



Im Fokus

## **Extrem im Netz**

Das Interview

**Zur Medienkompetenz  
gehört auch eine Haltung**

Der Überblick

**Forschung und Projekte**

**Auf dem Titel** der diesjährigen Ausgabe steht die Journalistin Gesa Dankwerth. Der LfM ist sie durch ihr Engagement für das Projekt Internet-ABC bestens bekannt. So moderierte sie verschiedene Veranstaltungen des Internet-ABC e. V., an dem die LfM federführend beteiligt ist. Ihre Erfahrung im Bereich Medienkompetenz brachte sie auch als Autorin für Sendungen wie „Wissen macht Ah!“ und „Kopfball“ ein. Heute ist sie als stellvertretende Redaktionsleiterin von „neuneinhalb“ tätig und arbeitet nebenbei als Moderatorin und Sprecherin für diverse Produktionen, etwa für den WDR. Im Medienkompetenzbericht 2016 der LfM steht sie auf dem Titel stellvertretend für die vielen weiteren „Gesichter der Medienkompetenz“, die die LfM und ihre Projekte zur Förderung der Medienkompetenz unterstützen. Einige dieser engagierten Frauen, Männer, Mädchen und Jungen werden wir Ihnen in diesem Magazin vorstellen.



# Inhalt

---

## 04 Vorwort

Eine Einleitung von Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der LfM, und Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Medienkommission der LfM.

---

## 06 Im Fokus: Extrem im Netz

Hate Speech ist eine der Kehrseiten der sozialen Medien. Nie war es für normale Bürger wie auch für politische Extremisten einfacher, Hass, Hetze und Diskriminierung öffentlich zu machen. Eine große Aufgabe für die Medienforschung und Prävention.

---

## 12 Das Interview: „Zur Medienkompetenz gehört auch eine Haltung!“

Mechthild Appelhoff leitet bei der LfM die Abteilung Förderung. Im Interview definiert sie die wichtigsten Handlungsfelder für die Zukunft und unterstreicht die Bedeutung von Medienkompetenz und Bürgermedien.

---

## 16 LfM vor Ort

Je näher, desto besser: Die vielfältigen Aktivitäten der LfM rund um Medienkompetenz sind so passgenau wie möglich auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt. Ein Überblick.

---

## 18 Das Jahr in Zahlen

Menschen, Maßnahmen, Materialien – die wichtigsten Fakten und Zahlen zur Tätigkeit der LfM im Berichtszeitraum, aufbereitet für den schnellen Blick.

---

---

## 20 Medienforschung

Am Anfang steht der Erkenntnisgewinn: Verschiedenste von der LfM initiierte Forschungsprojekte gehen neuen Medienthemen und Problemfeldern auf den Grund. Das ist die Basis für unsere Bildungs- und Aufklärungsarbeit.

---

## 32 Medienkompetenz

Die Entwicklung und Betreuung einer Vielzahl von Bildungs- und Informationsangeboten auf diversen Kanälen ist ein großer Teil unseres Alltags. Auch Veranstaltungen und Netzwerkarbeit gehören dazu.

34	Medienkompetenzprojekte
62	Veranstaltungen
68	Netzwerkarbeit
78	Mediennutzerschutz

---

## 82 Bürgermedien

Fernsehen, Hörfunk und Hochschulradio selber machen? In NRW fördert und begleitet die LfM eine höchst lebendige bürgermediale Szene. Der Einstieg ist einfach, das Engagement groß.

84	Bürgerfunk
92	Bürgerfernsehen
100	Campusradio
104	Bürgermedienplattform
108	Bürgermedienpreis

---

## 115 Impressum



Dr. Jürgen Brautmeier  
Direktor der Landesanstalt für  
Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)



Prof. Dr. Werner Schwaderlapp  
Vorsitzender der Medienkommission  
der Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)

# Vorwort

Hetze, Hass und Diskriminierung werden immer wieder und immer mehr verbreitet – besonders in sozialen Netzwerken, Foren und Kommentarspalten. Hate Speech ist heute zu einem gesamtgesellschaftlichen Problem geworden, das einen Nährboden bis hin zur Rekrutierung durch extremistische Akteure bereitet. Der Leitartikel „Extrem im Netz“ ab Seite 6 beleuchtet dieses Thema genauer: mit Zahlen aus einer von der LfM beauftragten Forsa-Umfrage zum Thema und unseren Aktivitäten für Meinungsfreiheit und digitale Zivilcourage.

Der Bericht liefert darüber hinaus Zahlen und Fakten des Jahres sowie Einblicke in weitere Projekte und Rückblicke auf Veranstaltungen, die die Bandbreite unserer Arbeit sichtbar machen. Trotz der Unterschiedlichkeit der Angebote – ein gemeinsames Ziel eint alle Projekte: Kinder und Erwachsene sollen dabei unterstützt werden, Medien kritisch und aufgeklärt zu nutzen und dabei die Rechte anderer zu respektieren und mit persönlichen Daten verantwortungsvoll umzugehen.

Ob Sprachbildung mit Medien in der Kita, Cybermobbing-Workshops an Schulen oder Workshops zur effektiven Recherche im Netz in der Stadtteilbibliothek – in ihrer Vielfalt tragen die Angebote der LfM dazu bei, Nutzer kompetent zu machen im Umgang mit Medien und ihnen demokratische Teilhabe zu ermöglichen.

Wir versuchen im Rahmen unseres gesetzlichen Auftrags möglichst alle Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen mit unseren Angeboten zu erreichen: Aber alleine ist das nicht zu schaffen! Der Bericht macht deshalb auch viele unserer langjährigen und neuen Partner sichtbar, die mit ihrer Arbeit dieselben Ziele verfolgen wie wir und denen wir an dieser Stelle herzlich für die gute Zusammenarbeit im vergangenen Jahr danken. Wir freuen uns, Ihnen einige dieser vielen Gesichter der Medienkompetenz und Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen in Form von Portraits persönlich vorstellen zu können.

Wir wünschen Ihnen einen interessanten Blick hinter die Kulissen und eine gute Lektüre.

Dr. Jürgen Brautmeier  
Direktor der LfM

Prof. Dr. Werner Schwaderlapp  
Vorsitzender der LfM-Medienkommission





# Extrem im Netz

Onlinepetitionen, Flashmobs, Crowdfunding – nie war es einfacher, Gleichgesinnte zu mobilisieren, an einer öffentlichen oder politischen Meinungsbildung mitzuwirken und Ideen ins reale Leben zu tragen, als in den Zeiten von sozialen Medien. Doch gleichzeitig liefert das Netz heute auch vielfältige Möglichkeiten zu weniger konstruktiver Beteiligung – so wie Hate Speech. Aufgrund der schieren Menge an geäußerten Ressentiments lassen beispielsweise viele deutsche Zeitungsredaktionen zu bestimmten Themen keine Onlinekommentare mehr zu. Und die Hetze, der Hass und die Diskriminierung in Kommentarspalten und Foren – insbesondere in sozialen Netzwerken – haben teilweise Ausmaße angenommen, dass sogar die Kanzlerin das Vier-Augen-Gespräch mit Facebook-Chef Mark Zuckerberg suchte. Gleichzeitig nutzen viele politische Extremisten die digitalen Medien für Stimmungsmache und Rekrutierung, ob für rechtsextreme oder islamistische Zwecke. Darum gilt es, gerade junge Menschen gezielt und frühzeitig aufzuklären. Prävention, Information und Forschung zur Förderung von Medienkompetenz sind heute gefragter denn je. Ein Überblick über Risiken und erste Antworten.

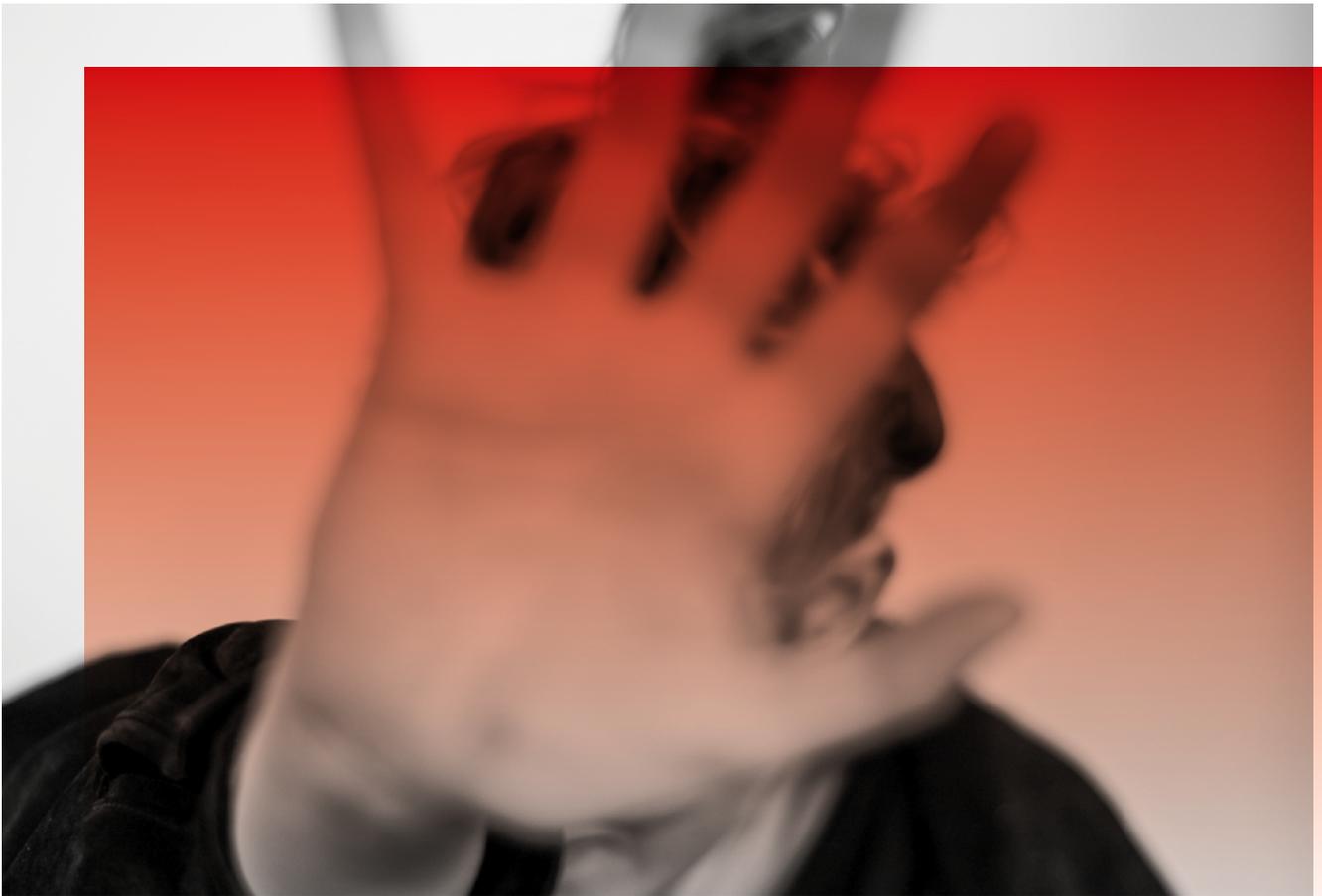
Wohl kaum jemand, der sich heute in einem sozialen Netzwerk oder einem Forum bewegt, hat es noch nicht – zumindest als Zuschauer – erlebt: herabwürdigende Kommentare oder als Witz getarnte oder unverbrämte Feindseligkeiten. Eine von der LfM dazu bei Forsa in Auftrag gegebene Studie von Juni 2016 fasst diese Erfahrungen in Zahlen zusammen. Über 90 Prozent der 14- bis 24-jährigen sahen sich bereits mit Hasskommentaren im Netz konfrontiert. In der Gesamtbevölkerung sind zwei Drittel der Befragten schon einmal mit Hassbotschaften in Berührung geraten. „Hass im Netz“, so die Erkenntnis, ist mittlerweile zu einem gesamtgesellschaftlichen Problem geworden.

Und immer öfter hat das Phänomen auch strafrechtliche Relevanz. So konstatierte auch Bundesinnenminister Thomas de Maizière, dass „die Hemmschwelle, jemanden in Hassmails zu beleidigen, sinkt“, als er Ende Mai einen neuen Höchststand im Bereich politisch motivierter Straftaten verkündete. Insgesamt fast 39.000 Delikte verzeichnete die Polizei im Jahr 2015, darunter knapp 23.000 rechtsmotivierte Taten – ein Anstieg von 34,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Hierunter fällt auch die Volksverhetzung nach § 130 StGB, die etwa Aufrufe zum Hass oder zur Gewalt gegen bestimmte Personen oder Gruppen umfasst – ein häufig in sozialen Netzwerken festgestellter Tatbestand.

Dabei existiert Hass im Netz nicht losgelöst vom analogen Leben. „Die Hassrede ist keine Konsequenz der sozialen Netze, sondern die sozialen Netze liefern ihr nur einen bequemen Weg von den Stammtischen direkt in die Öffentlichkeit“, stellte etwa

*„Die Hemmschwelle, jemanden in Hassmails zu beleidigen, sinkt.“*

Bundesinnenminister  
Thomas de Maizière, 28.05.2016



der Sprachwissenschaftler Prof. Dr. Anatol Stefanowitsch fest. Basierend auf realen Macht- und Diskriminierungsstrukturen, wird er im Internet zusätzlich durch eine Art Enthemmungseffekt verstärkt. Meinungen, die im realen Leben oft nur von einer Minderheit offen vertreten werden, sind mit wenigen Klicks veröffentlicht und finden im Netz eine große Bühne. Dahinter stehen nicht selten extremistische Gruppen und Personen, die die Möglichkeiten des Internets für ihre Propaganda nutzen. Das fehlende direkte Gegenüber, die Möglichkeit, anonym zu bleiben, und das Wissen, kaum zur Rechenschaft gezogen zu werden, tragen weiter zur Enthemmung bei.

### **Konjunktur für Stimmungsmacher**

Die oftmals hitzige Diskussion in diversen digitalen Medien wird von einer Vielzahl von Akteuren mit eigener Agenda genutzt und gezielt weiter befeuert. So nutzen beispielsweise Rechtsextreme oder Islamisten das Netz, um selbst Meinungen zu beeinflussen und ihren Einfluss zu vergrößern. Dabei unterscheiden sich ihre Methoden der Ansprache oftmals, aber einige Tendenzen sind bei beiden gleichermaßen zu verzeichnen: Zum Beispiel agieren sie mit professionellen Strategien und Kommunikationsmitteln, die in ihrer Aufmachung vor allem junge Leute ansprechen – und oft tarnen sie ihre Absichten so, dass eine eindeutige Identifizierung ihrer Inhalte erst sehr spät möglich ist.

### **Rechtsextreme als „Wolf im Schafspelz“**

So zielen Rechtsextreme häufig auf Jugendliche und junge Mediennutzer. Besonders gefährlich für diese Zielgruppe ist die sogenannte Verschleierungs- oder „Wolf im Schafspelz“-Strategie. Damit ist das Vorgehen extremistischer Akteure gemeint, ihre Botschaften und Angebote so zu gestalten, dass die im Hintergrund stehende Gesinnung nicht auf den ersten Blick zu erkennen ist. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn der Urheber nicht erkennbar ist, keine extremistischen Symbole gezeigt werden

*„Die Hassrede ist keine Konsequenz der sozialen Netze, sondern die sozialen Netze liefern ihr nur einen bequemen Weg von den Stammtischen direkt in die Öffentlichkeit.“*

Prof. Dr. Anatol Stefanowitsch,  
Sprachwissenschaftler

sowie nur wenige oder abgeschwächte Botschaften verwendet werden. Oftmals werden dabei kontrovers diskutierte Themen wie Flüchtlinge oder der Umgang mit Sexualstraftätern, oder vordergründig gänzlich unverfängliche Themen wie Tierschutz genutzt, um extremistische Ideen in soziale Netzwerke zu tragen. Dazu werden häufig Blogs, die Foren von Onlinemedien, eigens erstellte Facebook-Seiten, aber auch Videoplattformen wie YouTube genutzt. So ist etwa rund um rechte Musik eine Szene entstanden, die für junge Menschen einen Identifikationsfaktor darstellen kann.

## Auch Islamisten nutzen das Netz

Nicht nur Rechtsextremismus, auch Islamismus entwickelt sich im Internet immer mehr zum Problem. So beobachtete jugendschutz.net eine Vielzahl verschiedener Strategien zur Verbreitung salafistischer Inhalte, von Facebook-Posts und Twittermeldungen bis zu speziell auf Jugendliche zugeschnittene YouTube-Clips, die mit jugendaffinen Suchanfragen geschickt auffindbar gemacht werden. Auf diese Weise können auch Internetnutzer außerhalb eines extremistischen Umfelds unwissentlich mit islamistischen Inhalten in Berührung kommen. Vielen Angeboten ist dabei gemeinsam, dass sie die Werte und Lebensformen moderner und pluralistischer Gesellschaften ablehnen.

## Gefahren frühzeitig erkennen

Das Interesse der LfM ist es, innerhalb dieser Thematik möglichst früh anzusetzen – weit bevor sich junge Menschen radikalisieren und zu einem Thema für Verfassungsschutz oder Kriminalitätsstatistik werden. Vielmehr geht es darum, Kinder und Jugendliche von Anfang an mittels Medienkompetenz zu befähigen, die Ziele der Absender von Hassreden und (verborgenen) extremistischen Botschaften offenzulegen und kritisch zu hinterfragen.



## Potenziale und Auswirkungen verstehen

Initiativen und Projekte für Schule und Jugendhilfe nehmen das Thema der subtil vermittelten extremistischen Inhalte im Netz in den Blick. Erste Antworten gibt es in Form von Workshops, Beratungsangeboten und Präventionsprogrammen – und auch die Wissenschaft beschäftigt sich zunehmend mit der Problematik. Die genauen Gefährdungspotenziale, die Reichweite solcher Botschaften und ihre Auswirkungen sowie die Wirksamkeit von Gegenstrategien sind jedoch bislang nur unzureichend untersucht. Darum hat die LfM ein Forschungsprojekt genau zu diesen Fragen ausgeschrieben. Mit der Durchführung ist ein Team um Prof. Dr. Carsten Reinemann am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München beauftragt.

„Wir wollen unter anderem herausfinden, wo und wie häufig Jugendliche mit Extremismus konfrontiert werden – und wie wirksam die bislang verwendeten Gegenstrategien sind“, so Reinemann. Dafür werden ab Sommer 2016 unter anderem 1.000 Jugendliche befragt. Qualitative Interviews, eine Rezeptions- und Wirkungsstudie sowie Experteninterviews gehören ebenfalls zu dieser kombinierten Studie. Ziel ist es – eine Grundbedingung der Ausschreibung – praxisorientierte Handlungsempfehlungen für die Medienpädagogik auszusprechen. Die finalen Ergebnisse der im April 2016 gestarteten Studie sollen im Herbst 2017 vorliegen.

## Eine klare Position beziehen

Schon heute machen die LfM und eine Vielzahl ihrer Projekte und Partner mobil gegen Extremismus und Hass im Netz. Am Anfang steht dabei eine klare Position für ein demokratisches und tolerantes Miteinander auch im Internet, die Ende 2015 mit dem Appell #nohatespeech an alle Nutzer wie Anbieter von Internetplattformen gerichtet wurde. Die LfM und die in ihre Medienkommission entsandten Mitglieder versammelten dabei viele hundert Vertreter gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen, Politiker und Bürger aus NRW als Unterzeichner. Ihre gemeinsame Forderung: „Diskriminierende, hetzerische, rassistische und hasserfüllte Kommentare dürfen nicht als Teil des legitimen Meinungsspektrums bagatellisiert werden.“ Neben den Nutzern sollen gerade auch die Betreiber von Social-Media-Plattformen aktiv Gegenmaßnahmen ergreifen und die Kommunikationskultur in den sozialen Medien nicht sich selbst überlassen und schon gar nicht extremistischen Akteuren.

Aufgenommen wurde #nohatespeech auch vom TV-Lernsender *nrwision*. Inzwischen ist dort eine ganze Sammlung von Videostatements entstanden, in denen Medienmacher und Prominente, von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft bis Fußballer Gerald Asamoah, ihr persönliches Zeichen gegen Hetze im Internet setzen. An der Aktion können sich auch weiterhin alle Bürger beteiligen, indem sie den Appell online unterzeichnen oder ein eigenes Video erstellen.

## Aktivieren und aufklären – auf breiter Front

Neben der eindeutigen Positionierung der LfM gibt es verschiedene Aufklärungs- und Präventionsmaßnahmen, die teilweise in die bereits etablierten Projekt- oder Partnerstrukturen eingebettet sind. So vergab etwa die EU-Initiative klicksafe in 2016 ihren in diesem Jahr zum zehnten Mal verliehenen „klicksafe Preis für Sicherheit im Internet“ dezidiert zum Thema „Courage im Netz“. Webangebote oder Projekte zur Demokratieförderung, zur Meinungsfreiheit im Netz, gegen menschenverachtendes Denken und Hate Speech, oder auch soziale Projekte für Minderheiten konnten sich hierfür bewerben. Ausgezeichnet wurde am 24. Juni im Rahmen des Grimme Online Awards in Köln die Kampagne „Tu was! Zeig Zivilcourage! Auch im Netz!“, die die Bremische Landesmedienanstalt, das ServiceBureau Jugendinformation und der Verein „Tu was! Zeig Zivilcourage!“ initiiert hatten. Gemeinsam mit Jugendlichen wurden dazu sechs „Goldene Regeln“ für Zivilcourage im Internet erarbeitet und anschließend auf vielfältige Weise publiziert und verbreitet.

Im Rahmen der von der LfM zum zehnten Mal veranstalteten Medienversammlung, die am 28. Juni 2016 stattfand, waren die etwa 150 Teilnehmenden dazu eingeladen, gemeinsam mit Experten über das Phänomen Hate Speech zu diskutieren und Lösungsansätze zu entwickeln. LfM-Direktor Dr. Jürgen Brautmeier nahm die bei der Medienversammlung vorgestellten Ergebnisse der Forsa-Umfrage zum Anlass, insbesondere die Verantwortung des Einzelnen im Netz zu betonen: „Durch das Internet sind die Möglichkeiten, sich öffentlich zu äußern, so groß wie noch nie. Neben den Chancen, die das mit sich bringt, erwächst für jeden einzelnen Bürger aber auch die Pflicht, zu einem respektvollen Miteinander im Netz beizutragen.“

Speziell an Fachkräfte aus dem Bereich der Kinder- und Jugendarbeit richtete sich die gemeinsame Fachtagung der LfM, des Landesjugendamts, des Landschaftsverbands Rheinland (LVR) und der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz, Landesstelle NRW e. V. (AJS) am 1. Juli 2016. Auch hier ging es um Hass im Netz. Für die etwa 250 Fachbesucher gab es gezielte Informationen und Anregungen für die praktische Arbeit – unter anderem mit der neuen Broschüre „Hate Speech – Hass im Netz“. Sie unterstützt Fachkräfte und Eltern mit Informationen und Handlungsempfehlungen, um Gegenstrategien zu entwickeln, und liefert Hinweise zu Materialien und Initiativen.

So vereint die LfM einen ganzen Kanon von wissenschaftlicher Forschung über öffentliche Diskussion und Weiterbildung bis zu passgenauen, zielgruppenspezifischen Informationsmedien ganz im Sinne einer positiven Stärkung aller Mediennutzer.

*„Für jeden einzelnen Bürger erwächst die Pflicht, zu einem respektvollen Miteinander im Netz beizutragen.“*

Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der LfM



*„Hetze nicht als legitime  
Meinung bagatellisieren!“*

#nohatespeech-Appell der LfM

## Das Interview

# „Zur Medienkompetenz gehört auch eine Haltung!“

Das Interview führte Jens Frantzen.



**Mechthild Appelhoff leitet bei der LfM die Abteilung Förderung, zu der die Bereiche Medienkompetenz, Medienforschung und Bürgermedien gehören. Im Interview spricht sie über die wichtigsten Medienthemen des vergangenen Jahres, wie etwa Cybermobbing und Extremismus im Netz, und darüber, warum Medienkompetenz und Bürgermedien heute so bedeutsam sind.**

**Frau Appelhoff, was waren für Sie die Medienthemen des letzten Jahres?**

Von Bedeutung war zum Beispiel das Thema Cybermobbing, wie auch schon in den Vorjahren. In unserer im Herbst vorgestellten Studie „Mediatisierung mobil“ berichtete mehr als jedes dritte Kind, dass es schon mindestens einmal Cybermobbing erlebt hat. Aber auch die Nachfrage nach unseren Angeboten zu diesem Thema durch Eltern und Multiplikatoren aus Schule, Familien- und Jugendarbeit verdeutlicht dies anschaulich.

## Welche Angebote bietet die LfM dazu?

Unsere Projekte wie klicksafe, das Internet-ABC und Handysektor greifen das Problem zum Beispiel in Ratgebern und in ihrem Webauftritt auf. Gerade bei den Kindern und Jugendlichen ist auch die Cybermobbing-App von klicksafe, die direkt auf dem Smartphone Hilfe anbietet, auf große Resonanz gestoßen. Daneben setzen wir im Rahmen des Peer-to-Peer-Projekts Medienscouts NRW besonders auf Gleichaltrige als Ansprechpartner. Hier bilden wir Schüler aus, die ihren Mitschülern bei Problemen auf Augenhöhe helfen können. Und natürlich wenden wir uns auch an Eltern und Pädagogen, etwa im Rahmen der Initiative Eltern+Medien oder bei den Qualifizierungsangeboten der LfM für Multiplikatoren aus Schule und Jugendarbeit.

---

*Will man einer digitalen Spaltung unserer Gesellschaft entgegenwirken, müssen alle Bürger beim Erwerb dieser Kompetenzen unterstützt werden.*

---

## Welche Themen waren für Sie noch relevant?

Was uns ebenfalls stark beschäftigt, ist das Themenfeld Hate Speech, also Hassrede im Netz, die oftmals auch mit Extremismus im Internet in Zusammenhang steht. Hier gilt es, möglichst früh präventiv einzugreifen, um gerade junge Nutzer zu schützen. Es geht darum, Hass im Netz bestmöglich zu unterbinden und digitale Zivilcourage zu fördern. Derzeit wissen wir aber noch zu wenig über Zusammenhänge und Risikopotenziale vor allem rund um die Geschehnisse und Mechanismen in sozialen Netzwerken. Darum haben wir ein entsprechendes Forschungsprogramm an der LMU München auf den Weg gebracht – mit dem Ziel, daraus auch praxisrelevante Handlungsempfehlungen im Hinblick auf die Medienkompetenzförderung zu entwickeln. (Mehr dazu im Leitartikel ab Seite 6.)

Auch die zunehmende Verbreitung von Smartphones und der mobilen Internetnutzung, die immer früher Eingang in das Leben von Kindern und Jugendlichen findet, schafft neue medienpädagogische Herausforderungen.

## Die mobile Internetnutzung hat zur Folge, dass alle „Always on“ sind. Ist denn aus Ihrer Sicht die Bedeutung von Medienkompetenz in der öffentlichen Diskussion damit gestiegen?

Auf jeden Fall ist festzustellen, dass das Thema Medienkompetenz gerade im politischen Raum wieder zunehmend an Bedeutung gewinnt. Es gibt kaum ein Ministerium, ob im Bund oder Land, ob für Bildung, Familie, Innenpolitik, Wirtschaft, Arbeit, Gesundheit, Justiz, Verbraucher- oder Datenschutz, das nicht aus seiner je spezifischen Fachsicht die Förderung von Medienkompetenz in den Blick nimmt. Die Mediatisierung unserer Gesellschaft hat nicht nur alle Lebens-, sondern auch alle Politikbereiche erreicht.

Zugleich veranschaulichen Initiativen wie „Bildung 4.0“ der Landesregierung NRW, „Gutes Aufwachsen mit digitalen Medien“ des Bundesfamilienministeriums oder „Arbeiten 4.0“, gestartet vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales, dass der Prozess der Digitalisierung gesamtgesellschaftlich nur dann erfolgreich verlaufen kann, wenn möglichst alle Bürger die für diese Entwicklungen entsprechenden (Medien-) Kompetenzen erwerben können. Will man einer digitalen Spaltung unserer Gesellschaft entgegenwirken, müssen alle Bürger beim Erwerb dieser Kompetenzen unterstützt werden.

## Demokratie, Wirtschaft, Bildung ... Wenn es so viele Sichtweisen auf die Medienkompetenz gibt, welche verfolgt die LfM?

Die LfM verfolgt mit ihren Projekten zur Förderung der Medienkompetenz mehrere Ziele, die in unseren Leitbildern festgelegt wurden. Das erste ist das Leitbild Schutz. Wir wollen den einzelnen Nutzer – ob Kind, Jugendlicher oder Erwachsener – vor potenziellen Risiken, die von Medienangeboten ausgehen können, schützen. Wenn wir an Kinder und Jugendliche denken, geht es um klassische Themen aus dem Be-

reich des Jugendmedienschutzes. Dabei denken wir an gefährdende Inhalte wie Pornografie und entwicklungsgefährdende Gewaltdarstellungen oder auch an problematische Verhaltensweisen im Internet wie die Weitergabe persönlicher Bilder und Informationen. Mit unseren Förderaktivitäten wollen wir dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche lernen, solche Risiken zu vermeiden und Medien selbstbestimmt zu nutzen. Hierzu wollen wir auch Eltern und Multiplikatoren so qualifizieren, dass sie in der Lage sind, die Kinder beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der des Mediennutzerschutzes. Hier richten sich unsere Angebote prioritär an Erwachsene – etwa zu Themen wie Persönlichkeitsrechte im Netz, Datenschutz, Abzocke und Ähnliches mehr.

Ein zweites Leitbild ist das der Bildung. Lernen und Wissenserwerb sind heute ohne die kompetente Nutzung von Onlinemedien kaum mehr möglich. Medienkompetenz ist mittlerweile zur vierten Kulturtechnik geworden, neben dem Lesen, Schreiben und Rechnen. Deshalb wollen wir durch unsere Fördermaßnahmen sicherstellen, dass möglichst viele Bürger Zugang zu den Bildungspotenzialen der Medien haben.

---

*Generell gilt: Wer sich die Potenziale der digitalen Medien nicht zunutze machen kann, oft aufgrund von Alter, sozialem Status, Geschlecht, Behinderung oder Herkunft, droht zunehmend gesellschaftlich ausgegrenzt zu werden.*

---

Medien organisieren jedoch nicht nur den Zugang zur Bildung. Auch der Prozess der gesellschaftlichen Meinungsbildung und Willensbildung funktioniert heute nicht mehr ohne Onlinemedien wie Facebook und YouTube. Die selbstbestimmte Teilhabe an diesen Prozessen

sowie deren aktive Mitgestaltung setzt Medienkompetenz voraus. Die Fähigkeit zur kritischen Reflexion von Inhalten und Angebotsformen, das Wissen über Funktionsweisen und Wirkungspotenziale von Medien und die Fähigkeit, sich (medien-) öffentlich zu artikulieren, sind hier besonders hervorzuheben. Deshalb richtet sich unser drittes Leitbild an den Zielen Partizipation und Demokratiekompetenz aus.

---

### *Das Thema Medienkompetenz gewinnt gerade im politischen Raum zunehmend an Bedeutung.*

---

Generell gilt: Wer sich die Potenziale der digitalen Medien nicht zunutze machen kann, oft aufgrund von Alter, sozialem Status, Geschlecht, Behinderung oder Herkunft, droht zunehmend gesellschaftlich ausgegrenzt zu werden. Deshalb ist es für uns besonders wichtig, gerade benachteiligte Zielgruppen mit unseren Angeboten zu erreichen – das entspricht unserem Leitbild Chancengleichheit.

#### **Es geht also um die Rechte und Möglichkeiten des „digitalen Bürgers“?**

Im internationalen Diskurs gewinnt in diesem Zusammenhang eher der Begriff des „Digital Citizenship“ zunehmend an Bedeutung. Denn nicht der Bürger ist digital. Vielmehr muss dieser sich in einer zunehmend digitalisierten Welt zurechtfinden. Für die LfM steht in diesem Kontext insbesondere die Frage im Mittelpunkt, über welche Medienkompetenzen ein Bürger heute verfügen muss, um in einer digitalisierten Gesellschaft seine Rechte gegenüber Dritten, Unternehmen und Staat wahrnehmen und einfordern zu können. Relevante Stichworte sind hier unter anderem Datensicherheit, Wahrung von Persönlichkeitsrechten, informationelle Selbstbestimmung und Wahrung eines transparenten und offenen Zugangs zu Wissen, Information und Kommunikation. Die Angebote der LfM, die sich zur Vermittlung von Medienkompetenz an Erwachsene richten, haben insbesondere das Ziel im Blick, dem Bürger die hierzu notwendigen Fähigkeiten zu vermitteln.

#### **Welche Angebote macht die LfM zur Stärkung dieser Kompetenzen?**

Es gibt verschiedene Angebote, unter anderem im Rahmen der Internetangebote von klicksafe und Handysektor, sowie spezielle Broschüren, beispielsweise über Medien und ihre Funktionsweisen. Sie verdeutlichen, in welchen Angebotskontexten, zum Beispiel bei Suchmaschinen und sozialen Netzwerken, welche persönlichen Daten erfasst werden und wie man die Verwendung der Daten durch den Anbieter einschränken kann. Auch die Besonderheiten des mobilen Internets und mobiler Dienste sind wichtige Schwerpunkte. In unserem Projekt Informationskompetenz wird über die Effekte der Filter- und Sortierlogik der Algorithmen von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken informiert. Darüber hinaus vermitteln wir praktische Regeln der Recherche und Möglichkeiten zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit von Informationen.

Zudem ist in diesem Kontext hervorzuheben, dass die LfM über die verschiedenen Angebote im Rahmen der Bürgermedien allen Bürgern in NRW die Möglichkeit bietet, sich aktiv an der Produktion und Veröffentlichung von Inhalten in Medien und damit am öffentlichen Diskurs zu beteiligen.

#### **Welche Bürgermedien unterstützt die LfM?**

Es gibt drei Formen: Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und das Campusradio. In jedem Bereich haben Bürger die Möglichkeit, Beiträge zu ihren Themen zu produzieren und zu veröffentlichen. Die Bürger können hierzu auch auf ein vielfältiges Qualifizierungsangebot zurückgreifen, das von der LfM gefördert wird. Publiziert werden die Beiträge im lokalen Hörfunk in NRW, über den Fernsehsender *nrwision* und in den verschiedenen Programmen der Campusradios.

