

Leitfaden zum Erarbeiten eines medienpädagogischen Konzepts in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe

Magdalene Schmid, Monika Luginbühl und Olivier Steiner



Zitierhinweis: Schmid, M., Luginbühl, M., Steiner, O. (2018). Leitfaden zum Erarbeiten eines medienpädagogischen Konzepts in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe. Muttenz, Bern: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW & BFF - Kompetenz Bildung Bern.

www.mekis.ch

Das Bild auf Titelseite ist urheberrechtlich geschützt (© mitay20 – stock.adobe.com).

KONTAKT:

**Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Soziale Arbeit
Institut Kinder- und Jugendhilfe**

Magdalene Schmid
Hofackerstrasse 30
4132 Muttenz

Direkt: +41 61 228 59 69
Zentrale: +41 61 228 59 59
magdalene.schmid@fhnw.ch
www.fhnw.ch

BFF - Kompetenz Bildung Bern

Monika Luginbühl
Monbijoustrasse 21
Postfach
3001 Bern

monika.Luginbuehl@bffbern.ch
www.bffbern.ch

Vorwort

Dieser Leitfaden soll Einrichtungen der stationären Jugendhilfe dazu dienen, ein medienpädagogisches Konzept zu erstellen. Jede Institution ist anders, daher kann es kein allgemeingültiges Konzept geben. Pädagogische Teams entscheiden jeweils vor Ort, wie sie in ihrem Alltag mit pädagogischen Fragen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen umgehen und in einem Konzept festhalten.

Wir haben diesen Leitfaden eher allgemein formuliert, damit ganz unterschiedliche stationäre Einrichtungen davon Gebrauch machen können. Trotzdem werden wir so konkret wie möglich, damit das Arbeitsinstrument zum Erstellen medienpädagogischer Konzepte produktiv eingesetzt werden kann.

Fragen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen haben eine grosse Bandbreite, z.B.: In welchem Umfang stellen wir WLAN-Nutzung für wen zur Verfügung? Soll grenzenlose Smartphonennutzung bei uns möglich sein? Welche rechtlichen Konsequenzen hat ein Onlineeinkauf über das Gruppentablet? Es geht bei diesen Fragen um technische, rechtliche und pädagogische Aspekte. Für ein medienpädagogisches Konzept jedoch sind pädagogische Fragen im Zusammenhang mit Medien und deren Nutzung durch Kinder und Jugendliche in den Einrichtungen bedeutsam¹.

Medienpädagogik ist ein zentrales Element pädagogischer Arbeit in der stationären Jugendhilfe, die das Ziel hat, Kinder und Jugendliche zu unterstützen und befähigen, möglichst eigenständig und in weitgehend selbstbestimmten Lebenszusammenhängen ihren Alltag gelingend zu gestalten und dabei am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben und teilzunehmen. Medienpädagogisches Handeln hat dabei zum Ziel, Kinder und Jugendliche zum reflektierten Gebrauch von Medien zu befähigen.

Medienkompetenz besteht nach Moser (2010: 65) aus vier Dimensionen: Nutzungs- und Informationskompetenz (bspw. Umgang mit Geräten, Verständnis von Begriffen), kulturelle Kompetenz (bspw. Orientierungskompetenz im Internet, gestalterische Kompetenzen), soziale Kompetenz (bspw. Kompetenzen, digitale Medien angemessen für verschiedene Kommunikationszwecke einzusetzen, Inhalte digital zu teilen) und reflexive Kompetenz (bspw. kritische Beurteilung einzelner Medieninhalte, Bewusstsein über Bedeutung des Datenschutzes).

Ein medienpädagogisches Konzept zu erarbeiten ist ein zwar aufwändiger, aber langfristig lohnender Prozess. Der Erarbeitungsprozess schafft Klarheit auf verschiedenen Ebenen, denn das medienpädagogische Konzept...

- macht deutlich, dass die Institution das **Thema Medien ernst nimmt**, denn Medien sind Teil des Alltags von Kindern und Jugendlichen, und damit auch ein wichtiges Thema für die fachliche Begleitung von Kindern und Jugendlichen;
- schafft für allen Beteiligten und Interessensgruppen –nach innen & aussen – Klarheit, welche **Haltung** die Einrichtung zu pädagogischen Fragen rund ums Thema Medien vertritt;
- macht transparent, welche **medienpädagogischen Angebote** es in der Einrichtung gibt;
- macht sichtbar, wie das Thema Medien in der Einrichtung **strukturell verankert** ist und wer wofür **Ansprechperson** ist;
- ist eine **verbindliche Grundlage für alle Mitarbeitenden** und gibt damit Handlungsorientierung im Umgang mit dem Thema Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen;
- verdeutlicht, wie in der Einrichtung die Medienkompetenzen von Kindern und Jugendlichen – auch mit spezifischen Bedürfnissen – gezielt gefördert werden, was insbesondere mit Blick auf **Chancengleichheit** wichtig ist.

