



Baden-Württemberg

STAATSMINISTERIUM

Stuttgart, 5. Februar 2013

Konzept zur Fortführung der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg

I. Grundlagen des Konzepts

In das neue Konzept eingeflossen sind über 60 Anregungen und Stellungnahmen von Bürgerinnen und Bürgern (u. a. Vertreter/innen medienpädagogischer Einrichtungen, Eltern- und Schülervertretungen), die dem Staatsministerium im Rahmen einer Online-Konsultation zum neuen Konzept des Kindermedienlandes übermittelt wurden.

Auch wurden bei der Neukonzeption die Ergebnisse der Evaluierung berücksichtigt, die das Staatsministerium bezogen auf die in einer Pilotphase gestarteten zehn medienpädagogischen Projekte durchgeführt hat. Schließlich haben auch die Anregungen und Ideen der 350 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der vom Staatsministerium am 19. Oktober 2011 und 10. Mai 2012 durchgeführten öffentlichen Anhörungsrunden zu den weiteren Perspektiven des Kindermedienlandes Eingang in das neue Konzept gefunden.

Insgesamt haben die vom Staatsministerium initiierten Beteiligungsformate einen wesentlichen Beitrag dazu geleistet, ein differenziertes Bild in der Diskussion um die Neugestaltung der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg zu ermöglichen. Dank der dabei verzeichneten großen Resonanz bei interessierten Bürgerinnen und Bürgern kann das neue Konzept auf eine **breite gesellschaftliche Legitimationsgrundlage** gestellt werden.

II. Ausgangslage

1. Die dreijährige Pilotphase der Anfang 2010 gestarteten Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg ist am 31. Dezember 2012 ausgelaufen. Der Ministerrat hat mit Beschluss vom 12. Juli 2011 das Staatsministerium damit beauftragt, ein **detailliertes Konzept** für die Fortführung der Initiative nach Ablauf der Pilotphase zu erarbeiten.
2. Mit dem neuen Konzept sollen die schlagkräftigsten Maßnahmen des Kindermedienlandes Baden-Württemberg **verstetigt** und in eine reguläre Haushaltsfinanzierung des Staatsministeriums ab dem Doppelhaushalt 2013/14 überführt werden. In einem zweiten Schritt soll geprüft werden, ob die verstetigten Maßnahmen mittelfristig und vorbehaltlich der Bereitstellung der hierfür erforderlichen finanziellen Mittel in die Ressortzuständigkeit der fachlich tangierten Ministerien überführt werden können.
3. Leitgedanke des neuen Konzepts ist es, Kinder und Erwachsene mit niederschwelligen Angeboten gezielt an die zahlreichen **Chancen** des digitalen Zeitalters heranzuführen. Damit dies gelingt, sollen Kinder und Jugendliche in Baden-Württemberg in ihrer elementaren Medienkompetenz gestärkt werden. Sie ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Teilhabe an der digitalen Gesellschaft. Zur Medienkompetenz gehören auch das Wissen um die **Risiken** digitaler Medien und die Fähigkeit, mit ihnen bewusst umzugehen.
4. Mit der Fortführung der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg werden die Handlungsempfehlungen des **Sonderausschusses „Konsequenzen aus Winnenden und Wendlingen: Jugendgefährdung und Jugendgewalt“** aufgegriffen. Darin wird die Initiative als Element einer nachhaltigen Präventionsstrategie des Landes im Bereich der Medienerziehung und -bildung genannt. Sie ist damit Teil einer umfassenden Jugendpräventionsarbeit in Baden-Württemberg und soll mit der geplanten Verstetigung in feste Strukturen überführt werden.
5. Ziel des Verstetigungskonzepts ist es, dem in der Pilotphase identifizierten **großen Bedarf** an medienpädagogischer Anleitung bei Kindern und Erwachsenen gezielt mit verlässlichen Bildungsangeboten nachzukommen. Daher nimmt die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg eine wichtige **Ergänzungsfunktion** zu den Angeboten der zuständigen Fachressorts ein.

6. Mit der Verstetigung soll das in der **Koalitionsvereinbarung** der Regierungsparteien für die laufende Legislaturperiode gesetzte Ziel, dass alle Bürgerinnen und Bürger die neuen Möglichkeiten der digitalen Medien nutzen können, durch die Etablierung fester Angebotsstrukturen erreicht werden.
7. Für die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg sind im **Haushalt** des Staatsministeriums für die Jahre 2013 und 2014 jährliche Mittel in Höhe von 1,0 Mio. Euro eingestellt.

III. Leitlinien des neuen Konzepts „Kindermedienland Baden-Württemberg“

Das Internet hat in den vergangenen 20 Jahren das Leben der Bürgerinnen und Bürger grundlegend verändert. Über zwei Milliarden Menschen sind inzwischen weltweit online. Insbesondere für junge Menschen gehört das Internet zum Alltag und prägt zunehmend ihre Persönlichkeitsentwicklung und Sozialisation. Die wichtigsten Studien zur Nutzung digitaler Medien bei Kindern und Jugendlichen KIM (6 bis 12 Jahre), JIM (12 bis 19 Jahre) oder EU KIDS ONLINE belegen, dass sie das Internet als normales Instrument ihres Alltags begreifen.