#### **Die Frage, ob die institutionalisierten Bürgermedien in Zeiten von YouTube & Co. noch einen Sinn haben, wird ja aktuell lebhaft diskutiert. Was entgegnen Sie den Kritikern?**

Für NRW gilt, dass die Bürgermedien vor ca. 30 Jahren mit dem Ziel eingerichtet worden sind, den Bürgern die

Möglichkeit zu eröffnen, am öffentlichen medialen Diskurs teilhaben zu können. Sie sollen, so das Landesmediengesetz NRW, durch ihre kreativen und vielfältigen Inhalte das publizistische Angebot in Nordrhein-Westfalen ergänzen und so zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beitragen. An der gesellschaftlichen Relevanz dieser Ziele hat sich nichts geändert. Zumal die klassischen Medien Hörfunk und Fernsehen, in deren Rahmen sie prioritär agieren, ja nach wie vor von großer öffentlicher Relevanz sind. Darüber hinaus wird durch die vielfältigen Qualifizierungsangebote für Anfänger und Fortgeschrittene ein Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz geleistet.

Dieses sind die eher klassischen Argumente für die Einrichtung von Bürgermedien. Meines Erachtens sollte man sich bei der Beurteilung der Relevanz von Bürgermedien in Zeiten von Facebook und YouTube jedoch auch die Frage stellen, ob Social-Media-Angebote, die über ihre AGBs und Datenschutzerklärungen vom Nutzer die Erfassung von Nutzungsdaten und die Übertragung von Nutzungsrechten an deren Inhalten zu kommerziellen Zwecken einfordern, wirklich zugangsoffen sind.

---

### *Eine demokratische Gesellschaft sollte für die öffentliche Meinungsbildung Alternativen zu diesen Social-Media-Angeboten in den Blick nehmen. Bürgermedien sind eine solche Alternative.*

---

Eine demokratische Gesellschaft, zu deren konstituierenden Elementen es gehört, möglichst alle Bürger am Prozess der öffentlichen Meinungsbildung zu beteiligen, sollte Alternativen zu diesen Social-Media-Angeboten in den Blick nehmen. Bürgermedien sind eine solche Alternative. Vielleicht haben sie weniger Reichweite. Sie haben jedoch den Vorteil,

dass sie den Bürger nicht vor die Entscheidung stellen, den Wunsch nach öffentlicher Wahrnehmbarkeit seiner Themen und Meinungen mit der Abgabe von Daten und Nutzungsrechten honorieren zu müssen.

Die Diskussion über die Relevanz von Bürgermedien in einer digitalen Welt wird uns auf jeden Fall in der kommenden Zeit intensiv begleiten. Auch die Medienkommission der LfM wird sich mit dieser Frage befassen. Spannend wird es zudem sein, zu beobachten, wie die Bürgermedienplattform, die die LfM derzeit in NRW aufbaut, von den Bürgern genutzt wird.

### **Welche Aufgabe hat die Bürgermedienplattform?**

Die LfM hat vom Gesetzgeber den Auftrag erhalten, die Bürgermedien bei der Nutzung digitaler Verbreitungswege zu unterstützen. Zu diesem Zweck soll sie eine Internetplattform aufbauen. Diese soll unter anderem im Rahmen einer Mediathek alle Radio- und TV-Beiträge der drei Bürgermedienbereiche im Internet nachhaltig und dauerhaft auffindbar machen. Auch soll die Plattform die Interaktivität zwischen Produzenten und Rezipienten erhöhen, die Themen der Bürger im Netz wahrnehmbarer machen, zur Kompetenzsteigerung der Bürgermedienmacher dienen und neue Formen bürgermedialer Beteiligung eröffnen. (Mehr dazu ab Seite 104.)

### **Ist die Bürgermedienplattform nicht auch ein Symbol für die Herausforderung, permanent mit den Entwicklungen der Medien Schritt halten zu müssen?**

Es stimmt, die Medienangebote entwickeln sich extrem dynamisch und die Mediatisierung der Gesellschaft schreitet schnell voran. Das sogenannte „Netz der Dinge“, fortschreitende Automatisierungsprozesse und Big Data stellen alle gesellschaftlichen Akteure vor völlig neue Herausforderungen. Auch für die LfM ist es eine Herausforderung, mit diesen Entwicklungen Schritt zu halten. Wir haben jedoch den Ehrgeiz, relevante Themen möglichst schnell aufzugreifen und für den Nutzer verständlich aufzubereiten.



.....  
*Es ist aber in erheblichem Umfang auch von der Haltung des Nutzers selbst abhängig, wie selbstbestimmt er Medien nutzt, wie selbstbestimmt er in einer digitalen Gesellschaft bleibt.*  
.....

Aber bei all der notwendigen Vermittlung von Wissen und Kompetenz ist nicht aus dem Blick zu verlieren, dass es in erheblichem Umfang auch von der Haltung des Nutzers selbst abhängig ist, wie selbstbestimmt er Medien nutzt, wie selbstbestimmt er in einer digitalen Gesellschaft bleibt. Will er verstehen, wie die digitalen Angebote funktionieren, bevor er diese nutzt? In diesem Falle stellt er sich Fragen wie: Welche Daten werden über mich zu welchem Zweck erhoben? Welche Entscheidungen werden mir von wem, wie abgenommen, welche antizipiert? Oder aber, er akzeptiert die ihm unterbreite-

ten Angebote und Vorgaben von Suchmaschinen, Verkaufsplattformen, Apps etc., weil allein die Vorteile zählen, und sie die Antwort auf seine Bedarfe sind. Zur Medienkompetenz gehört eine Haltung, die vom Nutzer die grundsätzliche Bereitschaft einfordert, sich mit der jeweiligen Funktionsweise der digitalen Angebote auseinanderzusetzen. Auf dieser Basis kann er eine verantwortungsbewusste und fundierte Entscheidung über die Art und Weise der Nutzung bzw. der Nicht-Nutzung der Angebote treffen.

Die LfM möchte mit ihren Medienkompetenzangeboten möglichst viele Menschen dazu motivieren, sich eine solche Haltung anzueignen. Das dafür notwendige Wissen möchten wir zur Verfügung stellen.

# Was wir tun und wer unsere Zielgruppen sind

### Ausbilden

Wir machen aus Schülern Medienscouts und bilden auch ihre Lehrer entsprechend weiter.

### Unterstützen

Wir unterstützen Schulen und Lehrkräfte durch spezielle Angebote zur Medienkompetenzvermittlung.

### Veranstalten

Wir veranstalten Elternabende zu Medienthemen in Schulen, Kitas und Familienzentren.

### Vermitteln

Wir vermitteln Grundlagenwissen sowie aktuelle Informationen zu relevanten Medienthemen – von Fernsehen über Internet bis hin zu Smartphones und Apps.

### **Vernetzen**

Wir unterstützen und vernetzen gezielt lokale Akteure und Institutionen, die Medienkompetenz vor Ort vermitteln.

### **Aufbereiten**

Wir bereiten unsere Informationen für verschiedene Empfänger auf, darunter Kinder, Jugendliche, Erzieher, Lehrkräfte und Multiplikatoren.

### **Qualifizieren**

Wir qualifizieren Fachkräfte, die jeweils ihr Medienwissen in die Breite tragen.

### **Fördern**

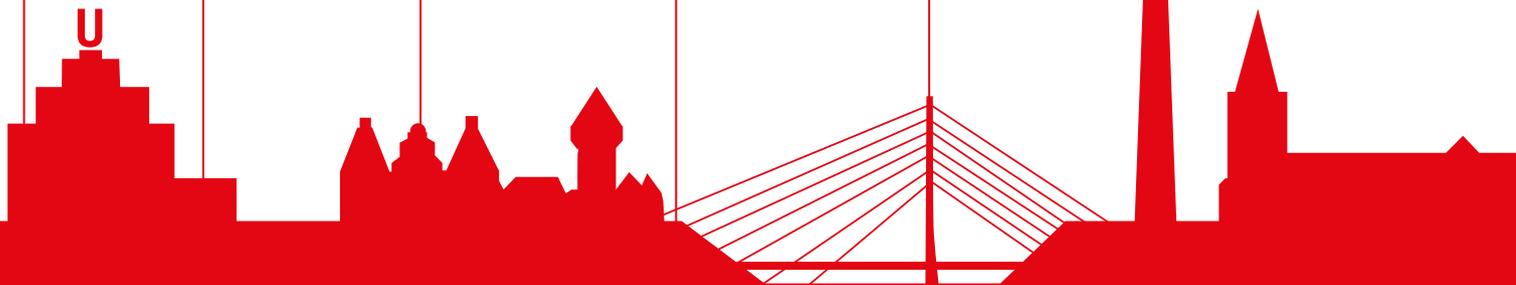
Wir fördern individuelle Fernschulungen für Bürgergruppen, den Aufbau von Lern- und Lehrredaktionen an Hochschulen und Berufskollegs und unterstützen TV- Schnupperkurse.

### **Beraten**

Wir beraten und fördern Radioprojekte und ihre Teilnehmer, sowohl im Bürgerfunk als auch im Campusradio an den Hochschulen in NRW.

### **Bereitstellen**

Wir stellen kostenfrei (Print-) Materialien zu Medienthemen bereit, die über unser Bestellsystem bezogen werden können.



# Wie viele Menschen wir erreicht haben



**Medienkompetenz  
Qualifizierung**  
135 Maßnahmen mit über  
2.650 Teilnehmenden

**Bürgermedien  
Qualifizierung**  
724 Maßnahmen mit über  
6.900 Teilnehmenden\*

**Beteiligung**  
Mit über 89 % nahezu  
flächendeckende Beteiligung  
aller Kreise und kreisfreien  
Städte NRWs am Projekt  
„Medienscouts NRW“

\* Angaben für das Jahr 2015



**Elternabende in NRW**  
850 Elternabende mit  
rund 21.000 Teilnehmenden\*

**Fachtagungen vor Ort**  
24 Veranstaltungen mit  
über 2.100 Teilnehmenden

**Publikationen**  
Knapp 1,35 Mio. versandte  
Publikationen zzgl.  
Downloads

\* Angaben für das Jahr 2015



# Medienforschung





## Medienforschung

# „Wie viele Minuten liegen bei Ihnen zwischen dem Aufwachen und dem ersten Blick aufs Smartphone?“

Prof. Dr. Matthias Brand, Kognitionspsychologe  
an der Universität Duisburg-Essen

Always on? Wer es ohne Smartphone nur noch kurz aushält, zeigt deutliche Anzeichen einer Internetsucht. Die pathologische Mediennutzung, aber auch Problematiken wie Cybermobbing sind zwei der aktuellen Forschungsfelder des Teams um Prof. Dr. Matthias Brand. Wie viele Jugendliche und junge Erwachsene sind abhängig von sozialen Netzwerkseiten, ihrem Chatprogramm oder Pornofilmen aus dem Netz? Und wie häufig kommt es unter Kindern hierzulande zu digitalen Mobbingvorfällen? In einem gemeinsamen Forschungsprojekt mit der LfM gingen die Experten der Universität Duisburg-Essen diesen Fragen nach. Und sie untersuchten, aus welchen Gründen es zu den Phänomenen Internetsucht und Cybermobbing kommt. Mit teils beunruhigenden Ergebnissen – aber auch mit handfesten Empfehlungen.

# Nicht für den Elfenbeinturm – für konkretes Handeln

Die LfM beauftragt regelmäßig unabhängige Forschungseinrichtungen mit der Durchführung von Projekten oder forscht mit ihnen in Kooperation. Hierbei steht handlungs- und gestaltungsorientierte Forschung im Vordergrund, deren Ergebnisse in die medienpädagogische Tätigkeit, den öffentlichen Diskurs oder auch die Gesetzgebung eingehen.

### Vielfältiges Forschungsfeld

Das Spektrum der Forschungsaktivitäten der LfM, mit dem sie ihrem gesetzlichen Auftrag nachkommt, ist so vielfältig wie ihre Aufgaben. Die LfM-Forschung befasst sich mit aktuellen Medienentwicklungen, wie beispielsweise im Bereich des Lokaljournalismus, der Netzneutralität und der Intermediären sowie der Mediennutzung.

Gerade die Medienkompetenz – als technische, soziale und kulturelle Fähigkeit – ist regelmäßig Gegenstand von LfM-Forschungsprojekten. Deren Ziel ist es, ein umfassendes Bild der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen als Mediennutzern wie auch als Medienpädagogen, zu erhalten.

Unabhängig von ihrer inhaltlichen Ausrichtung soll die LfM-Forschung

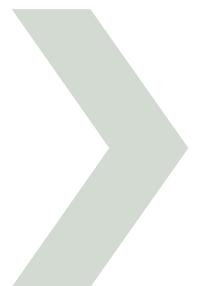
- fundierte Informationen über medienbezogene Entwicklungen und Problemlagen liefern,
- Handlungsbedarfe aufzeigen und Planungsgrundlagen bieten – für die LfM, aber auch für andere Funktionsträger (Gesetzgeber, Bildungsinstitutionen, Verbände etc.),
- den Diskurs über relevante Medienthemen anregen, und die öffentliche Auseinandersetzung mit aktuellen Medienentwicklungen stärken.

Die Ergebnisse der Projekte wertet die LfM aus und setzt sie in konkretes Handeln um. So bilden sie die Grundlage für die Entwicklung von Fort- und Ausbildungsinitiativen oder von medienpädagogischen Materialien. Gleichzeitig können sie auch zum Gegenstand medienkritischer und politischer Debatten werden.

### Von Ethik im Netz bis zur Handysucht

Insbesondere soziale und mobile Medien haben in den letzten Jahren unser Kommunikationsverhalten nachhaltig verändert. Vor allem junge Menschen nutzen diese Kanäle und Geräte intensiv – mit allen Chancen und Risiken. Auch deswegen lag im Berichtszeitraum in diesem Bereich ein Schwerpunkt der LfM-Forschung. Ebenso im Fokus der Aufmerksamkeit standen der Wandel im Lokaljournalismus und das Phänomen Social TV.

So wurden im Berichtszeitraum die im Folgenden vorgestellten Forschungsprojekte initiiert, durchgeführt oder – oftmals in Verbindung mit einer Fachtagung – präsentiert und abgeschlossen.



# Social TV

PROF. DR. KLAUS GOLDHAMMER, DR. FLORIAN KERKAU, GOLDMEDIA GMBH, BERLIN

## Die Studie: TV-bezogene Internetnutzung

Die parallele Nutzung von mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets während des Fernsehens wird derzeit viel diskutiert (Second Screen). Die Verbindung sozialer Onlinemedien mit der Ausstrahlung von meist linearen Fernsehinhalten wird mit dem Begriff „Social TV“ beschrieben. Das Forschungsprojekt unternimmt eine Bestandsaufnahme dieses in Deutschland noch recht jungen Phänomens: Auf der Grundlage einer Systematisierung der Angebote auf Senderseite und der Nutzungsmotive der Zuschauer werden Prognosen und Entwicklungspotenziale abgeleitet. Zudem wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich durch Social TV das Mediennutzungsverhalten und die Formen der Medienkritik verändern – und wie sich das Zusammenwachsen von Internet und Fernsehen auf die Programmgestaltung und die Formatentwicklung der Sender auswirkt.

14 Prozent der deutschen Onliner ab 14 Jahren – also immerhin 7,8 Mio. im Jahr 2014 – nutzten Social TV. Jedoch scheint die Nutzung nahezu zu stagnieren, bis 2017 wird nur ein leichter Anstieg prognostiziert. Dabei macht die Parallelnutzung nur einen Teil von Social TV aus. Fast ein Viertel der Social-TV-Nutzer beschäftigt sich auch mit Fernsehsendungen außerhalb ihrer Sendezeit, also asynchron. Beide Nutzungsmodi (synchron und asynchron) unterliegen starken Alterseffekten. Social-TV-Nutzer sind jünger als die Deutschen im Durchschnitt.

## Die Handlungsfelder für die LfM: Datenschutz und Urheberrecht

Im Umgang mit Social-Media-Plattformen und anderen Social-TV-Angeboten haben sowohl die Anbieter als auch die Nutzer rechtliche Aspekte zu beachten. Hier können beispielsweise Informationsangebote für Nutzer zu den Aspekten Datenschutz und Urheberrecht helfen – schließlich räumen die Nutzer durch das Akzeptieren der AGBs den Social-TV-Anbietern das Recht ein, von ihnen erstellte Beiträge weiterzuverwenden. Auch grundsätzlich bieten sich Anlässe zur Kompetenzförderung für Nutzer, aber auch für Aus- und Weiterbildung von Fernsehmitarbeitern zu den gestiegenen Anforderungen der Medienwelt.



## Publikation:

Goldhammer, Klaus; Kerkau, Florian; Matejka, Moritz; Schlüter, Jan: Social TV – Aktuelle Nutzung, Prognosen, Konsequenzen. Leipzig (Vistas), 2015. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 76. ISBN 978-3-89158-612-9

# Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft

PROF. DR. WIEBKE MÖHRING, TECHNISCHE UNIVERSITÄT DORTMUND

## Die Studie: Lokaler Journalismus im Wandel

Lokaljournalismus steht vor den Herausforderungen eines medialen Umbruchs, der sowohl Handlungsrou­tinen in Frage stellt als auch gesellschaftliche und vor allem technische Strukturänderungen mit sich bringt. Je nach Perspektive sind die Dimensionen des Wandels demnach unterschiedlich – erforderlich sind Änderungen in den Strukturen der Inhalte, der medialen Distributionsformen, der Präsentationsformen, der journalistischen Arbeitsprozesse, der Einbindung des Publikums und nicht zuletzt der ökonomischen Grundlagen.

Aus Perspektive der Kommunikationswissenschaft erfasst die Expertise den aktuellen Sachstand wissenschaftlicher Forschung zu lokalem und regionalem Journalismus und stellt die derzeitigen Themen, Fragestellungen und Ergebnisse gebündelt zur Verfügung. Die Expertise zeigt auf, wo Handlungsbedarf besteht: in der Forschung und in der journalistischen Praxis.

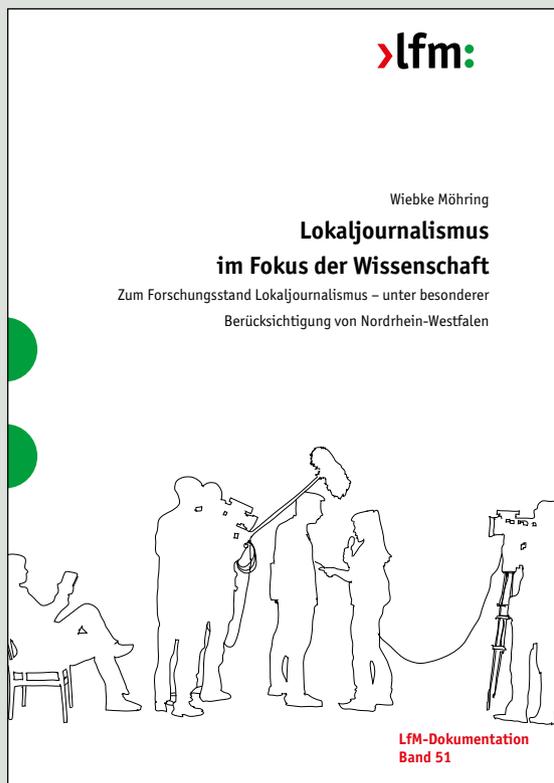
## Die Handlungsfelder für die LfM:

### Forschen und Redaktionen weiterbilden

Für die Arbeit der LfM sowie der LfM-Stiftung für Lokaljournalismus Vor Ort NRW ergeben sich zahlreiche Anknüpfungspunkte. Es besteht Forschungsbedarf, etwa in Bezug auf systematische Erhebungen der lokalen und hyperlokalen Kommunikationsstrukturen, die alle Angebotsformen erfassen und auch den Nutzer in den Blick nehmen. Betreiber von Blogs und partizipativen Onlineplattformen sind bezüglich ihrer Motivation und publizistischen Ziele, wirtschaftlicher Grundlagen und Bearbeitungsroutinen noch weitgehend unbekannt. Aber auch der Bestand an Faktenwissen zu professionellen Lokaljournalisten ist nicht mehr aktuell. Fest steht, dass eine umfassende Weiterbildung sowie strategische Aufstellung und Optimierung der Redaktionen gefördert werden sollte. Digitale Skills und Kompetenzen in der Dialogmoderation der Journalisten sind zentral für die Zukunft, unabhängig von der tatsächlichen Distributionsform. Auch gilt es für die LfM, eingesetzte Finanzierungsmodelle und -maßnahmen im Lokalen zu beobachten, um Redaktionen und Anbietern diese Erfahrungen und Wissen zur Verfügung zu stellen.

### Publikation:

Möhring, Wiebke: Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft. Zum Forschungsstand Lokaljournalismus – unter besonderer Berücksichtigung von Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf: LfM, 2015. LfM-Dokumentation, Band 51. ISBN 978-3-940929-35-8



# Der Medienpass als Instrument zur Förderung von Medienkompetenz

PROF. DR. ANDREAS BREITER, INES AVERBECK, STEFAN WELLING, ARNE HENDRIK SCHULZ  
INSTITUT FÜR INFORMATIONS MANAGEMENT BREMEN GMBH (IFIB)

## Die Studie: Medienpass im Einsatz

Lehrkräfte, die den Medienpass NRW bereits nutzen, erachten ihn als gut und hilfreich für die Vermittlung von Medienkompetenz, sein Einsatz sei jedoch ausbaufähig. Soweit ein Ergebnis einer Studie, mit der die LfM das Institut für Informationsmanagement Bremen GmbH (ifib) zur Untersuchung des Einsatzes des Medienpasses an nordrhein-westfälischen Grundschulen beauftragt hatte. Mittels einer standardisierten Befragung unter den Lehrkräften, qualitativen Fallstudien an fünf Grundschulen sowie Analysen der Onlineangebote und des Lehrplankompasses NRW überprüften die Forscher, wie der Medienpass im pädagogischen Alltag angenommen und eingesetzt wird, welche Bedingungen für seinen Erfolg relevant und welche Maßnahmen erforderlich sind, um ihn weiterzuentwickeln.

Die Feststellung, dass das Thema Medienkompetenz noch nicht in ganz NRW im Lehrplan für Schulen der Primarstufe verankert ist, hat für die Forscher vor allem strukturelle Gründe. Die Integration von Medien hängt für den Studienleiter Prof. Dr. Andreas Breiter von einem „Zusammenspiel verschiedener Faktoren auf lokaler, kommunaler und Landesebene“ ab. So sprachen die Forscher von einem „langfristigen Organisationsentwicklungsprozess, der von Schulleitungen zusammen mit ihren Kollegien initiiert, gesteuert und begleitet und durch externe Angebote flankiert“ werden müsse. Fazit: Immer mehr Schulen könnten den Medienpass einsetzen und so das Unterrichtsthema „Medienkompetenz“ noch stärker integrieren.

## Die Handlungsfelder für die LfM:

### Lehrer informieren und qualifizieren

LfM-Direktor Dr. Jürgen Brautmeier sagte: „Wir merken bei unseren Angeboten für Schulen, wie zum Beispiel Internet-ABC, klicksafe oder auch Handysektor, dass die Nachfrage seitens der Lehrkräfte stetig steigt. Die Notwendigkeit, Medien zu thematisieren, wird zunehmend erkannt. Der Medienpass NRW bietet eine fundierte Basis, um die Vermittlung von Medienkompetenz zu strukturieren.“ Jedoch findet die Auseinandersetzung mit Medien in der Aus- und Fortbildung von Lehrpersonen nicht systematisch statt. Die LfM plant vor diesem Hintergrund, im zweiten Teil der Lehrerbildung eine Maßnahme zu pilotieren, mit der angehende Lehrkräfte für die Vermittlung von Medienkompetenz – insbesondere auf der Ebene „Reflektieren/Analysieren“ – qualifiziert werden können.



## Publikation:

Breiter, Andreas; Aeverbeck, Ines; Welling, Stefan; Schulz, Arne Hendrik: Der Medienpass als Instrument zur Förderung von Medienkompetenz. Entwicklungsstand in Grundschulen in Nordrhein-Westfalen im Vergleich (2011/2014). Eine Studie im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Düsseldorf: LfM, 2015. LfM-Dokumentation, Band 53. ISBN 978-3-940929-39-6

# Mediatisierung mobil

PROF. DR. PETER VORDERER, DR. KARIN KNOP, DR. DOROTHÉE HEFNER  
INSTITUT FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT, UNIVERSITÄT MANNHEIM

## Die Studie: Auswirkungen von Smartphones

Das Smartphone verändert die Kommunikation von Heranwachsenden, wird zum Alltagsbegleiter und für einige Jugendliche gar zum unverzichtbaren Teil ihres Selbst. Wissenschaftler der Universität Mannheim untersuchten, welche Auswirkungen Smartphones auf das Leben von 8- bis 14-Jährigen haben und welche Rolle Eltern und Peergroup beim Umgang spielen. Dazu wurden 500 Kinder und Jugendliche repräsentativ befragt, ergänzt durch Interviews mit Eltern und Kindern sowie Gruppendiskussionen.

Einige Ergebnisse: Mehr als ein Fünftel aller befragten Kinder wies eine „sehr starke“ Bindung zu seinem Smartphone auf, etwa 8 Prozent attestierten die Forscher sogar eine Art Suchtgefährdung. Auch zu weiteren Risiken wurden Zahlen ermittelt. So haben allein 38 Prozent der Befragten schon Mobbingfälle erlebt, 13 Prozent haben schon einmal Sexting-Bilder erhalten, 4 Prozent gaben an, solche verschickt zu haben. Mit Bezug auf die Eltern stellten die Forscher fest, dass diese sich durchaus Sorgen machten, andererseits aber nur selten eine aktive Erziehung in puncto Smartphone erfolgte. 15 Prozent der Eltern verzichteten sogar ganz darauf.

Am 1. Oktober 2015 stellte das Forscherteam seine Erkenntnisse im Rahmen einer Fachtagung bei der LfM vor.

## Die Handlungsfelder für die LfM:

### Eltern und Erzieher aktivieren

Die Studie bietet zahlreiche Impulse und Anknüpfungspunkte für Eltern und die pädagogische Arbeit. Zwar besitzen Kinder und Jugendliche bei der Handhabung von Geräten und Apps oft einen Wissens- bzw. Bedienungsvorsprung vor Eltern und Lehrkräften – für LfM-Direktor Dr. Jürgen Brautmeier stellt dies jedoch einen aufholbaren Rückstand dar: „Die Studie zeigt, dass es beim Großteil dessen, was mit dem Handy und mobilen Internet betrieben wird, um Kommunikation und menschliches Miteinander geht. Hier haben Erziehende wiederum einen Vorsprung, der sie dazu ermuntern sollte, mit Kindern und Jugendlichen über die Nutzung ins Gespräch zu kommen.“ Auch hierzu bietet die LfM-Studie Impulse. Ganz konkret sollten auch die 15 Prozent der befragten Eltern, die keine Handyerziehung betreiben, verstärkt aufgespürt, angesprochen und motiviert werden. Ferner könnten die vorhandenen, aber nur wenig bekannten technischen Regulierungsmaßnahmen bekannter gemacht und verbreitet werden.



## Publikation:

Knop, Karin; Hefner, Dorothee; Schmitt, Stefanie; Vorderer, Peter: Mediatisierung mobil. Handy- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Leipzig (Vistas), 2015. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 77. ISBN 978-3-89158-616-7

# Verdeckter Extremismus, offener Hass?

PROF. DR. CARSTEN REINEMANN, INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND MEDIENFORSCHUNG,  
LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN

## Die Studie: Extremismus in sozialen Medien

Extremistische Gruppierungen – ob Islamisten, Rechts- oder Linksextreme – versuchen zunehmend, Jugendliche über soziale Netzwerke zu rekrutieren. Hasskommentare auf Facebook oder Propagandavideos auf YouTube sind nur die eher gut erkennbaren Phänomene. Oft jedoch werden extremistische Inhalte in sozialen Netzwerken sehr subtil vermittelt und sind nicht sofort als solche zu erkennen.

Auf diese Entwicklung gibt die Medienpädagogik bereits Antworten – mit Workshops, Beratungsangeboten und Präventionsprogrammen. Auch die Wissenschaft beschäftigt sich zunehmend mit der Problematik. Jedoch sind wichtige Fragen bislang nicht geklärt:

- In welchen Kontexten und wie häufig kommen Jugendliche mit extremistischen Botschaften in Kontakt?
- Welches Gefährdungspotenzial entsteht durch die gezielte Verschleierung der Inhalte?
- Erkennen Jugendliche extremistische Botschaften – und wie bewerten sie diese?

- Was sind die Folgewirkungen eines Kontakts mit extremistischen Botschaften, etwa in Form von Anschlusskommunikation oder politischer Partizipation?
- Wie wirksam sind verschiedene Gegenstrategien?
- Welche persönlichen Prädispositionen und Merkmale des sozialen Umfeldes können das Risiko für einen Kontakt mit extremistischen Inhalten erhöhen?

Mit diesen Kernfragen beschäftigt sich ein von der LfM beauftragtes Forschungsprojekt am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Das Team um Prof. Dr. Carsten Reinemann nutzt dazu einen multimethodischen Ansatz, der eine Repräsentativbefragung von 1.000 Jugendlichen mit qualitativen Interviews und einer kontrollierten Rezeptions- und Wirkungsstudie sowie Experteninterviews kombiniert. Das Ergebnis soll in praxisorientierte Handlungsempfehlungen für die Medienpädagogik münden.

Der Start des Projekts war im April 2016, seine Dauer ist auf 18 Monate angesetzt.

„Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen.“

Immanuel Kant

Motto der LfM-Medienversammlung 2016

# Ethik im Netz – Suchmaschinen und Hate Speech

FORSA-UMFRAGE

## **Die Umfrage: Hass im Netz und mächtige Algorithmen**

Der digitale Alltag wirft stets Fragen auf. Aktuell sind für die LfM zwei Problemfelder interessant: Zum einen bestimmen Akteure wie Google, Facebook & Co. in hohem Maße, welche Informationen die Nutzer erhalten. Doch wer steuert diese Prozesse? Neutrale Algorithmen oder der Mensch, der sie programmiert? Und zum anderen haben Nutzer durch Social Media mitunter enormen Einfluss auf die gesellschaftliche Meinungsbildung – im Positiven wie im Negativen. Ein eindringliches Beispiel dafür: Hate Speech.

Um diese beiden Aspekte zu untersuchen, gab die LfM eine ForSa-Umfrage in Auftrag. In einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage wurden im Juni 2016 insgesamt 2.044 Bundesbürger ab 14 Jahren online befragt. Zum Thema Hasskommentare wurde eine große Relevanz offenbar. So gaben rund zwei Drittel aller befragten Personen an, bereits mit Hassbotschaften in sozialen Netzwerken, Internetforen oder Blogs konfrontiert worden zu sein. In der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen haben sogar 91 Prozent schon Erfahrungen mit Hass im Netz gemacht. Hate Speech ist damit zu einem gesamtgesellschaftlichen Problem geworden. Dabei beträgt die Gruppe derjenigen, die im Netz bereits hasserfüllte Kommentare geschrieben haben, laut den Umfragedaten ein Prozent.

Zum Thema Suchmaschinen wurden den Teilnehmenden wahre und erfundene Aussagen zur Erzeugung von Google-Suchergebnissen vorgelegt. So glaubte die Mehrheit der Befragten (69 Prozent), wenn der Besitzer einer Website Google dafür bezahle, würden seine Inhalte immer ganz vorne in den Trefferlisten angezeigt. Dass Mitarbeiter von Google darüber bestimmen, welche Internetseiten besonders wichtig sind, meinten 37 Prozent der Befragten.

## **Die Handlungsfelder für die LfM: Aufklären und Diskutieren**

So unterschiedlich die beiden Themenkomplexe sind, die Konsequenz ist ähnlich: Sowohl die Macht von Algorithmen als auch der Einfluss der Verfasser von Hassbotschaften im Netz führen zu ethischen Fragen. Diese digitale Ethik zu entwickeln und die dafür nötigen Akteure anzusprechen und zu versammeln, ist eine Aufgabe für die LfM, die sie unter anderem bei der diesjährigen Medienversammlung Ende Juni 2016 wahrnahm. Gleichzeitig offenbart sich ein kontinuierlich starker Bedarf nach Medienkompetenzförderung, etwa beim Feld der Informationskompetenz, gerade auch von erwachsenen Nutzern. Hier setzt die LfM mit bewährten wie stetig weiterentwickelten Maßnahmen an.

## **Publikation:**

[www.lfm-nrw.de/medienversammlung2016](http://www.lfm-nrw.de/medienversammlung2016)

„Hass und Hetze dürfen nicht zur Normalität werden und somit die Chance erhalten, als ein akzeptiertes und gesellschaftsfähiges Mittel der Meinungsäußerung zu gelten.“

Auszug aus dem LfM-Appell gegen Diskriminierung und Hetze im Internet

# Geschickt geklickt

KOOPERATION VON LFM UND UNIVERSITÄT DUISBURG-ESSEN, PROF. DR. MATTHIAS BRAND,  
INHABER DES LEHRSTUHL ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE: KOGNITION

## Die Studie: Risiken der Internetnutzung

Insbesondere heutige Jugendliche und junge Erwachsene gehören längst zur digitalen Generation: Das Internet ist ein allgegenwärtiger und selbstverständlicher Begleiter ihres Alltags. Aber wie weit sind Phänomene wie Cybermobbing oder Internetsucht heute in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen verbreitet? Und welche individuellen Merkmale und Mechanismen befördern diese problematischen Nutzungen? Dies untersuchte eine Studie der LfM gemeinsam mit der Universität Duisburg-Essen aus psychologischer Perspektive.

Unter anderem stellten die Forscher um den Kognitionspsychologen Prof. Dr. Matthias Brand fest, dass bereits rund 21 Prozent der insgesamt 825 Befragten von einem problematischen Internetkonsum berichteten. Dabei zeigte sich eine starke Tendenz zu einer spezifischen Internetsucht, etwa nach sozialen Netzwerkseiten. Knapp ein Viertel wurde schon einmal Opfer von Cybermobbing. Folgerung der Forscher: Um in dieser

Hinsicht fördernd aktiv zu werden, sei es besonders wichtig, „weiche“ Kompetenzen wie etwa eine kritische Betrachtung oder ein selbstregulatorisches Verhalten (zum Beispiel in Bezug auf die eigene Onlinezeit) zu bedeutsamen Komponenten zu erklären. Denn diese seien in der Lage, eventuell riskante individuelle Personenmerkmale aufzufangen.

