

# MEDIENKOMPETENZBERICHT

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

2016 / 17





Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat den gesetzlichen Auftrag, Medienkompetenz im Land Nordrhein-Westfalen zu fördern und Medienerziehung zu unterstützen. Angesichts der schnell voranschreitenden Digitalisierung unserer Gesellschaft räumt die LfM dieser Aufgabe einen besonderen Stellenwert ein. Dabei ist der Begriff „Medienkompetenz“ als Oberbegriff zu verstehen: Er umschließt die Aktivitäten der LfM in den Tätigkeitsfeldern Medienkompetenz, Bürgermedien, Medienforschung und Mediennutzerschutz.

Der vorliegende Bericht liefert Zahlen und Fakten zu all diesen Arbeitsbereichen von Mitte 2016 bis Mitte 2017 und gibt weitere Einblicke in die Projekte.

Dabei sind die Angebote der LfM zur Förderung von Medienkompetenz äußerst vielfältig. Trotz ihrer Unterschiedlichkeit eint sie ein gemeinsames Ziel: Kinder und Erwachsene sollen darin unterstützt werden, Medien kritisch und aufgeklärt zu nutzen, dabei die Rechte anderer zu respektieren und mit persönlichen Daten verantwortungsvoll umzugehen.

# INHALT

LfM VOR ORT	04
DAS JAHR IN ZAHLEN	05
MEDIENFORSCHUNG	06
MEDIENKOMPETENZ	16
BÜRGERMEDIEN	43
IMPRESSUM	60

## Ausbilden

Wir machen aus Schülerinnen und Schülern Medienscouts und bilden auch ihre Lehrerinnen und 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 Smartphone und Apps.

## Vernetzen

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

## Aufbereiten

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

## Qualifizieren

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

## Fördern

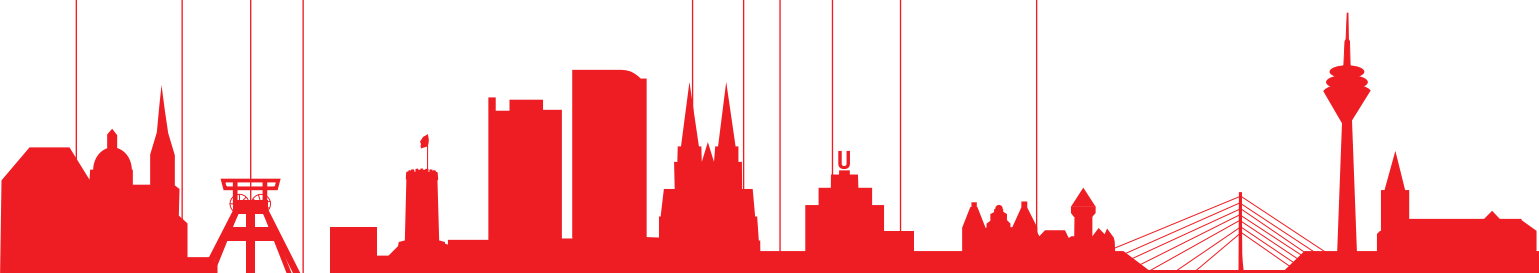
Wir fördern individuelle Fernsehschulungen für Bürgergruppen, den Aufbau von Lern- und Lehrredaktionen an Hochschulen und Berufskollegs und unterstützen TV-Schnupperkurse.

## Beraten

Wir beraten und fördern Radioprojekte und ihre Teilnehmerinnen und 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.



# DAS JAHR IN ZAHLEN



**Medienkompetenz  
Qualifizierung**  
119 Maßnahmen mit  
über 4.300 Teilneh-  
menden

**Bürgermedien  
Qualifizierung**  
885 Maßnahmen mit  
über 7.100 Teilneh-  
menden\*

\* Angaben für das Jahr 2016

**Beteiligung**  
Mit über 90% nahezu  
flächendeckende Be-  
teiligung aller Kreise  
und kreisfreien Städte  
NRWs am Projekt  
„Mediencouts NRW“

**Elternabende in NRW**  
800 Elternabende  
mit rund 19.000 Teil-  
nehmenden\*

\* Angaben für das Jahr 2016

**Fachtagungen vor Ort**  
24 Veranstaltungen mit  
über 2.000 Teilnehmenden

**Publikationen**  
Knapp 1,18 Mio ver-  
sandte Publikationen  
zzgl. 138,8 Tsd Down-  
loads

# MEDIENFORSCHUNG

# Nicht für den Elfenbeinturm – für konkretes Handeln

Die LfM beauftragt 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 Tätigkeiten der LfM, 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, beispielsweise im Bereich des Lokaljournalismus, der Netzneutralität und der Intermediären sowie der Mediennutzung.

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.

# Hass im Netz

## Forsa-Umfrage 2016 zu Suchmaschinen und Hate Speech

---

**Publikation:**

<http://www.lfm-nrw.de/service/veranstaltungen-und-preise/medierversammlung/medierversammlung-2016.html>

---

### **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 Nutzerinnen und Nutzer erhalten. Doch wer steuert diese Prozesse? Neutrale Algorithmen oder der Mensch, der sie programmiert? Zum anderen haben Nutzerinnen und 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 bevölkerungs-repräsentativen Umfrage wurden im Juni 2016 insgesamt 2.044 Bundesbürgerinnen und 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 Mitarbeiterinnen und 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 Akteurinnen und 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 Nutzerinnen und Nutzer. Hier setzt die LfM mit bewährten wie stetig weiterentwickelten Maßnahmen an.

---

**„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

---



# Hass im Netz

## Hate Speech

### Forsa-Umfrage 2017 zu Hate Speech

Hetze und Diskriminierung im Internet stellen weiterhin ein großes gesamtgesellschaftliches Problem dar – der Anteil derjenigen, die schon einmal mit Hassbotschaften im Netz konfrontiert worden sind, ist leicht gestiegen. Die Gruppe derjenigen, die einen Hasskommentar schreiben und posten, ist dagegen klein: Er umfasst lediglich ein Prozent (2016: ebenfalls ein Prozent). Doch dies zeigt weitreichende Wirkung: Denn fast jeder Onliner zwischen 14 und 24 Jahren (94 Prozent) gibt an, in sozialen Netzwerken, Internetforen oder Blogs auf Hasskommentare gestoßen zu sein. Im Jahr 2016 waren es ebenfalls bereits 91 Prozent.

Dies hat eine Forsa-Umfrage ergeben, die nach 2016 nun zum zweiten Mal von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Auftrag gegeben und am 30. Mai 2017 auf dem Medienforum in Köln vorgestellt wurde. Danach sind rund zwei Drittel aller Befragten schon einmal mit Hate Speech konfrontiert worden, nämlich 67 Prozent (2016: 65 Prozent).

Viele Befragte ignorieren Hasskommentare nach wie vor, jedoch mit abnehmender Tendenz (2017: 44 Prozent, 2016: 51 Prozent). Überdurchschnittlich häufig und im Vergleich zum Vorjahr stark zunehmend befassen sich die 14- bis 24-Jährigen mit solchen Kommentaren, anstatt sie zu ignorieren (2017: nur 17 Prozent, 2016: 30 Prozent). Auch geben Befragte im Alter zwischen 14 und 24 Jahren überdurchschnittlich häufig an, dass sie einen Hasskommentar bzw. dessen Verfasser oder Verfasserin bei dem entsprechenden Portal gemeldet (40 Prozent im Vergleich zu nur 22 Prozent insgesamt) oder auf einen Hasskommentar geantwortet haben, um diesen zu kritisieren (29 Prozent im Vergleich zu 18 Prozent insgesamt).

Knapp jeder Fünfte der Befragten hat laut der neuen Studie sogar Verständnis für Hasskommentare (2017: 19 Prozent, 2016: 18 Prozent), überdurchschnittlich häufig und im Vergleich zum Vorjahr leicht zunehmend äußern 25- bis 44-Jährige Verständnis (2017: 26 Prozent, 2016: 20 Prozent). Etwas über dem Gesamtdurchschnitt liegen hier Männer sowie Befragte aus Ostdeutschland.

## Fake News

### Forsa-Umfrage 2017 zu Fake News

Neben der Hassrede im Netz, deren steigende Brisanz bereits durch eine andere Studie der LfM belegt wurde, ist auch das Thema der verfälschten Information, der sogenannten Fake News oder auch „alternativen Wahrheit“ inzwischen in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das belegt eine weitere Studie der Landesanstalt für Medien NRW (LfM). Danach ist mehr als die Hälfte der deutschen Onlinenutzer (59 Prozent) mit Fake News schon einmal in Berührung gekommen. Jüngere Nutzerinnen und Nutzer erkennen dabei eher als die älteren Falschmeldungen. In der Gruppe der 14- bis 24-Jährigen haben bereits 77 Prozent Fake News im Internet gesehen. Kennzeichnungsmöglichkeiten und neue Löschgesetze werden von vielen Befragten befürwortet.

Dies sind die wichtigsten Ergebnisse der neuen repräsentativen Studie, für die im Auftrag der LfM Forsa im Mai 2017 mehr als 1.000 Onlinenutzer ab 14 Jahren befragt hat. Die Ergebnisse wurden am 19. Juni 2017 auf der Medienversammlung der LfM in Köln vorgestellt.

Damit liegen erstmals valide Daten zu Fake News und ihrer Wahrnehmung vor. Jeder Zweite (48 Prozent), der bereits persönlich Falschnachrichten gesehen hat, wird übrigens durch Medienberichte auf gefälschte Nachrichten aufmerksam gemacht. Auch in der Behandlung solcher Nachrichten und Informationen unterscheiden sich Nutzerinnen und Nutzer je nach Alter – so überprüfen überdurchschnittlich viele Jüngere (14- bis 24-Jährige) die dargestellten Fakten und können diese als Fake News identifizieren.

Weitere Ergebnisse der LfM-Studie: Mit zunehmendem Alter steigt das Gefühl der Überforderung angesichts einer rasanten Digitalisierung. Zu Fake News haben die meisten der Befragten eine klare Meinung: 86 Prozent wünschen sich eine einfachere Kennzeichnungsmöglichkeit und neue Löschgesetze. Nur eine Minderheit vertritt die Auffassung, dass Fake News kein Fake, sondern nur freie Meinungsäußerungen seien (8 Prozent) – darunter sind überdurchschnittlich häufig Ostdeutsche (17 Prozent).

---

#### Publikation:

[http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht\\_Hate-Speech\\_forsa-Mai-2017.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht_Hate-Speech_forsa-Mai-2017.pdf)

---



---

#### Publikation:

[http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht\\_Hate-Speech\\_forsa-Mai-2017.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht_Hate-Speech_forsa-Mai-2017.pdf)

---

# Hass im Netz

## Verdeckter Extremismus, offener Hass?

Prof. Dr. Carsten Reinemann, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,  
Ludwig-Maximilians-Universität München

---

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

Immanuel Kant  
Motto der LfM-Medienversammlung 2016

---

### 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.

# Die Meinungsbildungsrelevanz von Informationsintermediären

## Eine empirische Analyse von Meinungsbildungsprozessen auf Facebook

Das Kooperationsprojekt soll angesichts der zunehmenden Bedeutung von Informationsintermediären wie Google und Facebook im Rahmen von medialer Vermittlung und demokratischer Willensbildung den Einfluss ermitteln, den insbesondere Facebook auf Meinungsbildungsprozesse und Meinungsvielfalt nimmt. Im Mittelpunkt der Studie steht die Frage, wie stark Facebook die Themenwahrnehmung, Meinungsvermittlung und Meinungsbildung bei politischen Themen beeinflusst. Offen ist vor allem, ob und wie algorithmenbasierte Personalisierungslogiken zu einer verzerrten Vermittlung und Wahrnehmung von gesellschaftlich relevanten Themen führen. Die Ergebnisse der Studie liefern darüber hinaus auch Erkenntnisse, wo medienpolitische Regulierungsmaßnahmen ansetzen könnten. Die Studie arbeitet mit einem Mehr-Methoden-Design: eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Erhebungen in Form einer Online-Tagebuchstudie, eines Tracking-Analysetools und einer Online-Community.

Die Ergebnisse sind Mitte August 2017 in der Reihe LfM-Dokumentation veröffentlicht worden.