Die bisherigen Erfahrungen mit der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg zeigen, dass in einer digitalen Gesellschaft ein sehr großer Bedarf an medienpädagogischer Unterstützung bei Kindern und Erwachsenen besteht. Ziel des neuen Konzepts zur Fortführung des Kindermedienlandes ist es daher, den identifizierten Bedarfen mit **nachhaltigen Angeboten** zu begegnen und die in der Pilotphase veranlassten Maßnahmen **systematisch in die Fläche** zu bringen. Die wichtigsten Neuerungen bei der Neukonzeption des Kindermedienlandes Baden-Württemberg sind:

- (a) Anstelle der bisherigen Projektausrichtung wird die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg nach Ablauf der Pilotphase ab 2013 verstetigt und in **feste Unterstützungsangebote** überführt. Geplant ist, **vier „Best-Practice-Projekte“** aus der Pilotphase zukünftig als permanente Bildungsangebote möglichst flächendeckend im Land bereitzuhalten. Dabei werden Angebote in den Schulen, der außerschulischen Jugendarbeit und in den Familien geschaffen. Hinzu kommt ein weiteres (**fünftes**) **Bildungsangebot**, das sich gezielt an Eltern von Kindern im Vorschulalter richtet und ebenfalls landesweit angeboten werden soll. Dieses Bildungsangebot wird in das Portfolio des Kindermedienlandes neu aufgenommen.

- (b) **Eltern und Erziehungsverantwortlichen** sollen praktische Orientierungshilfen an die Hand gegeben werden, um sie in die Lage zu versetzen, ihre Kinder selbstbewusst bei der Nutzung digitaler Medien begleiten zu können. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auch auf Familien gelegt, die besonders **benachteiligt** sind. Gerade diese Familien bedürfen spezieller, auf ihre persönliche Situation zugeschnittener Angebote, um an den digitalen Chancen und Möglichkeiten gleichberechtigt teilhaben zu können.
- (c) Um die Qualität und Schlagkraft des Kindermedienlandes weiter zu verbessern, soll die Initiative in Zukunft auch für **externe Partner und neue Ideen geöffnet** werden. Dabei ist geplant, Ideenwettbewerbe auszuschreiben und Kooperationen mit neuen starken Partnern bei der Medienbildung einzugehen (z.B. mit dem IKT-Verband BITKOM oder mit Zeitungsverlagen). So können Doppelstrukturen vermieden und die im Land vorhandenen medienpädagogischen und präventiven Aktivitäten synergieeffizient miteinander verzahnt werden.
- (d) Medienkompetenz ist ein **Querschnittsthema**, das sich durch alle Lern- und Lebensbereiche zieht. Um den von den Fachressorts entfalteten Aktivitäten auf dem Gebiet der Medienbildung und Prävention zur größtmöglichen Wirksamkeit und Sichtbarkeit zu verhelfen, ist vorgesehen, dass das Staatsministerium auch in Zukunft eine **koordinierende Bündelungsfunktion** einnimmt. Das Kindermedienland Baden-Württemberg soll dabei als **zentrale Anlaufstelle** für Medienbildung im Land etabliert werden, welche die bestehenden Aktivitäten im Land vernetzt und **innovative Impulse** für eine Weiterentwicklung der Medienkompetenzförderung gibt.
- (e) Schließlich wird angestrebt, das Thema Medienkompetenz und -bildung langfristig mit **strukturellen Änderungen** noch stärker als bisher im Bildungsalltag von Kindern, Jugendlichen, aber auch Erwachsenen zu verankern. Daher ist geplant, dass die fachlich tangierten Ministerien unter der Federführung des Staatsministeriums in einem **Leitbild** die nächsten Meilensteine definieren, die erforderlich sind, um Medienbildung und -kompetenz im Land **nachhaltig und spürbar** zu stärken. Dies soll im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten der zuständigen Fachressorts erfolgen.

IV. Bisherige Erfahrungen mit der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg

Die Initiative wurde Anfang 2010 in Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation, dem Landesmedienzentrum, der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg sowie dem SWR als Medienpartner gestartet. Neben zehn Leuchtturmprojekten zur Stärkung der Medienkompetenz von Kindern und Erwachsenen wurden eine landesweite Sensibilisierungskampagne durchgeführt und ein zentrales Internetportal unter www.kindermedienland-bw.de eingerichtet. Die dreijährige Pilotphase der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg lief Ende 2012 aus.

In der Pilotphase konnte ein **großer Bedarf an medienpädagogischer Unterstützung** bei Kindern und Erwachsenen festgestellt werden. Teilweise waren die ausgeschriebenen Bildungsangebote, Informationsveranstaltungen und Workshops innerhalb kürzester Zeit ausgebucht. Dabei stellte sich heraus, dass eine Vielzahl von Eltern, Lehrkräften und anderen Erziehungsverantwortlichen durch die neuen digitalen Möglichkeiten stark verunsichert ist. Dies auch bedingt durch den Umstand, dass ihre Kinder teilweise versierter mit dem Internet umgehen können als sie selbst.

Einige Eltern und Erziehungsverantwortliche fühlen sich mit ihren Fragen nach einer zeitgemäßen und wirkungsvollen Medienerziehung allein gelassen. Gleichzeitig sind sie sich aber der Risiken wie Cybermobbing, Rechtsextremismus oder sexuelle Belästigung bewusst, denen Kinder und Jugendliche im Internet ausgesetzt sind. Daraus resultiert ein konkretes Bedürfnis der Erziehungsverantwortlichen nach medienpädagogischer Hilfestellung, um Kinder und Jugendliche bei der Mediennutzung anleiten und vor Gefahren schützen zu können. Dies belegt auch die aktuelle FIM-Studie 2011 zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien: Rund 60% der dort befragten Eltern haben sich als bedingt medienkompetent eingeschätzt, 14% als weniger kompetent und 5% schreiben sich sogar gar keine Kompetenz zu.