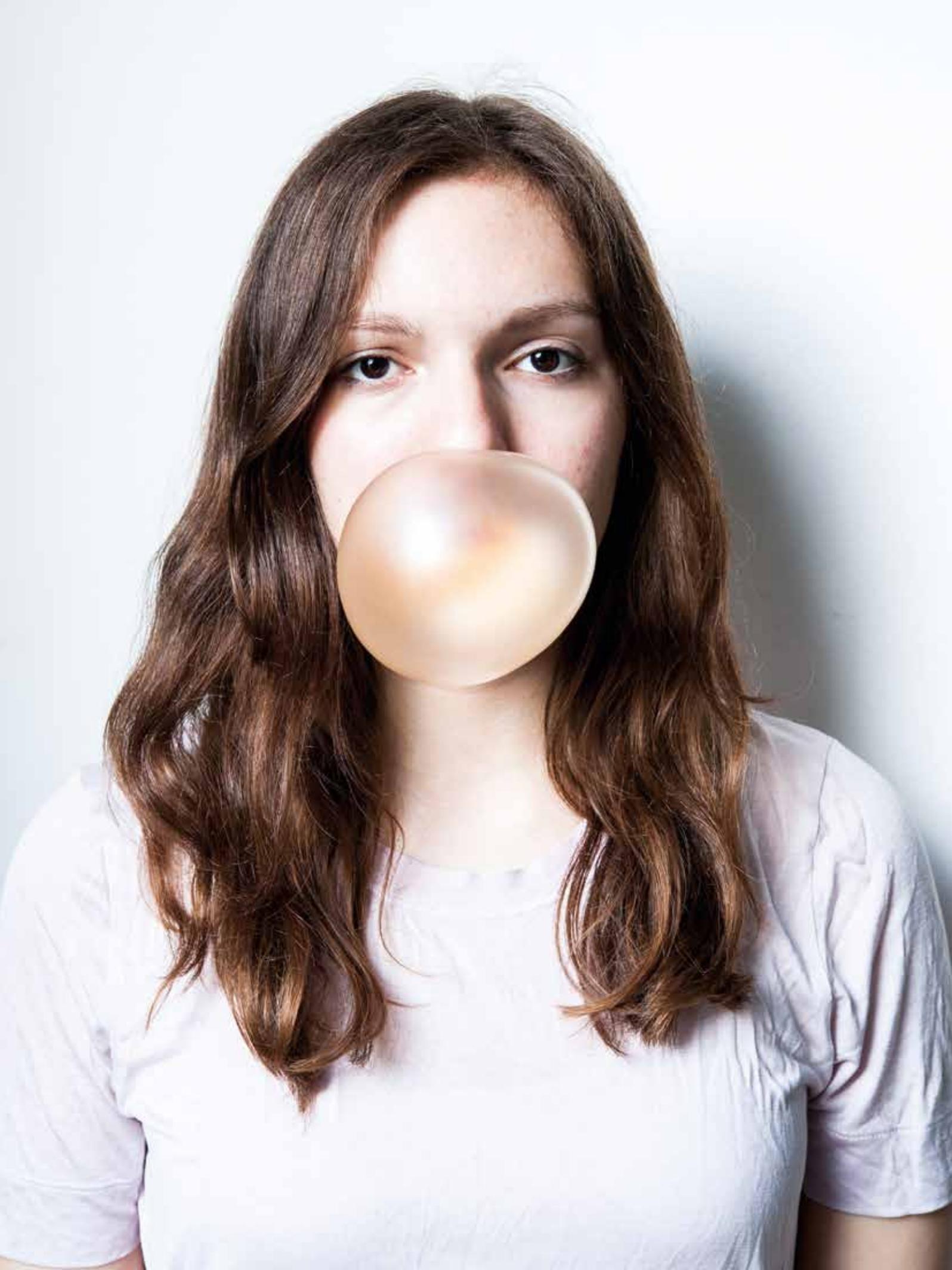
## Die Handlungsfelder für die LfM: Bedeutung von Soft Skills betonen

Den Arbeitsauftrag für die Medienpädagogik fasste Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der LfM, zusammen: „Selbstregulation und Reflexion müssen eine noch festere Größe in neuen und auch bestehenden Projekten werden. Entgegen häufiger Annahmen bedeutet eine hohe technische Kompetenz nicht, dass Jugendliche auch die Wirkung und Folgen von Cybermobbing einschätzen und Mobbingprozesse unterbinden können.“ Schutz vor Onlinesucht und Mobbing böten Soft Skills und ein selbstkritischer Blick auf die eigene Nutzung. Hier gilt es für die LfM, die Erkenntnisse in ihre Materialien zu integrieren und damit auch Multiplikatoren, Pädagogen und Eltern zu sensibilisieren.

## Publikation:

Stodt, Benjamin; Wegmann, Elisa;  
Brand, Matthias: Geschickt geklickt?!  
Zum Zusammenhang von Internetnutzungs-  
kompetenzen, Internetsucht und  
Cybermobbing bei Jugendlichen und  
jungen Erwachsenen. Leipzig (Vistas),  
2015. Schriftenreihe Medienforschung  
der Landesanstalt für Medien Nord-  
rhein-Westfalen (LfM), Band 78. ISBN  
978-3- 89158-618-1.





# Medienkompetenz

34	Medienkompetenzprojekte
62	Veranstaltungen
68	Netzwerkarbeit
78	Mediennutzerschutz



## Medienkompetenzprojekte

# „Wer ist am besten dazu geeignet, Jugendlichen etwas über Medien beizubringen? Na, Jugendliche!“

Marc Seegers, Lehrer und Medienberater im Kreis Viersen

Lernen auf Augenhöhe, oder wie der Soziologe sagt „Peer-to-Peer“, also „unter Gleichen“, ist gerade in der Medienbildung ein Erfolgsmodell. Darauf setzt auch das LfM-Projekt „Mediencouts NRW“, das in den weiterführenden Schulen kleine Gruppen von Schülern zu sachkundigen Scouts ausbildet. Ihr neues Wissen rund um Datenschutz und Sicherheit, um WhatsApp, Facebook & Co. geben sie dann an Gleichaltrige weiter. „Dafür finden sie eine ganz andere Sprache als wir Pädagogen“, so Marc Seegers, der neben seiner halben Stelle als Gymnasiallehrer auch als Medienberater im Kreis Viersen unterwegs ist und das Projekt im dortigen Kreis koordiniert. An insgesamt 20 Schulen im Kreis wurden Mediencouts schon ausgebildet, weitere sollen folgen. Die Begeisterung der teilnehmenden Schüler zeigt sich auch in ihrem Engagement. „Letztens gab es an einer Schule zum Beispiel einen Elternabend zum Thema Medien – den haben die Scouts dort selbst organisiert und durchgeführt“, erzählt Seegers. Gleichzeitig geht es für ihn auch um die Kollegen vor Ort: „Derzeit bilden wir Lehrer weiter, die dann in ihren Schulen eigenständig neue Mediencouts ausbilden.“ Mit diesen sogenannten „Train-the-Trainer“-Maßnahmen werden im Rahmen des Projektes NRW-weit auch andere lokale Fachkräfte ausgebildet. Das Resultat: Eine nachhaltige Verankerung von Medienkompetenz in den Schulen, aber auch in anderen Bildungsstrukturen vor Ort, wird erreicht.

# Kontinuierliche Angebote

Informieren, beraten, qualifizieren – und das für eine Vielzahl von verschiedenen Zielgruppen, auf allen denkbaren Kanälen und mit einer großen Auswahl unterschiedlicher erfahrener Partner: Die ganze Bandbreite des Handelns wird im Bereich unserer Medienkompetenzprojekte besonders deutlich.

### Echte „Medienkompetenz-Marken“

Zum großen Teil sind es kontinuierliche Angebote, die die LfM alleine oder mit Partnern anbietet. Oft haben sie sich zu eigenständigen „Medienkompetenz-Marken“ entwickelt, stetig wachsend in ihrer Breite und Tiefe. Fundiert durch die Erkenntnisse aus der Medienforschung, richten sie sich zum einen an Multiplikatoren wie Lehrkräfte, Erzieher oder Fachkräfte aus der Familien- und Jugendhilfe. Zum anderen sind natürlich die Mediennutzer selbst die wichtigen Adressaten. Kinder, Jugendliche und Erwachsene werden so nah wie möglich an ihrer jeweiligen Lebenssituation abgeholt und erhalten für sie speziell aufbereitete Angebote. Zum Informieren, Lernen und Anwenden.



Idee	Schüler zu Medienscouts ausbilden, die ihr Wissen auf Augenhöhe an Gleichaltrige weitergeben, und Lehrer zu Beratungslehrern qualifizieren, die bei Problemen helfen.
Online	<a href="http://www.medienscouts-nrw.de">www.medienscouts-nrw.de</a>
Projektleitung	Dr. Meike Isenberg

## AUDITORIX

Idee	Spielerisch den Hörsinn von Kindern fördern, dazu dienen die Hörwerkstatt mit Webangebot und das Hörbuch-siegel für ausgezeichnete Kinderhörbücher.
Partner	Initiative Hören e. V.
Online	<a href="http://www.auditorix.de">www.auditorix.de</a>
Projektleitung	Hanna Jo vom Hofe

### INITIATIVE ELTERN+ MEDIEN

Idee	Medienpädagogisch geschulte Referenten besuchen Kitas, Familienzentren und Schulen aller Formen für kostenfreie Elternabende zu Medienkompetenzthemen.
Online	<a href="http://www.elternundmedien.de">www.elternundmedien.de</a>
Projektleitung	Rainer Smits



Idee	Über Sicherheitsthemen im Internet informieren und dazu Initiativen und Akteure bundesweit vernetzen. Aktionsfelder sind Kampagnen, Netzwerk, Website und Qualifizierung, bei der LfM mit Schwerpunkten auf mobiles Internet, Elternarbeit und Förderung der Internetkompetenz bei Menschen mit Migrationshintergrund.
Partner	Landeszentrale für Medien und Kommunikation, Rheinland-Pfalz (LMK)
Online	<a href="http://www.klicksafe.de">www.klicksafe.de</a>
Projektteam	Mechthild Appelhoff (Leitung), Dilek Atalay, Martin Müsgens, Eda Sayan, Antje vom Berg, Dr. Peter Widlok

### FRÜHKINDLICHE MEDIENBILDUNG

Idee	Information und Motivation von Erzieherinnen und Eltern zur Medienkompetenzvermittlung in der Kita durch verschiedene Medien, etwa dem monatlichen Newsletter MekoKitaService.
Online	<a href="http://www.meko-kitas-nrw.de">www.meko-kitas-nrw.de</a>
Projektleitung	Rainer Smits



**Idee** Ein Angebot für den spielerischen Einstieg ins Internet schaffen. Dafür sorgt die Plattform mit Erklärungen, Tipps und Tricks für Kinder zwischen 5 und 12 Jahren sowie Informationen und Hilfestellungen für Eltern und Pädagogen in separaten Bereichen.

**Partner** 14 Landesmedienanstalten unter Federführung der LfM

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

**Projektleitung** LfM: Antje vom Berg  
Verein Internet-ABC e. V.:  
Gabriele Becker, Anja Magno



**Idee** Jugendliche beim kompetenten Umgang mit mobilen Medien unterstützen, dazu auch Informationen für Erwachsene liefern. Dabei helfen die Plattform mit verschiedenen Themenbereichen und die Pädagogenecke mit Praxistipps und Materialien.

**Partner** Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

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

**Projektleitung** Antje vom Berg



**Idee** Jugendlichen eine Plattform zur Peer-to-Peer-Unterstützung bei negativen Erfahrungen im Netz einrichten. Dazu werden juuport-Scouts speziell geschult, ein Forum bietet außerdem Austauschgelegenheit.

**Partner** 7 Landesmedienanstalten unter Federführung der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM)

**Online** [www.juuport.de](http://www.juuport.de)

**Projektleitung** Christina Rhode



**Idee** Jugendliche mit einem Infoservice per Messenger oder E-Mail auf dem aktuellen Stand zu Medienthemen halten.

**Online** [www.dein-digiscan.de](http://www.dein-digiscan.de)

**Projektleitung** Antje vom Berg, Dr. Meike Isenberg



**Idee** Eltern von 3- bis 13-jährigen eine Fernsehprogrammbeurteilung mit Schwerpunkt auf der Kinderperspektive anbieten.

**Partner** Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM/Federführung), weitere 12 Landesmedienanstalten, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

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

**Projektleitung** Rainer Smits



**Idee** Schüler mit einem „Medienpass“ zur Beschäftigung mit dem Thema motivieren, Lehrer bei der Vermittlung von Medienkompetenz mittels Kompetenzrahmen und Lehrplankompass unterstützen.

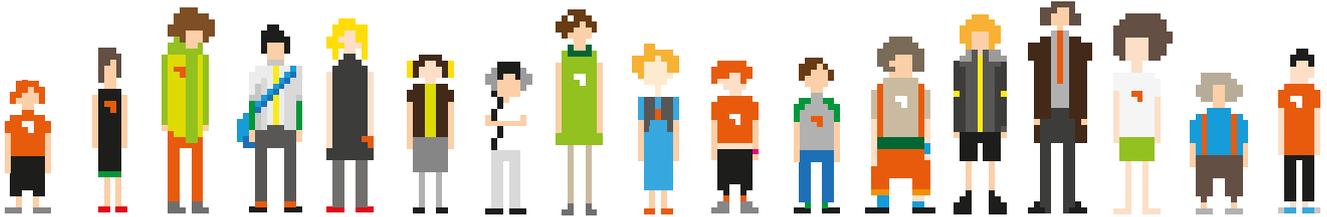
**Partner** Die Initiative Medienpass NRW wird getragen von: Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen / Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien und Chef der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen / Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen / Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) / Medienberatung NRW

**Online** [www.medienpass.nrw.de](http://www.medienpass.nrw.de)

**Projektleitung** Dr. Meike Isenberg

# Medienscouts NRW

## Jugendliche helfen Jugendlichen



Das Peer-to-Peer-Projekt „Medienscouts NRW“ ist das größte seiner Art im deutschsprachigen Raum und wächst kontinuierlich. „Medienscouts“ sind Schüler, die Gleichaltrigen bei Fragen und Problemen rund um die Mediennutzung zur Seite stehen: von Cybermobbing über Datenschutzeinstellungen in sozialen Netzwerken bis hin zu Aspekten des Persönlichkeits- und Urheberrechts. Dabei werden sie von ebenfalls speziell ausgebildeten Beratungslehrkräften unterstützt, die bei Problemen helfen können.

Seit dem Projektstart in 2011 wurden über 2.400 Schüler zu Medienscouts qualifiziert sowie mehr als 1.200 Beratungslehrkräfte ausgebildet. Somit nehmen in NRW derzeit mehr als 560 Schulen aus rund 47 von 53 Kreisen und kreisfreien Städten teil, das entspricht einer Beteiligungsquote von 89 Prozent. Mit der neuen Ausbildungsphase, die nach Ostern 2016 begann, starteten 40 weitere Schulen mit der Grundausbildung neuer Medienscouts. Bereits qualifizierten Schulen wurde die Möglichkeit zur Teilnahme an Aufbauworkshops unterbreitet.

### **Stärker vor Ort verankern**

Wie bereits im Vorjahr war es auch in 2016 ein Schwerpunkt, das Projekt nachhaltig in kommunalen Strukturen zu etablieren. Dafür erhalten die bereits teilnehmenden Medienscouts-Schulen ein Fortbildungs- und Vernetzungsangebot, etwa mit kostenlosen Aufbauworkshops zu den Themen Cybermobbing/Sexting oder zur Implementierung in der Schule.

### **Schritte zur Selbstständigkeit**

Um das Projekt auf selbstständige Beine zu stellen, gibt es das sogenannte „Train-the-Trainer“-Programm. Hierbei werden lokale Fachkräfte qualifiziert, die den bereits

aktiven Schulen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Mit Fortbildungs- und Dialogangeboten fördern sie die schulübergreifende Vernetzung der Scouts und Lehrkräfte untereinander und bilden in Eigenregie Schüler sowie Lehrkräfte von neuen Schu-

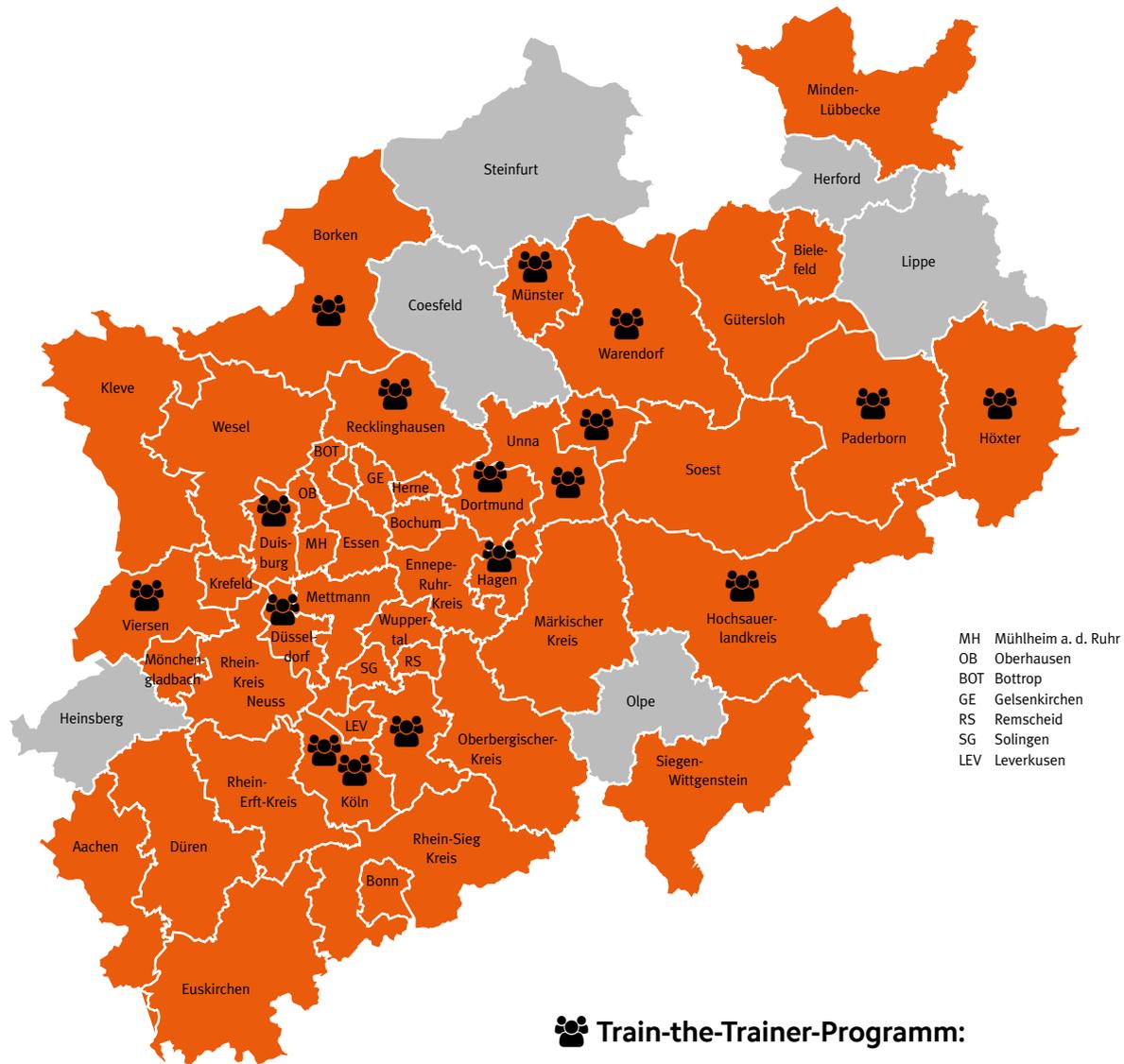
len aus. Mittlerweile ist das Programm in elf Kreisen und Städten erfolgreich im Einsatz. Neu hinzugekommen sind in 2016 Dortmund, die Kreise Gütersloh und Viersen, der Rheinisch-Bergische-Kreis sowie in Kooperation die Kreise Paderborn und Höxter.

*„Ich liebe das Projekt ‚Medienscouts NRW‘! In keinem anderen Projekt habe ich zugleich mit so vielen verschiedenen Zielgruppen zu tun: durchweg wissbegierige Scouts aller Schulformen, superengagierte Lehrkräfte und Koordinierende sowie gleichwohl kreative wie professionelle Referentinnen und Referenten, denen das Projekt mindestens so am Herzen liegt wie mir. Und: Als netten Nebeneffekt lerne ich wirklich alle Ecken von NRW kennen!“*

Dr. Meike Isenberg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

## Medienscouts NRW

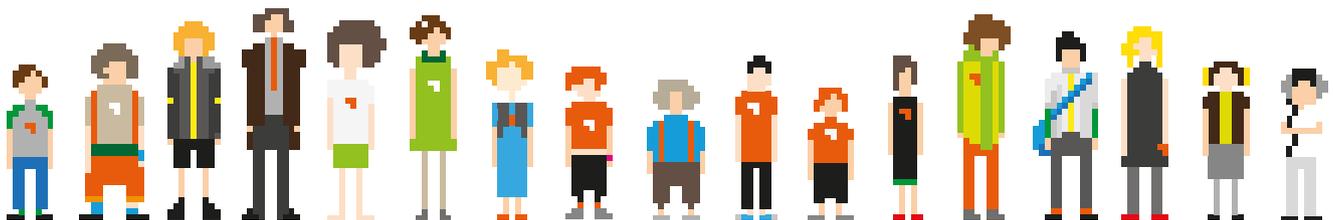
47 von 53 Kreisen und kreisfreien Städten in NRW nehmen teil



### Train-the-Trainer-Programm:

17-mal in NRW

Borken, Düsseldorf, Duisburg, Dortmund, Erzbistum Köln, Hagen, Hamm, Hochsauerlandkreis, Höxter, Köln, Münster, Paderborn, Recklinghausen, Rheinisch-Bergischer-Kreis, Unna, Viersen, Warendorf



# MekoKitas NRW – Frühkindliche Medienbildung Medienkompetenz fängt im Kleinen an

Längst ist das Thema Medien schon bei den Jüngsten angekommen, in der Kita. Doch wie lässt es sich mit Kita-Kindern altersgerecht dazu arbeiten? Welche Onlineangebote unterstützen Kita-Fachkräfte? Und wie können auch die Eltern einbezogen werden?

*„Medienkompetenz fängt im Kleinen an. Es muss nicht immer ein mehrtägiges Medienprojekt sein, auch eine einfache kurze Nachfrage über das gestern im Fernsehen Gesehene hilft Kindern bereits bei der Verarbeitung von Medienerlebnissen.“*

Rainer Smits, Referent für Medienkompetenz

## Jeden Monat aktuelle Infos

Fragen, die der MekoKitaService der LfM beantwortet: Einmal im Monat erscheint dieser kostenlose Newsletter rund um die frühkindliche Medienerziehung. Mitarbeiter von Kitas und Familienzentren erhalten darin konkrete Anregungen und Materialien für die tägliche Arbeit, aufgeteilt in Rubriken wie „Medien in Gespräch und Spiel“, „Medien aktiv“ oder „Medien und Familie“. Mit der Erstellung des MekoKitaService ist die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) beauftragt. Erschienen sind 2015/16 Newsletter etwa zu folgenden Themenschwerpunkten: „Medienerziehung von Anfang an“, „Ich bin wichtig – geflüchtete Kinder“, „Werbung“, „Spiele“ oder „Ernährung“.

## Ausführliche Broschüre als Schulungsunterlage

Neben dem Newsletter bietet die LfM auch die ausführliche Dokumentation „Medienkompetenz-Kitas NRW“ an. Hier wird ein von der LfM durchgeführtes Modellprojekt zur medienpädagogischen Fortbildung von Erziehern in 12 nordrhein-westfälischen Kindertageseinrichtungen genau beschrieben. Der Fokus lag auf einer begleitenden Schulung kompletter Teams und einer niedrigschwelligen Ansprache der Erzieher, mit dem Ziel, die Medienerziehung im pädagogischen Alltag nachhaltig zu verankern – immer genau auf die Erfordernisse vor Ort abgestimmt. Die Broschüre beschreibt das Konzept, die Anforderungen an die Einrichtungen wie auch an die Qualifizierung der Trainer. So eignet sie

sich als Schulungsunterlage und als Referenzskript für Fortbildungen.

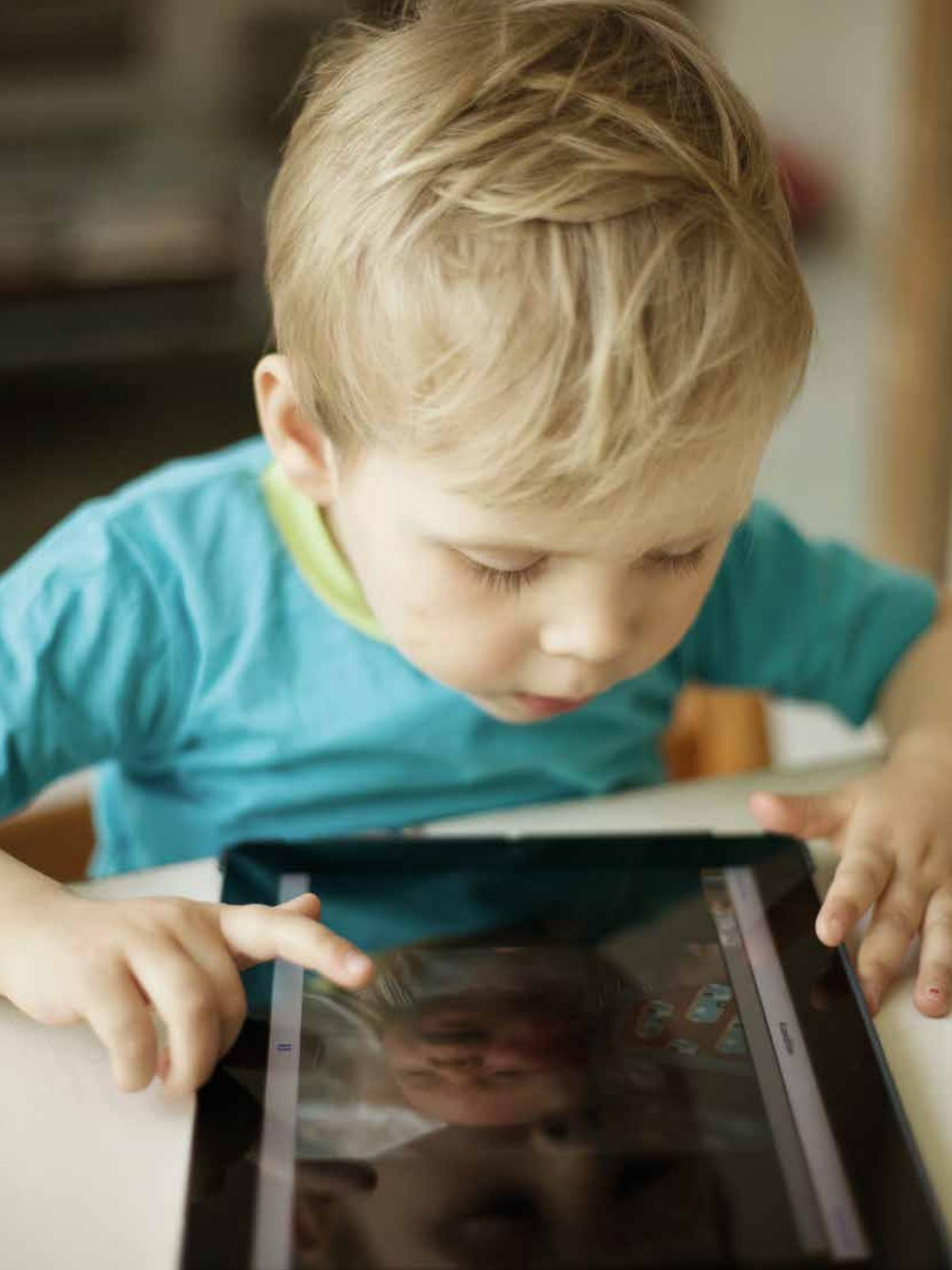
## Kompakte Orientierungshilfe

Die Broschüre „Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Kindergartenkindern“ – herausgegeben von der LfM und dem Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen – ist eine kompakte Orientierungshilfe für Fragen zum Thema Medienerziehung im Familien- und Kindergartenalltag. Zudem enthält sie praktische Tipps zum medienorientierten Arbeiten mit Kindern sowie Hinweise auf weitergehende Literatur und wichtige Adressen. Sie ist auch in einer türkisch- und russischsprachigen Version verfügbar. Redaktionell zusammengestellt wurde sie ebenfalls von der GMK.

## Newsletter

### MekoKitaService

-  Newsletter abonnieren auf [www.meko-kitas-nrw.de](http://www.meko-kitas-nrw.de)
-  Download der Publikationen unter [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)



# Initiative Eltern+Medien

## Eltern fragen – Experten antworten

Wie viel Fernsehen und wie viel Smartphone dürfen sein? Fördern Computerspiele die kindliche Entwicklung? Und was machen meine Kinder im Netz überhaupt? Die Medienwelt entwickelt sich nicht nur für Erwachsene, sondern auch für Kinder rasant weiter. So sind es gerade Eltern, die regelmäßig Entscheidungen zur Medienerziehung treffen müssen und dazu viele Fragen und einen großen Beratungs- und Orientierungsbedarf haben.

Diesen Bedarf greift die LfM mit ihrer Initiative Eltern+Medien bereits seit dem Jahr 2007 auf. Für Kindertageseinrichtungen, Familienzentren, Schulen aller Schulformen und andere Einrichtungen bietet sie die kostenfreie Durchführung von Elternabenden mit qualifizierten Medienpädagogen an. Themen dieser Abende können etwa „Frühkindliche Mediennutzung“, „Handy und Internet“ oder „Computer- und Konsolenspiele“ sein. Außerdem werden in Kooperation mit dem Verein Schule des Hörens e. V. und der Initiative Hören e. V. auch Elternabende durchgeführt, auf denen das Thema „Hören“ als Voraussetzung für Medienkompetenz im Mittelpunkt steht.

### Hohe Reichweite – auch dank starker Partner

Im Jahr 2015 hat die Initiative Eltern+Medien 850 Elternveranstaltungen mit und für mehr als 21.000 Eltern in Einrichtungen von Kita und Familienzentrum bis Gymnasium durchgeführt. Für das laufende Jahr sind es 920 Veranstaltungen, davon 710 im Kernprojekt sowie 210 weitere, die über Partnereinrichtungen der Initiative abgerufen werden können. Hierfür koordiniert das von der LfM mit der Durchführung betraute Grimme-Institut ein Netzwerk von rund 70 Medienpädagogen, die über ganz NRW verteilt sind und so die Bedarfe nach Elternabenden in den lokalen und

regionalen Strukturen vor Ort bedienen können. Die Referenten werden regelmäßig in speziellen thematischen Workshops auf die Einsätze vorbereitet. Darüber hinaus kooperiert die Initiative auch mit einer Reihe von Institutionen, die Elternarbeit anbieten und über entsprechende personelle wie räumliche Ressourcen verfügen.

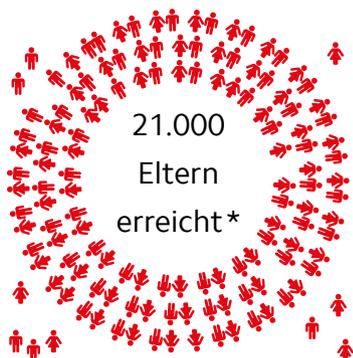
Dazu zählten:

- ✦ Bildungswerk für Medien und Kommunikation, Lübbecke
- ✦ Bildungswerk der Erzdiözese Köln
- ✦ VHS Rur-Eifel
- ✦ Evangelische Jugendbildungsstätte Tecklenburg
- ✦ Katholisches Familienforum Edith Stein, Neuss
- ✦ Gesundheitsamt Dortmund/Jugendamt Dortmund
- ✦ Stadt Hamm, Jugendamt
- ✦ Haus der Jugend, Hövelhof
- ✦ Stadt Gütersloh, Fachbereich Jugend u. Bildung
- ✦ Arbeiterwohlfahrt Kreis Gütersloh
- ✦ Familienbildungsstätte Werne
- ✦ Bergische VHS
- ✦ Familienbildungsstätte der Stadt Bochum
- ✦ VHS Kleve
- ✦ Familienbildungsstätte der Evangelischen Gemeinde Düren
- ✦ Medienzentrum Hamm
- ✦ Fachdienst Prävention der Diakonie im Kirchenkreis Lennep
- ✦ Evangelische Erwachsenenbildung Ennepe-Ruhr
- ✦ DRK Borken
- ✦ Die Welle, Remscheid
- ✦ VHS Langenfeld

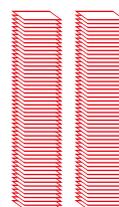
*„Ich habe selten erlebt, dass ich mir um die Bewerbung eines Projektes überhaupt keine Gedanken machen muss. Die Warteliste, die wir jedes Jahr führen, spricht für sich ...“*

Rainer Smits, Referent für Medienkompetenz

**850  
Elternabende  
pro Jahr \***



Seit 2007 über  
160.000 Eltern  
in mehr als 6.200  
Veranstaltungen  
erreicht.



**Rund 100.000  
Materialien  
verteilt \***

\* Angaben für das Jahr 2015

„Was hörst du?“ heißt der Promifragebogen im regelmäßig erscheinenden AUDITORIX-Newsletter. Mit dabei waren u. a. bereits die Nachrichtensprecher Marc Bator und Gundula Gause, das DJ-Team Blank & Jones, der Fernsehkoch Nelson Müller und der Kinder-TV-Moderator Ralph Caspers (siehe Foto), bekannt aus „Wissen macht Ah!“ und der „Sendung mit der Maus“.



## AUDITORIX – Hören mit Qualität

### Hören wird oft unterschätzt

Hören ist leicht – aber Hin- und Zuhören muss man lernen. Um die Kommunikationsfähigkeit und Medienkompetenz von Kindern zu fördern, gilt es zuerst, auch ihre Sinne zu schulen. Hörbildung ist darum das Anliegen des Projekts AUDITORIX – Hören mit Qualität.

Gemeinsam von der Initiative Hören e. V. und der LfM im Jahr 2006 gestartet, setzt das Projekt auf zwei Hauptelemente: die AUDITORIX-Hörbildung sowie das AUDITORIX-Hörbuchsiegel, mit dem hervorragende Hörbuchangebote für Kinder prämiert werden. Die Projektsäule der Hörbildung läuft vor allem über die Website, die im vergangenen Jahr umfassend aktualisiert worden ist.

#### Website komplett überarbeitet

Im Herbst 2015 wurde das umfangreiche Web-Angebot von AUDITORIX mobil. Nach einem Relaunch ist es jetzt im überarbeiteten Design auch über Tablet und Smartphone nutzbar. Dafür wurden 14 Lernspiele, 6 Trickfilme und 7 Videoclips mit von Kindern geführten Interviews umgebaut. Ein großer Wissensfundus wird über audiovisuell aufbereitete Seiten präsentiert, die jeweils auf thematisch passende Hörclips, Spiele (online und offline),

Experimente und Übungen verweisen. Kinder können das leicht verständlich dargebotene Wissen dann spielerisch vertiefen. Dabei werden sie durch zahlreiche Angebote zu kreativer Arbeit angeregt, etwa zu einer Instrumentenkunde, Rezepten fürs Geräuschemachen oder Anleitungen zum Stimmtraining. Das kindgerecht ansprechende und leicht verständliche Web-Angebot erhielt mit der Comenius-EduMedia-Medaille für herausragende Qualität als pädagogisches Bildungsmedium im Juni 2016 eine besondere Auszeichnung.