### Auftraggeber

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Kooperation mit dem Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz, Prof. Dr. Birgit Stark)

---

### Publikation:

<http://www.lfm-nrw.de/service/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2017/2017/august/expertise-zur-politischen-meinungsbildung-und-der-bedeutung-von-facebook-keine-voraussetzungen-fuer-filterblasen.html>

---

# D21-Digital-Index 2016

Mit den Ergebnissen zeichnet der D21-Digital-Index jedes Jahr für Politik und Wirtschaft ein Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Die Studie zeigt aktuelle Entwicklungen und Einstellungen der Bevölkerung auf und will damit die Debatten um relevante Digital-Themen mit einer umfangreichen Faktenlage untermauern und qualitativ bereichern. Im Jahr 2016 hat die LfM sich erstmals am Digital-Index beteiligt und führt ihr Engagement im Jahr 2017 fort.

---

**Publikationen:**

**D21-Digital-Index 2016:**  
<http://initiated21.de/publikationen/d21-digital-index-2016>

**Sonderstudie »Schule Digital«:**  
<http://initiated21.de/publikationen/sonderstudie-schule-digital>

---

## **Digitale Kompetenzen gering ausgeprägt**

Der Digital-Index 2016 zeigt, dass inzwischen 79 Prozent der Deutschen das Internet nutzen. Insbesondere im Bereich der digitalen Kompetenz schneidet die Bevölkerung im Vergleich zum Vorjahr schlechter ab (-5 Indexpunkte). Das Schwerpunktkapitel Digitalkompetenzen verdeutlicht: Der digitalen Zukunft begegnen die Menschen mit geringen Kompetenzen. So nutzen zwar etwa 72 Prozent der Gesamtbevölkerung Suchmaschinen, doch nur 58 Prozent können mit hoher Kompetenz Internetrecherchen durchführen. Nur 37 Prozent beziehen mehrere Quellen mit ein und nur 15 Prozent betrachten Ergebnisse jenseits der ersten Seite der Suchmaschinen.

## **Medienkompetenz gegen eine digitale Spaltung der Gesellschaft**

Dass die Digitalisierung insbesondere auch Kinder und Jugendliche zunehmend vor größere Herausforderungen stellt, zeigen auch die Ergebnisse der erstmalig durchgeführten Sonderstudie „Schule Digital - Lehrwelt, Lernwelt, Lebenswelt“ (ebenfalls durchgeführt von Kantar TNS). Ein zentraler Befund der Studie: Die digitale Realität der Lernwelt zu Hause und der Lebenswelt findet immer noch wenig Eingang in die Lehrwelt der Schule.

## **Auftraggeber**

Kooperationsstudie der Initiative D21, der LfM und weiteren Partnern

# Geschickt geklickt – Entwicklung eines Instruments zur Förderung der Selbstregulation des eigenen Onlineverhaltens

Fortsetzung der Kooperation von LfM und Universität Duisburg-Essen, Prof. Dr. Matthias Brand,  
Inhaber des Lehrstuhls Allgemeine Psychologie: Kognition

---

## Publikation:

Stodt, Benjamin; Wegmann, Elisa; Brand, Matthias:

**Geschickt geklickt?! Zum Zusammenhang von Internetnutzungskompetenzen, Internetsucht und Cybermobbing bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.**

Leipzig (Vistas), 2015.

Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 78. ISBN 978-3-89158-618-1.

<http://www.lfm-nrw.de/service/veranstaltungen-und-preise/studienpraesentationen/geschickt-geklickt.html>

---

## Die Studie „Geschickt geklickt?!“

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 stellte das Forscherteam 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 des Forscherteams: 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.

Vor dem Hintergrund der bislang erzielten Ergebnisse sollen weitere Erkenntnisse über Wirkmechanismen im Bereich der dysfunktionalen Internetnutzung gewonnen werden. Darauf aufbauend sollen bestehende Curricula zur Vermittlung von Medienkompetenz analysiert und mit den erzielten Erkenntnissen verglichen werden. Auf dieser Basis werden dann Vorschläge zur Erweiterung und Modifikation bestehender Module der Vermittlung von Medienkompetenz erarbeitet und mit Praktikern diskutiert, um die wissenschaftlichen Erkenntnisse zeitnah auch für eine Umsetzung in der Praxis nutzbar zu machen.

## Die Handlungsfelder für die LfM: Entwicklung eines Instruments zur Förderung der Selbstregulation des eigenen Onlineverhaltens

Vor dem Hintergrund der bislang gemachten Erfahrungen bei dem Transfer der Forschungsergebnisse in die medienpädagogische Projektpraxis hat sich gezeigt, dass jedoch ein geeignetes Instrument fehlt, welches wissenschaftlich fundiert die eigene Selbstregulation im Kontext des Onlineverhaltens anregt. Es erscheint geboten, ein solches, sehr niedrigschwellig ansetzendes Instrument zu entwickeln, zu evaluieren und es einer breiten Zielgruppe anzubieten. Dadurch soll zu einer höheren Selbstregulationskompetenz im Onlinekontext beigetragen werden, mit dem Ziel, das Risiko einer dysfunktionalen Nutzung von Onlineangeboten zu reduzieren.

# Jugendliche – Geflüchtete – Medienkompetenz

Mit der Kooperationsstudie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) liegt eine breit angelegte Studienreihe zum Thema Heranwachsende und Geflüchtete vor. In diesem Kontext wurden u.a. im März (n=741) sowie im September 2016 (n=1.448) 6- bis 19-Jährige repräsentativ zu ihrem Wissen und ihren Einstellungen zu Flüchtlingen befragt und Zusammenhänge zur Medienutzung nachgewiesen.

## **77 Prozent finden es gut bzw. sehr gut, dass Deutschland Geflüchtete aufnimmt**

Die emotionale Einstellung zu Geflüchteten ist bei der Mehrzahl der befragten Kinder und Jugendlichen im Jahr 2016 ausgesprochen positiv. Zwar ist die Zahl von 84 Prozent im März auf 77 Prozent im September gesunken, doch findet nach wie vor die eindeutige Mehrheit es „gut“ oder sogar „sehr gut“, dass Deutschland Flüchtlinge aufnimmt. Haben sie bereits einen Geflüchteten konkret kennengelernt, steigt diese positivere Einstellung um ein Vielfaches.

## **Nur zwei von fünf Heranwachsenden hatten schon konkreten Kontakt mit Geflüchteten**

Mit einem Flüchtling persönlich gesprochen oder etwas gemeinsam unternommen haben bisher nur durchschnittlich zwei von fünf bzw. bei den Grundschulkindern drei von zehn Kindern. Kaum Begegnung mit Geflüchteten hatten die befragten Kinder und Jugendlichen in Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern. Das heißt, für einen Großteil der Heranwachsenden beruhen das Wissen und die Vorstellungen von Geflüchteten vor allem auf medial vermittelten Diskursen. Erzählen Kinder in den qualitativen Interviews, was sie über das Thema Flüchtlinge wissen, so stehen meist Krieg und Zerstörung im Mittelpunkt, sowie Flucht szenarien, wie zum Beispiel überfüllte Gummiboote. Das sind Bilder, die Heranwachsende aus den Medien kennen. Viele Aspekte der direkten Erfahrung von Gewalt, wie sie ihre geflüchteten Altersgenossinnen und Altersgenossen erfahren haben, sind ihnen jedoch nicht präsent.

## **Zahl der angekommenen Flüchtlinge wird oft deutlich überschätzt**

Dass die meisten Geflüchteten 2015 aus Syrien oder Ländern des Nahen Ostens gekommen sind, ist vielen Kindern und Jugendlichen bekannt. In anderen Bereichen sind jedoch falsche Fakten präsent: So überschätzen viele Befragte die Anzahl der angekommenen Geflüchteten beträchtlich; eine Tendenz, die im Laufe des Jahres 2016 sogar zunimmt. Bei den 17- bis 19-Jährigen schätzt im September 2016 gut jede/r Dritte die Anzahl als zu hoch ein, im März war es nur jede/r Fünfte. Im Osten, insbesondere in Sachsen, ist die Überschätzung der Zahl besonders deutlich, und nur 16 Prozent der Befragten wissen die richtige Antwort.

## **Angst vor Terroranschlägen durch Geflüchtete bei Jugendlichen gestiegen**

Bei den Kindern und Jugendlichen hat insgesamt nur ein kleinerer Anteil Ängste in Bezug auf Geflüchtete. Dies hat sich beispielsweise bei Ängsten, wie etwa die Befürchtung, durch mehr Flüchtlinge in Deutschland auf mehr verzichten zu müssen oder dass deshalb der Arbeitsplatz der Eltern gefährdet sei, im Laufe des Jahres 2016 nicht sonderlich verändert. Der deutlichste Anstieg zeigte sich bei der Angst vor Terroranschlägen durch Geflüchtete. Im März hatten 30 Prozent der Kinder und Jugendlichen diese Angst, im September sind es nun gut vier von zehn (43 Prozent). Dabei ist es auffällig, dass es überproportional diejenigen Jugendlichen sind, die befürchten, mit den Geflüchteten käme die Terrorgefahr nach Deutschland, die noch nie Kontakt zu Flüchtlingen hatten.

### **Das Wissen über Geflüchtete stammt überwiegend aus dem Fernsehen**

Das Wissen zum Thema Geflüchtete haben Kinder und Jugendliche zum großen Teil aus den Medien, wobei das Fernsehen die mit Abstand meistgenutzte Informationsquelle ist, gefolgt von der Zeitung, dem Internet und dem Radio. Die besten Ergebnisse bei den Wissensfragen erzielten diejenigen Heranwachsenden, die sich aus Tagesschau, logo! oder heute informierten. Die Kinder, die ihr Wissen aus öffentlich-rechtlichen Sendungen bezogen, haben auch deutlich weniger Ängste hinsichtlich eines zukünftigen Zusammenlebens mit Flüchtlingen.

### **Wo Medienberichterstattung problematisch wird**

Zu Ängsten kommt es bei Kindern und Jugendlichen vor allem bei einer reißerisch gemachten Medienberichterstattung, denn hier merken sich Heranwachsende die spektakulären Bilder und den emotionalisierten Ton, nicht aber die Fakten des Berichtes. Besonders nachhaltig memoriert wurden Berichte über Gewalt, die von Flüchtlingen ausgeübt wurde. Über soziale Netzwerke wie Facebook kamen die Kinder und Jugendlichen mit fremdenfeindlichen Gerüchten, zum Teil mit explizit kriminellem Hintergrund, in Kontakt. Diese können sie meist nicht von seriöser Berichterstattung unterscheiden.

### **Aktiver Umgang mit dem Thema gefordert**

Insgesamt weisen die Ergebnisse der Studienreihe deutlich auf die Notwendigkeit eines gezielten Umgangs mit dem Thema Geflüchtete in Schulen, Bildungsinstitutionen und Kinder- und Jugendmedien hin. „Es müssen dringend Konzepte für die Vermittlung von Fakten und für die aktive Auseinandersetzung mit vorhandenen Ängsten, Befürchtungen und Vorurteilen gefunden werden,“ so Studienleiterin Dr. Maya Götz. Prof. Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), fordert die gezielte Förderung von Informationskompetenz bei Jugendlichen. „Auch hier gilt also: Es ist alles eine Frage des Wissens, der Bildung, der Erziehung“, sagte er.

Die Ergebnisse der Studienreihe sind auf der Jahrestagung des IZI „Umwelt, Flucht und Ankommen – Jungen Zielgruppen globale Themen vermitteln“ am 6. Dezember 2016 in München vorgestellt worden.

### **Auftraggeber**

Kooperationsstudie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

---

### **Publikation:**

[http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/29\\_2016\\_2.htm](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/29_2016_2.htm)

---

# MEDIENKOMPETENZ

Medienkompetenzprojekte	17
Veranstaltungen	34
Netzwerkarbeit	36
Mediennutzerschutz	41



# 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 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

wie Lehrkräfte, Erzieherinnen und Erzieher oder Fachkräfte aus der Familien- und Jugendhilfe. Zum anderen sind natürlich die Mediennutzerinnen und 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** Schülerinnen und Schüler zu Medienscouts ausbilden, die ihr Wissen auf Augenhöhe an Gleichaltrige weitergeben, und Lehrerinnen und Lehrer zu Beratungslehrkräften qualifizieren, die bei Problemen helfen.

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

**Projektleitung** Dr. Meike Isenberg



**Idee** Information und Motivation von Erzieherinnen und Erziehern zur frühkindlichen Medienbildung und Elternarbeit in der Kita.

**Online** [www.meko-kitas-nrw.de](http://www.meko-kitas-nrw.de)

**Projektleitung** Rainer Smits



**Idee** Medienpädagogisch geschulte Referentinnen und Referenten besuchen Kitas, Familienzentren und Schulen aller Formen für kostenfreie Elternabende zu Medienkompetenzthemen.