Dieser Leitfaden macht Vorschläge, wie ein Medienkonzept inhaltlich aufgebaut werden kann und wer beim Erstellen eines Konzepts beteiligt ist. Anschliessend geht es darum, wie Sie Schritt für Schritt in Ihrer Einrichtung ein medienpädagogisches Konzept erstellen.

1 Medienpädagogisches Konzept in Kürze: Teile und Beteiligte

Das Konzept soll eine Grundlage für die Umsetzung medienpädagogischer Angebote und den pädagogischen Umgang mit Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen in den Einrichtungen sein. Da das Themenfeld «Digitale Medien» einem kontinuierlichen Wandel unterliegt, wird auch ein medienpädagogisches Konzept bei Bedarf immer wieder weiterentwickelt. Bei grossen Einrichtungen ist ein übergreifendes medienpädagogisches Konzept für die gesamte Einrichtung sinnvoll, das den einzelnen Gruppen Freiräume lässt für eine angemessene Arbeit unter den jeweiligen Bedingungen.

Folgende schriftlichen Teile empfehlen wir für den Aufbau eines medienpädagogischen Konzepts (vgl. dazu auch [die Grafik auf S. 12](#)):

Teil A: Medienpädagogische Leitidee

Als Leitidee wird eine verbindliche Grundhaltung zu medienpädagogischen Fragen formuliert. Das können nur wenige Sätze sein. Sie bringen zum Ausdruck, wie eine Einrichtung zu digitalen Medien und damit verbundenen Veränderungen im Alltag von Kindern und Jugendlichen steht.

Teil B: Handlungs- und Themenbereiche

Es gibt zahlreiche Aspekte und Inhalte, die medienpädagogisch relevant sind. Bei der Konzepterstellung wird zunächst auf einer übergeordneten Ebene festgelegt, welche Bereiche in der Einrichtung rund um das Thema Medien relevant sind. Das kann z.B. sein: «Medienpädagogische Angebote» oder «Zusammenarbeit mit Eltern».

Teil C: Angebote, Umsetzungen und Zuständigkeiten

Bei diesem Teil werden konkrete Angebote und Durchführungszeiträume für die vorab definierten Themenbereiche formuliert und Zuständigkeiten festgelegt.

Ein medienpädagogisches Angebot kann z.B. sein: «Sicherheit der Privatsphäre im Internet: Profile und Passwörter».

Teil D: Evaluationsplanung

Damit das medienpädagogische Konzept zu den Bedarfen in der Einrichtung passt, ist nach einer Umsetzungsphase eine Überprüfung notwendig.

Die Schritte und Verantwortlichkeiten dafür werden in der Evaluationsplanung festgehalten.

Durch eine regelmässige Evaluation bleibt das medienpädagogische Konzept aktuell und kann sich an Veränderungen anpassen.

Eine Vorbemerkung zu den Beteiligten beim Erarbeiten des Konzepts:

«Konzeptionsarbeit² ist Teamarbeit. Darum sollte sie möglichst öffentlich und unter grosser Beteiligung erfolgen.» (von Spiegel 2013: 492).

Beteiligte beim Erarbeiten eines medienpädagogischen Konzepts

Ein medienpädagogisches Konzept ist nicht nur für Jugendliche, Mitarbeitende und die Leitung in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe relevant, sondern auch für Eltern. Es ist sinnvoll, alle diese Personengruppen beim Erstellen eines Konzeptes einzubeziehen, damit sie sich mit dem Konzept identifizieren und ihre Anliegen darin wiederfinden.

Wie intensiv verschiedene Personengruppen beteiligt werden, kann sich durchaus unterscheiden. Beim Erarbeiten des medienpädagogischen Konzepts kann eine punktuelle Beteiligung oder eine Beteiligung durch Vertreter_innen dieser Gruppen stattfinden. Entscheidend für die Mitarbeit unterschiedlicher Zielgruppen ist eine angemessene Arbeitsform (zeitlich, inhaltlich und methodisch). Wichtig ist die Frage, zu welchem Zeitpunkt die Zielgruppen einbezogen werden sollen. Eine Information der verschiedenen Zielgruppen kann z.B. bereits nach der Formulie-

rung der Leitidee, erst nach weiteren Schritten oder ganz am Ende geschehen. Über blosse Information hinaus können bei einzelnen bzw. bei allen Schritten Rückmeldungen oder Anregungen der Zielgruppen eingeholt werden, die beim Verfassen des Konzepts berücksichtigt werden³.