#### Neuer Newsletter mit prominenter Unterstützung

Außerdem startete im Dezember 2015 ein kostenloses Newsletter-Angebot zur Hörbildung für Pädagogen und Eltern. Unter dem Titel „Hörst Du?!“ werden Schwerpunktthemen und Highlights aus dem AUDITORIX-Angebot vorgestellt. Dazu hat sich das

Team Unterstützung geholt: Pro Ausgabe kommt ein Prominenter zu Wort. So erzählten etwa Marc Bator, Gundula Gause oder Nelson Müller schon ihre ganz persönlichen Hörgeschichten rund um Stimme und Geräusche im Interview.

*„Hören ist Basis unserer zwischenmenschlichen Kommunikation und auch von Medien-Interaktion. Deshalb ist richtiges Hin- und Zuhören ein wichtiges Thema für die LfM.“*

Hanna Jo vom Hofe, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

# EU-Initiative klicksafe

## Sicherheit europaweit – auch im Netz

Bei der EU-Initiative klicksafe steht alles unter dem Motto „Mehr Sicherheit im Internet durch Medienkompetenz“. Hierbei ist es ein wichtiges Ziel, Eltern, Pädagogen und Jugendlichen die kompetente und kritische Nutzung von Internet und neuen Medien zu vermitteln. klicksafe ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet und wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt.

Im Berichtsjahr 2015/16 lagen wichtige Schwerpunkte der LfM-Arbeit innerhalb des Projekts klicksafe in den Bereichen „Mobiles Internet“, „Elternarbeit“ und „Menschen mit Zuwanderungsgeschichte“. Dazu passt, dass der preisgekrönte Spot „Wo ist Klaus?“, mit dem klicksafe schon seit 10 Jahren den Schutz von Jugendlichen vor rassistischen, pornografischen oder gewaltverherrlichenden Inhalten im Netz fordert, nun in noch weitere Sprachen übersetzt wurde. Seit Ende 2015 ist der Clip auch in Arabisch und Mazedonisch zu sehen. Damit sind es nun insgesamt 17 Sprachen, in denen der nach wie vor aktuelle Clip verfügbar ist.

„Extrem im Netz“ lautete im Berichtszeitraum das klicksafe-Schwerpunktthema zum Safer Internet Day 2016. Anlässlich des europaweiten Aktionstages entstand unter anderem eine multimediale Aktionsseite im Netz, auf der auch verschiedene Videospots zum Thema Hassbotschaften und virtuelle Hetze zu sehen waren. Abgesehen von solcher anlassbezogener Kommunikation stellt klicksafe auch eine Vielzahl von Informations- und Arbeitsmaterialien zu Themen wie Cybermobbing, Persönlichkeitsrechte im Netz und vielem mehr zur Verfügung.

### Von Video-Serie und App bis Unterrichtsmaterial

Ein Fokus bei klicksafe-Projekten liegt immer auf der möglichst zielgruppen-

gerechten Ansprache. So auch bei der Videoclip-Reihe „Truth be told“, die über verschiedene Negativerfahrungen mit digitalen Medien berichtet, etwa zu Pornos, Gewaltvideos oder Cybermobbing. Dazu wurden reale Jugendliche gecastet, die mit dem jungen Publikum auf Augenhöhe kommunizieren. Ebenfalls in die Kommunikationswelt junger Menschen passt die Erste-Hilfe-App bei Cybermobbing, die auch von Jugendlichen mitentwickelt wurde. In der inzwischen zweifach preisgekrönten App werden konkrete Verhaltenstipps gegeben, rechtliche Informationen und Links zu Beratungsstellen sowie Tutorials zum Melden, Blockieren oder Löschen von beleidigenden Kommentaren auf Social-Media-Plattformen angeboten. Und auch Materialien für Pädagogen hat die Initiative im Angebot. Dazu zählt aktuell das Unterrichtsmaterial zum Thema „Always on“, das zahlreiche Informationen, Arbeitsblätter und weitere Anregungen zum bewussten Umgang mit digitalen Medien – etwa mit dem Selbstversuch „Handyfasten“ – enthält.

### Preise vergeben, Preise erhalten

Neben der Entwicklung von eigenen Kampagnen zeichnet klicksafe regelmäßig auch die Projekte anderer Akteure aus. Etwa mit dem „klicksafe Preis für Sicherheit im Internet“, der im Sommer 2015 schon zum neunten Mal vergeben wurde. 2015 erhielt die Theatergruppe PlayBack aus Berlin die Trophäe für ihre beiden Stücke „Gefällt mir“

und „Log in“, die sich mit den Phänomenen Cybermobbing und Sexting auseinandersetzen. An die Aufführungen, die zu einem verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Netzwerken sensibilisieren, schließt das Ensemble stets ein interaktives Publikumsgespräch mit den jungen Zuschauern an und schafft so ein besonders eindrückliches Erlebnis. Im Jahr 2016 wurde der Preis zum 10. Mal vergeben, diesmal zum Thema „Courage im Netz“.

Auch klicksafe selbst erhielt im Berichtszeitraum eine Auszeichnung. So wurde der Mediennutzungsvertrag von klicksafe und dem Internet-ABC mit dem „Pädi 2015“ in der Kategorie „Sonderpreis für Familienangebote“ ausgezeichnet. Der Preis wird von der medienpädagogischen Facheinrichtung „SIN – Studio im Netz“ für pädagogisch wertvolle Medienangebote für Kinder und Jugendliche vergeben. Mit dem Mediennutzungsvertrag (Abruf des Onlinetools unter [www.mediennutzungsvertrag.de](http://www.mediennutzungsvertrag.de)) wird ein wirksames Vermittlungswerkzeug für die Verständigung zwischen Kindern und Eltern angeboten, das dabei hilft, Konflikte rund um TV und Internet konstruktiv zu lösen.





■ Flagge zeigen: Schauspielerin Emilia Schüle und YouTuber Rob Zehn beim SID 2016

*„Das Besondere an klicksafe ist seine Reichweite: Das Projekt agiert bundesweit, ist international vernetzt und bietet sowohl für Pädagogen als auch für Eltern und Jugendliche umfangreiche Materialien. Und bei der Zielgruppe ist es sehr bekannt und beliebt.“*

Mechthild Appelhoff, Abteilungsleiterin Förderung

#### Versand

**637.855 Materialien**

(Projekt klicksafe, April 2015 bis Mai 2016)

#### Die Top 3 Bestellungen

**54.491** „Internet-Tipps für Jugendliche“

**49.713** „Regeln finden – Streit vermeiden. [www.medien-nutzungsvertrag.de](http://www.medien-nutzungsvertrag.de)“

**48.381** „Tipps fürs digitale (Über)Leben – Von uns für euch“



■ In der Videoclip-Reihe „Truth be told“ erzählen Jugendliche über negative Medienerfahrungen.



## Internet-ABC

# Souverän und sicher – ein guter Einstieg ins Netz

Ein sicherer Ratgeber und guter Startpunkt ins WWW: Das ist das Internet-ABC. Die Plattform richtet sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren sowie an Eltern und Pädagogen. Mit jeweils zielgruppenspezifischem aufbereitetem Basiswissen will das Internet-ABC die Computer- und Internetkompetenzen der Nutzer fördern und ihre Selbstverantwortung stärken. Dafür stellt es Kindern, Eltern und Pädagogen umfangreiche Materialien zur Verfügung, die insbesondere im schulischen Kontext vielseitig Anwendung finden. Bei jungen Nutzern sind vor allem der „Surfschein“, der in einem Quiz die Internetkompetenz testet sowie die Rubrik „Baukasten“ mit vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten besonders beliebt. Neben der Website bietet das Internet-ABC auch Broschüren und Unterrichtsmaterialien in gedruckter Form an.

### Die Top 3 Bestellungen

**13.138** „Tipps zum Einstieg von Kindern ins Netz“

**8.787** „Wissen, wie's geht! Mit Spaß und Sicherheit ins Internet - CD-ROM“

**8.059** „Recherchieren lernen mit dem Internet“



### Versandaktion

170.000 Exemplare „Tipps für Eltern zum Einstieg von Kindern ins Netz“ an Eltern von Drittklässlern verteilt



■ So einfach geht's: Konflikte um Medien sind lösbar

### **Mobiler, einfacher, besser**

Ende des Jahres 2015 wurde der digitale Auftritt vom Internet-ABC umfassend überarbeitet. Bislang zweigeteilt, bietet die Website nun drei separate Bereiche für Kinder, Erwachsene und Pädagogen, die dadurch noch gezielter angesprochen werden. Die Navigation wurde vereinfacht und unter anderem mit einem Farbleitsystem versehen, während die Technik nun auch die mobile Nutzung mit Tablets oder Smartphones unterstützt. Der beliebte Surfschein, mit dem Kinder ihr Wissen über das Internet testen können, wurde aktualisiert. Weitere Inhalte werden ebenfalls überarbeitet. So werden beispielsweise die Lernmodule für Kinder sukzessive neu gestaltet. Nach der Fertigstellung (voraussichtlich im Sommer 2017) sind alle Module in unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen verfügbar und entsprechend gekürzt und vereinfacht. Gerade für sehr junge oder leseschwache Nutzer werden viele Inhalte vertont und per Mausklick anhörbar gestaltet. Die Rubrik für Lehrkräfte wurde unter anderem mit dem neuen Bereich „Länderprojekte“ ausgestattet, mit

dem Pädagogen nun Veranstaltungen, Aktionen oder Ansprechpartner direkt in ihrer Nähe finden können.

### **Das Internet-ABC in der Schule**

Die Nutzerzahlen belegen, dass das Internet-ABC überwiegend am Vormittag, also im schulischen Kontext genutzt wird. Es gibt sogar mittlerweile in sechs Bundesländern sogenannte „Internet-ABC-Schulen“. Diese haben die Inhalte vom Internet-ABC fest im Grundschulunterricht verankert, um die Internetkompetenz ihrer Schüler gezielt zu fördern. Die Umsetzung erfolgt dabei auf der jeweiligen Landesebene. In Nordrhein-Westfalen ist das Internet-ABC über die Einbindung seiner Inhalte fester Bestandteil des in 2012 von der Landesregierung eingeführten Medienpasses NRW. Darüber hinaus bietet die LfM fortlaufend Qualifizierungsangebote zum Internet-ABC in Form von Lehrkräfte-Workshops an, um für den konkreten Einsatz vor Ort zu schulen. Ferner spielt das Projekt im Rahmen der Initiative Eltern+Medien eine zentrale Rolle. Die Materialien und das Angebot werden eng in die Qualifizierung der Referenten eingebunden. Bei den Eltern-

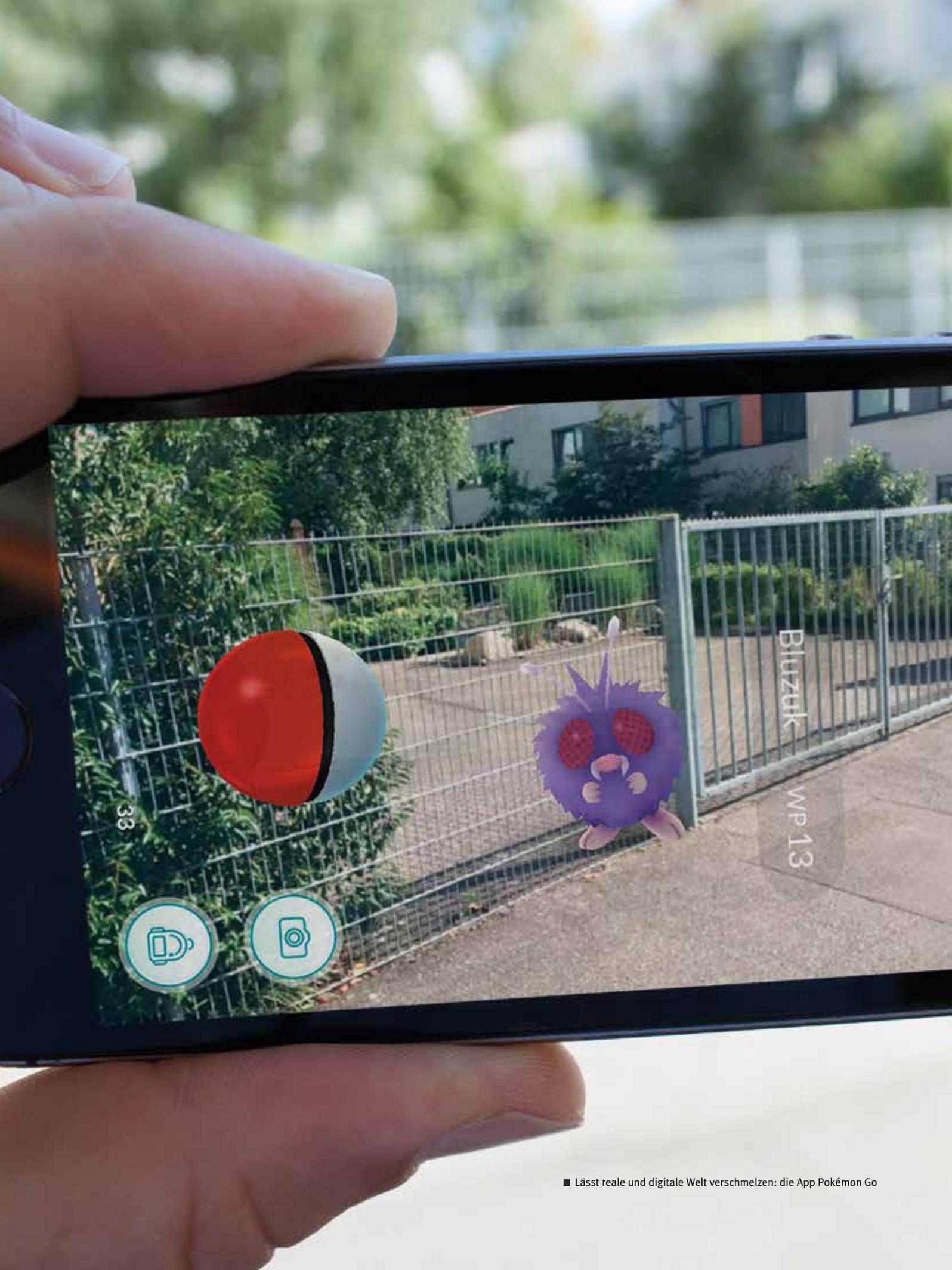
abenden zum Thema Internet im Vor- und Grundschulbereich sowie bei fünften und sechsten Klassen wird der Bereich für Kinder sowie für Eltern als konkrete Empfehlung für den sicheren Einstieg ins Netz sowie zur Begleitung der Kinder vorgestellt. Im Berichtszeitraum wurde an die Eltern aller Drittklässler in NRW gemeinsam mit dem Projekt FLIMMO auch die Internet-ABC-Broschüre „Tipps für Eltern zum Einstieg von Kindern ins Netz“ verteilt – insgesamt rund 170.000 Exemplare.

### **Konflikte lösen – per Vertrag**

Ebenfalls aus dem Kosmos des Internet-ABC stammt das Projekt Mediennutzungsvertrag, das gemeinsam mit der Initiative klicksafe entwickelt wurde. Mit diesem Angebot können Eltern und Kinder mögliche Konflikte rund um die Mediennutzung effektiv lösen. Dafür erhielt das Projekt die Auszeichnung „Pädi 2015“ in der Kategorie „Sonderpreis für Familienangebote“.

*„Am Internet-ABC ist besonders seine Bandbreite hervorzuheben: Kinder, Eltern und Pädagogen, für alle hält das Angebot Spannendes und Interessantes bereit. Aber besonders freut uns, dass es gerade von der jungen Zielgruppe angenommen wird, obwohl es kein Spieleangebot im klassischen Sinne ist. Das belegen die zahlreichen Kommentare auf der Website.“*

Mechthild Appelhoff, Vorsitzende des Vereins Internet-ABC e. V.



■ Lässt reale und digitale Welt verschmelzen: die App Pokémon Go

# Handysektor Always on?

98 Prozent der Jugendlichen in Deutschland besitzen ein Handy oder Smartphone. Sie chatten von früh bis spät, drücken ihre Gefühle mit Emojis aus und verschicken Selfies von sich. Doch die Welt der mobilen Medien birgt Risiken. Themen wie Cybermobbing, Sexting, jugendgefährdende Inhalte oder Abo-Kostenfallen sind die Kehrseite der Medaille. Die Plattform Handysektor greift diese und viele weitere Themen auf, sensibilisiert und informiert die junge Zielgruppe. Daneben werden für Eltern und Pädagogen praktische Tipps für den Alltag und viel Hintergrundwissen zusammengestellt.

## Digitale Erste Hilfe

Gerade für Lehrkräfte bietet der Handysektor immer wieder neue, innovative Ansätze für Unterricht und Notfälle rund um Handy & Co. Etwa den „Digitalen Erste-Hilfe-Kasten“ in der Pädagogenecke. Hier finden die Lehrkräfte für alle „Smartphone-Krisen“ thematisch sortierte Hilfestellungen, mit Ansprechpartnern und Beratungsstellen sowie entsprechendem Unterrichtsmaterial.

## Always on und Handyfasten

Gemeinsam mit der Initiative klicksafe wurde Anfang 2016 die Unterrichtsreihe „Mobile Medien – neue Herausforderungen“ vorgestellt. Ihr erstes Thema „Always on“ behandelt die Problematik der ständigen Verfügbarkeit durch mobile Medien und daraus resultierende Effekte wie Stress oder Abhängigkeit. In diese

Richtung geht auch die vom Handysektor entwickelte Aktion „Real Life Challenge“. Hierbei können sich die Schüler mit Hilfe eines analogen Kartenspiels die Bedeutung der digitalen Kommunikation für ihren Alltag bewusst machen – und sich gegenseitig zu kleinen Aufgaben herausfordern.

## Handysektor kommt in die Schule

Eingebettet in das Angebot der Medienscouts NRW, machte der Handysektor mobil: Für die Aktionswoche „Handy(sektor) in der Schule“ wurde Ende 2015 die Zusatzqualifikation „Mobile Medien“ angeboten. Die Nachfrage war so groß, dass die Aktion bis Anfang 2016 erweitert werden musste. Über 50 Schulen meldeten sich an, insgesamt über 600 Medienscouts erhielten die entsprechende Schulung.

*„Für Jugendliche ist das Handy das Alltagsmedium Nr. 1 – zum Kommunizieren, Informieren und Unterhalten. Handysektor will dabei ihr Alltagsbegleiter sein, damit das alles gut klappt.“*

Antje vom Berg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

## Die Top 3 Bestellungen

**45.265** „Opfer, Schlampe, Hurensohn/ Gegen Mobbing“

**43.517** „Das Netz vergisst nichts“

**27.257** „Apps to go“



■ juuport-Scouts: Julia, Adrian, Jasmin, Sarah, Naomi, Jonas

*„Jugendlichen ist es – verständlicherweise – etwas unangenehm, mit Erwachsenen über ihre Probleme und negativen Erlebnisse im Netz zu sprechen. Vor allem Mobbingopfer schämen sich oftmals, da sie dazu neigen, die Schuld bei sich selbst zu suchen. Auf juuport.de haben sie die Möglichkeit, zunächst einmal ganz niedrigschwellig, anonym und mit Gleichaltrigen darüber zu sprechen und weitere Schritte abzuwägen.“*

Christina Rhode, Netzwerkarbeit  
Medienkompetenz und Vorstandsmitglied  
juuport e. V.

## juuport Lieber Gleichaltrige fragen

juuport ist eine Selbstschutz-Plattform von Jugendlichen für Jugendliche, die ganz auf den Dialog mit und unter Gleichaltrigen setzt. Ehrenamtliche Scouts im Alter von 15 bis 21 Jahren, von Experten qualifiziert und begleitet, beraten die überwiegend jungen Nutzer der juuport-Plattform zu allen Fragen rund ums Internet – ob Datenschutz, Mobbing, Technik oder soziale Netzwerke.

### Das Netzwerk wächst

Zum fünfjährigen Jubiläum der Plattform organisierte die NLM im Sommer 2015 die gut besuchte Tagung „Jugend engagiert sich im Netz“ in Hannover, bei der auch eine Kooperation mit U25 entstand, der Suizid- und Krisenberatung für Jugendliche. Daneben waren die Scouts und das juuport-Team auch auf einer Vielzahl weiterer Veranstaltungen ver-

treten, so etwa auf der Bildungsmesse didacta, dem Evangelischen Kirchentag, der YOU in Berlin und vielen weiteren Fachveranstaltungen rund um Jugend- und Medienthemen. Neben der Live-Präsenz auf Messen und Events wurde auch die digitale Präsentation von juuport erweitert: Auf <https://instagram.com/juuport> ist juuport nun auch in Bildern erlebbar.

### Mehr Scouts ausgebildet

Um dem steigenden Beratungsbedarf gerecht zu werden, wurden auch im Berichtszeitraum weitere Scouts ausgebildet. In Bremen, Oldenburg und Kassel gab es Schulungen, außerdem wurden zwei Scout-Arbeitstreffen organisiert, die für Austausch und Kompetenzerweiterung sorgten.

# DigiScan. Dein Medien-Update Auf Augenhöhe

Der DigiScan ist ein auf Jugendliche zugeschnittenes Informationsangebot, das jugendaffin aufbereitete Inhalte direkt aufs Smartphone liefert. Dafür nutzt DigiScan die Broadcast-Dienste der Messenger WhatsApp und Telegram, sendet aber auch einen klassischen Mail-Newsletter. Damit sollen die Empfänger unmittelbar über aktuelle Medienthemen informiert werden.

Der DigiScan verlinkt auf Nachrichten, die die Plattformen Handysektor und klicksafe extra für die Zielgruppe aufbereitet haben. Aber auch auf andere ausgewählte Angebote wird verwiesen, die ansprechende Infos zu den Themen Apps, soziale Medien und digitale Trends für die jugendliche Zielgruppe bereithalten.

## **Unterstützen, motivieren, informieren**

Ziel des Informationsangebots ist es, Schüler möglichst auf Augenhöhe anzusprechen und sie in medienpädagogische Prozesse einzubeziehen. Damit folgt der DigiScan dem Trend, das Wissen und die digitalen Kompetenzen von Jugendlichen zu nutzen, um eine kritische Auseinandersetzung innerhalb

von Lern- und Interaktionsprozessen zu fördern. Ein anderes Beispiel neben den erwähnten Plattformen Handysektor und klicksafe ist auch das Peer-to-Peer-Projekt Medienscouts NRW, das Schüler

aktiv in die Arbeit mit Gleichaltrigen einbindet. Seit Sommer 2015 wird DigiScan in einer Pilotphase mit den Medienscouts getestet, das Angebot richtet sich aber ausdrücklich an alle Interessierten.

*„Mit DigiScan erreichen wir Jugendliche über die Kanäle, die sie sowieso intensiv nutzen, etwa Messenger wie WhatsApp. Und auch die Inhalte sind so ausgewählt und aufbereitet, dass sie Jugendliche ansprechen.“*

Antje vom Berg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz



## Fernsehen mit Kinderaugen

Fernsehen ist noch immer das Leitmedium von Kindern und eine häufige Quelle für Auseinandersetzungen in der Familie. Aber wie lange – und vor allem was dürfen die Kinder sehen? Hilfestellung gibt hier der FLIMMO, die TV-Programmberatung für Eltern und Erziehende. Als Broschüre erscheint er dreimal jährlich und kann von Kitas und Grundschulen angefordert werden.

Auch liegt er in Arztpraxen, Apotheken, Büchereien und anderen Einrichtungen aus. Seit 2013 gibt es den FLIMMO in länderspezifischen Ausgaben, in NRW liegt die Jahresauflage bei etwa 240.000 Exemplaren. Zusätzlich wird er im Rahmen der Elternveranstaltungen der Initiative Eltern+Medien eingesetzt. Darüber hinaus hat die LFM im Jahr 2015 alle Eltern von Drittklässlern in den Grundschulen Nordrhein-Westfalens mit dem FLIMMO versorgt – insgesamt rund 170.000 Exemplare.

### Auch im Web und als App

Als Ergänzung zur Broschüre bieten die Internetseite [www.flimmo.de](http://www.flimmo.de) sowie die FLIMMO-App (für iOS und Android) ebenfalls den schnellen Überblick über das aktuelle Programm der nächsten sieben Tage sowie präsentieren und bewerten jede Woche neue Highlights aus dem laufenden Fernsehprogramm. Besprechungen zu Sendungen, die gerade nicht im Fernsehen laufen, sind

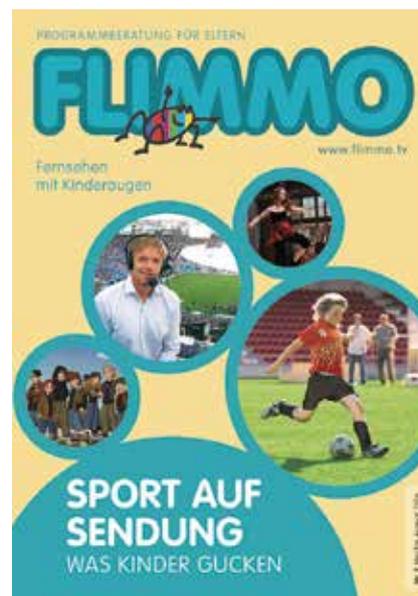
im Sendungsarchiv zu finden. Hier sind inzwischen Bewertungen von über 10.000 Sendungen abrufbar. So können sich Eltern über Sendungen informieren, die sich Kinder jenseits des linearen Programmangebots ansehen wollen, etwa zeitversetzt über Mediatheken oder DVDs. Damit trägt der FLIMMO dem sich ändernden Nutzungsverhalten Rechnung. Außerdem bietet die Internetseite eine komfortable Suchfunktion für öffentliche Bezugsstellen des FLIMMO in der Nähe des Nutzers.

### Mehr als nur Fernsehen

Da inzwischen neben dem Fernsehen auch das Internet oder Computer- und Konsolenspiele für Kinder zunehmend an Bedeutung gewinnen, bietet der FLIMMO viele weitere Tipps. Diese werden von anerkannten Projekten wie zum Beispiel dem Internet-ABC, dem Spielesachverständigenrat NRW, dem Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF), der Stiftung MKFS und [jugendschutz.net](http://jugendschutz.net) für jede Ausgabe zugestellt.

*„Das Besondere am FLIMMO ist die Perspektive der Kinder. Hier geht es bei allen Bewertungen darum, was Kinder wollen und mögen, wie sie die Dinge verstehen und verarbeiten.“*

Rainer Smits, Referent für Medienkompetenz und Vorstandsmitglied  
Programmberatung für Eltern e. V.



### Versandaktion:

170.000 Exemplare an Eltern von Drittklässlern verteilt



## Initiative Medienpass NRW

### Medien-Lernen mit Pass

Drei Bausteine, zwei Aufgaben: Kinder und Jugendliche in Schulen und Jugendhilfeprojekten für das Thema Medienkompetenz begeistern und gleichzeitig Lehrkräfte bei der Vermittlung unterstützen.

Um seine Aufgaben zu erfüllen, bedient sich das Projekt dreier Bausteine. Zum ersten stellt es einen Kompetenzrahmen zur Verfügung, der Erziehenden und Lehrkräften Orientierung über die angestrebten Medienkompetenzen bietet. Zum zweiten beinhaltet es einen Lehrplankompass, der Verbindungen zu den Lehrplänen aufzeigt sowie praktische Hinweise und Anregungen für die Umsetzung gibt. Und das namensgebende Herzstück ist der eigentliche Medienpass, mit dem Schüler ihre Kompetenzen selbst dokumentieren und zur weiteren Beschäftigung und Erlangung weiterer Fähigkeiten motiviert werden.

#### **Angebot auf drei Altersstufen ausgebaut**

Beginnend mit einer Erprobungsphase wurde die Reichweite des Medienpasses sukzessive erhöht und erweitert. Heute ist er nicht nur in einer Version für Grundschulen erhältlich, sondern auch für den Einsatz in der fünften und sechsten Klasse sowie in einer digitalen Version für die Klassen 7 bis 10 adaptiert. Die Initiative Medienpass NRW wird getragen vom Ministerium für Schule und Weiterbildung, der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen,

*„Unser Engagement im Rahmen der Landesinitiative ‚Medienpass NRW‘ ist eine tolle Gelegenheit, gemeinsam mit der Landesregierung NRW und der Medienberatung NRW vernetzt und koordiniert für NRW zusammenzuarbeiten.“*

Dr. Meike Isenberg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

der LfM sowie der Medienberatung NRW. Eine Ende des Jahres 2015 von der LfM vorgestellte Studie zum Einsatz des Medienpasses in Grundschulen bescheinigt den Projektnutzen: Lehrkräfte erachten ihn als gut und hilfreich für die Vermittlung von Medienkompetenz – sein Einsatz in den Schulen sei jedoch noch ausbaufähig.

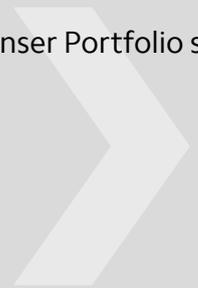
## Medienkompetenzprojekte

# Einzelthemen

### Flexibel auf (Bildungs-)Bedarf reagieren

Während unsere kontinuierlichen Angebote meist umfangreiche Themenkomplexe abdecken und langfristig begleiten, können wir mit Einzelthemen punktuell und kurz- oder mittelfristig auf Entwicklungen reagieren. So gibt es im Kanon unserer Medienkompetenzprojekte auch immer wieder Publikationen oder Veranstaltungen, die eher monothematisch angelegt sind und nur einen oder einige wenige Aspekte eines Themas herausgreifen und gezielt aufbereiten.

Erst das Zusammenspiel aus kontinuierlichen Angeboten und Einzelthemen lässt unser Portfolio so umfassend und aktuell werden.



## Kinder und Onlinewerbung

Idee	Kinder (und Eltern) für Werbung im Internet sensibilisieren und im Umgang damit schulen. Dafür dienen ein Elternratgeber plus Internetseite sowie ein eigens erstelltes Spiel für Kinder.
Partner	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
Online	<a href="http://www.kinder-onlinewerbung.de">www.kinder-onlinewerbung.de</a>
Projektleitung	Rainer Smits, Antje vom Berg

## Alltagsintegrierte Medien- und Sprachbildung in Kindertageseinrichtungen

Idee	Die Bildungsaufgaben „Medienkompetenz“ und „Sprachbildung“ in der Kita miteinander sinnvoll verknüpfen und die Eltern mit einbinden. Zwei Publikationen mit Übungen werden parallel zu Hause und in der Kita eingesetzt.
Partner	Landesweite Koordinierungsstelle der Kommunalen Integrationszentren (LaKI)
Online	<a href="http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/kinder-medien-sprache.html">www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/kinder-medien-sprache.html</a>
Projektleitung	Christina Rhode

## Informationskompetenz

Idee	Erwachsene Mediennutzer im Umgang mit Informationen im Internet unterstützen und aufklären. Dazu dient ein Kurskonzept für die Erwachsenenbildung mit verschiedenen Handreichungen.
Partner	Verband der Bibliotheken des Landes NRW e. V., Deutsche UNESCO-Kommission e. V.
Online	<a href="http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/informationskompetenz.html">www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/informationskompetenz.html</a>
Projektleitung	Christina Rhode

## tv.profiler

Idee	Schüler mit einzelnen Unterrichtseinheiten für problematische Fernsehformate sensibilisieren. Pro Ausgabe wird ein Einzelthema analysiert. Lehrkräfte erhalten dazu Hintergrundinformationen und Kopiervorlagen.
Partner	Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
Online	<a href="http://www.lfm-nrw.de/publikationen">www.lfm-nrw.de/publikationen</a>
Projektleitung	Hanna Jo vom Hofe, Barbara Banczyk, Dr. Meike Isenberg

## Medienkompetenzvermittlung in der Lehrerbildung

Idee	LfM-Materialien nutzen, um das Thema Medienkompetenz in der Lehrerbildung zu stärken.
Partner	Zentren für schulpraktische Lehrerbildung Köln und Münster
Projektleitung	Hanna Jo vom Hofe, Martin Müsgens



## Kinder und Onlinewerbung

### Wie erkennen Kinder Werbung?

Aus der Forschung direkt an die Zielgruppe: Im Jahr 2014 veröffentlichte die LfM die Ergebnisse einer gemeinsam mit dem BMFSFJ beauftragten Studie zum Thema „Kinder und Onlinewerbung“. Wissenschaftler des Hans-Bredow-Instituts hatten verschiedene Werbeformen im Internet und ihre Rezeption durch junge Nutzer untersucht.

Das Ergebnis: Kinder haben oft Probleme beim Erkennen von Werbebotschaften, die sich ihrer Umgebung gestalterisch angleichen oder inhaltliche Bezüge aufweisen. Auch wird Werbung oft als Nutzungshindernis wahrgenommen, des Weiteren tauchen Datenschutzfragen auf.

#### **Ist ein Cookie eine Kochhilfe?**

Die Ergebnisse der Studie flossen direkt in den Elternratgeber „Kinder und Onlinewerbung“ ein, der Hintergrundwissen, Tipps und konkrete Hilfestellungen für Eltern und Kinder liefert. Analog dazu gibt es das Internetportal [www.kinder-onlinewerbung.de](http://www.kinder-onlinewerbung.de). Außerdem entstand das seit August 2015 erhältliche Brettspiel „Verflixte Werbeklicks“, das mit Fragen wie „Ist ein Cookie eine Kochhilfe?“ auf spielerische und unterhaltsame Art für Werbe- und Datenschutzthemen sensibilisiert.

*„Kinder müssen inzwischen nicht mehr nur lernen, wie Werbung im Fernsehen, sondern auch im Internet funktioniert. Die Unterscheidung zwischen Inhalten und Werbebotschaften im Netz ist jedoch aus kindlicher Sicht viel komplizierter, weil sich beides stärker vermischt.“*

Rainer Smits, Referent für Medienkompetenz

*„Unsere Angebote rund um das Thema Kinder und Onlinewerbung sollen Familien und Fachkräfte dabei unterstützen, die kindliche Werbekompetenz im Internet zu stärken!“*

Antje vom Berg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

# Informationskompetenz

## Die Nutzer wissen nicht, was sie nicht wissen ...

Die Auswahl digitaler Angebote im Internet ist gigantisch – so entsteht schnell der Eindruck, dass eine Vielfalt von Informationen automatisch gegeben ist. Ein Trugschluss. Denn Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder andere virtuelle Plattformen treffen zunehmend eigene Entscheidungen, welche Inhalte von wem und wann gefunden werden.