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

**Projektleitung** Rainer Smits



**Idee** Spielerisch den Hörsinn von Kindern fördern, dazu dienen die Hörwerkstatt mit Webangebot und das Hörbuchsiegel für ausgezeichnete Kinderhörbücher.

**Partner** Initiative Hören e. V.

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

**Projektleitung** Mechthild Appelhoff



**Idee** Über Sicherheitsthemen im Internet informieren und dazu Initiativen sowie Akteurinnen und Akteure bundesweit vernetzen. Aktionsfelder sind Kampagnen, Netzwerk, Website und Qualifizierung, bei der LfM mit Schwerpunkten auf mobilem Internet, Elternarbeit und Förderung der Internetkompetenz bei Menschen mit Migrationshintergrund.

**Partner** Landeszentrale für Medien und Kommunikation, Rheinland-Pfalz (LMK)

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

**Projektleitung** Mechthild Appelhoff (Leitung), Dilek Atalay, Martin Müsgens, Antje vom Berg, Dr. Peter Widlok



Das Portal für Kinder, Eltern und Pädagogen

- 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 Pädagoginnen 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,  
Helen Shaw



- Idee** Jugendliche beim kompetenten Umgang mit mobilen Medien unterstützen, dazu auch Informationen für Erwachsene liefern: Dabei helfen die Plattform mit verschiedenen Themenbereichen und die Pädagogen 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 juuuport-Scouts speziell geschult, ein Forum bietet außerdem Austauschmöglichkeiten.
- Partner** 7 Landesmedienanstalten unter Federführung der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM)
- Online** [www.juuuport.de](http://www.juuuport.de)
- Projektleitung** Antje vom Berg



- 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 Fernsehprogrammberatung 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

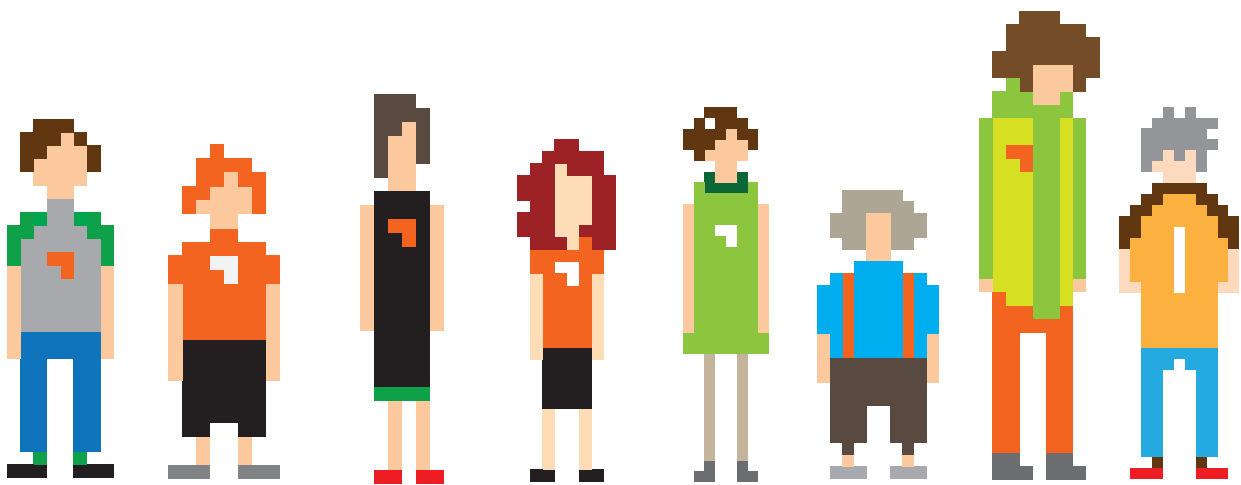


- Idee** Schülerinnen und Schüler mit einem „Medienpass“ zur Beschäftigung mit dem Thema motivieren, Lehrkräfte bei der Vermittlung von Medienkompetenz mittels Kompetenzrahmen und Lehrplankompass unterstützen.
- Partner** Die Initiative Medienpass NRW wird getragen von: Ministerium für Schule und Weiterbildung 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 Schülerinnen und 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 Schülerinnen und Schüler zu Medienscouts qualifiziert sowie mehr als 1.300 Beratungslehrkräfte ausgebildet. Somit nehmen in NRW derzeit mehr als 600 Schulen aus rund 48 von 53 Kreisen und kreisfreien Städten teil, das entspricht einer Beteiligungsquote von 90 Prozent. Mit der Ausbildungsphase 2016/17 starteten bisher 50 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 und 2017 ein Schwerpunkt, das Projekt nachhaltig in kommunalen Strukturen zu etablieren. Dafür erhalten die bereits teilnehmenden Medienscouts-Schulen ein Fortbildungs- und Vernetzungsangebot, mit kostenlosen Aufbauworkshops zum Thema Cybermobbing und Hate Speech oder zur Implementierung des Projekts 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 Fach-

kräfte 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 Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte von neuen Schulen aus. Mittlerweile ist das Programm in 18 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. In der ersten Jahreshälfte 2017 startete auch der Kreis Olpe die Qualifizierung im Train-the-Trainer-Programm.

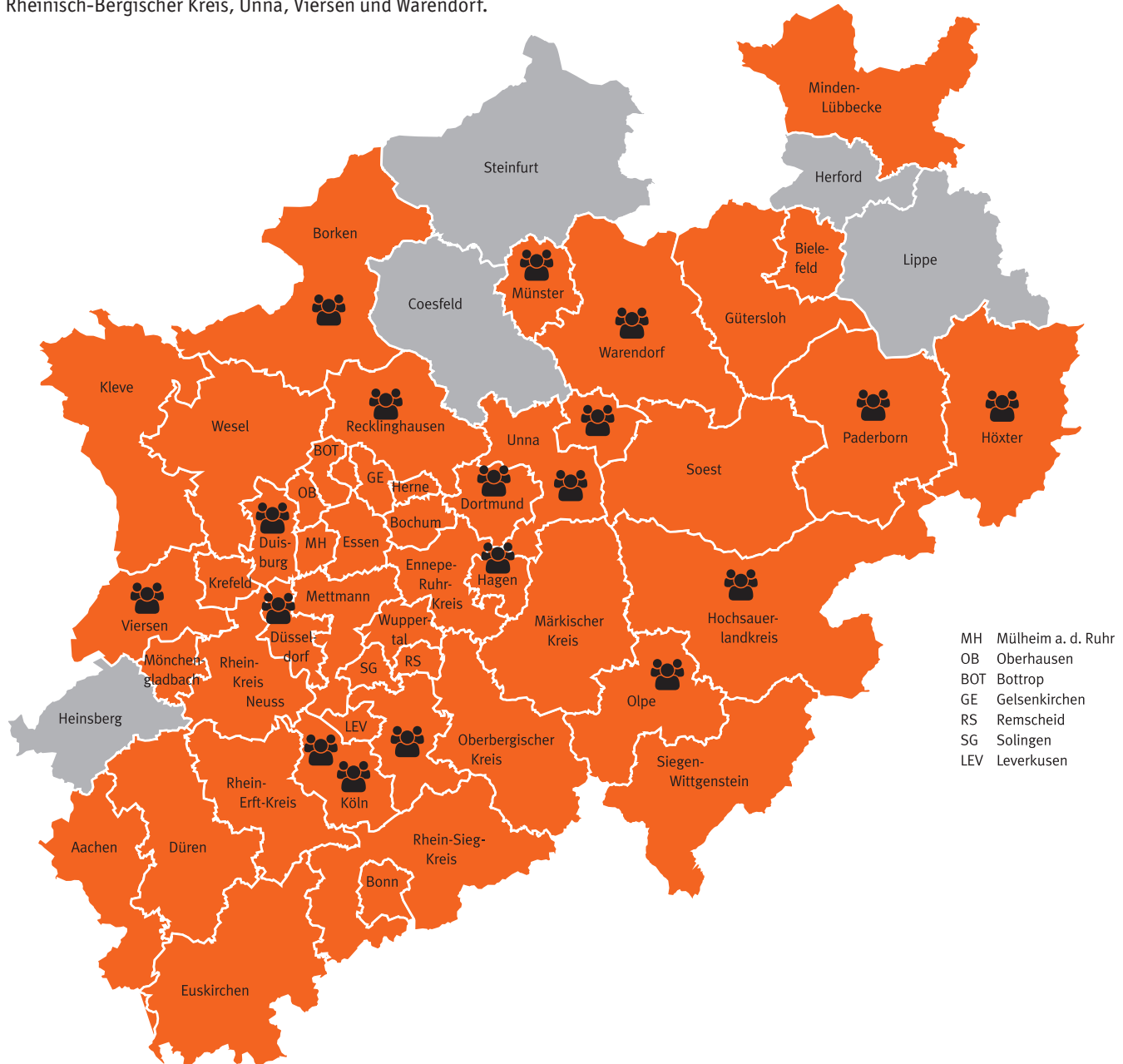
In 2016 konnten sich Schulen erstmal für das Abzeichen des Projekts Medienscouts NRW bewerben. Insgesamt 94 Schulen, an denen die Arbeit von Medienscouts besonders engagiert umgesetzt wird, wurden ausgezeichnet und dürfen sich für das Schuljahr 2016/2017 nun „Medienscouts NRW-Schule“ nennen. Die ausgezeichneten Schulen verteilen sich über ganz NRW auf insgesamt 37 Kreise und kreisfreie Städte sowie auf das Erzbistum Köln. Unter den ausgezeichneten Schulen befinden sich 56 Gymnasien, 21 Gesamtschulen, 12 Realschulen, 3 Sekundarschulen sowie jeweils eine Haupt- und eine Förderschule.

Medienscouts NRW

48 von 53 Kreisen und kreisfreien Städten in NRW nehmen teil

 Train-the-Trainer-Programm: 18-mal in in NRW

Borken, Düsseldorf, Duisburg, Dortmund, Erzbistum Köln, Hagen, Hamm, Hochsauerlandkreis, Höxter, Köln, Münster, Olpe, Paderborn, Recklinghausen, Rheinisch-Bergischer Kreis, Unna, Viersen und 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 sich mit Kita-Kindern altersgerecht dazu arbeiten? Welche Onlineangebote unterstützen Kita-Fachkräfte? Und wie können auch die Eltern einbezogen werden?



## Jeden Monat aktuelle Infos

Dies sind Fragen, die der MekoKitaService der LfM beantwortet: Einmal im Monat erscheint dieser kostenlose Newsletter rund um die frühkindliche Medienerziehung. Mitarbeiterinnen und 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 2016 Newsletter etwa zu folgenden Themenschwerpunkten: „Sprachförderung durch Medienprojekte“, „Fußball EM“, „Erfinderwerkstatt“ oder „Damals und heute – Kreatives mit Medien“.

## 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 Erzieherinnen und Erziehern in 12 nordrhein-westfälischen Kindertageseinrichtungen genau beschrieben. Der Fokus lag auf einer begleitenden Schulung kompletter Teams und einer niedrigschwelligen Ansprache der Erzieherinnen und 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 Traineeinnen und 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 Medienpädagoginnen und 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 2016 hat die Initiative Eltern+ Medien fast 800 Elternveranstaltungen mit und für 19.000 Eltern in Einrichtungen wie Kitas und Familienzentren bis zu Gymnasien durchgeführt. Für das laufende Jahr 2017 sind es bis zu 875 Veranstaltungen, davon 675 im Kernprojekt sowie 200 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 100 Medienpädagoginnen und Medienpädagogen, die über ganz NRW verteilt sind und so die Bedarfe nach Elternabenden in den lokalen und regionalen Strukturen vor Ort bedienen können. Die Referentinnen und 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 und 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

800  
Elternabende  
pro Jahr\*



Seit 2007 fast  
180.000 Eltern  
in mehr als 7.700  
Veranstaltungen  
erreicht und über  
700.000 Materialien  
verteilt.\*

\* Angaben für das Jahr 2016

# 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

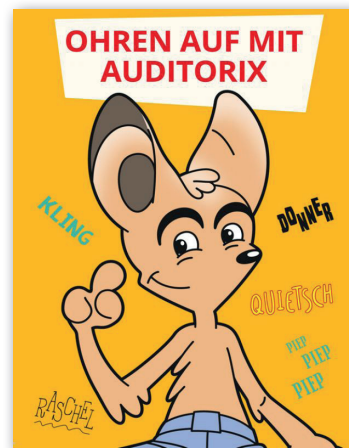
Das umfangreiche Web-Angebot von AUDITORIX wurde auch in 2016 fortlaufend aktualisiert und ist im überarbeiteten Design nun auch über Tablet und Smartphone nutzbar. Dafür wurden 14 Lernspiele, 6 Trickfilme und 7 Videoclips mit von Kindern geführten Interviews umgebaut. Ein großer Wissensfundus wird über 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 dem Erfurter Netcode und der Comenius-EduMedia-Medaille für herausragende Qualität als pädagogisches Bildungsmedium in 2016 gleich zwei besondere Auszeichnungen.