Auch die Jugendlichen selbst wünschen sich mehr Unterstützung von Eltern und pädagogischen Fachkräften bei der Nutzung digitaler Medien. So hinterlassen zum Beispiel die Kinder und Jugendlichen im weltweiten Netz digitale Spuren. 65% der 12 bis 19-Jährigen haben nach der aktuellen JIM-Studie 2012 ein eigenes Foto oder ein Video von sich hochgeladen. Rund 40% haben Bilder oder Filme von Freunden oder Familienangehörigen eingestellt. Neben dem Daten-

schutz spielen auch Fragen des Persönlichkeits- und Urheberrechts, des Jugendmedienschutzes und der technischen Sicherheit im Netz eine große Rolle. Insgesamt entstehen aufgrund des Charakters des Internet als „Mitmach-Netz“ neue Gefahrenlagen, die über die bloße Konfrontation mit beeinträchtigenden Inhalten hinausgehen.

In dem 2011 vom Landesschülerbeirat durchgeführten Jugend-Survey geben gleichwohl 90% der befragten Jugendlichen an, dass sie die Sozialen Netzwerke allein oder mit Freunden erkundet haben. Die Mehrheit der Jugendlichen wird demnach nicht von Eltern, Lehrkräften oder sonstigen Erziehungsverantwortlichen über die Chancen und Risiken des Internets aufgeklärt.

Insgesamt zeigen die Erfahrungen mit der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg, dass der überwiegende Teil der Eltern und Erziehungsverantwortlichen für die Risiken und Gefahren der digitalen Medien durchaus sensibilisiert ist. So zum Beispiel für Cybermobbing, das in den vergangenen Monaten ein starkes mediales Echo gefunden hat. Es fehlt jedoch aus ihrer Sicht an Informationsangeboten, um im Bedarfsfall konkrete Unterstützung - idealerweise in räumlicher Nähe zu ihrem Wohnort - zu erhalten. Daher sollen die bestehenden Angebote entlang der identifizierten Bedarfe ausgebaut werden, um in Zukunft noch mehr Kinder, Jugendliche und Erwachsene in Baden-Württemberg mit Informationen und Unterstützungsmaßnahmen zu erreichen.

V. Evaluierung und Ergebnisse der Online-Konsultation

Das Staatsministerium hat die zehn medienpädagogischen Projekte aus der Pilotphase evaluiert und daraufhin überprüft, ob sie in landesweit vorgehaltene Angebote für Kinder und Erwachsene überführt werden können. Anhand von Projektberichten, Evaluationsbögen und den unmittelbar vor Ort gewonnenen Eindrücken konnten im Ergebnis **vier Projekte** („Best-Practice-Angebote“) identifiziert werden, die in Zukunft als dauerhafte Bildungsangebote aus Haushaltsmitteln des Staatsministeriums finanziert werden sollen. Ausschlaggebend bei der Auswahl der zu verstetigenden Projekte war neben der fachlichen Qualität auch die Frage, ob sie möglichst in allen Stadt- und Landkreisen Baden-Württembergs vorgehalten werden können. Weitere maßgebliche Kriterien bei der Evaluierung waren u.a. die Anzahl der mit den Angeboten erreichten bzw. künftig zu erreichenden Personen (Kinder, Jugendliche, Lehr- und Fachkräfte), die Breite der vermittelten Inhalte (Soziale Netzwerke, Datenschutz, Urheberrecht etc.), die

verwendeten (pädagogischen) Methoden und der Grad der Zufriedenheit der qualifizierten Zielgruppen.

Alle **weiteren Projekte** bis auf eines waren durchaus lokal erfolgreich. Sie könnten jedoch wegen ihrer regionalen Reichweite entweder überhaupt nicht oder nur mit einem unverhältnismäßigen finanziellen und organisatorischen Aufwand in allen Stadt- und Landkreisen bereitgestellt werden. Gleichzeitig leisten aber gerade auch die kleinen (lokalen) Initiativen einen unschätzbaren Beitrag, um das Thema Medienkompetenz in den jeweiligen Regionen Baden-Württembergs voranzubringen. Deshalb wird ein Teil dieser Projekte zukünftig durch die Landesanstalt für Kommunikation gefördert.

VI. Neues Konzept des Kindermedienlandes Baden-Württemberg nach Ablauf der Pilotphase ab 2013

Mit der Akzentverschiebung des Kindermedienlandes Baden-Württemberg von befristeten Projekten hin zu festen Angebotsstrukturen soll das Thema Medienkompetenz in Baden-Württemberg künftig **systematisch und nachhaltig** angegangen werden. Dabei hat die Initiative auch in Zukunft eine wichtige Ergänzungsfunktion zu den medienpädagogischen Angeboten, die in den fachlich zuständigen Ressorts vorgehalten werden.