Als sogenannte Intermediäre machen sie Inhalte erst auffindbar, verlinken sie oder betten sie in den personalisierten Nachrichtenstrom – wie die Timeline auf Facebook – ein. Dabei treffen Algorithmen Entscheidungen, die durchaus auch wirtschaftlich oder strategisch motiviert sein können und vor allem für die Nutzer nicht erkennbar sind. Dass der Informationsstand der Nutzer rund um die Entstehung ihrer Suchergebnisse grundsätzlich sehr unterschiedlich ist, zeigte auch eine Forsa-Umfrage, die die LfM im Juni 2016 durchführen ließ. So meinten beispielsweise 37 Prozent der Befragten, dass die Mitarbeiter von Google über die Wichtigkeit von Internetseiten bestimmen würden.

### Aufklärung ist gefragt

So ist es ein wichtiges Anliegen für die LfM, die Nutzer darüber aufzuklären, dass ein Suchergebnis oder eine Nachricht als Ergebnis einer Vorselektion zu ihnen gelangt und dass die Intermediäre damit über Meinungsbildung und letztendlich Demokratie mitentscheiden. Dies ist nur ein Aspekt des Themenbereichs „Informationskompetenz im Netz“, den die LfM

*„Die Nutzer wissen nicht, was sie nicht wissen, und verstehen das Recherchieren und Bewerten von Informationen daher gar nicht als Problem. Die LfM möchte entsprechend proaktiv Aufklärung über die Hintergründe und Interessen der Anbieter leisten. Zumindest sollte sich jeder Nutzer im Klaren über die Verwendung und Auswertung seiner Daten sein, um bewusst und kompetent entsprechende Entscheidungen für sich treffen zu können.“*

Christina Rhode, Referentin für Netzwerkarbeit Medienkompetenz

in Kooperation mit dem Verband der Bibliotheken des Landes Nordrhein-Westfalen (vbnw) und mit der Deutschen UNESCO-Kommission angegangen ist. Um den kompetenten Umgang von Mediennutzern mit Informationen zu unterstützen, ist ein Kurskonzept für Bildungseinrichtungen entstanden. Dozenten erhalten ein modular ausgearbeitetes Paket, das ihnen erlaubt, solche Kurse mit möglichst wenig Aufwand durchzuführen. Alle

Publikationen und mehr Hintergrundinformationen gibt es dazu auch in einem Themendossier im Medienkompetenzportal NRW.

Im Sommer 2015 fanden ergänzend zu den ersten LfM-Schulungen im Rahmen von Train-the-Trainer-Workshops auch weitere Schulungen von Bibliotheksmitarbeitern durch die „Fachstelle für Öffentliche Bibliotheken NRW“ in Düsseldorf und Bielefeld statt.

# Alltagsintegrierte Medien- und Sprachbildung in Kindertageseinrichtungen

## Sprache lernen mit Medienthemen

Grundidee des Projektes ist es, Medienkompetenz und Sprachbildung als Querschnittsaufgaben des pädagogischen Alltags in Kitas miteinander zu kombinieren. Wie auch im Kinderbildungsgesetz (KiBiz) von NRW definiert, ist die sogenannte „alltagsintegrierte“ Sprachbildung eine zentrale Bildungsaufgabe.

Sie soll also unmittelbar an der Lebenswelt und den Interessen der Kinder ansetzen. Da nun Medien schon auf Kinder im Vorschulalter eine große Faszination ausüben, liegt der Schluss nahe: Sprachbildung und Medienkompetenzförderung sind eine gute Kombination. Dafür kooperiert die LfM mit der Landesweiten Koordinierungsstelle der Kommunalen Integrationszentren (LaKI).

### Erziehungspartnerschaft von Kita und Eltern

Die für diesen Ansatz erstellten Materialien setzen auf dem schon bewährten Projekt „Rucksack KiTa“ der LaKI auf, bei dem Erzieher und Eltern parallel arbeiten. So haben LaKI und LfM gemeinsam zwei parallele Publikationen zum Themenbereich „Medien“ erarbeitet. Klar strukturiert und verständlich aufbereitet, bieten sie Hintergrundinformationen sowie ein Paket an praktischen Übungen, die mit den Kindern in der Kita und möglichst gleichzeitig zu Hause (ggf. in der Herkunftssprache) durchgeführt werden können. Mit Kamera oder Handy Bilderrätsel gestalten, eigene Trickfilme und Hörspiele erstellen oder

Werbeprodukte erkennen und sich damit kritisch auseinandersetzen – so lernen die Kinder auf spielerische Weise, mit Medien und Sprache bewusst umzugehen.

Die Materialien werden außerdem nicht nur bei medienpädagogischen Schulungen verwendet, sondern stoßen auch bundesweit auf Interesse. Insgesamt wurden sie in der Printversion schon weit über 10.000 Mal kostenlos von der LfM verschickt. Einen praktischen Überblick finden Interessierte auch in einem Dossier im Medienkompetenzportal NRW.

*„Medien- und Sprachbildung sind zwei bedeutende Bildungsaufgaben, die sich gegenseitig ergänzen und gleichermaßen sinnvoll wie auch effektiv miteinander kombinieren lassen.“*

Christina Rhode, Referentin für Netzwerkarbeit Medienkompetenz



### Eltern-Publikation:

7.000 Stück bei LfM bestellt + 1.300 Downloads

### Kita-Publikation:

4.700 Stück bei LfM bestellt + 1.300 Downloads



# Fernsehalltag als Unterrichtseinheit



Alpträume vom Fernsehen, Probleme beim Einschlafen – viele Eltern von Kindern im Vor- oder Grundschulalter kennen das. Oft sind Angsterlebnisse die Ursache und oft sind es Filme oder Fernsehsendungen, die sie auslösen.

Dabei werden die ängstigenden Erlebnisse eher selten alleine gemacht. Eltern, Großeltern oder ältere Geschwister sind oft mit dabei, schätzen aber die Situation falsch ein. Wie es zu Angstsituationen kommt und was man dagegen tun kann, ist Thema des aktuellen tv.profiler mit dem Titel „Angst im Fernsehen“, der erstmals zusammen mit einer Begleitbroschüre für Eltern erschienen ist.

## **Thema für eine Schulstunde**

Der tv.profiler wird gemeinsam mit dem Internationalen Zentralinstitut für das

Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) entwickelt. Er greift medienpädagogische oder jugendschutz-rechtliche Problemfelder aus dem TV-Alltag von Kindern und Jugendlichen anhand aktueller Beispiele innerhalb einer Schulstunde auf. So bietet jede Ausgabe Anregungen für Schüler sowie Hintergründe und Kopiervorlagen für die Lehrkräfte. Während sich die Ausgaben zu „Germany’s next Topmodel“, „Scripted Reality“ und „Musik-Castingshows“ an Schüler der Sekundarstufe I richten, ist „Angst im Fernsehen“ der erste tv.profiler für die Grundschule.

*„Mehr als die Hälfte der 6- bis 9-jährigen Kinder hat regelmäßig Angst beim Fernsehen. Grund genug für die LfM, gemeinsam mit dem IZI Material für Schule und Eltern auf den Weg zu bringen, das den Ängsten auf den Grund geht und Kinder im Umgang damit stärkt.“*

Hanna Jo vom Hofe, Referentin für Forschung und Medienkompetenz

# Pilot „Medienkompetenzvermittlung in der Lehrerbildung“

## Lehrkräfte als Medienexperten

Angehende Lehrer müssen in zweifacher Hinsicht in Medienthemen qualifiziert sein. Einerseits ist der Erwerb von Grundlagenwissen über die Medienwelt von Kindern und Jugendlichen erforderlich: Wie werden Medien genutzt und welche Risiken und Chancen sind damit verbunden? Andererseits müssen Lehrer in der Lage sein, dieses Wissen sowie ihr eigenes Mediennutzungsportfolio für die Lehre nutzbar zu machen, um Medienkompetenz vermitteln zu können.

Diese Vermittlung bietet zahlreiche Anlässe für Qualifizierungen im überfachlichen und fachdidaktischen Bereich.

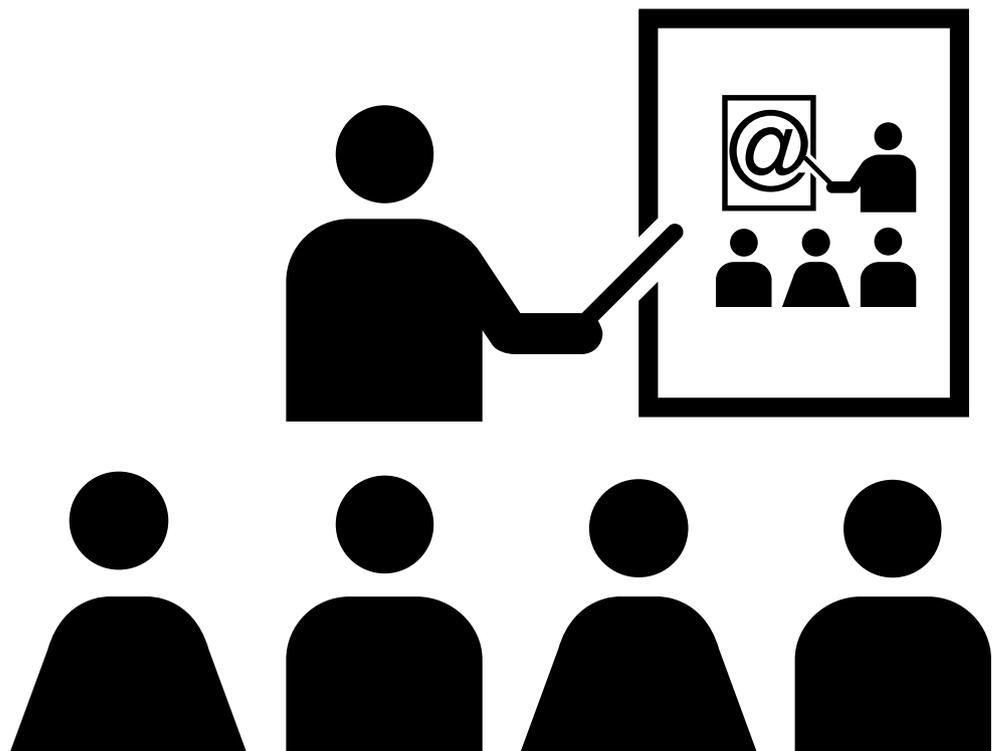
### Fachleiter unterstützen

Die LfM hält aus unterschiedlichen Projektkontexten zahlreiche Materialien bereit, die einen Einstieg im Rahmen der Lehrerbildung erleichtern und einen (schul-)praktischen Zugang zum Thema Medienkompetenz ermöglichen.

Vor diesem Hintergrund hat die LfM mit den Zentren für schulpraktische Lehrerbildung in Köln und Münster einen gemeinsamen Piloten gestartet. Hierbei soll eruiert werden, wie die Fachleiter durch einen eintägigen Fachtag auf Grundlage des medienpädagogischen Angebots der LfM im Bereich „Medienkompetenzvermittlung in der Lehrerbildung“ praxisnah und zielführend unterstützt werden können.

*„Lehrkräfte müssen Medienexperten sein – da führt kein Weg dran vorbei. Die Lehrerbildung ist hierfür Dreh- und Angelpunkt. Wir freuen uns deshalb sehr über die Kooperation und haben Lust, die Qualifizierung mit unserem Angebot zu unterstützen.“*

Hanna Jo vom Hofe, Referentin für  
Forschung und Medienkompetenz







## Veranstaltungen

# Nah dran – nur selten gelingt dies so gut wie bei den Veranstaltungen vor Ort.

In der unmittelbaren Kommunikation von Mensch zu Mensch können fachkundige Referenten ihre Inhalte individuell und präzise vermitteln. Ohne Missverständnisse, ohne Umwege. Und auch das Feedback aus dem Publikum, ob von fachkundigen Experten oder interessierten Bürgern, kommt direkt an und kann diskutiert werden. Und neben dem reinen Austausch von Informationen oder Standpunkten gibt es weitere positive Effekte, wie etwa die Förderung von Kontakten und eine Stärkung vorhandener Netzwerke.

# Menschen direkt erreichen

### Tagungen und Workshops – die LfM lädt ein

Regelmäßig veranstaltet die LfM alleine oder mit Partnern verschiedene Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen – von Präsentationen eigener Forschungsprojekte über Podiumsdiskussionen bis zu Workshops. Dazu werden Experten eingeladen: Fachkräfte aus Kita, Schule und Jugendarbeit, Vertreter von Universitäten, Institutionen und Verbänden sowie andere Multiplikatoren.



### Fachtagung „Mediatisierung mobil“ 1. Oktober 2015

Welche Auswirkungen haben Smartphones auf das Leben von Acht- bis 14-Jährigen heute? Am 1. Oktober 2015 stellte das Forscherteam um Prof. Dr. Peter Vorderer von der Universität Mannheim seine Erkenntnisse dazu im Rahmen einer Fachtagung der LfM vor. Neben den Forschungsergebnissen ging es an diesem Tag auch um praktische Empfehlungen für Eltern und Pädagogen, die das Podiumsteam gemeinsam mit den rund 150 Fachbesuchern diskutierte. Weitere Beiträge stützten die Rolle der Familie als Lern- und Erfahrungsort, wiesen auf die Sicherheitseinstellungen an den Geräten hin und betonten die positiven Aspekte von Smartphone & Co. Die Tagung fand in den Medien ein ungewöhnlich breites Echo.

### Medienversammlung 28. Juni 2016

Bei der jährlich von der LfM organisierten Medienversammlung werden interessierte Bürger eingeladen, gemeinsam mit Experten über aktuelle Themen zu diskutieren und Lösungsansätze zu entwickeln. In diesem Jahr standen die beiden großen Themen „Hate Speech“ und „Algorithmen“ im Fokus der Veranstaltung. Dazu wurden erstmals die Zahlen einer zu beiden Themen durchgeführten Forsa-Studie präsentiert. Anschließend diskutierten rund 150 Besucher mit dem Expertenpanel – nicht nur live, sondern auch im Netz, unter dem Hashtag #meve2016.

### Fachtagung „Geschickt geklickt“ 23. Oktober 2015

Jedes fünfte Kind wurde schon Opfer von Cybermobbing – nur eines der Ergebnisse einer Studie der LfM und der Universität Duisburg-Essen, geleitet vom Kognitionspsychologen Prof. Dr. Matthias Brand. Den „Zusammenhang von Internetnutzungskompetenzen, Internetsucht und Cybermobbing bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ hatten die Forscher untersucht. Am 23. Oktober wurden die ausführlichen Projektergebnisse bei einer Tagung präsentiert. Rund 90 Fachbesucher diskutierten mit den Forschern und einem Podiumsteam aus Präventions-, Sucht- und Medienpädagogik-Experten über die Auswirkungen auf ihre Medienarbeit.

### Fachtagung „Hate Speech“ 1. Juli 2016

Eine gemeinsame Fachtagung von LfM, LVR-Landesjugendamt und AJS setzte sich mit dem Phänomen Hate Speech auseinander. Dazu erhielten rund 270 Fachkräfte aus Jugendhilfe und Schule konkrete Impulse für die praktische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Weiterhin wurde die Broschüre „Hate Speech – Hass im Netz“ präsentiert, die gemeinsam von der LfM, LVR-Landesjugendamt und Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz, Landesstelle NRW e. V. (AJS) in Kooperation mit klicksafe veröffentlicht wurde. Sie enthält Handlungsempfehlungen zu Gegenstrategien und liefert Hinweise zu Materialien und Initiativen.

## Messen und Kongresse – die LfM trägt bei

Die LfM beteiligt sich regelmäßig an Veranstaltungen Dritter – mit Referenten und Fachbeiträgen, mit der Durchführung von Workshops, mit eigenen Messeständen oder gezielter finanzieller Förderung. Die Bandbreite reicht von bundesweiten Messen über wichtige NRW-Veranstaltungen bis zu Vor-Ort-Veranstaltungen innerhalb unserer Netzwerke.

## Auswahl von Veranstaltungen

mit Beteiligung der LfM

- Deutscher Schulleiterkongress
- Deutscher Kitaleitungskongress
- didacta
- NRW-Tag
- Weltkindertag
- Tag der Medienkompetenz
- Bildung 4.0: Lernen im Digitalen Wandel
- GMK-Jahrestagung



■ Rege Beteiligung: LfM-Veranstaltungen – hier die Hate-Speech-Tagung in Köln – setzen auf Austausch

# Lokale Fachtagungen im Netzwerk vor Ort



Neben den eigenen Fachtagungen hat die LfM im Zeitraum zwischen September 2015 und April 2016 insgesamt 19 lokale Fachtagungen zu Medienkompetenzthemen inhaltlich unterstützt und finanziell gefördert. Maximal 4.000 € konnten die einzelnen Veranstalter-Netzwerke dafür beantragen. Zu den Bedingungen zählte unter anderem, dass die Veranstaltung von mehreren lokalen Partnern gemeinsam ausgerichtet und fachlich für Multiplikatoren konzipiert sein musste. Die erfolgreiche Bilanz: 1.469 Teilnehmende aus Schulen und anderen Bildungseinrichtungen, aus öffentlichen Institutionen oder dem Medienbereich besuchten die Fachtagungen insgesamt.

## **Medienarbeit mit geflüchteten Menschen**

Eine der 19 von der LfM geförderten Fachtagungen schaffte die Verbindung von Medienarbeit mit einem anderen, derzeit drängenden Thema: der Flüchtlingsarbeit. Können Medien bei der Verarbeitung von Fluchterfahrungen helfen und den Geflüchteten eine Stimme geben? Welche Rolle kann Medienarbeit bei der Vermittlung unserer Werte und Normen spielen? Und wo finden Interessierte Unterstützung und Kooperationspartner? Erste Antworten und wichtige Impulse gab die Veranstaltung „Medienarbeit mit geflüchteten Menschen“, die von der Lernenden Region – Netzwerk Köln e. V., der sk stiftung jugend und medien und der Volkshochschule Köln organisiert wurde.

## **Resonanz übertraf Erwartungen**

Rund 180 Teilnehmende – und damit deutlich mehr als erwartet – kamen am 17. März 2016 nach Köln, um sich über aktuelle Entwicklungen zu informieren, sich auszutauschen und Netzwerke zu knüpfen. Vorträge von Medienpädagogen und Kommunikationswissenschaftlern wurden gefolgt von erfolgreichen Beispielen aus der Praxis, die von der Ausstellung mit Fotos aus Erstaufnahmeeinrichtungen bis zu Trickfilm-Projekten mit Flüchtlingskindern reichten. Aber vor allem bot der Tag eine Plattform für Akteure aus Flüchtlingsarbeit und Medienpädagogik, um sich kennenzulernen, Erfahrungen auszutauschen und neue Ideen für den eigenen Arbeitsbereich zu gewinnen.

## Alle 19 Fachtagungen im Überblick



1.469 Teilnehmende



1 Medienzentrum Coesfeld  
**„Medientag 2016 –  
Lernen und Leben mit Medien“**

2 Bildungsbüro Kreis Herford  
**„Nackt im Netz – Sexting – aber richtig“**

3 Bildungsbüro Bottrop  
**„Digitale Medien und Schule“**

4 Kinder- und Jugendförderung/Borken  
**„Extremismus in der digitalen Welt“**

5 Stadtbibliothek Brilon  
**„Play, Follow, Read – Unterwegs  
im Netz“**

6 Medienzentrum Bonn  
**„Digitaler Alltag von Kindern“**

7 Waldritter e. V./Castrop-Rauxel  
**„Mediale Jugendtrends“**

8 Medienwerkstatt Minden-Lübbecke  
**„Digitale Souveränität im Netz(werk) –  
Medienkompetenzförderung“**

9 Fachbereich Jugend & Familie/Kaarst  
**„Smart Fox – Prävention sexueller  
Gewalt im Grundschulalter“**

10 Regionales Bildungsbüro Mettmann  
**„Cybermobbing – Konzepte und Ideen  
für die Prävention“**

11 Regionales Bildungsbüro Recklinghausen  
**„Medienscouts in der Schule“**

12 Medienzentrum des Kreises Soest  
**„Digitale Welt in Kita und Schule –  
Medienkompetenz zwischen Anspruch  
und Realität“**

13 Medienzentrum der Stadt Hamm  
**„Netzwerk Medienkompetenz“**

14 EigenSinn e. V./Bielefeld  
**„Risikoarmer Umgang mit Onlinemedien“**

15 Opfer-Netzwerk e. V./Euskirchen  
**„Medienkompetenz und Gewalt-  
prävention“**

16 Amt für Jugendhilfe und Schule  
Witten

**„Medienkompetenz im  
pädagogischen Dreiklang“**

17 Lernende Region – Netzwerk Köln  
**„Medienarbeit mit  
geflüchteten Menschen“**

18 Freizeitmitarbeiterclub Minden e. V.  
**„Kreative Mediennutzung der Video-  
und Streamingwelt“**

19 Jugendamt Kreis Steinfurt  
**„Virtuelle Lebenswelten von Kindern  
und Jugendlichen“**

In der Aufzählung sind nur die Antragsteller  
benannt. Jedoch wurde jede Veranstaltung von  
jeweils mindestens drei Akteuren gleichermaßen  
umgesetzt.



Alltagsintegrierte  
Medien- und Sprachbildung  
in Kindertageseinrichtungen





## Netzwerkarbeit

# „Medien faszinieren Kinder und sie reden sehr gerne darüber. Das ist ideal für uns – und für die LfM.“

Livia Daveri, Dezernentin für Frühe Bildung bei der Landesweiten Koordinierungsstelle Kommunale Integrationszentren (LaKI)

Seit 1998 gibt es das Programm „Rucksack KiTa“. Es wird koordiniert und begleitet durch die Kommunalen Integrationszentren NRW (KI). Das Programm verknüpft die Sprachbildung von Kindern mit Migrationshintergrund mit einem Konzept der Elternbildung. Dabei steht die migrationsgesellschaftliche Öffnung von Kindertageseinrichtungen ebenfalls im Fokus.

Da Bildung als ganzheitlicher, aktiver und vom Kind selbstgestalteter Prozess verstanden wird, sind im Programm Themen zentral, die das Interesse von Kindern wecken: Gerade Medien sind nicht nur für Kinder faszinierend, sondern auch Eltern sind sehr stark daran interessiert, Kinder in der Medienwelt zu begleiten. So entstand die Idee, Sprach- und Medienbildung zu kombinieren. Gemeinsam mit der LfM wurden zwei Publikationen mit Übungseinheiten entwickelt. „Eltern und Pädagogen können damit parallel und miteinander abgestimmt mit den Kindern arbeiten“, erklärt Livia Daveri. „So entstehen Synergieeffekte, die für alle Akteure im Programm förderlich sind. Kinder, Eltern und pädagogische Fachkräfte werden dabei gestärkt.“ Das Programm stößt seit Jahren bundesweit und international auf Interesse – ein Musterbeispiel für gut genutzte Synergien.

# Starke Verbindungen schaffen

Schulen und Bibliotheken, private und kirchliche Bildungsträger, Medienzentren und Vereine, Stiftungen, landesweite Bildungsverbände, und, und, und ... Die Bandbreite von Akteuren und Institutionen rund um die Medienkompetenz in NRW ist groß, ihre Angebote ebenso vielfältig wie ihre Zielgruppen. Darum ist es das Ziel der LfM, diese Akteure nicht nur zu fördern, sondern sie auch zu vernetzen und zu koordinieren. Dazu hat sie einen im Landesmediengesetz verankerten Auftrag. Das Ziel: Ressourcen wie Kenntnisse, Kompetenzen und Kapital möglichst effektiv einsetzen.

← Mehr über die gesetzlichen Grundlagen auf [www.lfm-nrw.de/service/rechtsgrundlagen](http://www.lfm-nrw.de/service/rechtsgrundlagen)

Darüber hinaus bieten Vernetzung und Kooperation noch viele weitere Effekte. Wer sich vernetzt, kann:

-  **Ideen und Erfahrungen austauschen**
-  **Ressourcen wie Räume oder Technik optimal auslasten**
-  **Neue Kontakte knüpfen und Kooperationspartner kennenlernen**
-  **Zielgruppen besser ansprechen und erweitern**
-  **Weitere Aufgabenbereiche erschließen**
-  **Gemeinsam Innovationen und Lösungsansätze entwickeln**
-  **Einfluss stärken und Interessen stärker vertreten**

Die Potenziale einer gezielten, systematischen Netzwerkarbeit sind also groß. Unsere Aufgabe sehen wir nun darin, diese Chancen zu analysieren und ihre Umsetzung voranzutreiben. Dazu verbinden wir einerseits unsere eigenen Aktivitäten mit denen anderer Institutionen, um sie in ein gemeinsames, übergeordnetes Konzept zu integrieren. Andererseits stärken und erweitern wir schon vorhandene Strukturen und Maßnahmen. So entsteht ein nachhaltiges, NRW-weites Netzwerk, das kontinuierlich wächst.

### **Unser Fokus: Arbeit vor Ort**

Die wirksamste Beratung und Information ist immer persönlich und lokal – das gilt auch im Bereich Medienkompetenz. Kinder, Eltern oder Pädagogen erreichen wir am besten vor Ort. Darum liegt auch bei den Netzwerkaktivitäten der LfM ein starker Fokus darauf, Institutionen und Netzwerke zu unterstützen, die über lokale Strukturen wie etwa Ortsverbände oder Regionalstellen verfügen. So können wir gewährleisten, dass Informationen möglichst unmittelbar und lebenslagenorientiert weitergegeben und in die Breite gestreut werden können.

### **Drei Schwerpunkte der Netzwerkarbeit**

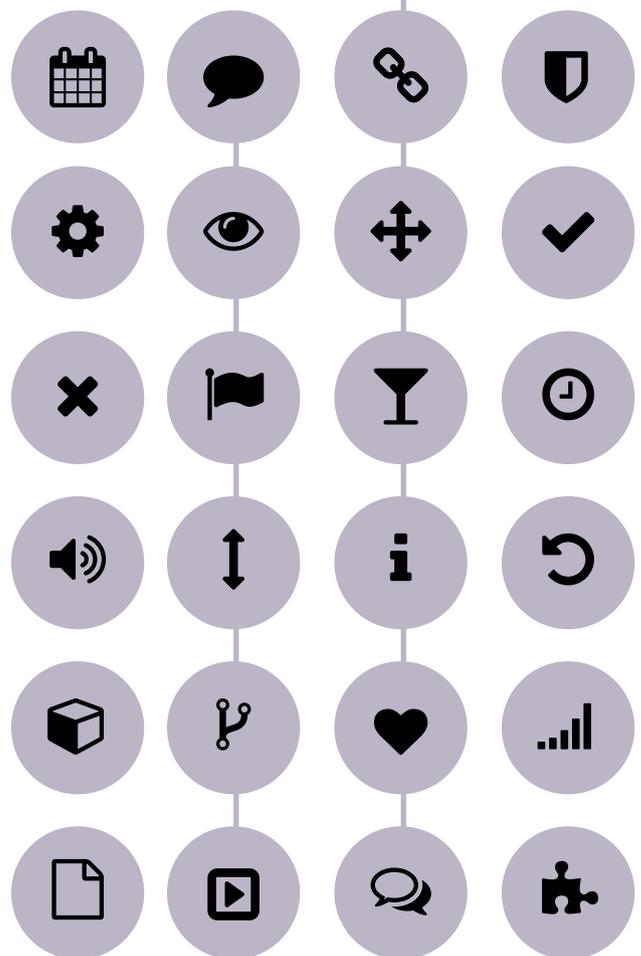
Um unser Ziel eines effektiven, nachhaltigen, landesweiten Netzwerks zur Medienkompetenzförderung zu erreichen, haben wir die folgenden drei Arbeitsschwerpunkte definiert:



# Transparenz der Akteure und Maßnahmen

Vernetzung schnell und einfach ermöglichen: Die nordrhein-westfälischen Akteure der Medienkompetenzförderung sollen bereits bei ihrer Planungsarbeit den Aspekt der Vernetzung ohne größeren Rechercheaufwand mitdenken können. Die Suche nach Partnern zur Kooperation und zum Erfahrungsaustausch soll möglichst leicht sein, das vorhandene Spektrum von anderen Akteuren, Netzwerken und Aktivitäten möglichst transparent dargestellt werden.

Diese Ziele unterstützt die LfM. Wir stellen umfangreiche Informationen zu Institutionen, Ansprechpartnern, Maßnahmen und Projekten zur Verfügung. Dadurch soll die Auffindbarkeit relevanter Angebote auch für den Einzelnen erleichtert werden. Multiplikatoren, Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik ebenso wie allgemein interessierte Bürger können sich somit schnell, gezielt und umfassend über Medienkompetenz fördernde Aktivitäten in NRW informieren. Zwei effektive Werkzeuge zum Erreichen dieser Transparenz sind das Medienkompetenzportal NRW sowie der Medienpädagogische Atlas NRW.



## Medienkompetenzportal NRW

Zentrale Anlaufstelle im Netz: Das Medienkompetenzportal NRW informiert über Fragen und Angebote zur Medienkompetenzförderung in Nordrhein-Westfalen. Es richtet sich an Akteure, die bereits medienpädagogisch tätig sind oder dies in Zukunft planen. Fachkräfte, Multiplikatoren, aber auch interessierte Bürger finden hier einen einführnden Überblick mit verständlich aufbereiteten Informationen sowie umfangreichen Recherche- und Vernetzungsmöglichkeiten. Wir stellen damit den Nutzern Serviceangebote zur Verfügung, die insbesondere für die landesweite Vernetzung von Bedeutung sind und sie über aktuelle Entwicklungen in der Medienkompetenz-Landschaft Nordrhein-Westfalens informieren.

### Mehr Aktualität, mehr Inhalt

Im Berichtszeitraum wurde das Portal umfassend neu gestaltet und inhaltlich aktualisiert. Zum einen wurde das Design an die Gestaltung der LfM-Seite angelehnt und technisch auch für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert. Eine neue, klare Struktur vereinfacht die Orientierung, die Inhalte wurden ebenfalls erweitert. So gibt es unter anderem zwei neue Themen-Dossiers, die zum einen das Thema „Medien- und Sprachbildung in Kitas“ sowie andererseits „Kinder und Onlinewerbung“ umfassend beleuchten. Ganz im Sinne einer umfassenden Vernetzung und Ressourcenoptimierung wurde auch ein Ticker/RSS-Feed der Projekte Handysektor und klicksafe integriert, über den zusätzliche aktuelle News eingespielt werden.



[www.medienkompetenzportal.de](http://www.medienkompetenzportal.de)  
[www.facebook.com/medienkompetenzportalnrw](https://www.facebook.com/medienkompetenzportalnrw)  
<https://twitter.com/mkportalnrw>

## Medienpädagogischer Atlas NRW

Gewusst wo: Der Medienpädagogische Atlas Nordrhein-Westfalen (MPA) ist eine Onlinedatenbank, die als zentrale Auskunftsstelle für alle dient, die Informationen über medienpädagogische Akteure in NRW suchen. In seinem Datenbestand befinden sich eine Vielzahl von verschiedenen großen Einrichtungen und Akteuren, die medienpädagogische Angebote konzipieren, initiieren und durchführen, die beraten, sich vernetzen und mit anderen austauschen möchten. Seine Daten werden im Auftrag der LfM durch die Grimme-Institut-Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH aktualisiert.

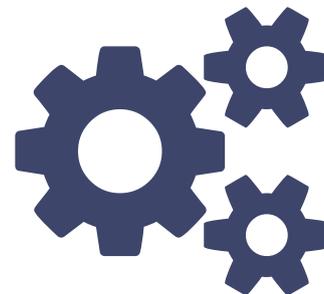
### Wichtige Änderungen in 2016

Der MPA wurde im Berichtszeitraum ebenfalls überarbeitet. Ganz nach dem Motto „weniger ist mehr“ werden zukünftig nur noch medienpädagogische Einrichtungen als Einträge geführt, die separate Projektdatenbank ist nur noch als Archiv zugänglich. Jedoch können Einrichtungen ihre Projekte als Angebote in ihrem Profil nennen ebenso wie – ein weiteres Novum – auch einzelne Akteure wie etwa Freiberufler Profile erstellen können. Als redaktionellen Bestandteil gibt es außerdem den neuen „MPA-Tipp“, eine ausführlichere Darstellung ausgewählter Veranstaltungen, Aktionen, Beteiligungsmöglichkeiten oder Publikationen. Dieser erscheint in unregelmäßigen Abständen und wird ebenso wie die bereits bewährte „Empfehlung des Monats“ über die neue Startseite angeteasert. Letzte Arbeiten am neuen MPA wurden im Sommer 2016 fertiggestellt.



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

# Initiierung und Aufbau von Netzwerkstrukturen



Zum effektiven Networking gehört stets der Blick über den Tellerrand. So gibt es in NRW eine Vielzahl von Institutionen und Netzwerken für die Bildung, Beratung oder Prävention, die sich ursprünglich nicht explizit mit Medienkompetenz beschäftigen. Dennoch können sie aufgrund ihrer Ausrichtung, ihrer Strukturen, Kontakte und Kompetenzen für die Vermittlung von Medienkompetenz in einer bestimmten Region oder für eine bestimmte Zielgruppe von zentraler Bedeutung sein. Solche Netzwerke möchte die LfM gezielt mit Serviceleistungen dazu motivieren, ihre originären Angebote zu ergänzen und die Medienkompetenzvermittlung verstärkt in ihre Konzepte zu integrieren. Auf diese Weise entstehen Synergieeffekte in beide Richtungen, und Ressourcen – auch von weiteren Partnern – können optimiert eingesetzt werden.

## Neue Netzwerke auch finanziell fördern

Parallel fördert die LfM insbesondere thematisch oder zielgruppenspezifisch ausgerichtete Netzwerke auch finanziell. Dazu gehören beispielsweise lokale Fachtagungen, die für die Medienkompetenz relevante Themen behandeln. Gerade hier sind die Möglichkeiten zur optimalen Nutzung von räumlichen, technischen oder personellen Ressourcen vielversprechend. Insbesondere die Qualifizierung lokaler Netzwerke und Ansprechpartner schafft ideale Voraussetzungen für eine nachhaltige Bildungsarbeit vor Ort.

## Bewährter Werkzeugkasten

Sowohl zur Initiierung neuer Netzwerke als auch für die Serviceangebote zur Unterstützung und gemeinsamen Zusammenarbeit mit bestehenden Netzwerken können wir auf unsere bereits entwickelten Maßnahmen und Projekte zur Förderung von Medienkompetenz zurückgreifen. Oder wir entwerfen bedarfsgerechte neue Maßnahmen und setzen diese um – ebenso wie die jeweiligen Partner.

