



Ergebnisprotokoll

**Runder Tisch 5: Medienbildung als Faktor der Integration,
Kinder- und Jugendmedienschutz, Verbraucherschutz
Entwicklung von Handlungsempfehlungen zur Medienbildung in Baden-
Württemberg**

**Staatsministerium Baden-Württemberg, Stafflenbergstraße 76, Stuttgart
Dienstag, 8. April 2014, 10.00 Uhr, Eugen-Gerstenmaier-Saal**

- Teilnehmerliste: siehe Anlage 1

TOP 1 Begrüßung und Vorstellungsrunde

Herr Dr. Kreißig, Leiter des Referats Rundfunkpolitik und Medien im StM, eröffnet den Runden Tisch 5 und begrüßt alle Anwesenden. Anschließend stellen sich alle Teilnehmer/innen kurz vor.

TOP 2 Vorstellung des Strategieprozesses Medienbildung BW

Herr Dr. Kreißig bedankt sich zunächst bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihre Unterstützung.

Er informiert anschließend über aktuelle Entwicklungen im Bereich der Initiative Kindermedienland. Die 2013 von der Landesregierung beschlossene Neukonzeption zur Fortführung der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg sieht u.a. den Ausbau der zahlreichen Programme und Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen vor. Neben diesen Angeboten ist es der Landesregierung aber ein wichtiges Anliegen, Medienbildung noch stärker strukturell im Bildungsalltag von Menschen aller Altersgruppen zu verankern. Um dem Querschnittsthema Medienkompetenz in all seinen Facetten gerecht zu werden, arbeiten die betroffenen Ministerien hierzu in einer strategischen Arbeitsgruppe zusammen. Diese soll bis Ende 2014 die nächsten Meilensteine und Handlungsempfehlungen definieren, um die Medienkompetenz im Land nachhaltig und spürbar zu stärken.

Die strategische Arbeitsgruppe hat beschlossen, dass hierbei auch der Sachverstand externer Expert/innen und Betroffener einbezogen werden soll, der über insgesamt fünf „Runde Tische“ die Arbeitsgruppe fachlich berät. Folgende Runden Tische wurden festgelegt:

- Runder Tisch 1 - Frühkindliche Medienbildung, Aus- und Fortbildung von pädagogischen Fachkräften für die Kindertageseinrichtungen
- Runder Tisch 2 - Schulische Medienbildung und Jugendmedienarbeit, Außer-schulische Medienbildung und intergenerationelle Medienarbeit, Kriminalitätsprävention
- Runder Tisch 3 - Aus- und Fortbildung von Lehrkräften
- Runder Tisch 4 - Medienbildung an Hochschulen, Medienbildung in der beruflichen Bildung und Weiterbildung
- Runder Tisch 5 - Medienbildung als Faktor der Integration, Kinder- und Jugendmedienschutz, Verbraucherschutz

Parallel soll die Öffentlichkeit kontinuierlich auf dem Internetportal der Initiative www.kindermedienland-bw.de über den aktuellen Stand des Arbeitsprozesses informiert werden. Dort haben zudem alle Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, ihre Ideen und Anregungen einzubringen. Darüber hinaus plant das StM, den Entwurf des von der interministeriellen AG zu erarbeitenden Papiers (voraussichtlich im Herbst 2014) im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung zu beraten und zu diskutieren.

Frau Beck weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass geplant ist, die Namen der an den Runden Tischen beteiligten Expert/innen auf dem Internetportal zu veröffentlichen. Sie bittet um kurze Rückmeldung, sofern die anwesenden Expert/innen mit diesem Vorgehen nicht einverstanden sind.

TOP 3 Kinder- und Jugendmedienschutz

A. Aktueller Sachstand

Frau Beck erläutert den aktuellen Sachstand im Bereich des Kinder- und Jugendmedienschutzes in Deutschland. Hierzu wird auf das beigefügte Handout (siehe Anlage 2) verwiesen.

B. Fragen und Diskussion

Frau Braml regt an, das System der regulierten Selbstregulierung weiter zu stärken. Jugendschutzprogramme sind aus ihrer Sicht im Bewusstsein vieler Eltern noch nicht richtig angekommen und werden daher zu wenig genutzt. Daher plädiert die KJM dafür, dass Inhalte, die erst ab 18 geeignet sind, mit technischen Mitteln zur Zugangskontrolle versehen sein sollten, auch wenn sie für ein Jugendschutzprogramm gelabelt sind. Um Jugendschutzprogramme weiterzuentwickeln und bekannter zu machen, sind ausreichende finanzielle Mittel nötig. Die KJM setzt weiter auf Jugendschutzprogramme, weil sie auch ausländische Angebote filtern. Es sollte auch über eine Vorinstallierung auf Geräten oder durch die Provider nachgedacht werden. Ferner setzt sich die KJM für eine europäische Vereinheitlichung ein.