Eine Mitarbeiterin einer Wohngruppe für Jugendliche berichtet⁴:

«Wir haben eine Mediengruppe aus jüngeren und älteren Teammitgliedern aus verschiedenen Wohngruppen gegründet, die für das Konzept verantwortlich war und ansprechbar ist für Medienfragen. Mit den Eltern haben wir einen Workshop zum Konzept durchgeführt. Bei uns dauerte es sechs Monate, bis das medienpädagogische Konzept erstellt war. Das Konzept wurde allen Jugendlichen und Mitarbeitenden bei einer Kick-Off-Veranstaltung vorgestellt und sie waren sehr zufrieden damit. Wir entschieden uns, Rückmeldungen zum medienpädagogischen Konzept erst nach einer mehrmonatigen Testphase einzuholen.»

2 Medienpädagogisches Konzept erarbeiten – Schritt für Schritt

Die folgenden Schritte und Leitfragen sind Anhaltspunkte, um das für Ihre Einrichtung passende medienpädagogische Konzept zu entwickeln. Zitierte Beispiele aus bestehenden Konzepten sind Vorschläge, die für die Erarbeitung Ihres eigenen Konzepts hilfreich sein können – denn ein allgemeingültiges Konzept gibt es nicht.

Voraussetzung: Commitment der Leitung und Klärung von Ressourcen

Die Schritte zur Erarbeitung eines medienpädagogischen Konzepts können nur unter einer zentralen Voraussetzung geplant und durchgeführt werden: die Einrichtungsleitung befürwortet ein medienpädagogisches Konzept. Erst, wenn die Leitung davon überzeugt ist, dass ein medienpädagogisches Konzept sinnvoll ist, werden dafür personelle und finanzielle Ressourcen sowie Unterstützung bereitgestellt.

SCHRITT 1: Vorbereitung und Planung

Damit der Prozess in Gang kommt, bedarf es vorab einer guten Planung und vor allem einer verantwortlichen Person.

Beteiligte festlegen

- Wer ist verantwortlich für die Erarbeitung des medienpädagogischen Konzepts?
- Gibt es eine Mediengruppe⁵, welche bis zur Fertigstellung daran arbeitet? Wenn ja, wer ist dabei?
- Wird der Prozess durch eine externe Moderation begleitet?
- Wer wird bei welchen Schritten beteiligt und bei welchen Schritten wann informiert? Wie findet die Beteiligung statt – als Mitreden oder Mitentscheiden?

Mitglieder einer Mediengruppe

Es empfiehlt sich, eine einrichtungsinterne Mediengruppe aus unterschiedlichen Mitarbeitenden zu bilden, aber auch die Leitung einzubinden. Es sollten Mitarbeitende dabei sein, die gerne konzeptuell arbeiten und medienpädagogisches Interesse haben sowie mindestens eine technikaffine Person. In der Mediengruppe können Personen eine wichtige Rolle haben, die medien-

pädagogische Fragen eher skeptisch sehen. Eine Grösse von 4-7 Personen ist angemessen, damit die Gruppe gut arbeiten kann (PLRLP 2014).

Beispiel für die Beteiligung von Eltern:

Eltern können z.B. bei einem Workshop über das medienpädagogische Konzept informiert werden und dort ihre Anliegen einbringen. Die aus Sicht der Eltern zentralen Punkte werden beim Workshop mit allen ausgehandelt und eine einrichtungsinterne Mediengruppe arbeitet mit den Ergebnissen des Workshops weiter.

Prozess strukturieren

- Zeitplan mit Arbeitsschritten erstellen, Termine festlegen
- Wer wird wann und wie informiert?
- zu Terminen einladen
- Treffen inhaltlich (z.B. Medienbegriff festlegen) und methodisch vorbereiten
- bei Bedarf Arbeitspapiere als Diskussionsgrundlage anfertigen
- ggf. Arbeitsaufträge zur Vor- und Nachbereitung formulieren
- evtl. Veranstaltung zur Einführung des medienpädagogischen Konzepts planen

Ohne technisches Know-how können pädagogische Ideen im Medienbereich nicht umgesetzt werden, deshalb braucht es in der Einrichtung eine Ansprechperson für technische Fragen, die idealerweise in der Mediengruppe mitarbeitet. Sie ist in der Institution verantwortlich für und ansprechbar bei medienbezogenen technischen Fragen (z.B. Frage nach Internetzugang, technische Infrastruktur der Einrichtung).

SCHRITT 2: Bestandesaufnahme und Bedarfs- ermittlung

Die Gruppe, die das medienpädagogische Konzept erarbeitet, startet mit einer Analyse der Ausgangssituation und einer Sammlung von Erwartungen der Beteiligten⁶.

Die **Bestandesaufnahme** dient zur Analyse der Ausgangssituation und orientiert sich an folgenden Fragen:

- Welche medienpädagogischen Angebote gibt es bereits bei uns?
- Für welche Personengruppen (Kinder und Jugendliche, Eltern, Team) gibt es medienpädagogische Angebote?
- Welche Ziele verfolgten wir bisher im Bereich Medienpädagogik?
- Welche Ressourcen (z.B. technisch, räumlich, finanziell) haben wir dafür?
- Wie ist unsere personelle Situation bezüglich Medienpädagogik?