### Neuer Newsletter mit prominenter Unterstützung

Außerdem startete ein kostenloses Newsletter-Angebot zur Hörbildung für pädagogische Fachkräfte 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.

### Neue Broschüre „Ohren auf mit AUDITORIX“

Auch eine neue Broschüre wurde 2016 veröffentlicht – unter dem Motto: „Ohren auf mit AUDITORIX“ erhalten Kinder kurze, spannende Hintergrundinformationen rund um das Thema Hören. Dabei finden sie spielerisch Antworten auf Fragen wie „Warum hören wir das Meer, wenn wir eine Muschel ans Ohr halten?“ oder „Was hat klassische Musik mit guter Milch zu tun?“.



> Bestellmöglichkeit der Publikation unter [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)

# 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, Pädagoginnen und Pädagogen sowie 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.

Auch im Berichtsjahr 2016/17 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 11 Jahren den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor rassistischen, pornografischen oder gewaltverherrlichenden Inhalten im Netz fordert, inzwischen in 17 Sprachen vorliegt und europaweit Beachtung findet.

Cybermobbing und Hass im Netz war im Berichtszeitraum das klicksafe-Schwerpunktthema zum Safer Internet Day 2017. Anlässlich des europaweiten Aktionstages entstand unter anderem eine Video-Kampagne mit dem Titel „Ich war’s“ in der bekannte YouTuberinnen und YouTuber über ihre Mobbing-Erfahrungen berichten, sowie eine multimediale Aktionsseite im Netz. Zudem führte klicksafe eine Aktionswoche rund um das Thema Mobbing, Hetze und Hass im Netz durch. Abgesehen von dieser anlassbezogenen Kommunikation stellt klicksafe auch eine Vielzahl von Informations- und Arbeitsmaterialien zu Themen wie Cybermobbing, Persönlichkeitsrechte und Hate Speech im Netz zur Verfügung.

### Von Videokampagne und Elternratgeber über Nutzerbroschüre bis hin zum Unterrichtsmaterial

Ein Fokus bei klicksafe-Projekten liegt immer auf der möglichst zielgruppengerechten Ansprache. So auch bei der Videokampagne „Ich war’s“, bei der prominente YouTuberinnen und YouTuber offenbaren, dass auch sie gemobbt haben und aus ihrer heutigen Sicht berichten, warum das nicht okay war. In den ersten zwei Wochen nach Veröffentlichung auf YouTube im Februar 2017 konnte die Kampagne bereits 70.000 Aufrufe verzeichnen. Wie Kinder im Netz lernen zu recherchieren, erfahren Eltern und andere Interessierte in einem von klicksafe und Internet-ABC in 2016 neu veröffentlichten Ratgeber. Damit Nutzerinnen und Nutzer über Werbung und Kommerz im Internet informiert sind, können sie auf die in 2017 erschienene Broschüre „Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet“ zurückgreifen. In Ergänzung dazu hat die Initiative auch Materialien für Pädagoginnen und Pädagogen im Angebot. Dazu zählt aktuell die Unterrichtseinheit „Safer Smartphone – Sicherheit und Schutz für das Handy“, eine Gemeinschaftsproduktion von klicksafe und Handysektor.



### 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 2016 schon zum zehnten Mal vergeben wurde. 2016 stand der Preis unter dem Motto „Courage im Netz“. Gewinner der klicksafe-Trophäe war die Kampagne „Tu was! Zeig Zivilcourage! Auch im Netz“, die sich unter anderem mit Informations- und auch Schulveranstaltungen gegen das Phänomen „Hate Speech“ einsetzt.

Im Jahr 2017 wurde der Preis zum 11. Mal ausgeschrieben. Unter anderem konnten sich in diesem Jahr erstmals mediale und kommunikative Angebote wie Filme, Spots und Magazine bewerben.

Das Thema „Hate Speech“ stand allgemein stark im Fokus der klicksafe-Aktivitäten in 2016 und 2017. Neben der neuen Broschüre „Hate Speech“, die gemeinsam mit der LfM und der AJS NRW entwickelt wurde, steht Interessierten das klicksafe-Quiz zu Hate Speech auf der Webseite [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de) zur Verfügung - eine weitere Möglichkeit, sich spielerisch über das vor allem im Netz verbreitete Phänomen zu informieren.



> Bestellmöglichkeit der Publikation unter [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)



#### Die Top-3-Bestellungen:

„Internet-Tipps für Eltern (deutsch)“	58.638
„Regeln finden – Streit vermeiden.“	49.904
www.mediennutzungsvertrag.de“	
„Tipps fürs digitale (Über) Leben – Von uns für euch“	48.912

#### Versand:

704.636 Materialien (Projekt klicksafe, 2016)



# 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 sowie Pädagoginnen und Pädagogen. Mit jeweils zielgruppenspezifisch aufbereitetem Basiswissen will das Internet-ABC die Computer- und Internetkompetenzen der Nutzerinnen und Nutzer fördern und ihre Selbstverantwortung stärken. Dafür stellt es Kindern, Eltern sowie Pädagoginnen und Pädagogen umfangreiche Materialien zur Verfügung, die insbesondere im schulischen Kontext vielseitig Anwendung finden. Bei jungen Nutzerinnen und 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.

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

Seit dem Relaunch Ende 2015 bietet die Website drei separate Bereiche für Kinder, Erwachsene sowie Pädagoginnen und Pädagogen, die dadurch noch gezielter angesprochen werden. Die Navigation wurde vereinfacht und unter anderem mit einem Farbleitsystem versehen, während die Technik nunmehr 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 bis Ende 2017) sind alle Module in unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen verfügbar und entsprechend gekürzt und vereinfacht. Gerade für sehr junge oder leseschwache Nutzerinnen und Nutzer werden viele Inhalte vertont und per Mausklick anhörbar gestaltet. Über die Rubrik für Lehrkräfte lässt sich der Bereich „Länderprojekte“ auswählen, mit dem Pädagoginnen und Pädagogen Veranstaltungen, Aktionen oder Ansprechpartnerinnen und 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 Schülerinnen und 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 Qualifikationen 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 Qualifikation der Referentinnen und Referenten eingebunden. Bei den Elternabenden zum Thema Internet im Vor- und Grundschulbereich sowie bei fünften und sechsten Klassen wird der Bereich für Kinder und für Eltern sowohl als konkrete Empfehlung für den sicheren Einstieg ins Netz als auch zur Begleitung der Kinder vorgestellt. Im Berichtszeitraum wurde an die Eltern aller Drittklässlerinnen und 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 173.000 Exemplare.



**internet-abc**

**Das Portal für Kinder,  
Eltern und Pädagogen**

### **Konflikte lösen – per Vertrag**

Ebenfalls aus dem Kosmos des Internet-ABC stammt das Projekt Mediennutzungsvertrag, das gemeinsam mit der EU-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“.

### **Versandaktion:**

173.000 Exemplare „Tipps für Eltern zum Einstieg von Kindern ins Netz“ an Eltern von Drittklässlerinnen und Drittklässler verteilt.

# 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 sowie Pädagoginnen 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. Einen Überblick über das Angebot in der Pädagogenecke vom digitalen „Erste-Hilfe-Kasten“ bis hin zu Unterrichtsmaterialien bietet die Broschüre „Handy in der Schule“. Seit 2016 werden auch Apps für den Einsatz in Schule und Unterricht getestet, ihre Funktionen und Einsatzmöglichkeiten vorgestellt und mögliche Probleme benannt.

## Safer Smartphone

Gemeinsam mit der Initiative klicksafe wurde im Herbst 2016 das zweite Heft der Unterrichtsreihe „Mobile Medien – neue Herausforderungen“ vorgestellt. Unter dem Titel „Safer Smartphone“ behandelt das Material insbesondere die richtige Handhabung von (datensammelnden) Apps sowie das Wissen über Sicherheitseinstellungen an den eigenen Smartphones.



> Bestellmöglichkeit der Publikation unter [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)



## Spielend Handyfasten

Vom Themenmonat zu „Pokémon Go“ über den Aktionstag Cybermobbing bis hin zum jährlichen Handyfasten – unterstützt durch das analoge Kartenspiel „Real Life Challenge“ standen auch für die Jugendlichen wieder alltagsnahe Digitalthemen im Fokus des Webangebotes.

## Social Media

Den jugendlichen Kommunikationskanälen entsprechend hat der Handysektor seine Präsenz in den sozialen Netzwerken weiter ausgebaut und ist über Facebook, Snapchat, Instagram, YouTube und Twitter erreichbar.

### Die Top-3-Bestellungen:

„Opfer, Schlampe, Hurensohn/Gegen Mobbing“	52.197
„Apps to go“	46.211
„Das Netz vergisst nichts“	46.079

# 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 Expertinnen und Experten qualifiziert und begleitet, beraten die überwiegend jungen Nutzerinnen und Nutzer der juuport-Plattform zu allen Fragen rund ums Internet – ob Datenschutz, Mobbing, Technik oder soziale Netzwerke.

### **Beratungsbedarf**

Der Beratungsbedarf über juuport ist ungebrochen. Top-Themen, zu denen die Scouts Gleichaltrige beraten, sind wie im Vorjahr Cybermobbing, Sexting und Cybergrooming. Daneben waren die Scouts und das juuport-Team auch auf einer Vielzahl weiterer Veranstaltungen vertreten, so etwa auf der Bildungsmesse didacta, der gamescom in Köln, dem Deutschen Präventionstag, 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 über die Social-Media-Kanäle ausgebaut und durch Kampagnen ergänzt.

### **Mehr Scouts ausgebildet**

Um dem steigenden Beratungsbedarf gerecht zu werden, wurden auch im Berichtszeitraum weitere Scouts ausgebildet. Dabei wurden ergänzend zu Schulungen und Arbeitstreffen vor Ort Webinare zur Weiterbildung des Scouts eingeführt

# 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 Empfängerinnen und 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, Schülerinnen und 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.

# FLIMMO

## 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-Programmbewertung 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 2016 alle Eltern von Drittklässlerinnen und Drittklässler in den Grundschulen Nordrhein-Westfalens mit dem FLIMMO versorgt – insgesamt rund 176.000 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 der Nutzerinnen und Nutzer.

### 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 Spieleratgeber NRW, dem Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF), der Stiftung MKFS und jugendschutz.net für jede Ausgabe geliefert.

### Versandaktion:

176.000 Exemplare an Eltern von Drittklässlerinnen und Drittklässlern in NRW 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 Schülerinnen und 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 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, der LfM sowie der Medienberatung NRW.

# Einzelthemen

## Flexibel auf (Bildungs-)Bedarfe reagieren

Während die kontinuierlichen Angebote der LfM 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: Dazu dienen ein Elternratgeber plus Internetseite sowie ein eigens erstelltes Spiel für Kinder.

**Partner** Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

**Online** [www.kinder-onlinewerbung.de](http://www.kinder-onlinewerbung.de)

**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** [www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/kinder-medien-sprache.html](http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/grundlagen/themen/kinder-medien-sprache.html)

**Projektleitung** Christina Rhode

### tv.profiler

**Idee** Schülerinnen und 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** [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)

**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** 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“. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des Hans-Bredow-Instituts hatten verschiedene Werbeformen im Internet und ihre Rezeption durch junge Nutzerinnen und Nutzer untersucht.



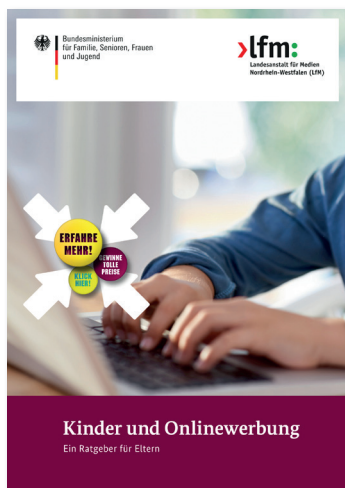
Das Ergebnis: Kinder haben oft Probleme beim Erkennen von Werbebotschaften, die sich ihrer Umgebung gestalterisch angleichen oder inhaltliche Bezüge aufweisen. Auch wird Werbung oft als Nutzungshindernis wahrgenommen, des Weiteren tauchen Datenschutzfragen auf.