Das Staatsministerium plant, die Angebote des Kindermedienlandes mittelfristig nach Regelung der Finanzierung in die bestehenden **Strukturen der zuständigen Fachressorts zu überführen** und den Aktionsradius der Initiative auf eine Koordinierungsfunktion zu begrenzen. Daher sollen die zuständigen Ministerien in einem weiteren Schritt gebeten werden, zu prüfen, inwiefern im Rahmen der zur Verfügung stehenden Ressourcen weitere strukturelle Änderungen bzw. Maßnahmen notwendig sind, um das Thema Medienkompetenz nachhaltig z.B. im Schulunterricht zu verankern. Vor dem Hintergrund der identifizierten Bedarfe sollen ab 2013 folgende Ziele erreicht werden:

- **präventiver Kinder- und Jugendmedienschutz zur Risikovermeidung und Stärkung der Eigenverantwortung**
- **Stärkung der Elternverantwortung, insbesondere auch bei Familien mit einem besonderen Förderbedarf**

- **Förderung digitaler Teilhabe, um die neuen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten chancenreich und gleichberechtigt nutzen zu können**
- **sowie Schaffung von Anreizen, um Medienbildung und -erziehung nachhaltig in bestehenden Bildungsstrukturen zu verankern.**

Diese Ziele sollen durch folgende operative Maßnahmen umgesetzt werden:

1. Etablierung der „Best-Practice-Projekte“ als landesweit vorgehaltene Bildungsangebote

Um möglichst viele Bürgerinnen und Bürger mit den Angeboten des Kindermedienlandes Baden-Württemberg zu erreichen, sollen bestimmte Maßnahmen künftig landesweit bereitgestellt werden.

Der Förderfokus der Angebote soll auf die Vermittlung von Medienkompetenz in den Familien, der Schule bzw. Kindergarten sowie in der außerschulischen Jugendarbeit gelegt werden. Hauptzielgruppen werden daher neben Kindern und Jugendlichen auch Eltern, Erziehungsverantwortliche, Lehrkräfte, Erzieherinnen und Erzieher, Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter sowie andere Multiplikatoren aus der Jugendarbeit sein. So kann im persönlichen Umfeld individuell auf Kinder und Jugendliche eingegangen werden. Insgesamt soll mit den künftigen Angeboten ein generationenübergreifender Ansatz verfolgt werden, so dass Medienbildung angefangen von der frühkindlichen Bildung über die Schul- und Ausbildung bis hin zur Erwachsenenqualifizierung quer durch alle Generationen praktiziert werden kann.

Um die Erreichung der mit den Maßnahmen verfolgten Ziele überprüfen zu können, ist geplant, alle Maßnahmen regelmäßig anhand von Berichten und Feedbackbögen zu evaluieren. Zudem sollen die Bildungsangebote bei neu auftretenden Phänomenen und technischen Weiterentwicklungen (z.B. zuletzt der großen Verbreitung mobiler Endgeräte) zeitnah an neue Unterstützungsbedarfe angepasst werden.

Folgende Bildungsangebote sollen künftig landesweit vorgehalten werden:

(1.1.) Bildungsangebot „101 Schulen“ (Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler, Eltern und Lehrkräfte)

Um Eltern, Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte direkt an den Schulen in der elementaren Medienkompetenz zu stärken, wird dieses Bildungsangebot in allen Stadt- und Landkreisen bereitgestellt. Das Bildungsangebot konnte bisher eine hervorragende Resonanz bei den Eltern, Lehrkräften und den Schülerinnen und Schülern erzielen. Die Veranstaltungsmodule waren innerhalb kürzester Zeit ausgebucht. Die Themen sollen in Zukunft wie bisher auch praktisch in Workshops, Runden Tischen, Elterntalks oder Planspielen vermittelt werden.

Am Bildungsprogramm können Schulen aller Schularten teilnehmen. Die Kinder und Jugendlichen sollen mit altersgerechten Qualifizierungsmodulen zur Risikovermeidung (sichere Surfräume etc.) und Jugendliche zum Risikomanagement befähigt werden. Dazu gehört neben dem Aspekt des präventiven Jugendmedienschutzes (Datensicherheit, Verbraucherschutz oder Urheberrecht etc.) auch die aktive Wahrnehmung digitaler Chancen. Dabei können die Schulen aus fertigen Angebotsmodulen auswählen, so dass die Schwelle, sie in Anspruch zu nehmen, möglichst gering gehalten wird.

Zudem soll das Bildungsangebot dazu genutzt werden, die Lehrkräfte für die medienpädagogischen Fortbildungen des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport zu gewinnen. Auch sollen die Schulen auf vertiefende Qualifizierungsangebote des Landesmedienzentrums (Bildungsplanmatrix, Schülerportfolio, Schülermedien-Mentoren etc.) und der Stadt- und Kreismedienzentren aufmerksam gemacht werden. Dadurch soll das Bildungsangebot des Kindermedienlands an passenden Schnittstellen mit den Aktivitäten des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport bzw. des Medienzentrenverbands sinnvoll verzahnt werden.

Die Schulen sollen ferner dabei unterstützt werden, nach Durchführung der Qualifizierungsmodule ein **langfristiges Medienbildungskonzept** zu entwickeln. Damit sollen Anreize für die Schulen geschaffen werden, sich ein eigenes Medienprofil zu geben und das Thema Medienkompetenz **nachhaltig** im Schul- und Unterrichtsalltag zu verankern.