Als Ergänzung der Bestandesaufnahme erfolgt eine **Bedarfsermittlung** in Form einer Sammlung von Erwartungen unterschiedlicher Personengruppen (Kinder und Jugendliche, Eltern, Team) an medienpädagogische Angebote und ihrer Anliegen rund ums Thema Medien in der Einrichtung. Dabei geht es um folgende Fragen:

- Welche Erwartungen haben die Beteiligten an die Medienpädagogik unserer Einrichtung?
- Welche Angebote soll es geben?
- Welche Anliegen oder Themen sollen geklärt werden?
- Was könnte besser laufen?
- Für Teammitglieder: Was benötige ich, um fachliche Sicherheit zu erhalten?

Über das methodische Vorgehen, um Informationen über die Erwartungen von unterschiedlichen Personengruppen zu sammeln, entscheidet die Mediengruppe. Denkbar sind Gespräche mit Vertreterinnen der Personengruppen, Fragebogen, Workshops mit allen (z.B. dem gesamten Team), Gruppengespräche mit Kindern und Jugendlichen usw.

Die Bestandesaufnahme und die Bedarfsermittlung geben einen ersten Überblick über Aspekte der Medienpädagogik in der Einrichtung. Sie sind der Ausgangspunkt für die weiteren Schritte der Konzepterarbeitung.

Die externe Moderatorin eines Workshops erzählt:

«Das gesamte Team der Einrichtung hat sich vorab zum Austausch über den Bedarf für ein Medienkonzept getroffen. Nach einer Einführung ins Thema wurden die Anliegen der Teammitglieder zum Thema Medien in der Einrichtung gesammelt und diskutiert. So konnten auch Skeptiker ins Boot geholt werden und schliesslich waren alle überzeugt, dass ein medienpädagogisches Konzept für die Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen sinnvoll ist.»

SCHRITT 3: Medienpädagogische Leitidee

Die medienpädagogische Leitidee ist der zentrale Teil eines medienpädagogischen Konzepts (vgl. Grafik auf S. 12). Dieser Schritt ist richtungsweisend für das weitere Konzept, denn...

- eine Grundhaltung des Teams zu medienpädagogischen Fragen wird in gemeinsamer Diskussion erarbeitet;
- die Leitidee ist die Grundlage für die medienpädagogische Arbeit der Einrichtung.

Die Mitarbeitenden diskutieren die **Leitfragen**:

- Was sind übergeordneten Leitmotive, Werte und Theorien in unserer Arbeit? (Dabei kann auf bestehende Leitbilder zurückgegriffen werden.)
- Welche allgemeinen Grundsätze, Prinzipien und Ziele für die medienpädagogische Arbeit leiten wir daraus ab?
- Welche konzeptionellen Ziele verfolgen wir?
- Wie stehen wir zu dem Ziel, Kinder und Jugendliche zu befähigen, verantwortungsbewusst und kritisch mit Medien umzugehen?
- Wie sehen wir Medien – eher als Risiko oder eher als Teil der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen?
- Was trauen wir den Kindern und Jugendlichen in unserer Einrichtung zu – wann und wobei trauen wir ihnen einen mündigen Umgang mit Medien zu, wann und wobei benötigen sie Anleitung und Schutz?
- Wie offen bzw. restriktiv möchten wir in unserer Einrichtung mit dem Thema Mediennutzung umgehen?

Als Einstieg in Diskussionen zu Positionen und Haltungen in der Institution eignet sich beispielsweise das Modell der «Haltungstypen Digitale Medien» (Luginbühl/Reber/Bürge 2018: 14f.), in dem differenziert

wird zwischen den Haltungen «Digitale Medien...» (I) verbieten, (II) ignorieren, (III) akzeptieren und reglementieren, (IV) zum Umgang damit befähigen, (V) kreativ integrieren, (VI) als Unterstützung/ Ersatz für Betreuungspersonen.

Die Diskussion und Klärung der Positionen⁷ für die medienpädagogische Leitidee kann methodisch anhand konkreter Beispiele, z.B. Spielen, geführt werden. Falls es unüberbrückbare Differenzen unter den Mitarbeitenden gibt, ist es Aufgabe der Leitung, sich eindeutig zu positionieren.

Das **Ergebnis** dieses Arbeitsschrittes sind wenige Sätze als Leitidee für die medienpädagogische Arbeit der gesamten Einrichtung.

Drei Beispiele für medienpädagogische Leitideen:

1

Ziel unserer Arbeit ist, Kinder und Jugendliche zu unterstützen und befähigen, möglichst eigenständig und in weitgehend selbstbestimmten Lebenszusammenhängen ihren Alltag gelingend zu gestalten und dabei am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben und teilzunehmen.