### 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 Brettspiel „Verflixte Werbeklicks“, das mit Fragen wie „Ist ein Cookie eine Kochhilfe?“ auf spielerische und unterhaltsame Art für Werbe- und Datenschutzthemen sensibilisiert.



> Bestellmöglichkeit der Publikationen unter [www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)



# 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 „alltags-integrierte“ 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 Erzieherinnen und Erzieher sowie 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 über 4.500 Mal kostenlos von der LfM verschickt. Einen praktischen Überblick finden Interessierte auch in einem Dossier im Medienkompetenzportal NRW.

Zwischen Januar und April 2017 wurden im Kontext des Programms „Rucksack KiTa“ von der LaKI in Zusammenarbeit mit der LfM außerdem Multiplikatorinnen- und Multiplikatoren-Schulungen zum Thema „alltagsintegrierte Sprach- und -Medienbildung“ durchgeführt.

In Kooperation mit der Stiftung Lesen und der LfM wurde im Berichtszeitraum erstmals auch ein Screencast erstellt. Dieser stellt eine Kinder- und Leseapp und deren Einsatz zur Sprachbildung vor und richtet sich vorrangig an Fachkräfte im Bereich der KiTa.

#### Eltern-Publikation:

3.069 Stück bei der LfM bestellt + 1.485 Downloads

#### Kita-Publikation:

1.657 Stück bei der LfM bestellt + 1.198 Downloads



# tv.profiler

## 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 Schülerinnen und Schüler sowie Hintergründe und Kopiervorlagen für die Lehrkräfte. Während sich die Ausgaben zu „Germany’s next Topmodel“, „Scripted Reality“ und „Musik-Castingshows“ an Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I richten, ist „Angst im Fernsehen“ der erste tv.profiler für die Grundschule.



> Bestellmöglichkeit der Publikationen unter  
[www.lfm-nrw.de/publikationen](http://www.lfm-nrw.de/publikationen)

## Pilot „Medienkompetenzvermittlung in der Lehrerausbildung“

### Lehrkräfte als Medienexperten

Angehende Lehrkräfte 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 Lehrkräfte in der Lage sein, dieses Wissen sowie ihr eigenes Mediennutzungsportfolio für die Lehre nutzbar zu machen, um Medienkompetenz vermitteln zu können.

#### Fachleiterinnen und Fachleiter unterstützen

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

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

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

# Veranstaltungen

## 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 Expertinnen und Experten eingeladen: Fachkräfte aus Kita, Schule und Jugendarbeit, Vertreterinnen und Vertreter von Universitäten, Institutionen und Verbänden sowie andere Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

#### 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.

#### Fachtagung „Digitale Medien in der 2. Phase der Lehrerbildung“

15. September 2016

Die Digitalisierung in der Gesellschaft stellt Schule vor neue Herausforderungen. Diese gehen über Ausstattungsfragen, den Umgang mit Technik und den Erwerb von Medienkompetenz hinaus. Neue Arbeitsweisen, Kommunikations- und Kooperationsstrukturen verändern die Arbeitswelt und Möglichkeiten der gesellschaftlichen Partizipation. Die Fachtagung am 15. September 2016 beschäftigte sich damit, wie Medienkonzepte in der Lehrerbildung zu gestalten sind, damit zukünftige Lehrkräfte Lernende gut auf diese veränderten gesellschaftlichen Bedingungen vorbereiten können.

#### Tag der Medienkompetenz im Landtag NRW

28. November 2016

Jeder kann sich jederzeit öffentlich im Netz äußern. Daten werden überall erfasst. Virtuelle Welten bieten neue Erfahrungen. Es gibt außergewöhnliche und problematische, positive wie negative Formen digitaler Kommunikation. Unter dem Motto „Medien extrem...“ widmete sich der Tag der Medienkompetenz im November 2016 im Landtag Nordrhein-Westfalen extremen Phänomenen der digitalen Welt: Neben Hass, Hetze und religiösem Extremismus ging es auch um kreative, präventive und innovative Zugänge.

#### Medienversammlung

19. Juni 2017

Bei der jährlich von der LfM organisierten Medienversammlung werden interessierte Bürgerinnen und Bürger eingeladen, gemeinsam mit Expertinnen und Experten über aktuelle Themen zu diskutieren und Lösungsansätze zu entwickeln. 2017 stand das Thema „Fast News – Fake News: Keine Zeit für die Wahrheit?“ im Fokus der Veranstaltung. Mit Kurzvorträgen, Interviews und Diskussionen sollte sich der Thematik genähert werden. Es galt dabei, mit den rund 150 Besucherinnen und Besuchern mögliche Wege und Strategien für einen angemessenen Umgang mit „Fake News“ zu erörtern.

#### Messen und Kongresse – die LfM trägt bei

Die LfM beteiligt sich regelmäßig an Veranstaltungen Dritter – mit Referentinnen und Referenten sowie 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
- GMK-Jahrestagung
- Deutscher Kinder- und Jugendhilfetag
- Basisqualifizierung neuer Medienberaterinnen und Medienberater der Medienberatung NRW
- EduCamp
- Fachtag „Medienkompetenzvermittlung in der Lehrerbildung“
- Medientag Kreis Gütersloh
- Digital Education Day Stadt Köln
- #itsNRW – Bürgerdialog IT-Sicherheit in NRW

# Lokale Fachtagungen im Netzwerk vor Ort

Neben den eigenen Fachtagungen hat die LfM im Zeitraum zwischen August 2016 und April 2017 insgesamt 11 lokale Fachtagungen zu Medienkompetenzthemen inhaltlich unterstützt und finanziell gefördert. Maximal 4.000 Euro 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 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren konzipiert sein musste. Die erfolgreiche Bilanz: Rund 1.140 Teilnehmende aus Schulen und anderen Bildungseinrichtungen, aus öffentlichen Institutionen oder dem Medienbereich besuchten die Fachtagungen insgesamt.

## Alle 11 ausgerichteten Fachtagungen im Überblick

- 1 Zentrum für Schulpsychologie – Landeshauptstadt Düsseldorf  
„Kinder, Jugendliche und der Hass im Netz – Was tun gegen ‚Hate Speech‘?“
- 2 Kreis Düren – Regionales Bildungsnetzwerk  
„Hate Speech“
- 3 Gustav Stresemann-Institut e. V.  
„Datennutzung und Datenschutz bei Smartphones – Chancen und Risiken der mobilen Mediennutzung“
- 4 sk stiftung jugend und medien der Sparkasse KölnBonn  
„Location-Based-Games“
- 5 Stadt Leverkusen Fachbereich Schulen/Kommunales Bildungsbüro  
„Medienfachtag YouLEV“
- 6 eSw Ev. Schülerinnen- und Schülerarbeit in Westfalen (BK) e. V.  
„Salafismus im Netz – Gefahren der virtuellen Radikalisierung und mögliche Gegenstrategien“
- 7 Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur  
„Mit Medien leben lernen – von Anfang an“
- 8 Fachstelle für Suchtprävention Wuppertal  
„Gelingendes Leben in der Mediengesellschaft“
- 9 Medienforum Duisburg e. V.  
„Smartphone: Fluch oder Segen?“
- 10 Bündnis Mediensucht Paderborn  
„Fachtagung zum Medienalltag junger Menschen“
- 11 Stadt Soest  
„Digitale Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen“

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

# Netzwerkarbeit

## Starke Verbindungen schaffen

Schulen und Bibliotheken, private und kirchliche Bildungsträger, Medienzentren und Vereine, Stiftungen, landesweite Bildungsverbände, und, und, und ... Die Bandbreite von Akteurinnen und Akteuren sowie 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 Akteurinnen und Akteuren 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 einzusetzen.

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 Pädagoginnen und 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 Akteurinnen und Akteure und Maßnahmen
- Initiierung und Aufbau von Netzwerkstrukturen
- Vernetzung landesweiter Aktivitäten durch Kooperations- und Rahmenverträge

# Transparenz der Akteurinnen und Akteure und Maßnahmen

Vernetzung schnell und einfach ermöglichen: Die nordrhein-westfälischen Akteurinnen und 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 Akteurinnen und 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 das Auffinden relevanter Angebote auch für den Einzelnen erleichtert werden. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik ebenso wie allgemein interessierte Bürgerinnen und 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 Akteurinnen und Akteure, die bereits medienpädagogisch tätig sind oder dies in Zukunft planen. Fachkräfte, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, aber auch interessierte Bürgerinnen und Bürger finden hier einen einführenden Überblick mit verständlich aufbereiteten Informationen sowie umfangreichen Recherche- und Vernetzungsmöglichkeiten. Wir stellen damit den Nutzerinnen und 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 Inhalt, mehr Verbreitung

Im Berichtszeitraum wurden die Inhalte des Portals weiter ergänzt. So gibt es unter anderem zwei neue Themen-Dossiers, die zum einen das Thema „TV-Formate“ sowie andererseits „Hate Speech“ umfassend beleuchten. Ganz im Sinne einer umfassenden Vernetzung und Distribution wurden auch vermehrt Social-Media-Kanäle genutzt. Insbesondere durch Twitter erfolgte ein Austausch mit der medienpädagogischen Szene.



[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 Akteurinnen und Akteure in NRW suchen. In seinem Datenbestand befinden sich eine Vielzahl von verschiedenen großen Einrichtungen und Akteurinnen und Akteure, die medienpädagogische Angebote konzipieren, initiieren und durchführen, die beraten, sich vernetzen und mit anderen austauschen möchten. Seine Daten werden im Auftrag der LfM seit November 2016 durch die mecodia GmbH aktualisiert.

## Der MPA im Jahr 2016/17

Auch im Jahr 2016 fand eine kontinuierliche Überprüfung und Erweiterung der Datenbanken statt. So sind beispielsweise nun auch alle Servicestellen des Bürgerfunks im MPA vertreten. Als redaktionellen Bestandteil gibt es weiterhin den „MPA-Tipp“. Dieser erscheint im monatlichen Abstand und wird ebenso wie die bereits bewährte „Empfehlung des Monats“ über die Startseite angeteasert. Zu den MPA-Tipps im Jahr 2016 zählten unter anderem Themen wie „NRW 4.0 – Leitbild zum Lernen im Digitalen Wandel“, „Einfach Internet – Leitfäden in einfacher Sprache“ oder „Gamescamp: Ethik & Games“.

Im Frühjahr 2017 wurden noch einmal Optimierungen vorgenommen, mit dem Ziel, dass sich die Einrichtungen noch besser im MPA präsentieren können. Hierzu gelten beispielsweise Datenbankfelder für Social-Media-Kanäle oder die Möglichkeit, das Logo der Einrichtungen hochzuladen.



[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 zählen:

- Wir konzipieren Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung, die durch die Netzwerkpartner und in deren Strukturen realisiert werden.
- Wir führen Multiplikatorinnen- und Multiplikatoren-Schulungen von Netzwerk-Mitgliedern zu Medienthemen durch.
- Die jeweiligen Netzwerkpartner schulen medienpädagogische Referentinnen und 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 2016/17 eine Vielzahl von Institutionen mit Angeboten wie Workshops, Vermittlung und Bereitstellung von medienpädagogischen Referentinnen und Referenten, Verteilung und Nutzung von Informationsmaterialien, Beratungsleistungen und vieles mehr unterstützt.

Zu diesen teils langjährigen Partnern gehören 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.