(1.2.) Bildungsangebot „Medienpädagogische Fortbildung für die Sozialpädagogische Familienhilfe“ (Zielgruppe: Familien in schwieriger Lebenssituation)

Kinder und Eltern aus benachteiligten Sozialmilieus sind über die klassischen Angebotsformen der Familien- und Erwachsenenbildung nur schwer zu erreichen. Um einen Zugang zu ihnen zu bekommen, bedarf es daher alternativer Konzepte. Dazu dient das Bildungsangebot „Medienpädagogische Fortbildung für die Sozialpädagogische Familienhilfe¹“, das künftig konsequent in die Fläche gebracht werden soll. Mit dem Bildungsangebot, das in der Pilotphase sehr gut angenommen wurde und auch bundesweit Beachtung fand, sollen benachteiligte Kinder und Jugendliche in ihrer elementaren Medienkompetenz gefördert werden, um ihnen so einen chancengerechten Zugang zu den digitalen Möglichkeiten zu eröffnen.

Dazu werden die Fachkräfte der Sozialpädagogischen Familienhilfe medienpädagogisch qualifiziert, um Eltern in schwierigen Lebenslagen gezielt bei der Medienerziehung ihrer Kinder zu unterstützen. Die Sozialpädagogischen Familienhelferinnen und Familienhelfer können nach Absolvierung einer medienpädagogischen Qualifizierung zum einen selbst Angebote (Workshops, Planspiele) für die von ihnen betreuten Familien schaffen. Zum anderen sollen sie die medienpädagogischen Erkenntnisse in ihre tägliche Betreuungsarbeit mit den Familien niederschwellig einbeziehen, indem sie z.B. gezielt am problematischen Fernseh- oder Internetkonsum der Eltern und/oder ihrer Kinder arbeiten.

Durch die strukturelle Verankerung der Familienhilfe vor Ort bei den Jugendämtern in allen Stadt- und Landkreisen Baden-Württembergs soll dieses Bildungsangebot in vorhandene Unterstützungsstrukturen in den Kommunen integriert werden und sich mittelfristig selbst tragen.

(1.3.) Bildungsangebot „Regionale Medienkompetenztage“ (Zielgruppe: Fachkräfte aus dem Bereich der Medienbildung und -erziehung)

Die Stärkung der Medienkompetenz ist eine Aufgabe, an der möglichst viele gesellschaftliche Kräfte beteiligt werden müssen. Dabei ist der Koordinierungsaufwand insbesondere in einem Flächenland wie Baden-Württemberg erheblich. Der Medienzentrenverbund mit dem zentralen Landesmedienzentrum und 57 regionalen Stadt- und Kreismedienzentren verfügt über das bundesweit dichteste

¹ Sozialpädagogische Familienhilfe (§ 31 SGB VIII): Durch langfristig angelegte intensive Betreuung und Begleitung sollen Familien bei der Bewältigung von Alltagsproblemen und Erziehungsaufgaben unterstützt werden. Die Bereitschaft der Familie zur Mitarbeit ist dabei Voraussetzung für die Hilfe.

und professionellste Netz der medienpädagogischen Beratung in einem Flächenland. Mit landesweit fast 70 Beraterinnen und Beratern in den Medienzentren und einem flächendeckenden Netz an zertifizierten Referenten kann das Landesmedienzentrum die nachhaltige Qualität der medienpädagogischen Beratung im schulischen und außerschulischen Bereich besonders effektiv sicherstellen.

Darüber hinaus kann der Medienzentrenverbund durch seine gemischte Trägerschaft (Land und kommunale Schulträger bzw. Landkreise) die Einbindung der Kommunen in die Initiative gewährleisten. Dazu werden in den Stadt- und Landkreisen das ganze Jahr über „Regionale Medienkompetenztage“ abgehalten. Sie sollen unter einem jährlich wechselnden Motto stattfinden und die Förderung der Medienkompetenz in den kommunalen Fokus rücken. Ziel ist es, die Angebote des Kindermedienlandes mit den Bildungseinrichtungen und Institutionen vor Ort zu verzahnen.

Die regionalen Medienkompetenztage fanden in der Pilotphase eine hohe Beachtung in den Stadt- und Landkreisen und waren gut bis hervorragend besucht. Bereits nach zwei Jahren konnte eine flächendeckende Einbindung aller Stadt- und Landkreise und einer Vielzahl von regionalen Akteuren im Land in die Ziele des „Kindermedienlandes Baden-Württemberg“ erreicht werden.

(1.4.) Bildungsangebot „Schülermedienpreis Baden-Württemberg“ (Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler)

Das Kindermedienland Baden-Württemberg verfolgt einen positiven Ansatz: Kinder und Jugendliche sollen dazu motiviert werden, Medien kreativ und chancenreich zu nutzen. Diesen Gedanken greift der Schülerwettbewerb auf, der seit 2012 unter dem Namen „Schülermedienpreis Baden-Württemberg“ stattfindet, um so in der Kommunikation einen stärkeren Bezug zur aktiven Medienarbeit herzustellen. Der Schülermedienpreis konnte bereits in der Pilotphase landesweit beworben werden und fand dabei eine äußerst positive Resonanz in den Schulen und in der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit.

Ziel des Bildungsangebotes, das einmal jährlich landesweit ausgeschrieben werden soll, ist die Förderung einer sinnvollen und kreativen Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche. Statt theoretischer Wissensvermittlung sollen Medien durch aktive Projektarbeit in der Schule und Jugendfreizeit praktisch erlebbar gemacht und reflektiert werden. Durch einen Perspektivwechsel vom passiven Konsumenten zum aktiven Produzenten werden die Wirkmechanismen von Medien anschaulich vermittelt und die Schülerinnen und Schüler durch „Learning by doing“ in ihrer Medienkompetenz gestärkt. Das Bildungsangebot bietet auch

die Chance, Multiplikatoren aus der außerschulischen Jugendarbeit in die Schulen hinein zu holen und so gemeinsam kreative Schaffensprozesse anzustoßen.