Dazu gehört auch ein verantwortungsbewusster und kritischer Umgang mit Medien. Um Kinder und Jugendliche dazu zu befähigen, thematisieren unsere Mitarbeitenden mit den Kindern und Jugendlichen und deren Eltern medienpädagogische Fragen und bilden sich kontinuierlich dazu weiter.

2

«Leitsätze zum Umgang mit elektronischen Medien in [Name der Einrichtung]»

Auf dem Hintergrund der allgemeinen pädagogischen Arbeit in [Name der Einrichtung] und der Grundhaltung zur sozialen und pädagogischen Arbeit werden folgende Leitlinien speziell für den Umgang mit elektronischen Medien angewendet:

1. Kinder und Jugendliche werden in [Name der Einrichtung] unterstützt und angeleitet beim Erlernen eines alters- und entwicklungsadäquaten, situationsgerechten und massvollen Umgangs mit elektronischen Medien.

2. Medienkonsum soll der Kommunikation, der Unterhaltung und der Informationsbeschaffung dienen. Es werden Grenzen gesetzt, die verhindern sollen, dass der Konsum die Entwicklung oder die Gesundheit schädigt, das Umfeld stört, oder dass K/J sich in eine virtuelle Welt zurückziehen.

3. Der Medienkonsum aller muss sich im Rahmen des Gesetzes bewegen.

4. In [Name der Einrichtung] steht ausreichend Know-how zur Verfügung, damit die alltäglichen Fragen rund um elektronische Medien gelöst werden können.

5. Die Umsetzung des Medienkonzepts in [Name der Einrichtung] und die Einhaltung der Rahmenbedingungen sorgen dafür, dass die BewohnerInnen so gut wie möglich vor negativen Folgen des Mediengebrauchs (Missbrauch, Schulden, Verbreitung von Pornografie, Mobbing, Kontakte mit Unbekannten, etc.) geschützt sind.

6. Die Mediennutzung ist im Alltag ein Thema in den Wohngruppen. Problematischer Medienkonsum (bezüglich Inhalten, Zeitpunkt, Dauer, Häufigkeit) wird frühzeitig angegangen.

7. Den Eltern von Kindern/Jugendlichen sind unsere Regeln bekannt. Nach Möglichkeit werden die Eltern einbezogen in die Auseinandersetzung rund um den Umgang mit elektronischen Medien.

3

1. Der beste Schutz vor den Gefahren der digitalen Medien ist die Befähigung der Kinder und Jugendlichen zum konstruktiven Umgang mit ihnen.

2. Digitale Medien stellen nicht primär eine Gefahr, sondern eine Chance dar, um beispielhaft den Umgang mit der heutigen gesellschaftlichen Realität zu lernen.

3. Digitale Medien bieten eine grosse Plattform, welche als Lernfeld kreativ, sicher und entwicklungs-fördernd genutzt werden kann.

4. Die Förderung der Medienkompetenz, die Handlungsfähigkeit sowie die Aufklärung der Kinder und Jugendlichen stehen im Fokus

SCHRITT 4: Medienpädagogische Handlungs- und Themenbereiche

Im nächsten Schritt, geht es um die Frage, wie die in der medienpädagogischen Leitidee formulierte Grundhaltung im Arbeitsalltag gelebt und umgesetzt werden kann. Ziel dieses Schrittes ist, einen strukturierten Grobüberblick über relevante medienpädagogische Handlungs- und Themenbereiche zu erstellen. Die Ergebnisse der Bestandaufnahme und Bedarfsermittlung (Schritt 2) werden dabei einbezogen (Spiegel 2013: 495).

Zentral bei der Diskussion der Handlungs- und Themenbereiche ist die **Leitfrage**:

→ Was wollen wir zum Thema Medienpädagogik durchführen und gewährleisten, um unserer medienpädagogischen Leitidee zu entsprechen?

Die konkreten Handlungsschritte werden erst später erarbeitet.

Die relevanten Handlungs- und Themenbereiche können zum Beispiel sein:

1. Medienpädagogische Angebote für Kinder und Jugendliche:
 - Begleitung zu Nutzung, Anwendungen, Apps etc. im Alltag
 - Angebote zur kreativen Nutzung
 - Informationen zur Sicherheit, Umgang mit Risiken
 - weitere Themen, je nach Bedarf der Jugendlichen
2. Vereinbarungen zur Mediennutzung (Wer erstellt mit wem welche schriftlichen Vereinbarungen?)
3. Erarbeiten von Regeln (Wie und von wem sollen Regeln auf der Basis der Leitidee erarbeitet werden? Werden sie in den einzelnen Gruppen erarbeitet? Wie oft werden sie überarbeitet?)
4. Zusammenarbeit mit Eltern zum Thema Medienpädagogik
5. Infrastruktur zur Mediennutzung (technische Ausstattung der Einrichtung bzw. Gruppen, Internetzugang, ...)
6. Mediengruppe und ihre Aufgaben
7. Weiterbildungen für Mitarbeitende (interne Schulung von Mitarbeitenden, externe Weiterbildungen

zu medienpädagogischen Themen (für Mitarbeitende, die dann Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in der Institution sind)

Resultat: Die Auswahl der für die jeweilige Institution wichtigen medienpädagogischen Handlungs- und Themenbereiche ist schriftlich festgehalten.