# Das Netzwerk der LfM

Mit vielen Partnern arbeitet die LfM schon seit Jahren zusammen, andere sind erst seit kurzer 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:

- **Deutscher Kinderschutzbund Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V. (DKSB NRW)**  
[www.kinderschutzbund-nrw.de](http://www.kinderschutzbund-nrw.de)
- **Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (DUK)**  
[www.unesco.de](http://www.unesco.de)
- **Kommunale Medienzentren NRW**  
[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)
- **Landesarbeitsgemeinschaften der Familienbildung in NRW**  
[www.familienbildung-in-nrw.de](http://www.familienbildung-in-nrw.de)
- **Landschaftsverband Rheinland (LVR)**  
[www.lvr.de](http://www.lvr.de)
- **Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL)**  
[www.lwl.org](http://www.lwl.org)
- **Landeskoordinierungsstelle der Kommunalen Integrationszentren NRW (LaKI)**  
[www.kommunale-integrationszentren-nrw.de](http://www.kommunale-integrationszentren-nrw.de)
- **Medienberatung NRW**  
[www.medienberatung.nrw.de](http://www.medienberatung.nrw.de)
- **Netzwerk der Lehrkräfte mit Zuwanderungsgeschichte des Landes NRW**  
[www.lmz-nrw.de](http://www.lmz-nrw.de)
- **Polizei NRW (Bereich „Vorbeugung“)**  
[www.polizei.nrw.de](http://www.polizei.nrw.de)
- **Stiftung Lesen**  
[www.stiftunglesen.de](http://www.stiftunglesen.de)
- **Volkshochschulen in NRW**  
[www.nrw.vhs-bildungsnetz.de](http://www.nrw.vhs-bildungsnetz.de)
- **Regionale Bildungsnetzwerke NRW (RBN)**  
[www.regionale.bildungsnetzwerke.nrw.de](http://www.regionale.bildungsnetzwerke.nrw.de)
- **Verband der Bibliotheken des Landes Nordrhein-Westfalen e. V. (vbnw)**  
[www.vbnw.de](http://www.vbnw.de)
- **Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.**  
[www.verbraucherzentrale.nrw](http://www.verbraucherzentrale.nrw)



# 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 Protagonistinnen und 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 Mediennutzerinnen und 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 Fernsehpublikum und auch Radiohörende 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 Nutzerinnen und 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 jeder/s 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 Mediennutzerinnen und Mediennutzern die abstrakten, oft schwer fassbaren Rechtsbegriffe erklärt.

### 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 Multiplikatorinnen und 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 Nutzerinnen und 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/programmebeobachter](http://www.facebook.com/programmebeobachter)

### Die LfM als erste Adresse

Zu den gesetzlichen Aufgaben der LfM gehört die Förderung des Mediennutzerschutzes. Dazu zählt, die Bürgerinnen und Bürger über ihre Rechte als Rundfunkteilnehmende zu informieren – und auch darüber, wie sie diese Rechte durchsetzen können. So haben die Nutzerinnen und 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 Nutzerinnen und Nutzern sowie Vertreterinnen 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 Mediennutzerinnen und 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 Mediennutzerinnen und 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/e bei Bedarf aktiv handelnde/r Nutzer/in werden.



### PRÜFREPORT

Worüber sich Mediennutzerinnen und 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 Nutzerinnen und 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.

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

# BÜRGERMEDIEN

Bürgerfunk	44
Bürgerfernsehen	49
Campusradio	53
Bürgermedienplattform	55
Bürgermedienpreis	58

# Radio machen kann jeder lernen

Hörfunk von Bürgerinnen und Bürgern für sie – 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: Bürgerfunkerinnen und 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 Anfängerinnen und Anfänger sowie 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.

## 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 Anfängerinnen und Anfänger sowie 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 2016 waren in NRW insgesamt 6.386 Nutzerinnen und Nutzer zertifiziert.

## 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)
- Qualitäts- und Organisationsberatung Bürgermedien
- Servicestellen Bürgerfunk

Im Jahr 2016 wurden 890 einzelne Maßnahmen, Seminare bzw. Projekte in 38 der 44 Verbreitungsgebiete des Lokalfunks gefördert. Insgesamt gab es 78 unterschiedliche Förderempfänger, darunter Radiowerkstätten, Bildungsträger, die Campus-Radios und Schulen.

Neben den Schul- und Jugendprojekten wurden insgesamt 69 generationsübergreifende und integrative Projekte in 14 Verbreitungsgebieten gefördert. Darüber hinaus wurden 35 Servicestellen in 2016 eingerichtet.

Im ersten Halbjahr 2016 fand die jährliche Fachtagung „Gesichter des Bürgerfunks“ in Bad Honnef statt 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. Das Tagungsmotto lautete: „Durch die Ohren ins Herz – mein Bürgerradio“.

### Ausgebildet für Qualität: Die LfM-Medientrainerinnen und Medientrainer

Für die Ausbildung von Bürgermedien-Macherinnen und -Machern bildet die LfM Medientrainerinnen und 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 327 Medientrainerinnen und Medientrainer für die drei Bereiche Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Campus-Rundfunk ausgebildet worden. Im Jahr 2016 gab es vier neue Ausbildungslehrgänge, die aus einem 7-tägigen Lehrgang, einer Visitation und einem Abschlusskolloquium bestanden. Ein übergreifender Theorieteil vermittelte medienübergreifende Grundlagen, während eine Praxisphase dann die besonderen Anforderungen von Fernsehen und Hörfunk berücksichtigte.

### Lebenslanges (Radio-)Lernen

Nach der erfolgreichen Ausbildung können LfM-Medientrainerinnen und 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 „Presse-recht“ und „Zertifizierung“ erhalten sie außerdem die Berechtigung, für den Bürgerfunk Zertifizierungskurse durchzuführen. In 2016 wurden zwei Presserechtheinseminare und ein Seminar „Zertifizierung Bürgerfunk“ für Medientrainerinnen und Medientrainer durchgeführt.

Neben der Ausbildung ist außerdem die Teilnahme an mindestens einem Zusatz-Workshop pro Jahr für die Akkreditierung als LfM-Medientrainerin oder -Medientrainer nötig. In 2016 wurden insgesamt 34 Kurse zu folgenden Themen angeboten:

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



### Radioführerschein: 98 Zertifizierungskurse in 22 Verbreitungsgebieten\*



Davon 77 Kurse für Bürgerfunker ohne Vorkenntnisse (Kurse à 4,5 Tage) und 21 Kurse für Bürgerfunker mit Vorkenntnissen (Zertifizierungskurse à 0,5 Tage)

Ergänzend zu den Präsenzseminaren wurden 25 Webinare angeboten. Die Teilnahme daran wurde aufgrund der Nachfrage auch für Bürgerfunkerinnen und Bürgerfunker geöffnet.

Erstmals in 2016 wurde das Schulungsformat „Technikkunde Bürger-radio“ durchgeführt. Theorie und Praxis waren miteinander verbunden, um technische Grundlagen zu vermitteln, praktische Anwendungen zu demonstrieren und um neue technische Entwicklungen in der Radioproduktion zu präsentieren.

### Begeisternd: Schul- und Jugendprojekte

2 Minuten und 30 Sekunden stehen einer Radiojournalistin oder einem Radiojournalisten für ein Thema zur Verfügung, häufig sogar weniger. Da heißt es: auf den Punkt kommen, das Wichtige herausfiltern und sich auch von noch so schönen Originaltönen verabschieden. All das können Schülerinnen und Schüler lernen. Mit eigenen Worten den Besuch im Zoo zu beschreiben und dabei Geräusche einzubauen, ist die einfachste Form der Reportage, und die Umfrage unter Mitschülerinnen und 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 Radioreporterin oder Radioreporter zu werden. Dann haben die Schülerinnen und Schüler nicht nur ihre erste eigene Umfrage als MP3-Datei gespeichert und journalistisches Handwerkzeug erlernt, sondern auch die Grundzüge der Medienlandschaft und -wirkung kennengelernt, am PC ein Schnittprogramm angewendet, untereinander diskutiert sowie schließlich ihr Thema öffentlich gemacht - und dabei auch noch Spaß gehabt.

### Radioarbeit hilft für die Zukunft

Die in einem Radioprojekt vermittelten Grundfertigkeiten können die Schülerinnen und 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 Kompetenzerwartungen – beim Strukturieren, Recherchieren, Kooperieren, Produzieren, Präsentieren und Reflektieren. Deshalb finden sich für die Radioarbeit in der Schule viele Anknüpfungspunkte.




### Radio-Schulungen: 315 Schulungen in 28 Verbreitungsgebieten\*

Gesamtumfang von 555 Schultagen  
Praxisorientierte Themen wie Moderation, Interview,  
Sprechen, Beitragsproduktion und Formatentwicklung


\* im Jahr 2016

### Geförderte Schul- und Jugendradioprojekte in 2016

 **Alle Schulformen**  
Grundschule, Förderschule, Hauptschule, Realschule, Berufskolleg, Gymnasium

 **Unterschiedliche Formate der Radioarbeit**  
Integration in den Unterricht, Radio-AGs, Projektwochen

 **344 Schulprojekte**  
(inklusive 257 Schnuppertagen) an 180 Schulen

 **Insgesamt rund 4.135 Stunden Radioarbeit**  
im Schnitt 23 Stunden pro Schule

 **Ca. 2.700 Schüler**  
durchschnittlich 8 Teilnehmende pro Projekt

 **Schulprojekte in 25 von 44 Verbreitungsgebieten**



 **64 Jugendprojekte in 19 Verbreitungsgebieten**

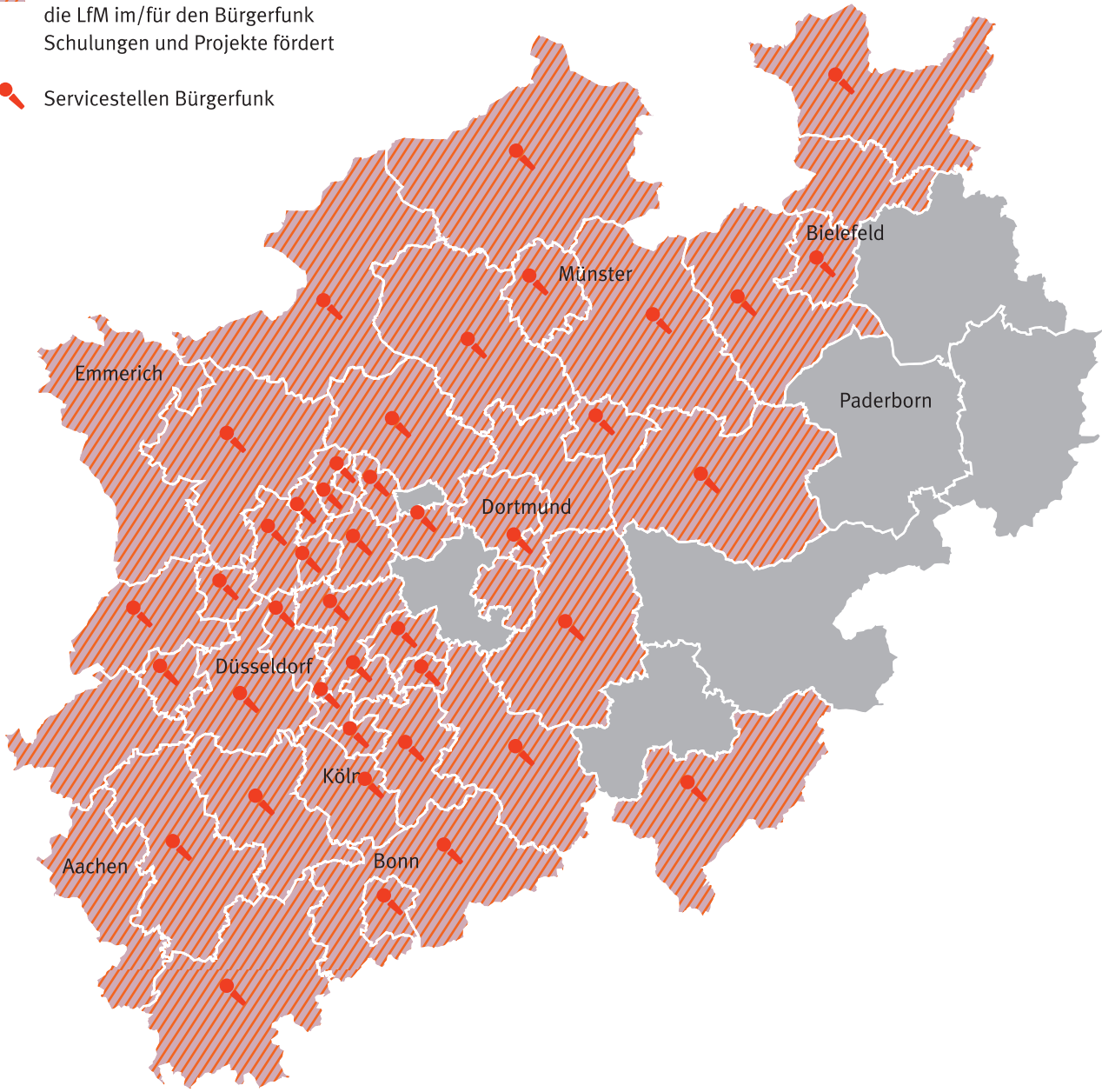
### Hilfe vor Ort: Die Servicestellen Bürgerfunk

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 Bürgerfunk“ zu etablieren. Diese Einrichtungen informieren über den Bürgerfunk, beraten Interessierte sowie Nutzerinnen 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. Zum Ende des Jahres sind 36 Servicestellen aktiv. In einigen Verbreitungsgebieten, wie z. B. Remscheid/Solingen, Krefeld/Viersen und Bonn/Rhein-Sieg, haben sich mehrere Einrichtungen zu einer Servicestelle zusammengeslossen.