Zu bereits bewährten Vorgehensweisen können zählen:

- Wir konzipieren Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung, die durch die Netzwerkpartner und in deren Strukturen realisiert werden.
- Wir führen Multiplikatoren-Schulungen von Netzwerkmitgliedern zu Medienthemen durch.
- Die jeweiligen Netzwerkpartner schulen medienpädagogische Referenten zu Bedarfen oder Themen ihrer Zielgruppen.
- Wir entwickeln Materialien oder Publikationen für spezifische Aktivitäten und Projekte.
- Beide vermitteln gegenseitig weitere regionale oder themenbezogene Kooperationspartner.
- Beide tauschen Erfahrungen und Wissen über Bedarfe spezieller Zielgruppen aus.
- Beide bieten relevante Materialien und Distributionswege.
- Beide unterstützen sich gegenseitig bei Presse- und Marketingmaßnahmen sowie bei der Distribution von Materialien.

Auf diese Weise hat die LfM seit 2009 mit verschiedensten Partnern und Netzwerken Kooperationen geplant und umgesetzt. Neben umfangreicheren Kooperationen haben wir auch in 2015/16 eine Vielzahl von Institutionen mit Angeboten wie Workshops, Vermittlung und Bereitstellung von medienpädagogischen Referenten, Verteilung und Nutzung von Informationsmaterialien, Beratungsleistungen und vieles mehr unterstützt.

Zu diesen teils langjährigen Partnern gehören (ergänzend zur Grafik auf Seite 76/77) verschiedene Arbeitgeber- und Berufsverbände, Bildungsstätten, Jugendämter, einzelne Vereine, lokale Medienkompetenznetzwerke und andere mehr.

# Kooperations- und Rahmenvereinbarungen

Neben der LfM gibt es auf NRW-Landesebene eine größere Zahl von Institutionen, die ebenfalls Medienkompetenzprojekte initiieren und finanzieren. Insbesondere mit diesen Akteuren beabsichtigen wir, unsere Aktivitäten zu vernetzen.

Ein Werkzeug dazu können Kooperations- und Rahmenvereinbarungen sein, mit denen Vertrauen und gegenseitige Verbindlichkeiten bei gemeinsamen Projekten geschaffen werden. Darin definieren beide Partner die Ziele und Grundlagen einer koordinierten Zusammenarbeit, etwa Transparenz oder Teilung von Ressourcen, oder legen Formen des Informationsaustausches fest, etwa mit regelmäßigen Arbeitsgruppentreffen. Auch können hier schon Durchführung oder Trägerschaft konkreter Projekte zur Medienkompetenzförderung festgeschrieben werden. So bilden diese Vereinbarungen langfristig die Grundlage für ein gemeinsam getragenes, übergeordnetes Konzept von Medienkompetenz in NRW.

## Starke Kooperationspartner

Bis heute wurden mit folgenden Institutionen derartige Kooperations- und Rahmenvereinbarungen geschlossen. Mit weiteren Akteuren sind wir im Gespräch.

- Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen
- Landeskoordinierungsstelle der Kommunalen Integrationszentren NRW
- Deutscher Kinderschutzbund Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V.
- Deutsche UNESCO-Kommission e. V.
- Landschaftsverband Westfalen Lippe (LWL)
- Landschaftsverband Rheinland (LVR)

Darüber hinaus findet im Rahmen der Initiative Medienpass NRW eine übergreifende Zusammenarbeit zur Erarbeitung von inhaltlichen und konzeptionellen Grundlagen zur Medienkompetenzförderung im Kontext von Schule und Jugendhilfe statt.

← Mehr zum Projekt  
Medienpass NRW auf  
Seite 53



● **Deutscher Kinderschutzbund Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V. (DKSB NRW)**

Seit 2010 gibt es die Zusammenarbeit mit dem DKSB NRW zur Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Eltern. Neben der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen werden Informationsveranstaltungen und Qualifizierungsmaßnahmen für die Mitarbeiter der Orts- und Kreisverbände durchgeführt. Auch fand im November 2015 die Fachtagung „Schützen oder stärken?“ mit Impulsen für die medienpädagogische Praxis statt.

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

● **Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (DUK)**

Mit der Deutschen UNESCO-Kommission e. V. arbeitet die LfM seit 2011 vor allem zum Themenfeld „Informationskompetenz“ zusammen. Die dazu gemeinsam mit dem Verband der Bibliotheken des Landes Nordrhein-Westfalen entwickelten Publikationen wurden u. a. im Berichtszeitraum zur Schulung von Bibliotheksmitarbeitern eingesetzt.

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

● **Kommunale Medienzentren NRW**

Die LfM ist regelmäßig mit den ca. 53 Medienzentren (oder vergleichbaren kommunalen Einrichtungen) in den Kreisen und Städten in kommunaler Trägerschaft in Kontakt und unterstützt sie bei ihren Aufgaben, den Schulen Medien für das Lernen zur Verfügung zu stellen und als regionale Akteure für Medienbildung in den Kommunen zu wirken.

[www.medien-und-bildung.lvr.de/de/rheinsche\\_medienzentren/uebersicht\\_1.html](http://www.medien-und-bildung.lvr.de/de/rheinsche_medienzentren/uebersicht_1.html)

[www.lwl.org/LWL/Kultur/LWL-LMZ/ueber\\_uns/partner/Medienzentren/Adressen/#adressen](http://www.lwl.org/LWL/Kultur/LWL-LMZ/ueber_uns/partner/Medienzentren/Adressen/#adressen)

● **Landeskoordinierungsstelle der Kommunalen Integrationszentren NRW (LaKI)**

Mit der LaKI kooperiert die LfM seit 2010 zur Medienbildung von Kindern und Eltern, insbesondere mit Migrationshintergrund. So wurde u. a. das Angebot des mehrsprachigen Bildungs- und Lernprogrammes „Rucksack KiTa“ im Bereich Medienkompetenz umfangreich ausgebaut. Im August 2015 erschienen überarbeitete Handbücher für Erzieher in der Kita und für die Eltern. Nun sind sie auch für Nicht-„Rucksack KiTa“-Teilnehmende nutzbar.

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

● **Landschaftsverband Rheinland (LVR)**

Der LVR und das zugehörige LVR-Medienzentrum arbeiten langjährig mit der LfM zusammen. Im Frühjahr 2012 wurden Koordination und Durchführung von Aktivitäten zur Medienkompetenzförderung für verschiedene Zielgruppen beschlossen. Zur Konkretisierung der Aktivitäten gibt es eine Arbeitsgruppe beider Häuser. Regelmäßig erscheinen auch Beiträge der LfM im Jugendhilfereport des LVR.

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



# Das Netzwerk der LfM

● **Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL)**

Die kontinuierliche Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen dem LWL, dem zugehörigen LWL-Medienzentrum und der LfM wurde im Frühjahr 2012 festgeschrieben. Seitdem führen wir medienkompetenzfördernde Maßnahmen in den Bereichen Kita, (Förder-)Schule, Jugendhilfe, Suchtprävention, Familienbildung und Erziehungsberatung durch und vernetzen die Akteure. Auch besteht eine rege Kooperation in der Öffentlichkeitsarbeit über die LWL-Publikationen.

[www.lwl.org](http://www.lwl.org)

● **Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung in NRW**

Die Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung in NRW arbeiten trägerübergreifend für eine kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Angebote zusammen. In sogenannten „Innovationsprojekten“ werden Themen der Familienbildung identifiziert und aufbereitet. In diesem Rahmen unterstützte die LfM das Medienthema „Familienbildung 2.0“ mit konzeptioneller Beratung, Material und Referenten. Regelmäßig findet ein Austausch statt.

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

### **Verband der Bibliotheken des Landes Nordrhein-Westfalen e. V. (vbnw)**

In Kooperation von LfM und vbnw entstand schon 2014 ein Konzept für die Weiterbildung von Bibliotheksmitarbeitern zur Informationskompetenz. Aufbauend auf der LfM-Publikation „Info-Kompass“ kann dieser Workshop nach dem Train-the-Trainer-Prinzip verwendet werden. Zwei Veranstaltungen führte die „Fachstelle für Öffentliche Bibliotheken NRW“ im Sommer 2015 in Düsseldorf und Bielefeld durch.  
[www.vbnw.de](http://www.vbnw.de)

**Mit vielen Partnern arbeitet die LfM schon seit Jahren zusammen, andere sind erst kurze Zeit in diesem Netzwerk aktiv. So unterschiedlich ihre jeweiligen eigentlichen Aufgaben und Ziele auch sind, eint sie doch eines: Medienkompetenz ist die große Schnittmenge. Ein Überblick über die wichtigsten Partner:**

### **Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.**

Seit vielen Jahren gibt es gelegentlich gemeinsame Projekte von LfM und Verbraucherzentrale NRW. Seit 2015 unterstützt die LfM die VZ NRW bei speziellen Bildungseinheiten an Schulen. Lokale Referenten der Verbraucherzentrale schulen Kinder/Jugendliche u. a. zu Themen wie „Smartphone, Datenschutz, Kostenfallen“. Die LfM schult und berät diese Referenten, stellt Materialien zur Verfügung und pflegt einen regelmäßigen fachlichen Austausch.  
[www.verbraucherzentrale.nrw](http://www.verbraucherzentrale.nrw)

### **Medienberatung NRW**

Die Medienberatung NRW unterstützt Schulen, Schulträger und Lehrerfortbildung bei der Schul- und Unterrichtsentwicklung mit Medien. Sie arbeitet seit vielen Jahren mit der LfM rund um das „Leben und Lernen mit Medien“ zusammen. Beratung, Fortbildungen, gemeinsame Tagungen sowie der Medienpass NRW gehören zu festen Kooperationen.  
[www.medienberatung.nrw.de](http://www.medienberatung.nrw.de)

### **Netzwerk der Lehrkräfte mit Zuwanderungsgeschichte des Landes NRW**

Im Netzwerk der Lehrkräfte mit Zuwanderungsgeschichte engagieren sich über 400 Lehrkräfte aus 19 Herkunftsländern ehrenamtlich für die Bildungschancen von Kindern und Jugendlichen mit Zuwanderungsgeschichte und Integrationsarbeit an Schulen und in der Öffentlichkeit. Die LfM unterstützt zum Beispiel Veranstaltungen und verteilt Materialien.  
[www.lmz-nrw.de](http://www.lmz-nrw.de)

### **Stiftung Lesen**

Die gemeinnützige Organisation setzt sich für eine zeitgemäße Lese- und Sprachkultur ein. Schwerpunkte sind Kindergärten, Schulen, Bibliotheken, Buchhandlungen sowie Medien. Die LfM hilft mit fachlichem Austausch zur Lese- und Medienkompetenz, gegenseitigen Publikationsmöglichkeiten, Unterstützung von Schulungen, Materialien u. v. m.  
[www.stiftunglesen.de](http://www.stiftunglesen.de)

### **Volkshochschulen in NRW**

Mit den Volkshochschulen arbeitet die LfM in verschiedenen Bereichen zusammen. Neben allgemeinen Förderaktivitäten im Kontext von Bürgerfunk, Bürgerfernsehen sowie der Initiative Eltern+Medien bietet die LfM im Rahmen der Netzwerkarbeit auch spezielle Workshops wie etwa „Medienerziehungsthemen in der Zusammenarbeit mit Eltern“ an, in denen Fachbereichs- und Kursleiter der VHS neue Anregungen für die eigene medienpädagogische Arbeit erhalten.  
[www.nrw.vhs-bildungsnetz.de](http://www.nrw.vhs-bildungsnetz.de)

### **Regionale Bildungsnetzwerke NRW (RBN)**

Initiiert vom Ministerium für Schule und Weiterbildung, sind die Regionalen Bildungsnetzwerke NRW bedeutsame Akteure in der Bildungsarbeit. Um hier auch die Medienkompetenzförderung (als Querschnittsaufgabe) zu integrieren, bietet die LfM (u. a. zusammen mit der Medienberatung NRW) Hilfe in Form von Qualifizierungsangeboten, Beratung, Workshops, Referentenvermittlung und themenbezogene Materialien.  
[www.regionale.bildungsnetzwerke.nrw.de](http://www.regionale.bildungsnetzwerke.nrw.de)

### **Polizei NRW (Bereich „Vorbeugung“)**

Die Abteilung „Kriminalitätsvorbeugung“ der Polizei NRW ist u. a. auch in Fragen des Jugendmedienschutzes und der Medienkompetenzvermittlung mit dem Ziel der Prävention aktiv. Die LfM stellt regelmäßig ihre Aktivitäten zu Aufsicht und Regulierung sowie Medienkompetenz vor und es findet ein gegenseitiger Austausch in Form von fachlicher Beratung und Materialdistribution etc. statt.  
[www.polizei.nrw.de](http://www.polizei.nrw.de)





## Mediennutzerschutz

# „Viele Menschen wissen nicht, dass man sich als Medienkonsument schützen kann. Und Sie?“

Antje vom Berg, Referentin für Forschung und Medienkompetenz bei der LfM

Wer kennt das nicht: Die Frage „Dürfen die das wirklich?“, etwa wenn die Kinder im TV-Vorabendprogramm plötzlich Trailer für gewalthaltige Abendformate sehen? Wenn Call-in-Shows geradezu aggressiv um Anrufer werben? Oder wenn auf YouTube als jugendgefährdend eingestufte Gangster-Rap-Videos einfach für junge Nutzer zugänglich sind? Im Mediennutzerschutz geht es darum, wie sich Mediennutzer durch selbstbestimmte und kompetente Nutzung schützen können – beim Konsum, aber auch bei der aktiven Informationssuche im Netz oder beim Einstellen von Inhalten in soziale Netzwerke. Bei der LfM beschäftigt sich auch Antje vom Berg mit diesen Themen. Das Team erstellt Schulungsmaterial, klärt auf, informiert über Beschwerdemöglichkeiten und stellt den Nutzern Plattformen und Kommunikationskanäle zur Verfügung – wie etwa „Die Programmebeobachter“ auf Facebook.

# Vom Zuschauer zum Handelnden

Jan Böhmermann hat es wieder getan: Mit dem #verafake entlarvte er im Mai 2016, wie skrupellos im Scripted-Reality-Format „Schwiegertochter gesucht“ nicht nur mit den Protagonisten, sondern auch mit dem Publikum umgegangen wurde.

Der Blick des Teams vom Neo Magazin Royale mit versteckten Kameras hinter die Kulissen der RTL-Produktion war ebenso unterhaltsam wie erschütternd. Verstöße gegen die Menschenwürde wurden zumindest billigend in Kauf genommen, die journalistische Sorgfaltspflicht explizit verletzt. Eine weithin gängige Praxis? Weitere Fragen beim TV-Konsum sind nicht weniger kritisch. Etwa, wie viel Werbung angesichts nicht enden wollender Reklameblöcke eigentlich erlaubt ist. Oder ob es okay ist, mit welchen Mitteln sogenannte Call-in-Shows um Anrufer werben, die dann in teuren Telefonwarteschleifen landen. Auch in anderen Medien – und natürlich im Massenmedium Internet – tauchen immer wieder Probleme auf. Gerade im Netz sorgen verhältnismäßig niedrige Zugangsbarrieren für Anbieter und Konsumenten mitunter für Konfliktpotenzial. Wer danach sucht, findet schnell Seiten mit fragwürdigen Inhalten, von gewaltverherrlichend bis klar verfassungsfeindlich, auch pornografische Inhalte ohne Jugendschutzmechanismen sind meist nur wenige Klicks entfernt. So gilt es für die LfM, gleichermaßen über diese Risiken aufzuklären wie auch die Mediennutzer mit mehr Medienkompetenz zu stärken.

### Vielfältige Regeln und Instrumente

Durch fragwürdige Inhalte kann eine Vielzahl von Rechtsbereichen berührt werden. So kann beispielsweise eine massive Missachtung der Menschenwürde oder des Jugendschutzes Anlass zur Beschwerde bieten. Fühlen sich Fernsehzuschauer und auch Radiohörer hingegen durch Gewinnspiele und sogenannte Call-in-Shows „abgezockt“, verletzen die Anbieter unter Umständen die klar definierten Gewinnspielregeln, die hier die Grenze des Legalen abstecken. Im Bereich der Werbung und des Sponsorings sind es hingegen ebenso eindeutig formulierte Werberichtlinien, außerdem Inhalte, die im Sinne des Staatsschutzes nicht über den Rundfunk verbreitet werden dürfen. Hierzu zählen beispielsweise Kriegsverherrlichung, Nazi-Propaganda und Volksverhetzung. Und letztendlich haben sich die Rundfunkanbieter auf verschiedene Programmgrundsätze (etwa die journalistische Sorgfaltspflicht) verständigt, die für die Qualität des Angebots sorgen sollen. Angesichts dieser Vielfalt von Regelungen stellt sich für den Nutzer die Frage: „Gibt es für mich eine zentrale Anlaufstelle, bei der ich mich beschweren kann? Und wenn ja, an wen kann ich mich wenden?“

### **Broschüre „Mediennutzerschutz – Beschwerderechte für Fernsehen, Hörfunk und Internet“**

Die 120-seitige Broschüre liefert praxisnahe Informationen. So klärt sie über die Rechte jedes Einzelnen auf, etwa zum Einreichen von Beschwerden bei Verstößen. Sie erklärt, wie diese formuliert werden sollten und an wen diese zu richten sind. Ebenso wird erläutert, was bei der Verletzung von Persönlichkeitsrechten zu tun ist. Anhand von Fällen aus der Aufsichtspraxis der LfM werden den Mediennutzern die abstrakten, oft schwer fassbaren Rechtsbegriffe erklärt.

Download und Bestellung auf [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)

### **Flyer zur „Mediennutzerschutz“-Broschüre**

Die praktische Kurzfassung: Anhand von zehn Themen aus dem Medienalltag werden die Inhalte der ausführlichen Broschüre auf 16 Seiten aufbereitet. Aussagen wie „Ständig stößt man im Netz auf Sex-Seiten!“ oder „Inzwischen zeigen manche Sender fast mehr Werbung als Programm!“ helfen, die wichtigsten Rechtsverstöße in Rundfunk und Internet kompakt zu erklären. Auch gut geeignet für die Eltern- und Jugendarbeit oder die Qualifizierung von Multiplikatoren.

Download und Bestellung auf [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)

### **Facebook-Seite „Die Programmebeobachter“**

Die LfM bietet mit der Facebook-Seite „Die Programmebeobachter“ eine Plattform zum Austausch über aktuelle Medien-Geschehnisse und für schnelles Feedback von einer interessierten Community. Die Nutzer können fragwürdige Inhalte oder neue Formate diskutieren, mehr über Mediennutzer- und Jugendschutz, Werberichtlinien oder Programmgrundsätze erfahren und mitbestimmen, welche Mediendebatte als Nächstes geführt werden soll. Verschiedene Zielgruppen von Laien bis Medienprofis treffen hier aufeinander.

Mehr auf [www.facebook.com/programmbeobachter](http://www.facebook.com/programmbeobachter)

## PRÜFREPORT

Worüber sich Mediennutzer bei der LfM beschweren, zeigt der vierteljährliche digitale PRÜFREPORT. Ein ausführliches aktuelles Thema wird dort ergänzt durch Beschwerdefälle, die nicht zwingend ein juristisches Verfahren nach sich ziehen, dafür aber einen interessanten Aspekt der Medienaufsicht beleuchten. Anhand ausführlicher Erläuterungen macht er verständlich, warum manche Dinge in TV oder Internet medienrechtlich erlaubt sind, obwohl sie beim ersten Eindruck zum Beispiel als für Kinder ungeeignet erscheinen.

[www.lfm-nrw.de/beschwerde/pruefreport](http://www.lfm-nrw.de/beschwerde/pruefreport)

## Rechtsfragen im Netz – Themenreihe von iRights.info und klicksafe

Das Web 2.0 ist kein rechtsfreier Raum – und nicht alles, was geht, ist auch erlaubt. Der kompetente Internetnutzer sollte sich mit rechtlichen Grundlagen auskennen, um sich selbst vor (Haftungs-)Risiken zu schützen oder seine Rechte einfordern zu können. Dabei hilft die gemeinsame Themenreihe von iRights.info und klicksafe, die aktuelle Medienthemen aus rechtlicher Sicht beleuchtet, Tipps zum Umgang gibt und so das Rechtsbewusstsein und die Medienkompetenz der Nutzer stärkt.

[www.klicksafe.de/themen/rechtsfragen-im-netz/irights/](http://www.klicksafe.de/themen/rechtsfragen-im-netz/irights/)

## Informationskompetenz

Wer heute Informationen sucht, zahlt dafür – oft unwissentlich – mit seinen Daten. Suchmaschinen oder soziale Netzwerke profitieren davon wirtschaftlich, zusätzlich treffen sie auch über intransparente Algorithmen Entscheidungen, wer wann welche Inhalte zu sehen bekommt. So gehen Informationskompetenz und Mediennutzerschutz Hand in Hand. Mit einem Kurskonzept für die Erwachsenenbildung und verschiedenen Handreichungen wie dem „Info-Kompass“ klärt die LfM auf.

Mehr auf Seite 57

### Die LfM als erste Adresse

Zu den gesetzlichen Aufgaben der LfM gehört die Förderung des Mediennutzerschutzes. Dazu zählt, die Bürger über ihre Rechte als Rundfunkteilnehmer zu informieren – und auch darüber, wie sie diese Rechte durchsetzen können. So haben die Nutzer von Radio, Fernsehen und Internet das Recht, sich bei Bedenken zu bestimmten Inhalten an die LfM zu wenden. Jede Meldung wird ausgewertet, jedes thematisierte Angebot überprüft, bewertet – und gegebenenfalls an entsprechende Stellen weitergeleitet. Für Hinweise und Anfragen stehen im Internetangebot der LfM unter [www.lfm-nrw.de/beschwerde](http://www.lfm-nrw.de/beschwerde) zwei separate Beschwerdeformulare für Fernseh- und Radioinhalte sowie für Internetseiten zur Verfügung. Dort finden sich auch zahlreiche weiterführende Informationen.

Neben der expliziten Beschwerde zu einzelnen Angeboten und ihrer Weiterverfolgung geht es der LfM darum, einzelnen Nutzern und Vertretern von Interessengruppen aufzuzeigen, wie und wem gegenüber sie ihre Betroffenheit und Kritik äußern können. Denn nur wenn Interessen und Kritik öffentlich artikuliert werden, können sie auch gesellschaftlich wirken. Eine

wichtige Maßnahme für Mediennutzer, sich durch kompetente und selbstbestimmte Nutzung der Medien selbst zu schützen.

### Paket von Fördermaßnahmen

Neben der Eröffnung von Beschwerde- und damit Handlungsmöglichkeiten sieht die LfM aber vor allem die Förderung von Medienkompetenz als ein probates Mittel des Mediennutzerschutzes. Für die breitenwirksame Aufklärung und Information von Mediennutzern gibt es ein umfangreiches Maßnahmenpaket, das auf verschiedenen Kanälen von Print und Internetseite bis zur Social-Media-Präsenz erreichbar und zu verschiedenen Themenschwerpunkten tätig ist. So können die Nutzer mit dem „Info-Kompass“ lernen, worauf es bei der Informationsrecherche im Netz ankommt, oder aus der Themenreihe „Rechtsfragen im Netz“ von iRights.info und klicksafe umfangreiche Tipps und Tricks rund um Datenschutz und Persönlichkeitsrechte erfahren. So unterschiedlich ihre Angebote und Kommunikationswege auch sind, das Ziel ist stets das gleiche: Aus dem bloßen „Zuschauer“ soll ein bei Bedarf aktiv handelnder Nutzer werden.





# Bürgermedien

- 84 Bürgerfunk
- 92 Bürgerfernsehen
- 100 Campusradio
- 104 Bürgermedienplattform
- 108 Bürgermedienpreis





## Bürgerfunk

# „Seit der ersten Livesendung wusste ich: Radio ist genau mein Ding!“

Ahraby Baheerathan, Jugendredaktion Duisburg

Jeden Dienstagabend trifft sich die Jugendredaktion bei der VHS Duisburg zur Redaktions-sitzung. Themen werden besprochen, Beiträge geplant – und eine Livesendung organisiert. Denn einmal im Monat sonntags geht es „on air“. Eine Stunde lang, von 14 bis 15 Uhr, gehört Radio Duisburg dem Nachwuchs, der ein abwechslungsreiches junges Programm präsentiert. Entstanden ist das Projekt aus einem von der LfM geförderten Radiokurs im Jahr 2012 und hat sich mittlerweile zu einem echten Selbstläufer entwickelt. Ein gutes Dutzend Aktive zählt das Team, und für viele ist aus dem Reinschnuppern ein handfester Berufswunsch geworden. So wie bei Ahraby Baheerathan. Die derzeitige FSJlerin hat ihr Abi in der Tasche und einen Plan im Kopf: „Erst mache ich meinen Bachelor, dann ein Radio-Volontariat – und vielleicht auch noch eine Qualifizierung zur Medientrainerin.“ Radiomachen ist eben echt ansteckend.

# Radio machen kann jeder lernen

Hörfunk von Bürgern für Bürger – das ist das Prinzip Bürgerfunk. Durch das Massenmedium Radio hat jeder die Chance, seine eigene Meinung, sein eigenes Thema anderen Menschen nahezubringen, sie mitzunehmen und dafür zu interessieren. Das macht den Bürgerfunk inhaltlich spannend. Aber mehr als das: Bürgerfunker leisten durch ihr Tun auch einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung und setzen das im Grundgesetz festgeschriebene Recht der freien Meinungsäußerung praktisch um. Dabei sind es keine ausgebildeten Profis, die im Bürgerfunk Radio machen, sondern Anfänger und Fortgeschrittene, denen die Begeisterung für das Medium Hörfunk gemein ist. Und lernen kann es jeder. Ein breites praxisorientiertes Schulungsangebot befähigt alle Interessierten, mit nur wenig Zeitaufwand eigene Radiobeiträge über den nordrhein-westfälischen Lokalfunk zu publizieren.



### Der gesetzliche Rahmen

Das Landesmediengesetz gibt für den Bürgerfunk in NRW einen zeitlichen Rahmen vor. In den 44 privaten Programmen des lokalen Hörfunks ist er werktags zwischen 20 und 21 Uhr, an Sonn- und Feiertagen im Zeitfenster zwischen 19 und 21 Uhr zu hören. Zusätzlich dürfen die Lokalsender für Beiträge und Sendungen, die im Rahmen von Schul- und Jugendprojekten entstehen, weitere Sendezeiten bereitstellen.

In Nordrhein-Westfalen weist das Landesmediengesetz dem Bürgerfunk die Aufgabe zu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen, den Erwerb von Medienkompetenz zu ermöglichen und damit zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen. Die Beiträge müssen einen Lokalbezug zum Verbreitungsgebiet haben und frei von Sponsoring und Werbung sein. Redaktionelle Anteile müssen im Wesentlichen in deutscher Sprache gestaltet werden.

Mit der Novellierung des Landesmediengesetzes im Sommer 2014 wurde eine Stärkung und Zukunftssicherung des Bürgerfunks beschlossen. Seine generationsübergreifende und integrative Nutzung soll gefördert werden, er soll bei der Nutzung digitaler Verbreitungswege unterstützt werden. Zum einen wird dafür eine gemeinsame Bürgermedienplattform im Netz die Auffindbarkeit der Bürgerfunkbeiträge verbessern. Und zum anderen soll ein landesweiter Hörfunk-Lernsender zur Qualifizierung, zur Vermittlung von Medienkompetenz und zur Erprobung innovativer Programm-, Partizipations- und Ausbildungsmodelle beitragen.

Außerdem wurde die Förderung von Qualifizierungen und Projekten erweitert um die Förderung der Grundlagen technischer und organisatorischer Infrastruktur zur Produktion von Beiträgen und für



die kontinuierliche Arbeit des Bürgerfunks – die sogenannten Servicestellen. Darüber hinaus wurden die Veranstalter verpflichtet, in ihrem Programm auf die Sendungen des Bürgerfunks und auf ihren Internetseiten auf dessen Angebote hinzuweisen.

#### Der Führerschein zum Radiomachen

Eine bundesweit einmalige Besonderheit des NRW-Bürgerfunks ist der Nachweis der geeigneten Qualifizierung (Zertifizierung) mit dem sogenannten „Radioführerschein“. Wer sendet, muss entweder durch die Teilnahme an einem entsprechenden Schulungsangebot, durch eine journalistische Ausbildung oder Berufspraxis mit Hörfunkanteilen nachweisen, dass er die Grundlagen des Radiomachens kennt. In den Kursen für Anfänger und Fortgeschrittene stehen das Air-Checken (kritisches Reflektieren bereits gesendeter Beiträge) selbst produzierter Sendungen und der Austausch mit anderen Produzierenden im Mittelpunkt. Dadurch soll kontinuierlich über Programmqualität diskutiert und diese weiterentwickelt werden. Zum Ende des Jahres 2015 waren in NRW insgesamt 5.933 Nutzer zertifiziert.



#### Radioführerschein: 56 Zertifizierungskurse in 20 Verbreitungsgebieten\*



Davon 48 Kurse für Bürgerfunker ohne Vorkenntnisse (Kurse à 4,5 Tage) und 8 Kurse für Bürgerfunker mit Vorkenntnissen (Zertifizierungskurse à 0,5 Tage)

#### Die Förderaktivitäten der LfM

Die LfM unterstützt den Bürgerfunk durch vielfältige Förderaktivitäten, vornehmlich in den folgenden Feldern:

- Radioqualifizierungen (Zertifizierungen und Schulungen)
- Ausbildung sogenannter „LfM-Medientrainer“
- Projektförderungen (hier insbesondere Schul- und Jugendprojekte)
- Qualitätsmanagement Bürgermedien (QMB)
- Bürgermedienpreis

Im Jahr 2015 wurden 483 einzelne Maßnahmen, Seminare bzw. Projekte in 37 der 44 Verbreitungsgebiete des Lokalfunks gefördert. Insgesamt gab es 76 unterschiedliche Förderempfänger, darunter Radiowerkstätten, Bildungsträger, die Campus-Radios und Schulen.

Neben den Schul- und Jugendprojekten wurden erstmalig insgesamt 24 generationsübergreifende und integrative Projekte in 9 Verbreitungsgebieten gefördert. Darüber hinaus wurden in 2015 auch die jährliche Vergabe des Bürgermedienpreises



#### Radio-Schulungen: 169 Schulungen in 22 Verbreitungsgebieten\*

Gesamtumfang von 255 Schulungstagen  
Praxisorientierte Themen wie Moderation, Interview, Sprechen, Beitragsproduktion und Formatentwicklung

\* im Jahr 2015



sowie Maßnahmen im Rahmen des Qualitätsmanagements Bürgermedien (QMB) gefördert. Bei Letzterem handelt es sich um ein speziell auf die Anforderungen kleiner Produktionseinrichtungen, wie etwa Radiowerkstätten, ausgerichtetes Testierungs- und Qualitätsentwicklungsmodell. Im ersten Halbjahr 2016 fand außerdem die jährliche Fachtagung „Gesichter des Bürgerfunks“ in Bad Honnef statt, bereits zum siebten Mal in Kooperation mit dem Katholisch-Sozialen Institut (KSI). In diesem Jahr war sie als „partizipative Fachtagung“ konzipiert, um so dem Gedanken des Bürgerfunks auch durch das Tagungsdesign Rechnung zu tragen.

#### **Ausgebildet für Qualität: Die LfM-Medientrainer**

Für die Ausbildung von Bürgermedien-Machern bildet die LfM auch Medientrainer aus. Diese nehmen im Auftrag der LfM die hoheitliche Aufgabe wahr, Qualifizierungsmaßnahmen durchzuführen und deren erfolgreichen Abschluss zu bestätigen. Darüber hinaus sind sie verstärkt im Rahmen von Schulungen sowie Schul- und Jugendradioprojekten im Bürgerfunk tätig. Seit der Einführung im Jahr 2008 sind mittlerweile 294 Medientrainer für die drei Bereiche Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Campus-Rundfunk ausgebildet worden. Davon sind 98 nicht (mehr) aktiv. Im Jahr 2015 gab es drei neue Ausbildungslehrgänge, die aus einem 7-tägigen Lehrgang, einer Visitation und einem Abschlusskolloquium bestanden. Ein übergreifender Theorie- teil vermittelte medienübergreifende Grundlagen, während eine Praxisphase dann die besonderen Anforderungen von Fernsehen und Hörfunk berücksichtigte.

#### **Lebenslanges (Radio-) Lernen**

Nach der erfolgreichen Ausbildung können LfM-Medientrainer in den von der LfM geförderten Schulungen und Projekten in den drei nordrhein-westfälischen Bürgermedien tätig werden. In Verbindung mit der Teilnahme an den Modulen „Presserecht“ und „Zertifizierung“ erhalten sie außerdem die Berechtigung, für den Bürgerfunk Zertifizierungskurse durchzuführen. In 2015 wurden zwei Presserechtseminare und ein Seminar „Zertifizierung Bürgerfunk“ für Medientrainer durchgeführt.

Neben der Ausbildung ist außerdem die Teilnahme an mindestens einem Zusatz-Workshop pro Jahr für die Akkreditierung als LfM-Medientrainer nötig. In 2015 wurden insgesamt 24 Kurse zu folgenden Themen angeboten:

- Bürgerfunk
- Journalistisches Arbeiten
- Produktion
- Sprechtraining
- Storytelling
- Fernsehwerkstatt *nrwision*

Daneben organisierte die LfM Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch, die auch für andere Projektbeteiligte wie zum Beispiel Lehrer oder Schulsozialarbeiter offen waren. Themen waren etwa Hörfunkschnitt inklusive Radioarbeit, Arbeit in Schul- und Jugendprojekten sowie Radioschulungen.

#### **Begeisternd: Schul- und Jugendprojekte**

2 Minuten und 30 Sekunden stehen einem Radiojournalisten für ein Thema zur Verfügung, häufig sogar weniger. Da heißt es: auf den Punkt kommen, das Wichtige herausfil-

tern und sich auch von noch so schönen Originaltönen verabschieden. All das können Schüler ab der 4. Klasse lernen. Mit eigenen Worten den Besuch im Zoo zu beschreiben und dabei Geräusche einzubauen, ist die einfachste Form der Reportage, und die Umfrage unter Mitschülern zu den aktuellen Wahlplakaten kann ein Einstieg in den Politikunterricht sein. Ob in einem Projekt, einer AG oder als Teil des Unterrichts: etwa 30 Unterrichtsstunden Radiotheorie und -praxis braucht es, um Radioreporter zu werden. Dann haben die Schüler nicht nur ihre erste eigene Umfrage als MP3-Datei gespeichert und journalistisches Handwerkszeug erlernt, sondern auch die Grundzüge der Medienlandschaft und -wirkung kennengelernt, am PC ein Schnittprogramm angewendet, untereinander diskutiert und schließlich ihr Thema öffentlich gemacht. Und dabei auch noch Spaß gehabt.