EXKURS: RESSOURCEN

Ergänzend zu den Handlungs- und Themenbereichen des medienpädagogischen Konzepts empfiehlt es sich, parallel Ressourcenfragen im Zusammenhang mit der Mediennutzung und -pädagogik der Einrichtung zu klären. Medienpädagogische Arbeit benötigt personelle, finanzielle und zeitliche Ressourcen und technische Ausstattung.

Die Überlegungen dazu (Hinweise dazu finden sich in PLRLP 2014: 15ff) sind wichtig, um Überforderungen zu vermeiden und um im nächsten Schritt realisierbare Angebote zu planen.

SCHRITT 5: Planung von medienpädagogischen Angeboten, Umsetzungen und Zuständigkeiten

In diesem Schritt werden medienpädagogische Angebote, deren Umsetzungen und Zuständigkeiten festgelegt, um die (in Schritt 4) vereinbarten Handlungs- und Themenbereiche inhaltlich zu konkretisieren. Die geplanten Handlungsschritte orientieren sich durchgehend an den (in Schritt 3) in der medienpädagogischen Leitidee formulierten Zielen bzw. Grundsätzen.

Die Gruppe, die das medienpädagogische Konzept erstellt, einigt sich auf Angebote zu den Handlungs- und Themenbereichen, entscheidet, welche Person für deren Durchführung zuständig ist und legt einen angemessenen Zeitrahmen für die Umsetzung der geplanten Angebote fest (z.B. formuliert die Mediengruppe jeweils im letzten Quartal konkrete Umsetzungsschritte für das folgende Kalenderjahr).

Die **Leitfragen** zur Planung von medienpädagogischen Angeboten, Umsetzungen und Zuständigkeiten:

- Was bieten wir zu diesem medienpädagogischen Handlungs- und Themenbereich an?
- In welchem Zeitraum soll welches Angebot durchgeführt werden?
- Wer ist verantwortlich für welches Angebot?

Beispiele für eine Umsetzung im Bereich «Vereinbarungen zur Mediennutzung»

Mediennutzungsvertrag

Alle Kinder und Jugendlichen erstellen individuell bis (Datum) mit ihrer Bezugsperson einen Mediennutzungsvertrag (z.B. von www.mediennutzungsvertrag.de), der verbindlich ist und als Gesprächsgrundlage zur individuellen Mediennutzung dient. Verantwortlich: Bezugsperson

Ergänzende Variante: Der Mediennutzungsvertrag kann auch bei Umsetzungen im Bereich «Zusammenarbeit mit Eltern zum Thema Medienpädagogik» thematisiert werden.

Beispiel für eine Umsetzung im Bereich «Medienpädagogische Angebote für Kinder und Jugendliche; Informationen zur Sicherheit, Umgang mit Risiken»

Workshop «Sicherheit der Privatsphäre im Internet: Profile und Passwörter»

In jeder Gruppe findet bis (Datum) ein Workshop für Kinder/Jugendliche und interessierte Mitarbeitende zu diesem Thema statt.

Verantwortlich: (Name)

SCHRITT 6: Evaluationsplanung

Die Evaluationsplanung ist der letzte Teil des Konzepts. Ein Konzept sollte regelmässig aktualisiert werden, damit es sich an Veränderungen anpassen kann. Auch die medienpädagogische Leitidee und die Handlungs- und Themenbereiche sollten regelmässig diskutiert werden, damit sie präsent bleiben, vom Team getragen werden und der gelebten Haltung entsprechen.

Die **Leitfrage** zur Evaluationsplanung ist:

- Wie sichern wir die Aktualität des Konzepts?

In der Evaluationsplanung sollte z.B. festgelegt werden:

- wann, von wem und wie überprüft wird, ob das medienpädagogische Konzept weiterhin zu den Bedarfen in der Einrichtung passt;
- ob die geplanten medienpädagogischen Angebote umgesetzt werden konnten;
- welche Erfahrungen damit gemacht wurden;
- ob die Zuständigkeiten klar und sinnvoll sind.

Mögliche Schritte sind:

- Evaluation der durchgeführten Angebote: Wie konnten die Handlungsschritte umgesetzt werden? Was hat sich bewährt, was nicht? Welche neuen inhaltlichen Bedarfe wurden deutlich? Wie steht es um die Ressourcen?
- Überprüfen, ob Leitidee sowie Handlungs- und Themenbereiche aktualisiert werden müssen (Revision Schritt 3 und Schritt 4).
- Neue Angebote und Umsetzungen planen (Revision Schritt 5).
- Die Evaluationsplanung bei Bedarf überarbeiten (Revision Schritt 6).