### Ansprechpartner

Norbert Sander, Peter Schwarz

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



## Bürgerfunk: Überblick über die Servicestellen

Verbreitungsgebiet	Träger der Servicestelle
Aachen	EXLEX e. V. – Medienkompetenzzentrum am linken Niederrhein
Bielefeld	Bielefelder Jugendring 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	Verein zur Förderung des Bildungswerkes Raesfeld e. V.
Bottrop/Gelsenkirchen/ Gelsenkirchen	Generationennetz Gelsenkirchen c/o Caritasverband für die Stadt Gladbeck
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 Katholisches Bildungswerk im Kreis Euskirchen
Gütersloh	VHS Gütersloh
Hagen	EXLEX e. V. – Medienkompetenzzentrum am linken Niederrhein
Hamm	Radio Runde Hamm e. V.
Köln	Bildungswerk der Erzdiözese Köln e. V. c/o Medienwerkstatt des Katholischen Bildungswerkes Köln
Kleve	Verein zur Förderung des Bildungswerkes Raesfeld e.V., EXLEX e. V. – Medienkompetenzzentrum am linken Niederrhein
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



# 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 jede und jeder lernen und ausprobieren. Im Rahmen des Bürgerfernsehens bietet die LfM allen NRW-Bürgerinnen und -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 Fernsehkurse Medientrainerinnen und 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 Quoten- druck. 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 Einsteigerinnen und Einsteigern und nichtprofessionellen Fernsehmacherinnen und Fernseh- machern 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 sie oder er, je nach ihrem oder 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 in einer umfangreichen und dauerhaften 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 im Durchschnitt 33 Filme, Sendungen und Beiträge bzw. bis zu 14 Stunden frisches Programm. Dabei ist die Nachfrage von Programmmulieferern nach Sendeplätzen zum Teil sogar noch höher, so dass es ohne Reservierung zu Wartezeiten bis zur Ausstrahlung kommen kann. Insgesamt wurden 2016 rund 1.350 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*.



**355 Bürgermedien-  
Qualifizierungsmaßnahmen mit  
mindestens 2.840 Teilnehmenden  
+ 25 Fernsehkurse mit  
321 Teilnehmenden**

## BÜRGERFERNSEHEN

*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. Saisonale Programm-Aktionen wie „Mein Programm – Dein Programm“, bei der 14 Zulieferer für jeweils einen Tag das Programm von *nrwision* verantworteten, rundeten das Programm ab.

### Die Programmproduzierenden von *nrwision*

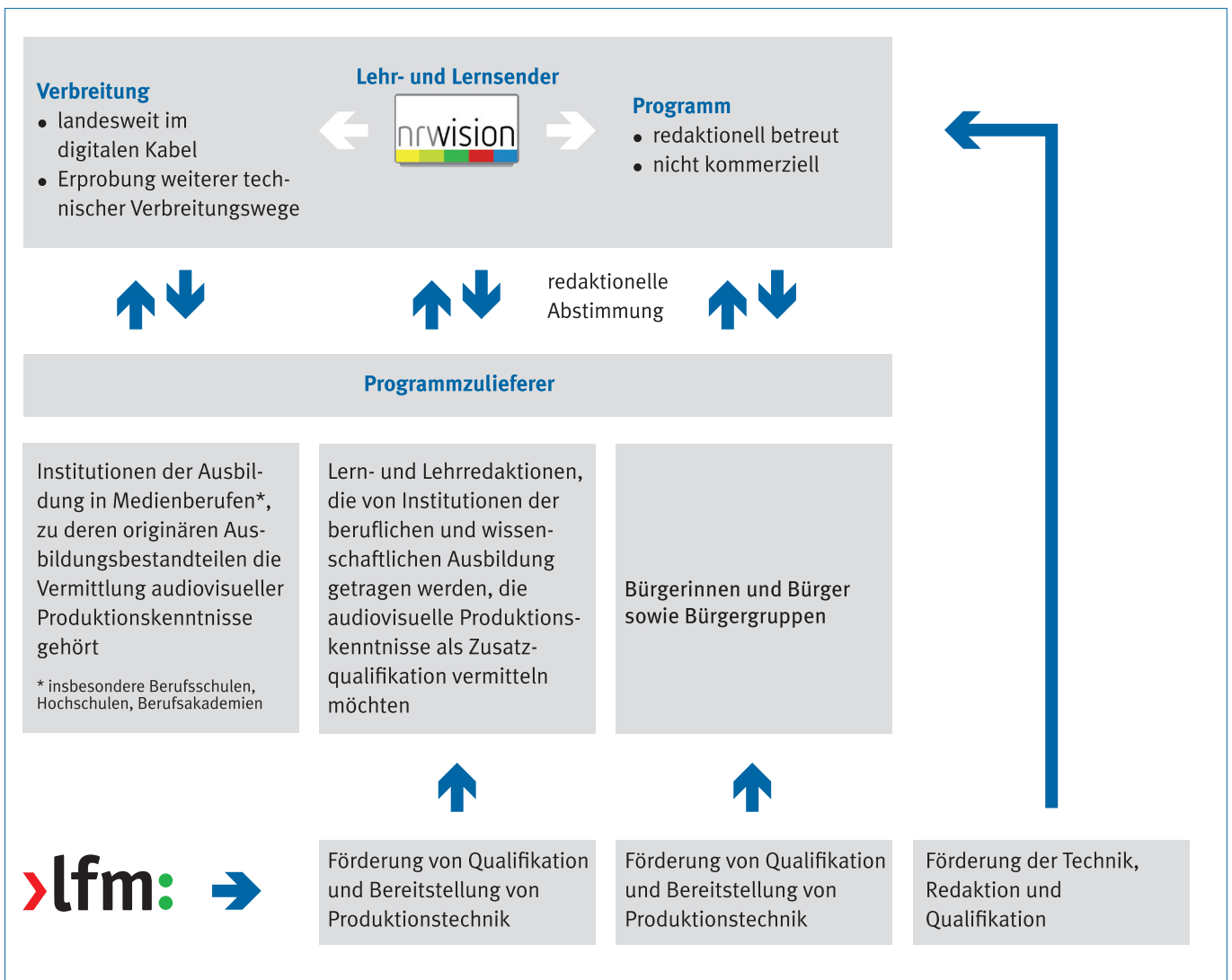
Das Programm von *nrwision* setzt sich aus den Zulieferungen verschiedener Gruppen zusammen. Dazu gehören Bürgerinnen und Bürger sowie Bürgergruppen, von der LfM geförderte Lern- und Lehrredaktionen sowie Institutionen zur Ausbildung in Medienberufen.

### Bürgerinnen und Bürger sowie Bürgergruppen

Verschiedene Bürgerinnen und Bürger sowie 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 75 Orten NRWs haben 2016 unterschiedlichste Einzelpersonen und Gruppen TV-Beiträge an *nrwision* zugeliefert und sich somit am Programm des TV-Lernsenders beteiligt. Im Jahr 2016 wurden insgesamt 355 Qualifizierungen für Bürgergruppen von der LfM gefördert, an denen rund 2.840 Personen teilnahmen.

### Anbieter von Qualifizierungsmaßnahmen in 2016

- Arbeitskreis Ostviertel e. V.
- Bielefelder Jugendring e. V.
- Film- und Medienakademie für Kinder und Jugendliche (FMKJ) gGmbH
- Förderverein des Hans-Böckler-Berufskollegs Marl



1.350 TV-Beiträge wurden im Jahr 2016 an *nrwision* zugeliefert

- Jugendring Düsseldorf e. V.
- Katholisches Bildungswerk Köln, Medienwerkstatt
- Katholisches Bildungswerk Erft
- Medienwerkstatt Minden-Lübbecke e. V.
- Offener Kanal Lüdenscheid (OKL) e. V.
- Offener TV-Kanal Bielefeld e. V.
- Medienwerkstatt Rhein-Erft

### Schnupper- und Vertiefungskurse

Neben den geförderten Qualifizierungsmaßnahmen unterstützt die LfM auch die TV-Schnupperkurse „Unser Ort“ für Einsteigerinnen und 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 andere 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 Medientrainerinnen und 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 *nrwision* 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 2016 hat die LfM durch die Schnupperkurse insgesamt 321 Teilnehmende in 25 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.



**1.350 TV-Beiträge**  
wurden im Jahr 2016  
an *nrwision* zugeliefert

So lernen Studierende und Auszubildende die technischen und journalistischen Aspekte der Fernsehproduktion kennen. Neben der Qualifikation für die praktische Fernseharbeit erwerben sie 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 niedrighochweiliger Ebene möglich, so dass alle Bürgerinnen und Bürger in NRW eine Chance haben, ihre Themen dem Fernsehpublikum zu präsentieren.

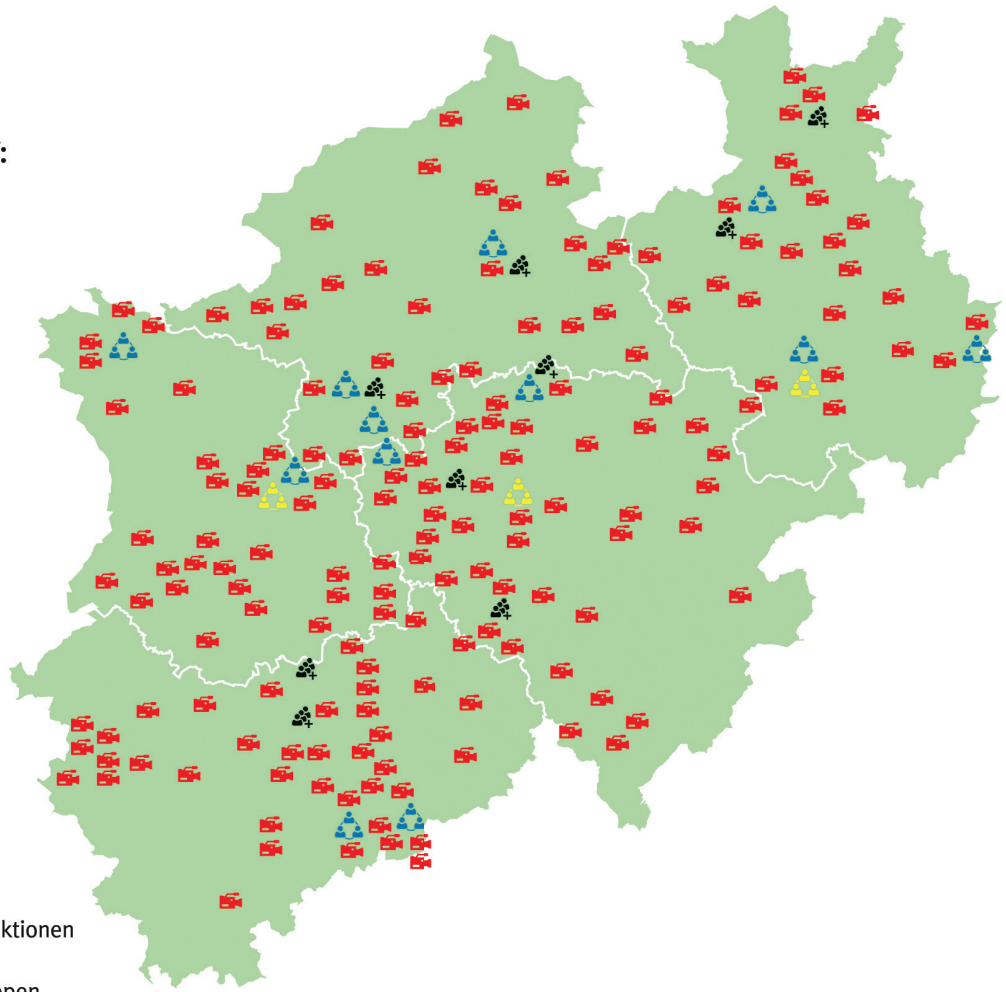
Medienkompetenz, Partizipation und Crossmedialität – zu diesen Kernbegriffen soll das Bürgerfernsehen NRW auch weiterhin neue Formen, Strukturen und Inhalte medialer Ausbildung entwickeln, erproben und auf ihre Perspektiven hin überprüfen.