(1.5.) Bildungsangebot „Medienbildung früh beginnen!“ (Zielgruppe: Erzieherinnen und Erzieher, Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter sowie sonstige pädagogische Fachkräfte, Eltern und Kinder)

Im bisherigen Portfolio des Kindermedienlandes war kein Angebot vorgesehen, das sich direkt an die Kindertageseinrichtungen richtet. Nach dem Vorbild des Bildungsprojekts „101 Schulen“ soll ein ähnliches Programm aufgelegt werden, das sich gezielt an Eltern und die Erzieherinnen und Erzieher von Kindern in Kindertageseinrichtungen richtet. Dadurch soll die bisherige Angebotslücke geschlossen und damit der generationenübergreifende Ansatz der Initiative optimiert werden.

Medien beeinflussen heute auch schon den pädagogischen Alltag im Kindergarten. Kinder werden bereits früh mit einer großen medialen Vielfalt, insbesondere in ihrem Elternhaus, konfrontiert. Dazu zählen Fernsehen, Radio, aber zunehmend auch der Computer. Da Kinder neben dem Elternhaus auch im Kindergarten wichtige Kompetenzen erwerben, sollen sie gemeinsam mit ihren Eltern frühzeitig bei der Medienbildung unterstützt und kompetent begleitet werden. In vielen Ausbildungsgängen für Erzieherinnen und Erzieher mangelt es bisher an einer fundierten Grundlagenqualifizierung zur Medienbildung. Mit diesem Bildungsangebot sollen daher sinnvolle Nutzungsformen der Medien im frühen Kindesalter aufgezeigt und Eltern sowie Fachkräfte dabei praktisch angeleitet werden.

2. Öffnung der Initiative für externe Partner

Das Kindermedienland Baden-Württemberg soll über die bereits geförderten Maßnahmen hinaus auch für neue Partner und Projektideen geöffnet werden. Damit sollen eine weitere Anregung aus der Online-Konsultation zu den Perspektiven des Kindermedienlandes Baden-Württemberg sowie gleichlautende Rückmeldungen aus der Pilotphase umgesetzt werden.

a. Ideenwettbewerb „Medienkompetent unterwegs im Kindermedienland Baden-Württemberg“

Dazu ist geplant, einen Ideenwettbewerb zur Stärkung der Medienkompetenz im Land auszuschreiben und dafür eine jährliche Fördersumme vorzusehen. Damit

sollen drei bis fünf Leuchtturmprojekte pro Ausschreibungsrunde zeitlich befristet mit dem Ziel unterstützt werden, die Angebote nach Projektende in feste (z.B. kommunale) Strukturen zu überführen. Ein besonderer Fokus soll dabei auf die Integration von Migrantinnen und Migranten sowie auf Kinder und Jugendliche gelegt werden, die aus **sozial benachteiligten Milieus** kommen und daher besonders förderbedürftig sind.

Mit dem Ideenwettbewerb sollen insbesondere auch solche Initiativen unter dem Dach des Kindermedienlandes Baden-Württemberg gefördert werden, die zwar auf keine landesweiten Vernetzungsstrukturen wie z.B. das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg mit den Stadt- und Kreismedienzentren zurückgreifen können, aber dennoch mit ihren lokalen bzw. regionalen Aktivitäten vor Ort wertvolle Projektarbeit verrichten. Eine interdisziplinär besetzte Jury (u.a. mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Kreativbranche und aus medienpädagogischen Einrichtungen) wird einmal im Jahr über die besten Projektideen entscheiden.

b. „Medienkompetenz-Fund“

Nicht selten scheitert die Durchführung einer medienpädagogischen Veranstaltung in der Praxis an Kleinstbeträgen. Entsprechend sind in der Pilotphase zahlreiche Anfragen in der Geschäftsstelle des Kindermedienlandes Baden-Württemberg eingegangen, die auf eine finanzielle Unterstützung geplanter Aktivitäten zur Stärkung der Medienkompetenz abzielten. Diese bewegten sich in einem finanziellen Rahmen bis zu 2.000 Euro. Mit dem Medienkompetenz-Fund sollen daher kleinere Initiativen, die z.B. einem besonderen privaten Engagement entspringen, aber nicht auf institutionalisierte (landesweite) Strukturen zurückgreifen können, unterstützt werden. Die Umsetzung der Maßnahme erfolgt durch die Geschäftsstelle der Initiative Kindermedienland.

c. Externe Kooperationen

Die bisherigen Kooperationen mit den Partnern des Kindermedienlandes (u.a. der Landesanstalt für Kommunikation und dem SWR) sollen nach Möglichkeit beibehalten und um weitere Kooperationspartnerschaften (z.B. mit Zeitungsverlagen und dem IKT-Branchenverband BITKOM) erweitert werden.

Ziel ist es, die bereits zahlreich vorhandenen Projekte und Aktivitäten im Land, die von etablierten Einrichtungen bzw. Unternehmen an den Schulen durchgeführt werden, besser als bisher mit der Initiative Kindermedienland zu verzahnen.

Dadurch soll die Sichtbarkeit der Bildungsangebote des Kindermedienlandes Baden-Württemberg erhöht werden.

