert, um den bestehenden Kenntnisstand zu erweitern.
- qualifizieren Fachkräfte und unterstützen sie in der Medienarbeit vor Ort.
- Beraten und geben Familien Orientierung zu Themen der Medienerziehung und Medienbildung.
- Bieten eine digitale Landschaft mit guten und sicheren Kindermedien.
- Schaffen mit Wettbewerben und Jugendredaktionen Möglichkeiten für Kinder und Jugendliche, kreativ und offen Medien einzusetzen und Möglichkeiten der Teilhabe an ihrer digitalen Lebenswelt.

#medienvielfalt der Stiftung Lesen: www.stiftunglesen.de/medienvielfalt

„Aufwachsen in der Medienwelt – Kurzfilme zur Medienbildung in Kita und Kindertagespflege“ der Deutschen Liga für das Kind in Familie und Gesellschaft e.V.: www.liga-kind.de

Blinde Kuh e.V.: www.blinde-kuh.de

Deutscher Multimediapreis mb21, durchgeführt vom Deutschen Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF): www.mb21.de

„Digitale Spiele pädagogisch beurteilt“, durchgeführt von der Stadt Köln: www.stadt-koeln.de/artikel/01224/index.html

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK): www.gmk-net.de

JFF Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis: www.jff.de

jugendschutz.net: www.jugendschutz.net

jugend.support: www.jugend.support/

Kinderschutz und Kinderrechte in der digitalen Welt – kinderrechte.digital: www.kinderrechte.digital

Koordinierungsstelle Kinderrechte des Deutschen Kinderhilfswerkes e.V.: www.dkhw.de/schwerpunkte/kinderrechte/koordinierungsstelle-kinderrechte/

Nummer gegen Kummer e.V.: www.nummergegenkummer.de

„SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht.“: www.schau-hin.info

Seitenstark: www.seitenstark.de

TINCON e.V.: www.tincon.org



Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Im Rahmen von:



Impressum

Initiativbüro „Gutes Aufwachsen mit Medien“

c/o Stiftung Digitale Chancen

Chausseestraße 15

10115 Berlin

Telefon: 030 437277-45

info@gutes-aufwachsen-mit-medien.de

www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de

Redaktion: Maria Wiesner

Layout und Gestaltung: Mara Feßmann

Grafiken: © Initiativbüro „Gutes Aufwachsen mit Medien“

Stand: November 2019