### Radioarbeit hilft für die Zukunft

Die in einem Radioprojekt vermittelten Grundfertigkeiten können die Schüler auch in ihrem schulischen und beruflichen Alltag anwenden: den Kern einer Geschichte herausarbeiten und bewerten, eine eigene Position beziehen und diese mündlich vor einem Publikum vortragen. So führt Radio als Medium der Sprache zu großen Erkenntnis- und Kompetenzgewinnen – beim Strukturieren, Recherchieren, Kooperieren, Produzieren, Präsentieren und Reflektieren. Deshalb finden sich für die Radioarbeit in der Schule viele Anknüpfungspunkte.

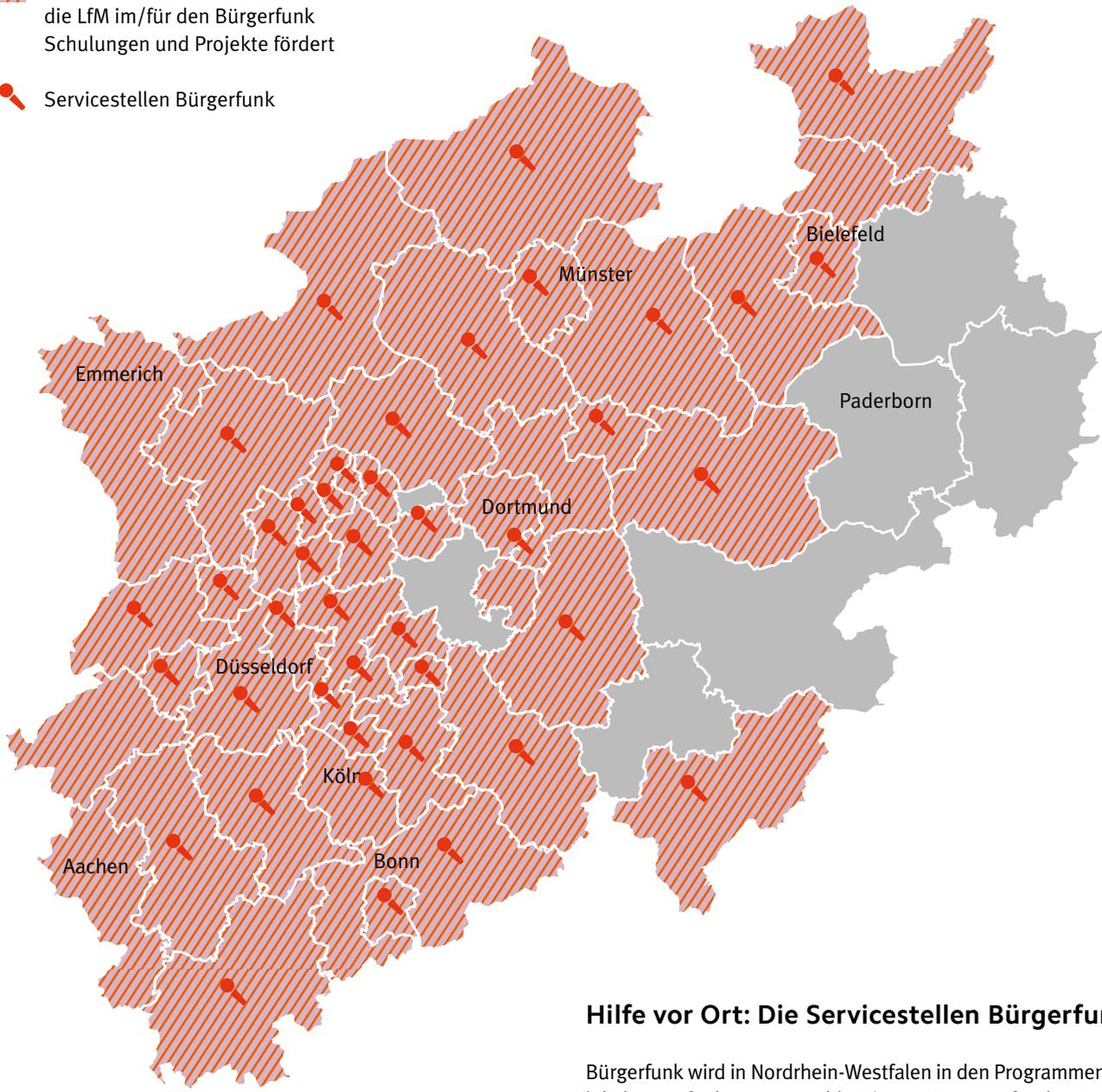
## Geförderte Schul- und Jugendradioprojekte in 2015

- 🏠 alle Schulformen  
 Grundschule, Förderschule, Hauptschule, Realschule, Berufskolleg, Gymnasium
- ⚙️ unterschiedliche Formate der Radioarbeit  
 Integration in den Unterricht, Radio-AGs, Projektwochen
- 🎤 168 Schulprojekte  
 (inklusive 67 Schnuppertagen) an 86 Schulen
- 🕒 insgesamt rund 2.400 Stunden Radioarbeit  
 im Schnitt 28 Stunden pro Schule
- 👥 ca. 2.000 Schüler  
 durchschnittlich 12 Teilnehmende pro Projekt
- 📶 Schulprojekte in 22 von 44 Verbreitungsgebieten
- 📶 66 Jugendprojekte in 13 Verbreitungsgebieten



 Verbreitungsgebiete in denen die LfM im/für den Bürgerfunk Schulungen und Projekte fördert

 Servicestellen Bürgerfunk



## Hilfe vor Ort: Die Servicestellen Bürgerfunk

Bürgerfunk wird in Nordrhein-Westfalen in den Programmen des lokalen Hörfunks ausgestrahlt. Die von Gruppen für den Bürgerfunk produzierten Beiträge müssen in der Regel beim jeweiligen Lokalsender vor der Ausstrahlung eingereicht werden und den technischen sowie gesetzlichen Anforderungen für die Ausstrahlung entsprechen. In den Verbreitungsgebieten hat die LfM damit begonnen, sogenannte „Servicestellen“ zu etablieren. Diese Einrichtungen informieren über den Bürgerfunk, beraten Interessierte und Nutzer, und bieten auch Technik für die Produktion von Beiträgen an. Dabei unterstützt die LfM die organisatorische und technische Infrastruktur finanziell oder stellt ein „Basispaket Technik“ zur Verfügung. Darüber hinaus kann die Stelle auch eine Förderung für die Produktionsberatung und -begleitung beantragen, sofern ein Umfang von mindestens zwei Stunden pro Kalenderwoche gewährleistet ist. Inzwischen sind in ganz NRW schon 32 Servicestellen aktiv. Sie erleichtern den Zugang zum Bürgerfunk und gewinnen neue Nutzergruppen.

**Ansprechpartner**

Norbert Sander, Peter Schwarz

## Bürgerfunk: Überblick über die Servicestellen

Verbreitungsgebiet	Träger der Servicestelle
Bielefeld	→ Bielefelder Jugending e. V.
Bochum	→ VFAM e. V. Verein zur Förderung audiovisueller Medien und Vermittlung von Medienkompetenz
Bonn/Rhein-Sieg	→ LoComNET Förderverein Lokalradio Bonn und Rhein-Sieg e. V. → Radiowerkstatt Raspel Verein für Medien und Bildung e. V. → Studio Eins Bürgerfunkinitiative e. V. → Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Katholisches Bildungswerk Bonn
Borken	→ Freizeitanlage Aa-See Bocholt e. V. Jugendbegegnungsstätte Aa-See
Bottrop/Gelsenkirchen/ Gladbeck	→ Generationennetz Gelsenkirchen c/o Caritasverband für die Stadt Gelsenkirchen
Coesfeld	→ Verein für Medienarbeit e. V.
Düren	→ Erster Dürener Rundfunkverein e. V.
Düsseldorf	→ Medienverein Düsseldorf
Duisburg	→ Medienforum Duisburg e. V.
Erftkreis	→ Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Katholisches Bildungswerk im Rhein-Erft-Kreis
Essen	→ Verein zur Vermittlung von Medienkompetenz an den Hochschulen in Duisburg und Essen e. V.
Euskirchen	→ Bildungswerk der Erzdiözese Köln c/o Kath. Bildungswerk im Kreis Euskirchen
Gütersloh	→ VHS Gütersloh
Hamm	→ Radio Runde Hamm e. V.
Köln	→ Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Medienwerkstatt des Katholischen Bildungswerkes Köln
Krefeld/Viersen	→ Kulturfabrik Krefeld e. V. → studiotv-Radio aus Tönisvorst c/o Jugendfreizeitzentrum St. Tönis, Stadt Tönisvorst
Leverkusen	→ Katholisches Bildungsforum Leverkusen
Märkischer Kreis	→ Fölok Iserlohn e. V.
Mettmann	→ Public Networking Niederberg e. V.
Minden-Lübbecke	→ Medienwerkstatt Minden-Lübbecke e. V.
Mönchengladbach	→ EXLEX e. V. – Medienkompetenzzentrum am linken Niederrhein
Münster	→ medienforum münster e. V.
Neuss	→ familienforum edith stein – Bildungswerk der Katholischen Arbeitsgemeinschaft für Weiterbildung Neuss e. V.
Oberberg./Rheinisch- Bergischer Kreis	→ Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Katholisches Bildungswerk → Rheinisch-Bergischer Kreis
Recklinghausen	→ Verein für Medienarbeit e. V.
Remscheid/Solingen	→ Stadt Remscheid c/o Fachdienst Kommunales Bildungszentrum → Abt. Weiterbildung – VHS → Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Katholisches Bildungswerk Wuppertal/Solingen/Remscheid
Siegen-Wittgenstein	→ Radioförderverein Siegerland-Wittgenstein e. V.
Soest	→ Förderverein Radio Lippeland e. V.
Steinfurt	→ Evangelische Jugendbildungsstätte Tecklenburg – Evangelische Medienwerkstatt Warendorf
Kreis Warendorf	→ VHS Warendorf – Altes Lehrerseminar
Wesel	→ Stadt Moers Eigenbetriebsähnliche Einrichtung Geschäftsbereich VHS
Wuppertal	→ Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Katholisches Bildungswerk Wuppertal/Solingen/Remscheid



STEELE TV

PRODUCTION STEELE  
I 4 328  
T 2016

ARTEN

STAD



## Bürgerfernsehen

# „Es gibt bei uns im Stadtteil immer noch so viel zu erzählen!“

Nicole Bungart-Gamper, Leitungsteam Steele TV

Vom Nachbarn, der in seiner Garage einen exquisiten Kaffee röstet, bis zum neuen Graffiti für das Jugendzentrum – in Essen-Steele finden sich überall Geschichten. Und die rund 20-köpfige Redaktion von Steele TV berichtet darüber regelmäßig auf nrwision, dem landesweiten TV-Lernsender. Erst vor drei Jahren gründete sich die Bürgerfernsehgruppe und produziert heute ein eigenes regelmäßiges Monatsmagazin. Zum Leitungsteam gehört Nicole Bungart-Gamper, die jede Woche 10 bis 15 Stunden fürs Fernsehmachen aufbringt. „Dabei sind wir alles Ehrenamtliche, das ist ein Hobby“, sagt sie. Aber eines, das professionell angegangen wird. Alles rund um Kamera, Ton und Schnitt lernte die Gruppe in einer von der LfM geförderten Qualifizierungsmaßnahme. Seitdem steht Steele TV auf eigenen Füßen – und publiziert mit Leidenschaft. Ihr größter Traum für die Zukunft? „Vielleicht eine professionelle Kameraausstattung. Und ein Studio, das man nicht nach jeder Aufzeichnung wieder abbauen muss.“



## Bürgerfernsehen

# Wir machen Fernsehen

Fernsehen selber machen? In NRW geht das! TV-Beiträge drehen, schneiden und vertonen, Interviews vor laufender Kamera führen oder Sendungen moderieren und eigene Themen ins Fernsehen bringen – in Nordrhein-Westfalen kann das jeder lernen und ausprobieren. Im Rahmen des Bürgerfernsehens bietet die LfM allen NRW-Bürgern die Möglichkeit, aktiv zu werden, audiovisuelle Kompetenzen zu erwerben und eigene Fernsehbeiträge über den landesweiten TV-Lernsender *nrwision* zu publizieren.

Das Bürgerfernsehen erweitert das bestehende Medienangebot und trägt damit zur Ergänzung der Meinungsvielfalt und zur gesellschaftlichen Meinungsbildung bei. Aus diesem Grund soll der Zugang zum Bürgerfernsehen möglichst vielen Menschen offenstehen, damit sie die Chance ergreifen, sich zu qualifizieren und ihre Themen in die Öffentlichkeit zu bringen. Unter anderem können alle in NRW bestehenden Einrichtungen der audiovisuellen Ausbildung und Qualifizierung ihre Produktionen über den TV-Lernsender *nrwision* verbreiten. Der TV-Lernsender steht außerdem für die Entwicklung und Erprobung neuer Sendeformen und Formate im Rahmen von Ausbildung und Studium zur Verfügung.

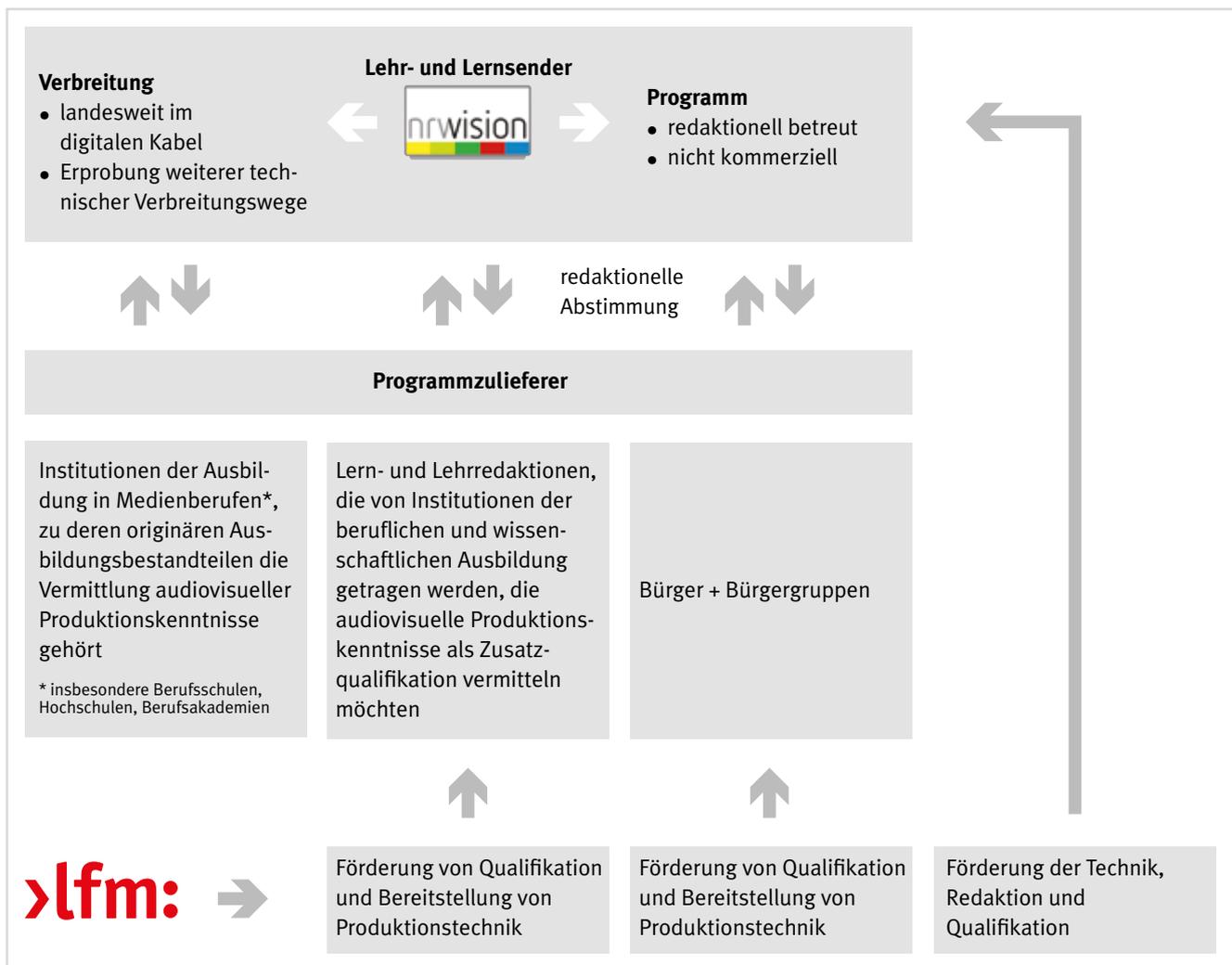
Dazu fördert die LfM das Bürgerfernsehen in NRW auf verschiedenen Ebenen: den TV-Lernsender *nrwision* als zentralen Ausstrahlungskanal, den Aufbau von Lern- und Lehrredaktionen an Berufskollegs und Hochschulen sowie Qualifizierungsmaßnahmen für Bürgergruppen, die von verschiedenen Einrichtungen angeboten werden. Darüber hinaus stellt die LfM Vereinen und

Weiterbildungseinrichtungen für kostenfreie Fernsehurse Medientrainer und mobile Produktionseinheiten zur Verfügung.

### **Der landesweite Lernsender: *nrwision***

Kern des Bürgerfernsehens ist der landesweit empfangbare TV-Lernsender *nrwision*, der seit 2009 auf Sendung ist. Programmveranstalter ist das Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund. *nrwision* bietet allen Menschen in NRW die Möglichkeit, ihre produzierten Fernsehbeiträge einem landesweiten Publikum zu zeigen. Das Programm ist nichtkommerziell, werbefrei und existiert ohne Quotendruck. Durch das Prinzip der zentralen Programmverantwortung soll die Qualität des Programms und dessen Akzeptanz gesteigert werden.

Dabei bietet *nrwision* eine hohe Zugangsoffenheit. Seine qualitativen Standards sind so gesetzt, dass sie auch von Einsteigern und nichtprofessionellen Fernsehmachern erreicht werden können. Studierende des Instituts für Journalistik der TU Dortmund, die bereits ihr Volontariat absolviert haben, bilden



die Programmredaktion. Von der Programmredaktion wird jeder eingereichte TV-Beitrag gesichtet und medienrechtlich geprüft. Jeder Zulieferer erhält ein professionelles Feedback zu seinem Beitrag und Hilfe bei programmlichen und produktionstechnischen Fragen. Dabei wird er, je nach seinem persönlichen Wissens- und Entwicklungsstand, individuell beraten.

### Alle Seiten lernen permanent

Durch das Modell lernen alle Beteiligten stets dazu. Die Zulieferer erwerben praktische Medienkompetenz und verbessern durch die individuelle Beratung ihre Fähigkeiten zur Produktion von Fernsehbeiträgen. Das motiviert und steigert gleichzeitig die Wahrscheinlichkeit, dass der Beitrag vom Publikum wahrgenommen wird. Auf der anderen Seite lernen auch die Studierenden des Instituts für Journalistik durch ihre verantwortungsvolle Tätigkeit in der Programmredaktion, ihre eigenen Kenntnisse und Fähigkeiten zu kommunizieren. Im Rahmen der journalistischen Ausbildung ist dies ein in Deutschland einmaliges Angebot.

### Viele Verbreitungswege

Das Programm von *nrwision* wird unter anderem über das digitale Kabelnetz von Unitymedia sowie NetCologne und NetAachen verbreitet. Somit werden 99 Prozent der Kabelhaushalte in Nordrhein-Westfalen erreicht. Außerdem ist das Programm über verschiedene Video-on-Demand-Angebote wie etwa Kodi

Mediacenter, Amazon Fire TV (Stick), Multithek (HbbTV) oder T-Entertain zu sehen. Insgesamt können 4,27 Mio. Haushalte *nrwision* empfangen. Das Programm gibt es auch als Livestream sowie eine umfangreiche und dauerhafte Mediathek mit allen ausgestrahlten Beiträgen auf [www.nrwision.de](http://www.nrwision.de).

### Stetig wachsendes Programm

Seit dem Sendestart von *nrwision* im Jahr 2009 wächst das Programm kontinuierlich. Aus anfänglich drei Stunden Material in einer Programmschleife ist ein umfangreiches Programm geworden: Pro Woche betreut die Programmredaktion rund 36 Filme, Sendungen und Beiträge bzw. bis zu 14 Stunden frisches Programm. Dabei ist die Nachfrage von Programmuzulieferern nach Sendeplätzen zum Teil sogar noch höher, so dass es ohne Reservierung zu Wartezeiten bis zur Ausstrahlung kommen kann. Insgesamt wurden 2015 rund 1.400 TV-Beiträge an *nrwision* zugeliefert. *nrwision* sendet rund um die Uhr in zwei Sendeschleifen: Alle Beiträge, Sendungen und Filme sind die ganze Woche zu unterschiedlichen Zeiten zu sehen. Für die verschiedenen Beiträge aus den Regionen gibt es feste Sendezeiten – so sind das Münsterland, das Rheinland, das Ruhrgebiet und Ostwestfalen jeweils an einem Wochentag ab 18 Uhr vertreten. Die besonders beliebten Themenfelder wie Musik-Sendungen, Campus-Fernsehen und Kurzfilme haben wochentags ab 21 Uhr ihren festen Platz im Programm von *nrwision*.



*nrwision* bindet die einzelnen Beiträge und Sendungen der verschiedenen Zulieferergruppen in ein rundes Programm ein. Dafür wurde ein On-Air-Design als wiedererkennbares Element entwickelt, inklusive Clips, Programm- und Erklärtrailern. Darüber hinaus werden die unterschiedlichen Zulieferer von *nrwision* auch im Programm durch das seit längerem etablierte Format „Die Macher“ sichtbar. Die Sendereihe zeigt die Menschen hinter dem Programm – darunter Bürgergruppen, Lern- und Lehrredaktionen sowie angehende Medien-Profis – und stellt ihre Arbeit vor. Neu im Programm war 2015 unter anderem auch das „Thema der Woche“: Hier wurden TV-Beiträge von verschiedenen Fernsehmachern und Redaktionen in thematischen Magazinsendungen verbunden und von unterschiedlichen Zulieferern aus NRW moderiert. Saisonale Programm-Aktionen wie ein Halloween-Special oder das Weihnachts-ABC rundeten das Programm ab.

#### **Die Programmproduzierenden von *nrwision***

Das Programm von *nrwision* setzt sich aus den Zulieferungen verschiedener Gruppen zusammen. Dazu gehören Bürger und Bürgergruppen, von der LfM geförderte Lern- und Lehrredaktionen sowie Institutionen zur Ausbildung in Medienberufen.

#### **Bürger und Bürgergruppen**

Verschiedene Bürger und Bürgergruppen aus ganz NRW produzieren einen Großteil des Programms von *nrwision*: Ca. 80 Prozent der Inhalte wurden in den vergangenen Jahren konstant von unabhängigen Personen und Gruppen zugeliefert oder entstanden

im Rahmen von Qualifizierungsmaßnahmen. Aus rund 180 Orten NRW haben bisher unterschiedlichste Einzelpersonen und Gruppen TV-Beiträge an *nrwision* zugeliefert und sich somit am Programm des TV-Lensenders beteiligt. Im Jahr 2015 wurden insgesamt 225 Qualifizierungsmaßnahmen für Bürgergruppen von der LfM gefördert, an denen rund 2.225 Personen teilnahmen.

#### **Anbieter von Qualifizierungsmaßnahmen in 2015**

- Arbeitskreis Ostviertel e. V.
- ASG Bildungsforum Düsseldorf e. V.
- Film- und Medienakademie für Kinder und Jugendliche (FMKJ) gGmbH
- Förderverein des Hans-Böckler-Berufskollegs Marl
- Katholisches Bildungswerk Köln, Medienwerkstatt
- Katholisches Bildungswerk Leverkusen
- Medienwerkstatt Minden-Lübbecke e. V.
- Offener Kanal Lüdenscheid (OKL) e. V.
- Offener TV-Kanal Bielefeld e. V.
- quereblick e. V. Dortmund

#### **Schnupper- und Vertiefungskurse**

Neben den geförderten Qualifizierungsmaßnahmen unterstützt die LfM auch die TV-Schnupperkurse „Unser Ort“ für Einsteiger. In zwei Tagen erlernen 10 bis 15 Teilnehmende alle Fähigkeiten, um einen eigenen Fernsehbeitrag zu erstellen. Was gehört zu einem guten Beitrag? Wie hält man eine Kamera? Wie schneidet man dann die Aufnahmen aneinander? Und vor allem: Wie und wo kann man einen eigenen Beitrag ausstrahlen – so dass auch ande-



re ihn im Fernsehen sehen? Nicht nur die Teilnehmenden können sich hier ausprobieren, sondern auch die durchführenden Einrichtungen. Vereine, Jugendzentren oder Volkshochschulen testen so, ob Fernseharbeit auch für ihre Klientel einen Mehrwert darstellt und wie die Resonanz seitens der Teilnehmenden ist.

Die LfM unterstützt die Einrichtungen durch Medientrainer aus dem Schnupperkurs-Pool und stellt die notwendige Technik zur Verfügung. Die jeweilige Einrichtung hält im Gegenzug die Räumlichkeiten bereit, akquiriert Teilnehmende und begleitet den Kurs personell. Interessierte Einrichtungen können sich mittels Rückmeldebogen bei der LfM bewerben. Im Rahmen des Schnupperkurses entsteht die erste eigene Fernsehsendung „Unser Ort“, die dann über *nrwvision* im digitalen Kabelnetz verbreitet und somit landesweit gezeigt wird. Die Sendungen sind auch in der Mediathek auf [www.nrwision.de](http://www.nrwision.de) abrufbar.

In 2015 hat die LfM durch die Schnupperkurse insgesamt 536 Teilnehmende in 49 Kursen qualifiziert. Die Resonanz der verschiedenen Einrichtungen fiel durchweg positiv aus. Fast alle

bekundeten Interesse daran, weiterzumachen, Vertiefungskurse durchzuführen oder nochmals einen Schnupperkurs anzubieten.

#### **Weiterführende Angebote**

Neben den Schnupperkursen unterstützt die LfM auch Vertiefungskurse zu unterschiedlichen Themen und Schwerpunkten. Bürgergruppen, die bereits mit den Grundlagen von Kamera, Schnitt & Co. vertraut sind, können in Vertiefungskursen ihre Kenntnisse weiterentwickeln, sich in der Formatentwicklung ausprobieren oder redaktionelles Arbeiten erlernen. Ob journalistischer Beitrag, fiktiver Kurzfilm oder Musikvideo: Im Zentrum der Kurse steht stets die Frage, wie ich am besten einen Beitrag produziere, mit dem ich mein Thema, mein Anliegen, meine Botschaft in die Öffentlichkeit bringen kann.

#### **Lern- und Lehrredaktionen**

Audiovisuelle Medienkompetenz ist eine wertvolle Zusatzqualifikation, die im Berufsleben zunehmend als selbstverständlich vorausgesetzt wird. Einrichtungen der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung, die keine originäre medienpraktische Ausbildung anbieten, sollen motiviert werden, Lern- und Lehrredaktionen aufzubauen, um ihr Studienangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz im Kontext von Ausbildung und Studium zu ermöglichen.

So lernen Studierende und Auszubildende die technischen und journalistischen Aspekte der Fernsehproduktion kennen. Neben der Qualifikation für die praktische Fernseharbeit erwerben sie



**225 Bürgermedien-  
Qualifizierungsmaßnahmen  
mit rund 2.225 Teilnehmenden  
+ 49 Fernshekurse mit 536  
Teilnehmenden**



auch wertvolle Soft Skills, wie etwa Arbeiten unter Termindruck, Teamfähigkeit und Kommunikationsstärke, von denen sie im Berufsleben profitieren können. Außerdem lernen sie, ihre wissenschaftlichen Themen verständlich zu vermitteln und einem fachfremden Publikum zu präsentieren – jederzeit auch über die *nrwision*-Mediathek abrufbar.

#### **Institutionen der Ausbildung in Medienberufen**

Die dritte Zulieferergruppe sind Einrichtungen der professionellen Medienausbildung. Auch sie können *nrwision* als Plattform nutzen. Beiträge, die im Rahmen von Studium und Ausbildung entstanden sind, werden so einem landesweiten Publikum zugänglich.

#### **Erkenntnisse und Perspektiven**

Die unterschiedlichen Blickwinkel der verschiedenen Zulieferer, eingebunden in ein inhaltlich breit gefächertes Programm, erzeugen eine enorme Vielfalt. Diese trägt zur steigenden Akzeptanz des Bürgerfernsehens ebenso bei wie die Programmverantwortung des Lernsenders. Insbesondere mit Letzterem wurde ein bundesweit einmaliges Vorgehen erprobt. Auch die erfolgreiche Verzahnung von Praxis, Produktion und Ausbildung sowie das Andocken von Lern- und Lehrredaktionen an medienferne Studiengänge und Ausbildungen waren Neuland.

Das Modell des Lernsenders und seine Nutzungsregelung garantieren eine hohe Zugangsoffenheit und attraktive

Partizipationsmöglichkeiten. Die Bedeutung von Qualifikation, Partizipation und Relevanz spiegelt sich in der Ausgestaltung der drei verschiedenen Zulieferergruppen wider. Die Studierenden und Auszubildenden der professionellen Medienausbildung stehen mit ihren Beiträgen in der Öffentlichkeit. In den Lern- und Lehrredaktionen erfolgt die Qualifikation durch das Andocken an Institutionen, um zum einen möglichst viele Teilnehmende anzusprechen und zum anderen gleichzeitig eine Verstetigung innerhalb der vorhandenen Strukturen zu erreichen. Für Bürgergruppen wurden verschiedene Stufen der Qualifikation entwickelt. Partizipation ist hier bereits auf niedrigschwelliger Ebene möglich, so dass alle Bürger in NRW eine Chance haben, ihre Themen dem Fernsehpublikum zu präsentieren.

Medienkompetenz, Partizipation und Crossmedialität – zu diesen Kernbegriffen soll das Bürgerfernsehen NRW auch weiterhin neue Formen, Strukturen und Inhalte medialer Ausbildung entwickeln, erproben und auf ihre Perspektiven hin überprüfen.



**1.400 TV-Beiträge**  
wurden im Jahr 2015 an  
*nrwision* zugeliefert

## Lern- und Lehrredaktionen in NRW

### Universitäten

- Universität Bielefeld, Erziehungswissenschaften, in Kooperation mit dem Offenen TV-Kanal Bielefeld e. V. und Filmhaus Bielefeld
- Ruhr-Universität Bochum, Medienwissenschaft
- Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Katholisch-Theologische Fakultät, in Kooperation mit dem KSI Katholisch-Sozialen Institut Bad Honnef
- Deutsche Sporthochschule Köln, Institute der Sporthochschule
- Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institute für Erziehungswissenschaft, Soziologie und Politikologie, in Kooperation mit dem Arbeitskreis Ostviertel e. V.
- Universität Paderborn, Studium Generale
- Universität Paderborn, Lehramt
- Universität Duisburg-Essen, Fakultät für Bildungswissenschaften in Kooperation mit dem Zentrum für Lehrerbildung
- Universität Duisburg-Essen, Literatur und Medienpraxis

### Seminar für das Lehramt

- Kooperation des Seminars für das Lehramt in Hamm mit der Film- und Medienakademie für Kinder und Jugendliche gGmbH und dem Medienzentrum der Stadt Hamm

### Fachhochschulen

- Internationale Fachhochschule Bad Honnef, Eventmanagement, in Kooperation mit dem KSI Katholisch-Sozialen Institut Bad Honnef
- Hochschule Ostwestfalen-Lippe in Höxter, Umweltingenieurwesen, in Kooperation mit dem Arbeitskreis Ostviertel e. V. in Münster
- Hochschule Rhein-Waal in Kleve in Kooperation mit der Kisters Stiftung Kleve
- Fachhochschule Münster, Oecotrophologie
- Fachhochschule Münster, Sozialwesen
- BiTS Business and Information Technology School Iserlohn, u. a. Sport- und Eventmanagement

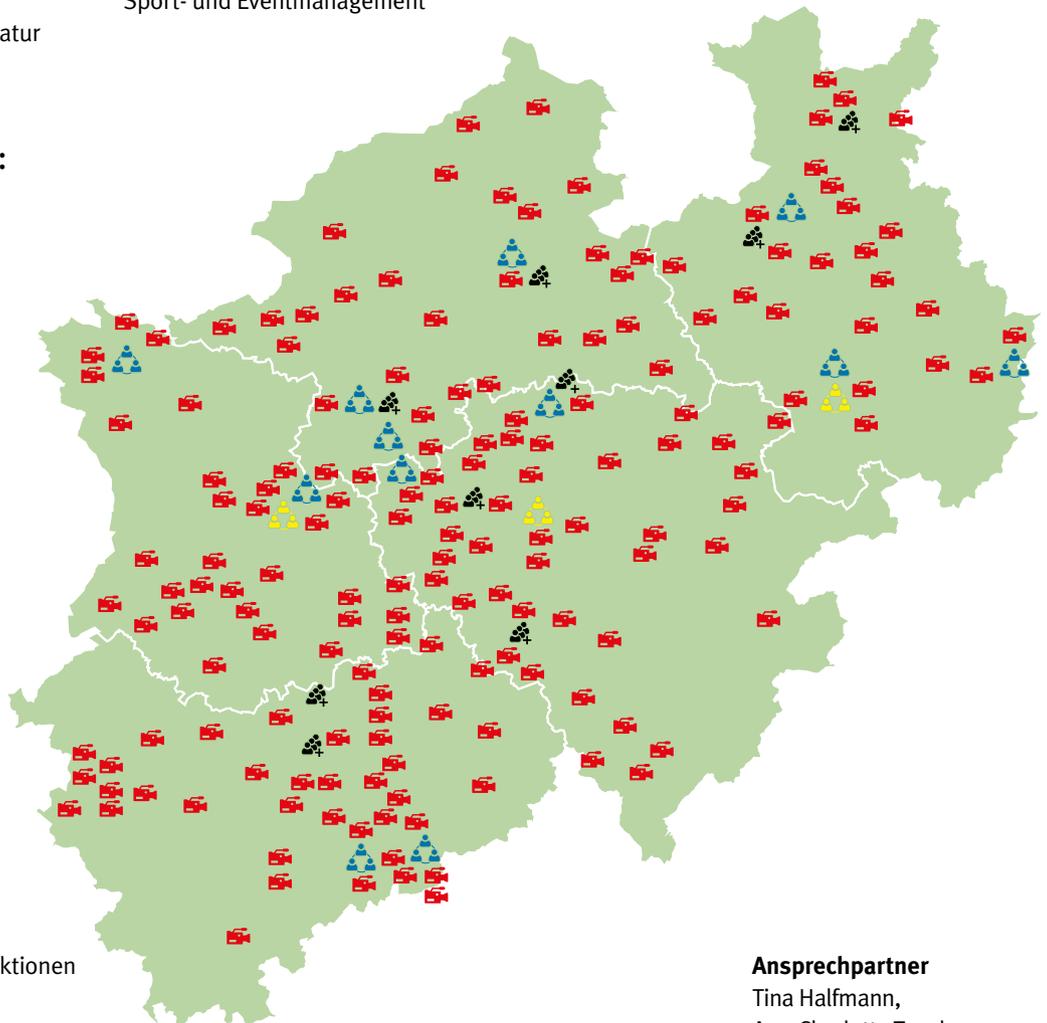
### Berufskollegs

- Hans-Böckler-Berufskolleg Marl, Erzieher sowie Informatiker, in Kooperation mit dem Offenen Kanal e. V. Marl
- Max-Born-Berufskolleg in Recklinghausen, Bautechniker, in Kooperation mit dem Offenen Kanal e. V. Marl
- Berufskolleg Senne in Bielefeld, Druck- und Medientechnik, in Kooperation mit dem Filmhaus Bielefeld und dem Offenen TV-Kanal Bielefeld e. V.
- Elisabeth-Lüders-Berufskolleg in Hamm, Schwerpunkt Erziehung und Soziales in Kooperation mit der Film- und Medienakademie für Kinder und Jugendliche gGmbH und dem Medienzentrum der Stadt Hamm

## Bürgerfernsehen in NRW: landesweit aktiv

Am Programm des Lernsenders *nrvision* wirken inzwischen Beteiligte aus ganz NRW mit.