Zudem soll der Referentenpool des Kindermedienlandes Baden-Württemberg weiter ausgebaut werden. Derzeit sind rund 100 Referentinnen und Referenten mit einem medienpädagogischen Hintergrund für die Initiative an den Schulen, in Vereinen oder aber auch unmittelbar in den Familien tätig. Der Referentenpool soll um weitere praxiserfahrene Experten (z.B. des Chaos Computer Clubs oder auf Internetrecht spezialisierte Rechtsanwälte) erweitert werden.

Dadurch erhofft sich das Staatsministerium, dass in Zukunft bei den Angeboten der Initiative stärker zwischen Kindern (bis 11 Jahre) und Jugendlichen (ab 12 bis 19 Jahre) differenziert wird und so die Angebote noch passgenauer an den Bedarfen der jungen Mediennutzer ausgerichtet werden können. Gerade bei den technisch versierten Jugendlichen hat sich in der Pilotphase des Kindermedienlandes herauskristallisiert, dass sie über die medienpädagogischen Angebote hinaus auch an Spezialthemen wie IT, Internetinfrastruktur oder juristischen Sachverhalten zum Urheberrecht interessiert sind. Mit der Erweiterung des Referentenpools um Fachleute aus der Praxis soll diesen spezifischen Bedürfnissen der Jugendlichen, Lehrkräfte und Eltern gezielt Rechnung getragen werden.

3. Fachressortübergreifende Strategie zur Stärkung der Medienkompetenz im Land

Beim Querschnittsthema Medienkompetenz und -bildung sind mehrere Ministerien fachlich tangiert, u.a.:

- das Ministerium für Kultus, Jugend und Sport (u.a. Bildungspläne an den Schulen),
- das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst (u.a. über die Prüfungsordnungen für Lehrkräfte),
- Ministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren (bspw. in den Bereichen der Familienhilfe, des Jugendschutzes sowie der außerschulischen Jugendarbeit),
- Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (Verbraucherschutz im Internet etc.),
- Innenministerium (u.a. Internetkriminalität und Präventionsarbeit)

- und Ministerium für Integration (u.a. bei Kindern und Jugendlichen bzw. Familien mit Migrationshintergrund).

Geplant ist, die in den zuständigen Ministerien vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen zur Stärkung der Medienkompetenz besser als bisher mit den Bildungsangeboten des Kindermedienlandes zu verzahnen, um Doppelstrukturen zu vermeiden und die Sichtbarkeit der Maßnahmen zu erhöhen. Mit einer sinnvollen Koordinierung der Maßnahmen soll ein in sich stimmiges Gesamtangebot für eine **umfassende Medienkompetenzförderung in Baden-Württemberg** konzipiert werden.

a. **Leitbild der Medienbildung**

Dazu strebt die Landesregierung die Entwicklung einer medienpädagogischen Strategie an, die in interdisziplinärer Zusammenarbeit die nächsten notwendigen Entwicklungsschritte zur nachhaltigen Stärkung der Medienkompetenz im Land aufzeigen soll. Diese soll in einem Leitbild der Medienbildung transparent dargelegt und anhand von Handlungsempfehlungen umgesetzt werden. Um dem Querschnittsthema Medienkompetenz in all seinen Facetten (Lehrerausbildung, Bildungspläne an den Schulen, Internetkriminalität etc.) gerecht zu werden, ist geplant, dass die fachlich betroffenen Ressorts bei der Erarbeitung des Leitbildes in einer **strategischen Arbeitsgruppe** mitwirken.

Das Leitbild soll eine Doppelfunktion haben: Neben einer Analyse des Status quo auf dem Gebiet der Medienbildung und -erziehung im Land sollen weitere Meilensteine identifiziert werden, um Baden-Württemberg insbesondere auch bei den strukturellen Gegebenheiten einen erkennbaren Schritt nach vorne zu bringen.

Aufgrund der Komplexität des Themas und der Vielzahl der betroffenen Akteure ist realistischer Weise damit zu rechnen, dass der Prozess der Leitbildentwicklung etwa 2 Jahre in Anspruch nehmen wird. Dabei soll das Staatsministerium die Entwicklung des Leitbildes in Zusammenarbeit mit den fachlich betroffenen Ministerien koordinieren.

Angestrebt ist auch die Einbeziehung externen Sachverständs, der über einen „**Runden Tisch**“ die Arbeitsgruppe fachlich beraten soll. Damit können die Anregungen und Ideen der medienpädagogisch tätigen Akteure (Hochschulen, Schulen, Fachberatungsstellen, Kindergärten etc.) in das Leitbild einbezogen

werden. Die genaue personelle Zusammensetzung des „Runden Tisches“ soll vom Staatsministerium in Abstimmung mit den fachlich zuständigen Ressorts festgelegt werden. Ziel ist es, mithilfe eines abgestimmten Konzepts einen repräsentativen Querschnitt der relevanten medienpädagogischen Institutionen im Land abzubilden.

b. Gemeinsame Kommunikationsplattform

Bereits ab 2013 soll die Sichtbarkeit der medienpädagogischen Maßnahmen der fachlich tangierten Ministerien erhöht und über die gemeinsame Kommunikationsplattform des Kindermedienlandes unter www.kindermedienland-bw.de breit beworben werden. Ziel ist es, Medienthemen, die von den Fachressorts verantwortet werden, gebündelt unter dem Dach des Kindermedienlandes Baden-Württemberg zu kommunizieren und so deren kompakte Sichtbarkeit und Auffindbarkeit für die Bürgerinnen und Bürger zu ermöglichen. Dazu ist zum einen eine regelmäßige Berichterstattung über die Angebote der Fachressorts und des Staatsministeriums unter der Dachmarke „Kindermedienland Baden-Württemberg“ geplant. Zum anderen wird angestrebt, in einer regelmäßig stattfindenden „Meilenstein-Veranstaltung“ ein aktuelles medienpädagogisches Thema fachlich aufzubereiten und öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren.