In der Evaluationsplanung werden die einzelnen Schritte, Verantwortlichkeiten und der Zeitpunkt der Evaluation festgehalten.

Beteiligte bei der Evaluation können Kinder und Jugendliche, Eltern und Mitarbeitende sein. Um die Aktualität des Konzepts für alle Zielgruppen zu sichern, empfiehlt es sich, unterschiedliche Meinungen einzuholen.

3 Das Konzept ist erstellt – Wie weiter?

Das medienpädagogische Konzept, das Sie erarbeitet haben, besteht aus vier schriftlichen Teilen: (A) Medienpädagogische Leitidee, (B) Handlungs- und Themenbereiche, (C) Planung von Angeboten, Umsetzungen und Zuständigkeiten sowie (D) Evaluationsplanung. Zunächst stellt sich die Frage: Ist das Konzept verständlich formuliert für alle, die davon betroffen sind? Es empfiehlt sich, von allen Zielgruppen Rückmeldungen zum Konzept einzuholen.

Ein gutes Konzept ist im Alltag relevant, es wird von allen Beteiligten unterstützt und umgesetzt. Einige Vorschläge, wie dies gelingen kann:

Wenn das Konzept abschliessend verschriftlicht ist, kann für die gesamte Einrichtung ein Workshop zur Einführung des Konzepts durchgeführt werden. Dabei lernen alle Zielgruppen – gerade wenn sie nicht kontinuierlich unmittelbar beteiligt waren – das Konzept kennen und werden informiert, welche medienpädagogischen Aktivitäten nun beginnen. Sie erfahren auch, dass nun nach dem Konzept gearbeitet wird und für die Evaluation Rückmeldungen zur Erprobung des Konzepts gefragt sind.

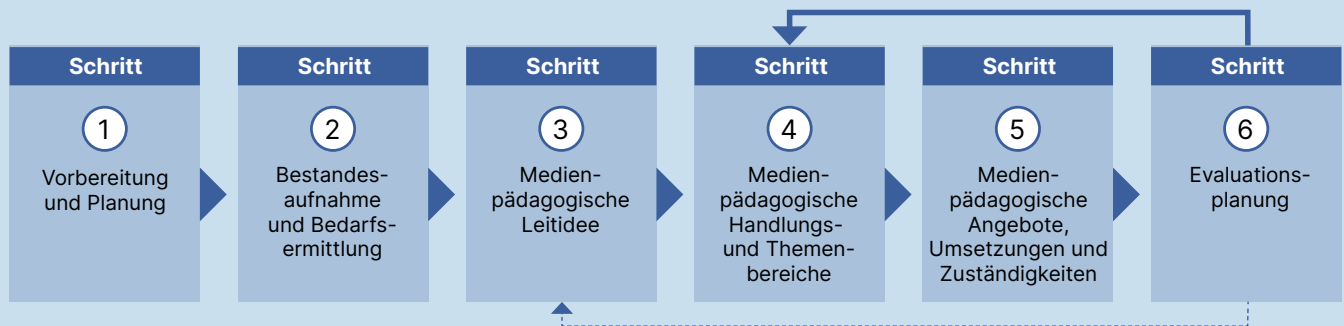
Nach der Einführung des medienpädagogischen Konzepts sollte kontinuierlich ein zirkulärer Prozess stattfinden, bei dem die geplanten Angebote umgesetzt werden, die Aktualität der Teile des Konzepts bei der Evaluation geprüft und bei Bedarf Inhalte verändert werden (s. Grafik S. 12).

Die Mediengruppe bleibt bestehen als «Hüterin» medienpädagogischer Anliegen und um aktuelle medienpädagogische Entwicklungen in der Einrichtung zu thematisieren. Sie ist ansprechbar für Fragen und Anregungen zum medienpädagogischen Konzept und zu medienpädagogischen Fragen im Alltag. Zugleich ist sie in Kontakt mit den unterschiedlichen Zielgruppen und überprüft, ob das medienpädagogische Konzept «alltagstauglich» ist.

Dank

Vielen Dank an alle, die mit ihren Anregungen, Hinweisen und Praxisbeispielen zur Entwicklung dieses Leitfadens beigetragen haben.

Medienpädagogisches Konzept erarbeiten – Schritt für Schritt



SCHRITTE 1-3: MEDIENPÄDAGOGISCHE LEITIDEE

Prozessplanung, inhaltliche Bestandsaufnahme und Bedarfsermittlung bilden den Startpunkt. Danach folgt die Erarbeitung der medienpädagogischen Leitidee. Sie wird als verbindliche Grundhaltung formuliert und drückt in wenigen Sätzen aus, wie sich eine Einrichtung zu digitalen Medien und den damit verbundenen Veränderungen im Alltag von Kindern und Jugendlichen positioniert.