### Ansprechpartnerin

Tina Halfmann


### Bürgerfernsehen in NRW: landesweit aktiv

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



 hier wird produziert

 Lern- und Lehrredaktionen

 Förderung Lern- und Lehrredaktionen

 Förderung von 10 Bürgergruppen

#### 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 Politologie, 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
- Folkwang Universität der Künste, Optionale Studien

##### 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

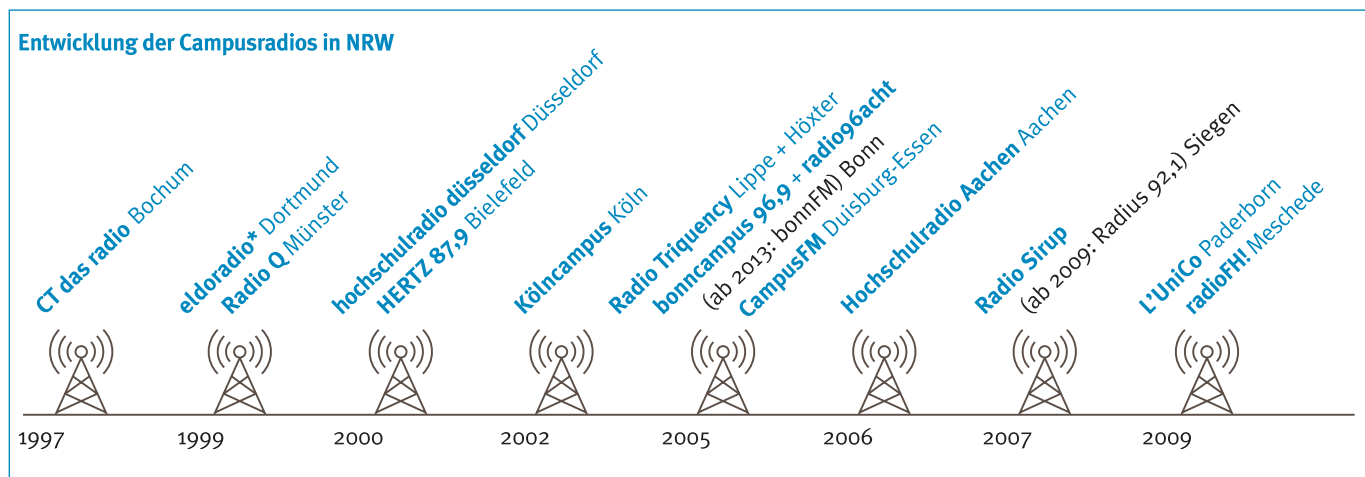
##### Berufskollegs

- 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

# Live – Authentisch – Studentisch

## So klingt das etwas andere Radio

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.



### 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

Hochschulfunkfrauen und Hochschulfunker sind heute längst Arbeitnehmerinnen und 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 Medien im Allgemeinen. Hochschulradios schaffen außerdem den kreativen Freiraum für Experimente und Innovation.

Das Engagement der Campusfunkfrauen und Campusfunker ist beachtenswert, denn neben der ehrenamtlichen Radioarbeit sorgen sie als Dozentinnen und Dozenten in Seminaren und Workshops auch noch für die Nachwuchsausbildung. Und immer wieder kehren Ehemalige gerne an ihre alte Wirkungsstätte zurück. Als Referentinnen und Referenten sowie wichtige Multiplikatorinnen und 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 der Sender 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 Referentinnen und Referenten aus dem privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunk. So erhalten die Campusradio-Macherinnen und -Macher nicht nur fachspezifische Grundlagen für den Hörfunk vermittelt, sondern auch ein professionelles Feedback zu ihrer Radio-Arbeit.

### Auswahl von Seminarthemen 2016

- Presserecht
- Urheberrecht – das Recht am eigenen Bild
- Air-Checks/Journalistische Darstellungsformen im Hörfunk
- Sprechtrainings
- Nachrichtenschreiben für den Hörfunk
- Medientrainer-Ausbildungen
- Inhouse-Schulungen
- Grundlagen Datenjournalismus
- (Hochschul-)Nachrichten
- Smartphone-Reporting
- Selbstfahrertraining
- Gründergeist/Kreativwirtschaft: Journalismus selber Machen?
- Sounddesign/Trailerproduktion
- Bring es auf den Punkt! Methode 3 Punkt 3
- Radio-Reportagen
- Facebook im Campusradio
- Messen, Löten, Fehlersuche
- Recherchetraining/Themenentwicklung/Kollegengespräch

Im Jahr 2016 haben 35 Seminare sowie zwei Medientrainerlehrgänge für Campusradios stattgefunden, an denen insgesamt rund 320 Campusradio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter teilgenommen haben. Diese geförderten Seminare sind für die Radios wichtig. Zum einen wird erworbenes Know-how von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in die Redaktionen zurückgespiegelt. Zum anderen wird

der Austausch der Campus-Radios untereinander im Rahmen der Präsenzseminare gefördert. Aufgrund der heutigen Studienbedingungen ist die Mitarbeiterfluktuation in den Redaktionen sehr hoch, so dass die Nachfrage nach kontinuierlichen Bildungsangeboten, etwa zur Qualitätssicherung des Programms, zur Mitarbeiterrekrutierung sowie zur journalistischen Umsetzung von Inhalten stetig wächst. Denn das Interesse von jungen Studentinnen und Studenten beim Campus-Radio mitzuwirken, ist weiterhin sehr groß.

### 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-Mitarbeiterinnen und -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-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sowie Referentinnen und 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 Macherinnen und Macher gewürdigt werden. In 2016 fand der LfM-Campusradio-Tag zum 10-jährigen Senderjubiläum von Hochschulradio Aachen an der RWTH in Aachen statt. 180 Campusradio-Macherinnen und -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 neun LfM-Campusradio-Preise vergeben und natürlich gefeiert.

### Ansprechpartner

Andreas Schmidt

# Gemeinsames Onlineangebot gestartet

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. Ein solches übergreifendes Angebot wird durch die Bürgermedienplattform aktuell in die Tat umgesetzt. Auf dieser Plattform sollen alle Produktionen aus den Bürgermedien zu finden sein, sowie ein breites Angebot an Informationen für Interessierte sowie Nutzerinnen und Nutzer der Bürgermedien zur Verfügung stehen. Vernetzung, Auffindbarkeit und Information sind die Leitmotive dieses Vorhabens.



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). Dafür 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 Bürgerinnen und Bürger in NRW erfüllen:

### Aufgaben und Ziele der Bürgermedienplattform NRW

Die Bürgermedienplattform NRW ...

- soll Bürgerinnen und 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 Bürgerinnen und Bürgern auf lokaler Ebene besser wahrgenommen werden. Dadurch erwarten wir deutlich mehr Resonanz und öffentliche Wirksamkeit der Beiträge und Produktionen.“

Alle Beiträge sollen am Ende 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 sollen sich die bürgermedialen Gruppen und Produzierenden über eigene Unterseiten präsentieren können.

### TU Dortmund als erfahrener Partner für die Umsetzung

Die ersten Meilensteine der Bürgermedienplattform wurden bereits gelegt. Nach Auswertung aller eingegangenen Anträge und Konzepte wurde im April 2016 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 *nrwision* und von dessen Onlineportal in das Projekt ein.

Auftakt des Aufbaus der Bürgermedienplattform NRW bildete im Juli 2016 eine gemeinsame Veranstaltung der TU Dortmund und der LfM, zu der interessierte Bürgerinnen und Bürgern sowie Vertreterinnen und Vertretern der Bürgermedien eingeladen wurden. Anschließend führte die TU Dortmund eine Online-Befragung durch, deren Ergebnisse in die Ausgestaltung der Bürgermedienplattform NRW eingeflossen sind. Bei dieser sollten die Anforderungen aller Beteiligten berücksichtigt werden. Anfang 2017 wurden ergänzend zu der Online-Befragung weitere Gespräche mit an den Bürgermedien beteiligten Personen und Gruppen geführt. Parallel dazu wurden technische Grundlagen geschaffen.

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.

### Beta-Phase gestartet und GEMA-Frage geklärt

Unter all diesen Gesichtspunkten wurde die Beta-Phase der Bürgermedienplattform NRW im April 2017 eingeleitet. In dieser Zeit fiel nach Auswertung der Online-Befragung sowie der geführten Gespräche die Entscheidung, sowohl die Bürgermedienplattform NRW als auch den TV-Lernsender NRW, der ebenfalls von der TU Dortmund betrieben wird, unter der gemeinsamen Dachmarke *nrwision* zu führen. Diese Entscheidung ermöglichte ebenfalls eine schnelle Einigung mit der GEMA über Vertragsbedingungen der Bürgermedienplattform. Dank dieses Vertrags ist es möglich und rechtlich abgesichert, alle Formen von Beiträgen, sowohl im Radio-Bereich als auch audiovisuell auf der Plattform auszustrahlen.

Zu den technischen Vorteilen der Bürgermedienplattform wird ein responsives Design zählen, das alle Inhalte auf beliebigen mobilen Endgeräten darstellbar macht, sowie ein professioneller suchmaschinen-

optimierter Auftritt, der ebenfalls die Wahrnehmbarkeit und Akzeptanz der Bürgermedien stärken wird. Über das Design konnte online abgestimmt werden, die Wahl fiel mit 57 Prozent eindeutig aus. Somit ist ein weiterer Teil der Bürgermedienplattform als gemeinsame Marke für alle Formen von Bürgermedien etabliert.

Nach drei Monaten technischen Testbetriebs waren 146 Redaktionen/Produzierende registriert, 755 Sendungen freigeschaltet und weit über 25.000 Seitenabrufe zu verzeichnen.

Die Plattform ist unter „[www.mitmachen.nrwision.de](http://www.mitmachen.nrwision.de)“ zu erreichen. Alle Bürgerinnen und Bürger in NRW sollen auf dieser dazu angehalten werden, den neuen Online-Auftritt kennenzulernen und durch ihr Feedback mitzugestalten. Ebenso können Produzierende aus dem Bürgerfunk, dem Bürgerfernsehen *nrwision* sowie aus den Campus-Radios ihre Beiträge einreichen.

### Ansprechpartner

Tina Halfmann, Peter Schwarz

# And the winner is ...

**Oberhausen im Zeichen der Bürgermedien:** Zur 13. Verleihung der Bürgermedienpreise waren junge und erwachsene Bürgermedienmacherinnen und Bürgermedienmacher aus ganz NRW angereist. Bei einer Abendveranstaltung am 20. Mai 2017 im LVR-Industriemuseum zeichnete die Fachjury insgesamt 25 Beiträge in den Bereichen Bürgerfernsehen sowie Bürgerfunk und Junger Bürgerfunk (Kinder und Jugendliche bis 15 Jahre) mit Vollpreisen und Anerkennungspreisen aus.

### 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 Juries vergeben, gibt es auch per Voting ermittelte Publikumspreise. Alle Vollpreise sind mit 1.000 Euro dotiert. Die Preisträgerinnen und Preisträger erhielten außerdem eine Skulptur sowie eine Urkunde. Die Anerkennungspreise werden mit je 250 Euro honoriert.

### Ausgezeichnetes (Nachwuchs-)Fernsehen

Beim Bürgerfernsehen wurden Preise in den drei Kategorien „Sehenswert“, „Lokales“ und „Kurzfilm“ vergeben. Seit 2015 wird beim Bürgermedienpreis ebenfalls der Sonderpreis „Fernsehhandwerk“ für die handwerkliche Qualität einer Produktion verliehen. Den zusätzlich ermittelten Publikumspreis erhielt in diesem Jahr das Lokalmagazin CAS-TV aus Castrop-Rauxel mit dem Film „Band ‚Exit‘ – mit Musik raus aus dem Alltag“. In diesem wird eine Band und deren Mitglieder vorgestellt. Das Publikum erhält einen Einblick in die schönsten Momente ihrer Musikkarriere.

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

### Hörenswerte Preisträger – groß und klein

Für Hörbeiträge wurden auch verschiedene Kategorien angewandt. Die prämierten Beiträge unterteilten sich in die Bereiche „Hörensenswert“, ebenfalls „Lokales“ sowie „Radiokunst“. Neben dem außerdem verliehenen Publikumspreis gab es zusätzlich den Sonderpreis „Handwerk“. Den Publikumspreis im Hörfunk bekamen 2017 die Ruhrporter mit ihrem Beitrag „Die Walpurgisnacht in der Studentenstadt Lund“.

Am gleichen Abend wurden auch die jungen Radiomacherinnen und 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 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 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie allgemein für interessierte Bürgerinnen und 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.

# IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)  
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf  
www.lfm-nrw.de

**Abteilung Kommunikation**

Verantwortlich: Sabrina Nennstiel  
Koordination: Dorothea Näder

**Abteilung Förderung**

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff  
Redaktion: Nadine Eikenbusch

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 Autorinnen und 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).