-  hier wird produziert
-  Lern- und Lehrredaktionen
-  Förderung Lern- und Lehrredaktionen
-  Förderung von 10 Bürgergruppen



**Ansprechpartner**  
Tina Halfmann,  
Ann-Charlotte Tegeler



## Campusradio

**„Die Einstiegsschwelle ist hier extrem niedrig. In kürzester Zeit konnte ich schon meine eigene Sendung konzipieren.“**

Julia Hahn, Redakteurin Radius 92.1 und Medientrainerin

**„Wir verknüpfen eine Experimentierfläche mit einem Ausbildungsangebot, das auch zertifiziert wird.“**

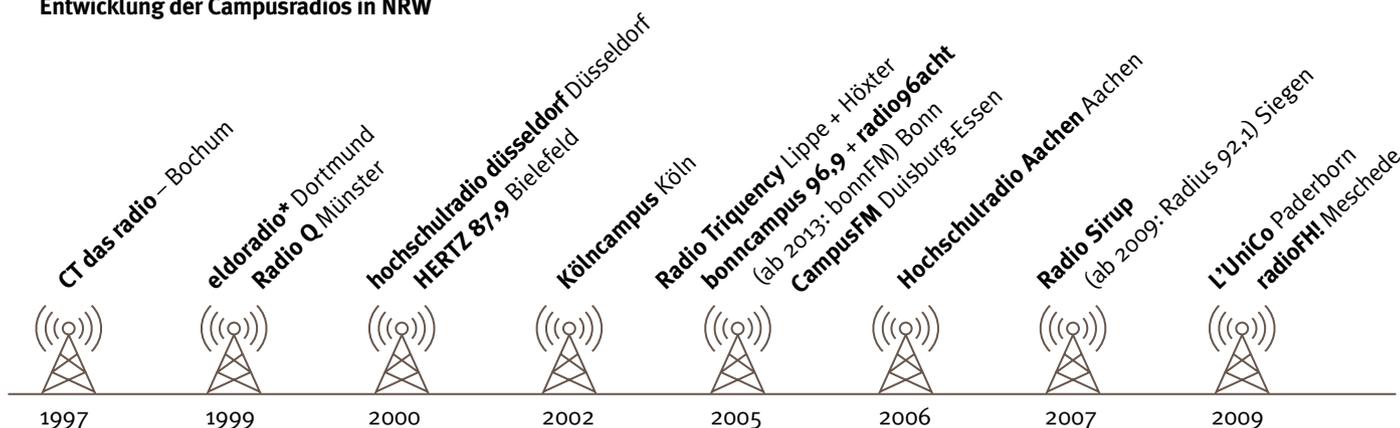
Sascha Skudelny, Programmleiter Radius 92.1 und Medientrainer

Das Hochschulradio der Universität Siegen gibt es seit 2007, seit 2009 sendet es unter dem Namen Radius 92.1 – und ist inzwischen aus dem Unibetrieb nicht mehr wegzudenken. Das Team bestreitet nicht nur täglich rund vier Stunden Liveprogramm, sondern ist auf jeder Veranstaltung der Uni zu finden, moderiert das Sommerfest und vieles mehr. Der Einstieg ist denkbar einfach: „Ich bin auf einer Party gefragt worden, ob ich mitmachen möchte. Ein paar Tage später hatte ich schon die Basics gelernt und war das erste Mal auf Sendung“, erzählt Julia Hahn, die heute auch für den Lokalsender Radio Siegen tätig ist. Campusradio als Einstieg in den Hörfunk-Beruf? „Das kann es sein, muss es aber nicht“, sagt Programmleiter Sascha Skudelny, der den Unisender – unter anderem mit Hilfe der intensiven Beratung und Betreuung durch die LfM – mit aufbaute. „Wir sehen das Radiomachen als Hobby, aus dem natürlich mehr werden kann.“ Dabei ist der Campussender offen für Interessierte aller Fakultäten, von der Sprachwissenschaftlerin bis zum Ingenieur. „Und seit wir mit dem Prüfungsamt gesprochen haben, kann man sich die Mitarbeit bei uns auch als studienrelevantes Praktikum bescheinigen lassen“, so Skudelny. Gerade für die Nachwuchswerbung ist das ein ebenso wichtiger Vorteil wie das Angebot einer echten Experimentierfläche, auf der schon einige Campusfunker ihre Berufung gefunden haben – und heute beim „großen“ Radio oder als Medientrainer arbeiten.

# So klingt Campus

Deutschlandweit einzigartig – die Campusradio-Szene in NRW ist in fast 20 Jahren gewachsen. Schon im November 1997 ging das erste Hochschulradioprojekt von NRW an den Start. „CT das radio“ aus Bochum nahm den Sendebetrieb mit einer eigenen terrestrischen Frequenz auf. Seitdem hat sich einiges getan: In Nordrhein-Westfalen ist eine überaus lebendige und vielfältige Hochschulradio-Landschaft mit 13 Campusradios entstanden, die in Deutschland ihresgleichen sucht.

### Entwicklung der Campusradios in NRW



### Struktur und Programm der Campusradios

In der Regel strahlen die Campusradios zwischen drei und zehn Stunden live moderiertes Programm aus. Neben einer Schwerpunkt-Magazinsendung am Morgen senden sie zudem vorproduzierte Spezialsendungen (Talk-, Musik- oder Sonderformate). In der restlichen Zeit wird eine automatisierte Sendeschleife eingesetzt, die vorproduzierte Campusradio-Programmelemente beinhaltet. Einzelne Campusradios übernehmen außerdem öffentlich-rechtliche Sendungen mit inhaltlichem Bezug zum Thema Hochschule. Dazu gehören etwa „Campus & Karriere“ vom Deutschlandfunk sowie die Nachrichten vom Deutschlandfunk und DRadioWissen.

### „Learning by doing“ – Qualifizierung in der Praxis

Viele Studierende nutzen ihre Mitarbeit beim Hochschulfunk, um sich im Bereich des journalistischen Handwerks, etwa bei der Produktion von Beiträgen oder in der Live-Moderation, zu qualifizieren. Doch die Möglichkeiten des Campusradios gehen weit über die reine Aneignung technischer Fertigkeiten hinaus. Neben der Radioarbeit im engeren Sinne werden Kompetenzen in vielen Bereichen erworben, etwa bei der Büroorganisation und im Redaktionsmanagement, bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Pflege des Internetauftritts, beim Erstellen von Musikablaufplänen oder bei der Kontaktpflege zur Musikindustrie, um nur einige Beispiele zu nennen. Zahlreiche ehemalige Hochschulfunker sind heute längst Arbeitnehmer

privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter oder in anderen Bereichen der Medienbranche tätig.

Campusradio bietet aber mehr: die Möglichkeit, Verantwortung für ein eigenes Medium zu übernehmen, eigenständig eine Zielvorstellung dafür zu entwickeln und in diesem Rahmen neue Konzepte auszuprobieren. Dieser Prozess führt zu einer Aneignung von Medienkompetenz im Sinne einer kritischen und konstruktiven Auseinandersetzung mit dem eigenen Medium, seinen Aufgaben und Zielen, und damit auch zu einer kritischen Reflexion der Funktion und Arbeitsweise von Medien im Allgemeinen. Hochschulradios schaffen außerdem den kreativen Freiraum für Experimente und Innovation.

Das Engagement der Campusfunker ist beachtenswert, denn neben der ehrenamtlichen Radioarbeit sorgen sie als Dozenten in Seminaren und Workshops auch noch für die Nachwuchsausbildung. Und immer wieder kehren Ehemalige gerne an ihre alte Wirkungsstätte zurück. Als Referenten und wichtige Multiplikatoren in der Qualifizierungsarbeit leisten sie einen Beitrag zur Qualitätssicherung und Entwicklung von Campus-Radios in NRW.

### Förderung und Vernetzung

Ein Schlüssel zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung im Campusradio in NRW ist der kontinuierliche Erfahrungsaustausch zwischen den Sendern untereinander. Die LFM hat diesen

Austausch von Beginn an mit diversen Beratungsangeboten und Veranstaltungen aktiv unterstützt. Zum Beispiel mit von der LfM geförderten vielfältigen Seminarangeboten sowie Referenten aus dem privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunk. So erhalten die Campusradio-Macher nicht nur fachspezifische Grundlagen für den Hörfunk vermittelt, sondern auch ein professionelles Feedback zu ihrer Radio-Arbeit.

### Auswahl von Seminarthemen 2015

-  Presserecht
-  Urheberrecht – das Recht am eigenen Bild
-  Air-Checks/Journalistische Darstellungsformen im Hörfunk
-  Sprechtrainings
-  Nachrichtenschreiben für den Hörfunk
-  Medientrainer-Ausbildungen
-  Inhouse-Schulungen
-  (Hochschul-)Nachrichten
-  Smartphone-Reporting
-  Selbstfahrertraining
-  Der Musikjournalist von heute ...
-  Sounddesign/Trailerproduktion
-  Crossmedia
-  Recherchetraing/Themenentwicklung

Im Jahr 2015 haben 28 Seminare sowie zwei Medientrainerlehrgänge für Campusradios stattgefunden, an denen insgesamt rund 250 Campusradio-Mitarbeiter teilgenommen haben. Diese geförderten Seminare sind für die Radios wichtig. Denn aufgrund der heutigen Studienbedingungen ist die Mitarbeiterfluktuation in den Redaktionen hoch. So gibt es eine kontinuierliche Nach-

frage nach Bildungsangeboten, etwa zur Qualitätssicherung des Programms, zur Mitarbeiterrekrutierung sowie zur journalistischen Umsetzung von Inhalten.

### Campusradio-Tag und Campusradio-Preis

Der LfM-Campusradio-Tag mit verschiedenen Workshops, Vorträgen und Diskussionsrunden hat sich mittlerweile als zentrale Veranstaltung für den Erfahrungsaustausch etabliert. Seit 1998 bietet er für die Campusradio-Mitarbeiter die Möglichkeit, sich über aktuelle Entwicklungen, berufliche Perspektiven sowie über den Erwerb und den Einsatz von Medienkompetenz im Arbeitsprozess zu informieren. Dazu werden je nach aktuellen Schwerpunktthemen und Inhalten internationale, nationale und nordrhein-westfälische Campusradio-Mitarbeiter sowie Referenten aus dem professionellen Medienbereich eingeladen.

In Verbindung mit der LfM-Campusradio-Preisverleihung ist der Tag auch eine zentrale Plattform geworden, um über Programmqualität, Programmstandards und Programmanforderungen in den Campusradios zu reflektieren. Mit dem seit 2002 vergebenen Campusradio-Preis soll neben besonders gelungenen Programmbeiträgen im Hochschulradio in besonderer Weise die ehrenamtliche Arbeit der Macher gewürdigt werden. In 2015 fand der LfM-Campusradio-Tag zum 15-jährigen Senderjubiläum von hochschulradio düsseldorf an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf statt. 150 Campusradio-Macher aus NRW und dem gesamten Bundesgebiet diskutierten mit Radio-Profis über Konzepte, Entwicklungen und Perspektiven für Campusradios. Im Anschluss an die Tagung wurden die insgesamt acht LfM-Campusradio-Preise vergeben – und natürlich gefeiert.

**Ansprechpartner**  
Andreas Schmidt







## Bürgermedienplattform

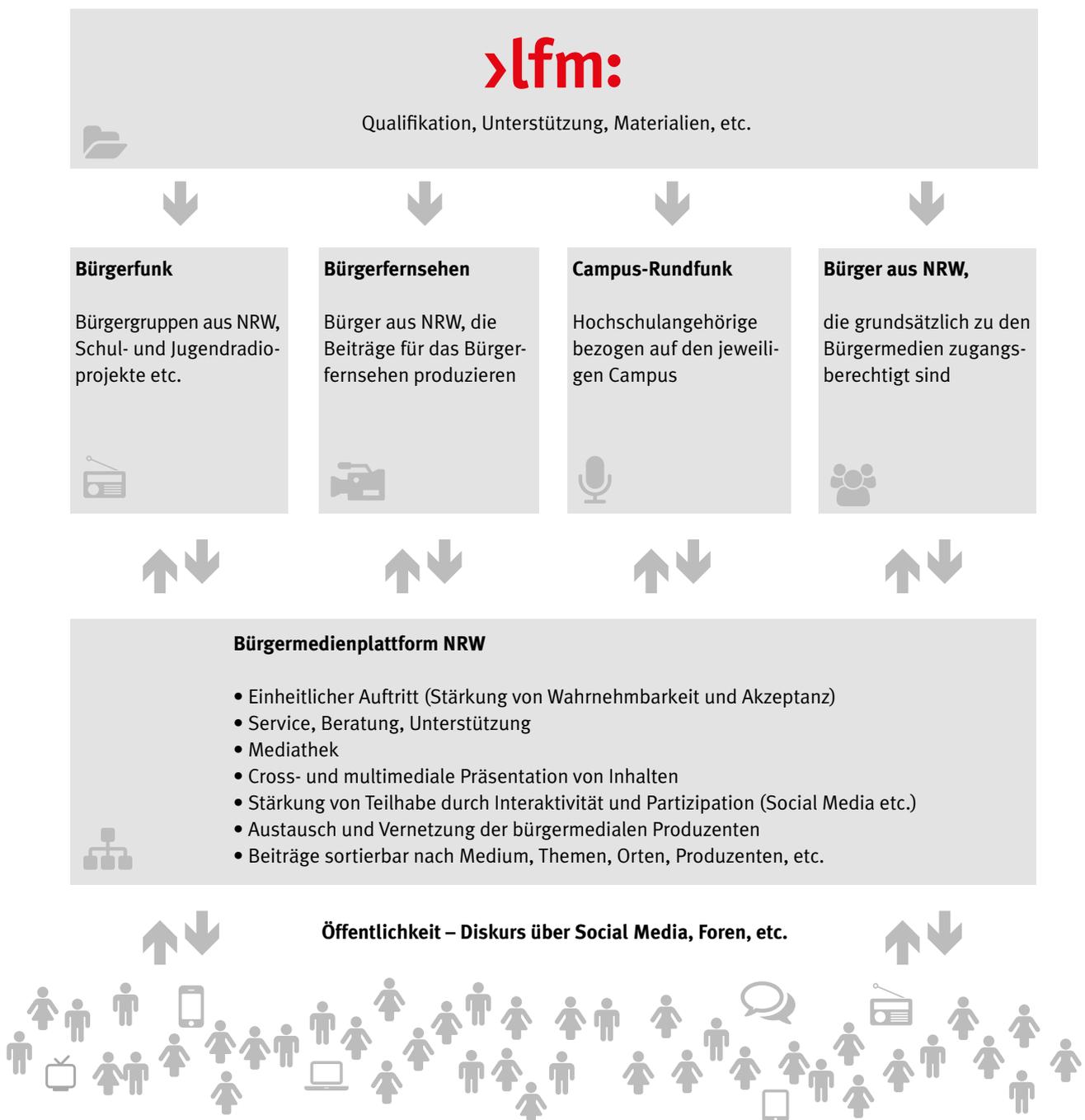
**„So viele Menschen produzieren in NRW Medien. Ihnen bieten wir einen Ort, um sich zu präsentieren und weiterzuentwickeln!“**

Marieluise Denecke, stellvertretende Projektleiterin  
Bürgermedienplattform NRW, TU Dortmund

Hörfunkwerkstätten, Campusradios oder Bürgerfernsehgruppen – im Laufe der Jahre ist in NRW eine enorm vielfältige Bürgermedienlandschaft entstanden. Von ambitionierten Bastlern bis zu semiprofessionellen Redaktionsgruppen reicht das Spektrum, und alle produzieren mit Leidenschaft ihre eigenen Inhalte. Diese Beiträge auch im Netz sichtbar zu machen, ist nur eine der Aufgaben der neuen Bürgermedienplattform, die derzeit, gefördert von der LfM, an der TU Dortmund entwickelt wird. „Wir wollen Reichweite schaffen und die Auffindbarkeit erhöhen – aber auch einen sicheren Rahmen für die fachliche Weiterentwicklung bieten“, so die stellvertretende Projektleiterin Marieluise Denecke. Denn die redaktionell betreute Plattform will zum Beispiel mit Tutorials und Anleitungen sowie einer direkten Ansprache der Nutzer Impulse geben. Etwa in Richtung Cross-Medialität: „Zum Beispiel könnten wir einen Radiomacher dazu befähigen, mit unserer Hilfe aus seinem Beitrag eine Audio-Slideshow mit Bildern zu erstellen“, sagt Denecke. So wird die neue Plattform auch die Medienkompetenz der Nutzer stärken.

# Gemeinsames Onlineangebot

Mediathek, Motivator zum Mitmachen – und Brücke in die digitale Welt. Die Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Zunehmend findet ein Informieren medienübergreifend und zusätzlich von unterwegs über Smartphones und andere mobile Geräte statt. Die kontinuierliche Präsentation von Inhalten auch im Internet ist somit in vielerlei Hinsicht unabdingbar geworden, um bestmöglich wahrgenommen zu werden und vor allem jüngere Zielgruppen zu erreichen. Ein gemeinsames Onlineangebot für die Bürgermedien aus den Bereichen Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Campus-Rundfunk für NRW fehlte aber bisher.



In diesem Zusammenhang hat die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vom Gesetzgeber den Auftrag erhalten, die Nutzung digitaler Verbreitungswege durch die Bürgermedien zu unterstützen und hierzu insbesondere das Entstehen einer gemeinsamen Plattform zu fördern (§ 40c Abs. 2 LMG NRW). Hierzu hat die LfM ein Rahmenkonzept entwickelt, das die Eckpfeiler für die Bewerbung definierte. Danach soll die Bürgermedienplattform unter anderem die folgenden Aufgaben und Ziele für die Akteure der Bürgermedien und für die Bürger in NRW erfüllen:

#### **Aufgaben und Ziele der Bürgermedienplattform NRW**

Die Bürgermedienplattform NRW

- soll Bürgern ermöglichen, sich an der Schaffung und Veröffentlichung von Inhalten in Medien zu beteiligen und so zur Ausbildung ihrer Medienkompetenz beitragen,
- soll Wahrnehmbarkeit und Akzeptanz der Bürgermedien insbesondere durch einen einheitlichen Auftritt der Bürgermedien stärken,
- soll die Auffindbarkeit von Beiträgen der Bürgermedien verbessern,
- soll den Bürgermedien ermöglichen, ihr vollständiges Programmangebot über das Internet einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen,
- soll den Bürgermedien ermöglichen, die Vorteile des Internets für sich zu erschließen,
- soll Teilhabe durch Interaktivität stärken,
- soll partizipative Elemente für die Bürgermedien gewährleisten,
- soll die Nutzung digitaler Verbreitungswege der Bürgermedien unterstützen,
- soll neue Präsentationsformen eröffnen, indem Beiträge umfangreich, zeitversetzt und ohne zeitliche Begrenzung auch dauerhaft nachhaltig verfügbar gemacht werden.

#### **Weit mehr als nur eine Mediathek**

Als gemeinsames zugangsoffenes Onlineangebot für Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Campus-Rundfunk auf einer digitalen Plattform wird die neue Bürgermedienplattform von der LfM gefördert und von der Technischen Universität Dortmund verantwortet. Zum einen wird damit eine komfortable und umfangreiche bürgermediale Mediathek entstehen, in der Hörfunk- und TV-Beiträge aus den Bereichen Bürgerradio, Bürgerfernsehen und Campusradio dauerhaft und nachhaltig abgerufen werden können. Die Plattform soll aber weit mehr sein als eine Mediathek. Sie soll darüber hinaus viele weitere Funktionen erfüllen, wie etwa eine Stärkung der Partizipation und des Austauschs, dank enger Verzahnung mit Social-Media-Angeboten. Diese sollen nicht nur der Vernetzung der bürgermedialen Produzierenden dienen, sondern auch den Diskurs zwischen Produzierenden und Zuschauern bzw. Hörern der Beiträge fördern und unterstützen. Damit soll die Bürgermedienplattform ein neues Diskurspotenzial über die Beiträge erschließen und im besten Fall auch für ein aktives Mitwirken motivieren. So können neue Zielgruppen erschlossen und neue Formen der Beteiligung ermöglicht werden.

Ferner wird ein umfangreiches Beratungsangebot die Produzierenden bei der Aufbereitung ihrer Inhalte fürs Internet unterstützen – auch unter dem Stichwort „Cross- und Multimedialität“. So können etwa Radiobeiträge auf Wunsch mit ergänzenden Bildern in Form einer Audio-Slideshow präsentiert werden.

#### **Lokale Effekte stärken**

Ein wichtiges Ziel ist es darüber hinaus, Beiträge mit regionalem Bezug über gezielte Maßnahmen noch stärker als bisher an die Menschen vor Ort zu bringen – so soll das lokale publizistische Angebot bestmöglich unterstützt werden. Einen besonderen lokalen Nutzen wünscht sich auch Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Medienkommission der LfM: „Wir erhoffen uns, dass Themen von Bürgern auf lokaler Ebene besser wahrgenommen werden. Dadurch erwarten wir deutlich mehr Resonanz und öffentliche Wirksamkeit der Beiträge und Produktionen.“

Zu den technischen Vorteilen der Bürgermedienplattform wird außerdem ein responsives Design zählen, das alle Inhalte auf beliebigen mobilen Endgeräten darstellbar macht sowie ein professioneller suchmaschinenoptimierter Auftritt, der ebenfalls die Wahrnehmbarkeit und Akzeptanz der Bürgermedien stärken wird. Alle Beiträge sollen dann unter anderem nach Medium, Themen, Orten oder Produzierenden sortierbar sein, und so nicht nur breitenwirksam vom potenziellen Publikum gefunden werden, sondern auch den Austausch und die Vernetzung der Produzierenden fördern. Das Einbinden von Beiträgen in externe Angebote sowie das Teilen und Kommentieren von Beiträgen sind ebenfalls geplant. Zudem können sich die bürgermedialen Gruppen und Produzierenden über eigene Unterseiten präsentieren.

#### **TU Dortmund als erfahrener Partner für die Umsetzung**

Nach Auswertung aller eingegangenen Anträge und Konzepte wurde entschieden, die Förderung zum Aufbau und Betrieb der Bürgermedienplattform NRW an die TU Dortmund zu vergeben. Als Projektleiter ist seitens der TU Dortmund Prof. Dr. Michael Steinbrecher mit dem Lehr- und Forschungsschwerpunkt Fernseh- und Crossmedialer Journalismus benannt worden. Die konzeptionelle Leitung trägt das Institut für Journalistik (Fakultät Kulturwissenschaften). Als Partner bringt die TU Dortmund ihre langjährigen technischen und organisatorischen Erfahrungen aus dem Betrieb des TV-Lernsenders *nvision* und von dessen Onlineportal in das Projekt ein.

Die Entwicklung der Bürgermedienplattform NRW ist als Prozess anzusehen, der nicht nur den Austausch mit bürgermedialen Akteuren und Einrichtungen berücksichtigt. Die dynamischen und innovativen Veränderungen der digitalen Medienangebote und ihrer Nutzung sollen fortlaufend bei der Entwicklung im Blick behalten und entsprechend einbezogen werden.

Als LfM freuen wir uns darauf, die Bürgermedienplattform NRW gemeinsam mit der TU Dortmund und den in den Bürgermedien Aktiven auf den Weg zu bringen. Durch eine enge Zusammenarbeit, Beratung und Unterstützung soll die neue Plattform die bürgermedialen Produzierenden bestmöglich dabei unterstützen, die Vorteile des Internets für sich zu erschließen.

**Ansprechpartner**  
Martin Müsgens

# 2015





## Bürgermedienpreis

# Die Gewinner 2015

Ein großer Tag für die Bürgermedienmacher in NRW: Schon zum 12. Mal belohnte die LfM herausragende Beiträge in Bürgerfunk und Bürgerfernsehen mit dem Bürgermedienpreis. Bei der Preisverleihung im LVR-Industriemuseum in Oberhausen zeichneten verschiedene Juries insgesamt 19 Beiträge aus Radio und Fernsehen aus. Zwei weitere Preise wurden als Publikumsauszeichnung von den Bürgern direkt gewählt. Mit der Auszeichnung fördert die LfM die Qualität der Bürgermedien – und schafft eine sichtbare Bühne für die Macher.



# And the winner is ...

Oberhausen im Zeichen der Bürgermedien: Zur 12. Verleihung der Bürgermedienpreise waren junge und erwachsene Bürgermedienmacher aus ganz NRW angereist. Bei einer Abendveranstaltung am 21. November 2015 im LVR-Industriemuseum erhielten Bürgerfernseh-Produzierende und die älteren Aktiven aus dem Bürgerfunk die begehrten Trophäen, während die jungen Bürgerfunker bis 15 Jahre am 24. November 2015 im SEA LIFE Oberhausen ausgezeichnet wurden.

### Qualität und Teilhabe fördern

Den Bürgermedienpreis verleiht die LfM seit dem Jahr 2004 für besondere Programmleistungen in den nordrhein-westfälischen Bürgermedien und setzt damit auch ein Zeichen für eine starke Teilhabe an der öffentlichen Meinungsbildung. Ziel des Preises ist die weitere Förderung der Qualität in den Bürgermedien, verliehen im Bürgerfernsehen NRW sowie im Bürgerfunk NRW. Neben Vollpreisen und Anerkennungspreisen, die verschiedene mit Medienfachleuten besetzte Jurys vergeben, gibt es auch per Voting ermittelte Publikumspreise. Alle Vollpreise sind mit 1.000 € dotiert. Die Preisträger erhielten außerdem eine Skulptur sowie eine Urkunde. Die Anerkennungspreise werden mit je 250 € honoriert.

### Ausgezeichnetes (Nachwuchs-)Fernsehen

Beim Bürgerfernsehen wurden Preise in den drei Kategorien „Sehenswert“, „Lokales“ und „Kurzfilm“ vergeben. In 2015 wurde erstmals der Sonderpreis „Fernsehhandwerk“ für die handwerkliche Qualität einer Produktion verliehen. Den zusätzlich ermittelten Publikumspreis erhielt in diesem Jahr der Filmemacher Nicolas Hecker für seinen Film „Schützenfest“, mit dem er in die Tradition einer kleinen Steinfurter Gemeinde eintauchte.

Alle weiteren Gewinner, Nominierten und die Top 10 bei der Publikumsabstimmung sind auf [www.nrwision.de](http://www.nrwision.de) online einsehbar.

### Hörensweite Preisträger – groß und klein

Für Hörbeiträge wurden auch verschiedene Kategorien angewandt. Die prämierten Beiträge unterteilten sich in die Bereiche „Hörensweit“, ebenfalls „Lokales“ sowie „Radiokunst“. Neben dem außerdem verliehenen Publikumspreis gab es zusätzlich den Wilfried-Schmid-Sonderpreis „Wortspiel“, den das humorvolle Krimi-Hörspiel „Ein mörderischer Sommer“ des Lebenshilfe e. V./Mittendrin aus Herford erhielt. Den Publikumspreis im Hörfunk bekam die Jugendredaktion Radio Essen mit ihrem Beitrag „Obdachlosenhilfe in Essen“.

Drei Tage später wurden auch die jungen Radiomacher in der Altersgruppe bis 15 Jahre für ihre gelungenen Beiträge belohnt. Dafür galten dieselben Kategorien wie bei den Erwachsenen, jedoch ohne Publikumspreis. Neben den Vollpreisen wurden in jeder der drei Kategorien zwei Anerkennungspreise vergeben.

Die Gewinnerbeiträge der Voll- und Anerkennungspreise sowie der Nominierten im Bürgerfunk können online „nachgehört“ werden. Die Audiodateien beider Altersgruppen stehen auf [www.buergermedien.de](http://www.buergermedien.de) im Seitenbereich „Bürgerfunk“ bereit.



# Onlinebestellung

## Materialien zur Förderung von Medienkompetenz

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen stellt im Rahmen der von ihr geförderten Projekte Informations- und Unterrichtsmaterialien für Kinder und Jugendliche, Eltern, pädagogische Fachkräfte und andere Multiplikatoren sowie allgemein für interessierte Bürger bereit.

Die Materialien können über den Onlinebestellservice auf der LfM-Homepage [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen) in Printform oder als Download kostenlos bezogen werden.

The screenshot shows the website 'LfM-Publikationen' with the following elements:

- Header:** Logo of 'lfm: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)' and a navigation menu with links for 'ANMELDEN', 'KONTAKT IM WAFFENBEREICH', and 'BESTELLUNG ABSCHLIESSEN'.
- Search Bar:** A search input field with a placeholder 'Hinweis: Bitte mindestens 4 Zeichen eingeben.' and a 'Vollstrecke anzeigen' checkbox.
- Left Sidebar (Navigation):**
  - Materialien für Kinder/Jugendliche/Eltern:** Home...
  - Medium:** Internet, Handy, Fernsehserien/Film, Home...
  - Nutzungskontext:** Grundtagessätze, Schule/Unterricht, Universität/Hochschule, Home...
  - Themenfelder:** Abhängigkeit/Exzessive Nutzung, Computerspiele, Cyber-Mobbing, Home...
  - Projekte/Kritiken:** Klicksafe, Mediencontours NRW, Internet-ABC, Home...
  - LfM-Bereiche:** Medienkompetenz, Bürgermedien, NRW digital, Home...
- Main Content Area:**
  - Aktuelle Empfehlungen:** Features 'tv.profiler Grundschule: Eine Unterrichtseinheit zu Angst beim Fernsehen'. Description: 'Hing.: LfM, 2016 Die Ausgabe tv.profiler Grundschule ist für den Einsatz in der 3. und 4. Klasse in Grundschulen konzipiert und beschäftigt sich mit dem Thema Angst und Fernsehen. LehrerInnen ...'
  - Top-Produkte:** Four product cards:
    - Datenschutztipps für Jugendliche:** Includes 'TIPPS' logo.
    - Abzocke im Internet:** Includes 'ABZOCKE IM NETZ' logo and text: 'Abzocke im Internet. Erst durchklicken - dann anklicken!'.
    - Opfer, Schlämer, Hurenstirn Gegen Mobbing:** Includes a cartoon illustration.
    - Musik im Netz:** Includes 'MUSIK IM NETZ' logo and text: 'Musik im Netz - Runterladen ohne Beifall!'.
- Footer:** 'Presseinfo und Datenschutz | Nutzungsbedingungen und allgemeine Informationen | Impressum'

# Notizen

A series of horizontal dotted lines for taking notes.



# Impressum

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf  
www.lfm-nrw.de  
ISBN: 978-3-940929-42-6

Stabsstelle Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
Verantwortlich: Dr. Peter Widlok  
Koordination: Dorothea Näder

Abteilung Förderung  
Verantwortlich: Mechthild Appelhoff  
Redaktion: Birgit Pietschmann,  
Hanna Jo vom Hofe

Text: Jens Frantzen, text-appeal.de  
Lektorat: Viola Rohmann M. A.,  
Düsseldorf

Konzept und Gestaltung:  
Stephan Tarnow, planpunkt PR GmbH  
Christian Schäfer, graphicandsound.com

Druck: B.O.S.S. Medien GmbH, Goch

Fotonachweis:

Christian Schäfer: S. 48  
Enrico Duddeck: S. 41  
Fotoagentur FOX, Matthias Knepeck: S. 64  
Fotoagentur FOX, Uwe Völkner: S. 5, S. 12,  
S. 15, S. 22, S. 34, S. 46, S. 53, S. 54, S. 56, S. 59,  
S. 62, S. 65, S. 66, S. 68, S. 78, S. 84, S. 92, S. 94,  
S. 96, S. 97, S. 98, S. 100, S. 103, S. 104, S. 108,  
S. 109, S. 111  
juuport, © privat: S. 50  
LfM, Dorothea Näder: S. 86, S. 87, S. 88, S. 89  
Ostkreuz, Thomas Meyer: S. 45 oben  
Sandra Stein: Titel, S. 6, S. 8, S. 9, S. 11, S. 20,  
S. 32, S. 82  
Stephan Tarnow: S. 2  
Stocksy, Mauro Grigollo: S. 60  
serviervorschlag, Fritjof Wild: S. 57  
WDR, Nola Bunke: S. 43 (Ralph Caspers)

Stand: Oktober 2016

Auflagenhöhe: 2.000 Exemplare

Vor dem Hintergrund der Gleichstellung von Männern und Frauen in unserer Gesellschaft haben sich in der Vergangenheit vielfältige Schreibweisen entwickelt, die sowohl weibliche als auch männliche Personen ansprechen. Aus Gründen der Vereinfachung des Lesens und der Fokussierung auf den Sachverhalt werden in der vorliegenden Publikation meist männliche Substantive verwendet, die weibliche Form der Begriffe ist jedoch selbstverständlich mit inbegriffen.

Diese Publikation steht unter der Creative-Commons-Lizenz BY-NC-ND 4.0 DE, d. h. die unveränderte, nichtkommerzielle Nutzung und Verbreitung der Inhalte auch in Auszügen ist unter Namensnennung der Autoren sowie Angabe der Quelle „Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen“ und der Internetseite [www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de) erlaubt. Weitere Informationen unter <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>.

Über die in der Lizenz genannten hinausgehende Erlaubnisse können auf Anfrage durch den Herausgeber gewährt werden. Wenden Sie sich dazu bitte an [info@lfm-nrw.de](mailto:info@lfm-nrw.de).



Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Zollhof 2  
40221 Düsseldorf  
Postfach 10 34 43  
40025 Düsseldorf

Telefon 0211 / 77 00 7-0  
Telefax 0211 / 72 71 70  
Mail [info@lfm-nrw.de](mailto:info@lfm-nrw.de)  
[www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de)