SCHRITT 4: HANDLUNGS- UND THEMENBEREICHE

Zahlreiche Aspekte und Inhalte können medienpädagogisch relevant sein. Bei der Konzepterstellung wird deshalb zunächst auf übergeordneter Ebene festgelegt, welche konkreten Bereiche rund um das Thema Medien in der Einrichtung relevant sind.

SCHRITT 5: ANGEBOTE, UMSETZUNGEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN

In diesem Teil werden konkrete Angebote und Durchführungszeiträume für die zuvor definierten Themenbereiche formuliert und Zuständigkeiten festgelegt.

SCHRITT 6: EVALUATIONSPLANUNG

Nach einer Umsetzungsphase ist eine Überprüfung notwendig, um sicherzustellen, dass das medienpädagogische Konzept den Bedarfen der Einrichtung entspricht. Die Verantwortlichkeiten und Schritte werden in der Evaluationsplanung festgehalten. Durch regelmäßige Evaluation bleibt das medienpädagogische Konzept aktuell und kann sich an Veränderungen anpassen.

Literatur

Behnisch, M. & Gerner, C. (2014). Jugendliche Handynutzung in der Heimerziehung und ihre Bedeutung für pädagogisches Handeln. *unsere jugend* (66), 2-7.

Luginbühl, M., Reber C. & Bürge, L. (2018). Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen – Leitfaden zu Standortbestimmung. Bern: Jugend und Medien, Nationales Programm zur Förderung von Medienkompetenzen, Bundesamt für Sozialversicherungen.

URL: https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Brosch%C3%BCren_Flyer/Brosch%C3%BCre_Medienkompetenz_Heime/Broschuere_Medienkompetenz_Heil_Sozial_Sonderpaedagogik.pdf (Zugriff am 5.10.2018)

Moser, H. (2010). Die Medienkompetenz und die «neue» erziehungswissenschaftliche Kompetenzdiskussion. In B. Herzig, D. M. Meister, H. Moser & H. Niesyto (Hg.). *Jahrbuch Medienpädagogik 8. Medienkompetenz und Web 2.0* (S. 59-79). Wiesbaden, 59-79.

Pädagogisches Landesinstitut Rheinland-Pfalz (PLRLP) (2014). *Medien. Konzept. Kompetenz. Handreichung zur Medienkonzeptentwicklung für die schulische Praxis*. Bad Kreuznach.

URL: https://medienkompetenz.bildung-rp.de/fileadmin/user_upload/medienkompetenz-macht-schule.bildung-rp.de/dateien/Medienkonzepte/HR_Medienkompetenz_WEB.pdf (Zugriff am 5.10.2018)

von Spiegel, H. (2013). Konzeptionen entwickeln in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In: U. Deinet & B. Sturzenhecker (Hg.). *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit*. Wiesbaden, 491-501.

Quellen

1 Für rechtliche Fragen verweisen wir auf MEKiS 2, Modul 2. Für technische Fragen empfehlen wir eine Ansprechperson in jeder Einrichtung, die zuständig ist für technische Lösungen für medienpädagogische Anliegen.

2 Hiltrud von Spiegel verwendet den Begriff 'Konzeption' synonym mit dem von uns verwendeten Begriff 'Konzept'.

3 Das kann mit Jugendlichen methodisch z.B. auf einem «padlet» gemacht werden, vgl. Übung «Jugendkultur/Reflexion» bei MEKiS, Modul 1.

4 Alle Beispiele, die hier genannt oder zitiert werden, stammen aus Gesprächen mit Fachkräften aus stationären Einrichtungen der Jugendhilfe, die bereits ein medienpädagogisches Konzept erstellt haben.

5 In diesem Leitfaden verwenden wir den Begriff «Mediengruppe» für diejenigen Personen, die kontinuierlich an der Konzepterarbeitung mitwirken.

6 Dabei kann als Einstieg in eine Diskussion mit den Mitarbeitenden zur Standortbestimmung ein Überblick über eigene Medienkompetenzen und zu Fragen zu Medien und Erziehung hilfreich sein (Luginbühl/Reber/Bürge 2018: 11ff.)

7 Der Zusammenhang zwischen Haltung bzw. Positionen von Fachkräften und medienpädagogischen Inhalten wird in diesem Zitat am Beispiel Handy deutlich: «Das Ziel [von Bildungsprozessen] besteht in einer selbst bestimmten Urteilsfähigkeit im Umgang mit dem Handy. Bei diesem Prozess benötigen Jugendliche Unterstützung durch die Fachkräfte – die dazu Bedeutung und Nutzung digitaler Medien durch die Jugendlichen aber erst einmal erkennen, wertschätzen und als Bildungsaufforderung in die Konzepte der Heimerziehung einbeziehen müssen.» (Behnisch/Gerner 2014: 7)