4. Etablierung der Dachmarke „Kindermedienland Baden-Württemberg“ als zentrale Anlaufstelle für alle Einrichtungen und Akteure der Medienbildung im Land

Mit dem Internetportal www.kindermedienland-bw.de konnten bereits zahlreiche externe Aktivitäten bei der Medienbildung und -erziehung gebündelt und sichtbar beworben werden. Es fehlt allerdings immer noch an einem übergreifenden bzw. flächendeckenden Ansatz. Viele kleinere (meist private) Initiativen erfahren nur zufällig von der Möglichkeit, ihren Aktionsradius über das Internetportal landesweit bewerben zu können. Entsprechend ist der „Medienpädagogische Atlas“ des Kindermedienlandes Baden-Württemberg, in dem die landesweiten Angebote, sortiert nach Stadt- und Landkreisen enthalten sind, immer noch unvollständig. Um die Dachmarke „Kindermedienland Baden-Württemberg“ als zentrale Anlaufstelle für alle Einrichtungen und Akteure der Medienbildung im Land weiter zu stärken, sollen verschiedene Optimierungsmaßnahmen veranlasst werden. Hierbei könnte u.a. auch geprüft werden, ob die Namensbezeichnung „Kindermedienland“ in Zukunft weiter gefasst werden soll, um gezielt auch Jugendliche und Erwachsene ansprechen zu können.

a. Steigerung der Attraktivität und der Akzeptanz des Internetportals unter www.kindermedienland-bw.de

Das Internetportal soll neu strukturiert werden. Die mit dem Internetportal angesprochenen Zielgruppen (Eltern, Lehrkräfte und pädagogische Fachkräfte, Kinder und Jugendliche) müssen auf einen Blick erkennen können, wo sie zu den jeweiligen Medienthemen (Cybermobbing, IT-Kompetenz, Soziale Netzwerke etc.) Informationen erhalten. Daher wird das Layout des Internetportals in Zukunft zielgruppen- und themenspezifisch aufbereitet. Geplant ist eine bessere Einbindung der medienpädagogischen Beratungsstelle des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg in das Kindermedienland-Portal. Eltern und Erziehungsverantwortliche sollen bei Fragen bzw. Problemen bei der Medienerziehung schnelle und unkomplizierte medienpädagogische Erstberatung erhalten.

Auf einer digitalen Landkarte wird zukünftig die gesamte Bandbreite der Projekte und Aktivitäten aus dem Medienbereich abgebildet. Dadurch soll der bestehende Medienpädagogische Atlas des Internetportals zu einer umfassenden Experten-datenbank ausgebaut werden. Verstärkt genutzt werden sollen im Internetportal in Zukunft auch Dialog-Anwendungen und Partizipationsmöglichkeiten, so dass eine permanente inhaltliche Rückkopplung der Kindermedienland-Angebote mit den Bürgerinnen und Bürgern ermöglicht werden kann.

b. Geschäftsstelle Kindermedienland Baden-Württemberg

Zur besseren Bündelung der Beratungsangebote im Land wurde im Dezember 2010 bei der Medien- und Filmgesellschaft eine Geschäftsstelle des Kindermedienlandes Baden-Württemberg eingerichtet. Diese soll die gesamte Bandbreite der Initiative sichtbar machen, u.a. durch regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit über die Aktivitäten der Projektpartner und auch anderer Initiativen im Land.

Zudem sollen externe Institutionen und Privatpersonen eine umfassende Beratung über die Aktivitäten des Kindermedienlandes Baden-Württemberg aus einer Hand erhalten und die Partner der Initiative laufend über die geplanten Veranstaltungen und Aktionen informiert werden. So soll die Dachmarke Kindermedienland bei den medienpädagogischen Akteuren im Land stärker verankert werden. Geplant ist, dass die Geschäftsstelle auch bei ausgewählten Veranstaltungen vor Ort mit einem Informationsstand präsent ist und so die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad des Kindermedienlandes erhöht.

c. Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK)

Das Staatsministerium plant, die Zusammenarbeit bei der Förderung von Medienkompetenzprojekten im Bereich der **außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit** mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) fortzuführen. Die Federführung und Verantwortung für die Durchführung der lokalen und regionalen Projekte (vgl. Ziffer V.) soll dabei in der alleinigen Verantwortung der LfK liegen. Damit sollen die bisher zersplitterten Zuständigkeiten in einer Hand gebündelt werden. Ziel ist es, die lokalen und regionalen Initiativen der Medienpädagogik und -bildung im Land besser aufeinander abzustimmen, damit sich Synergieeffekte einstellen können. Mit der Kooperation sollen insbesondere auch die bisher von der Initiative Kindermedienland in diesem Bereich geförderten (kleineren) Projekte in das bestehende Förderportfolio der LfK integriert werden, die mangels geeigneter Strukturen zukünftig nicht als landesweite Angebote vorgehalten werden können.