Herr Schindler führt aus, dass der internationale Aspekt viel stärker berücksichtigt werden muss: In Deutschland entwickelte soziale Netzwerke wie SchülerVZ sind inzwischen geschlossen worden oder in wirtschaftlichen Schwierigkeiten, der Markt wird dominiert von US-amerikanischen Angeboten wie Facebook, YouTube und Twitter. Darüber hinaus beginnt die Internetnutzung durch Kinder immer früher. Bei jungen Kindern kann jedoch nicht allein auf Medienkompetenzförderung gesetzt werden, weil sie sich beispielsweise gegen Cybermobbing nicht alleine zur Wehr setzen können; sie brauchen vielmehr geschützte Surfräume. Hinsichtlich der Weiterentwicklung von Jugendschutzprogrammen (z.B. um diese innerhalb von Plattformen differenziert anwenden zu können) sollte großer Wert auf weitere Forschung gelegt und für eine internationale Harmonisierung / Schnittstellen gesorgt werden.

Herr Rathgeb unterstützt den Ansatz einer zumindest europäischen Einigung auf gemeinsame Grundsätze. Technische Lösungen als Unterstützung der Eltern bei der Medienerziehung ihrer Kinder erachtet er als wichtig.

Herr Westermayer sieht in der Vorinstallierung von Jugendschutzprogrammen auf Geräten oder über die Provider eine Gefahr für die Freiheit des Netzes.

Herr Dr. Kilgus erläutert anhand des Beispiels von arte, dass eine europäische Abstimmung im Hinblick auf den Jugendmedienschutz schon innerhalb eines Fernsehprogramms derzeit sehr schwierig umzusetzen ist. Auf europäischer Ebene gebe es wenig Rückhalt für die oft als zu strikt empfundene deutsche Perspektive. Internationale Internetanbieter setzen nach seiner Einschätzung sehr stark auf die Eigenverantwortlichkeit des Nutzers. Er plädiert für eine Stärkung der Medienkompetenz, aktuell auch insbesondere im Hinblick auf Scripted Reality-Formate im TV.

Frau Sauerteig plädiert dafür, keine Vermischung anderer politischer Ziele (z.B. Extremismusbekämpfung) mit dem Jugendmedienschutz vorzunehmen und eine Akzeptanz für die verschiedenen Bausteine des Jugendmedienschutzes zu schaffen. Auch die Nutzerperspektive von Kindern und Jugendlichen sollte einbezogen werden.

Frau Prof. Dr. Grimm führt an, dass der Jugendmedienschutz momentan ein grundsätzliches Imageproblem hat. Medienkompetenzförderung allein ist aus ihrer Sicht nicht ausreichend. Von den Internetanbietern sollte mehr Verantwortung eingefordert und das Thema stärker in die Öffentlichkeit getragen werden. Jugendmedienschutz ist auch eine Frage der Werteerziehung; sie sieht daher in diesem Zusammenhang die Notwendigkeit einer Grundwertedebatte. Wichtig sind aus ihrer Sicht auch gesetzliche Vorgaben zum Schutz von Kindern und Jugendlichen Onlinewerbung betreffend. Hier gibt es bisher nur Vorgaben zum Inhalt der Werbung, nicht aber die Erkennbarkeit als Werbung betreffend. Notwendig ist daher auch eine Förderung der Werbekompetenz.

Auch Herr Schindler spricht sich für eine Vorinstallierung von Jugendschutzprogrammen aus. Er bescheinigt dem Jugendmedienschutz ebenfalls ein Imageproblem und plädiert daher für mehr politischen Einsatz für den Kinderschutz. Hierbei sollte es einen Schulterchluss zwischen Bund, Ländern und Wirtschaft geben, der z.B. in einem gemeinsamen Eckpunktepaper konkretisiert werden könnte.

Herr Westermayer weist darauf hin, dass hierbei aber auch die Netzgemeinde einbezogen werden sollte.

Herr Thull weist auf die enorme Bandbreite von kleinsten Internetanbietern bis zu internationalen Großkonzernen hin. Evtl. müssen auch Rückschritte auf nationaler Ebene hingenommen werden, um international Fortschritte zu erzielen.

Frau Prof. Dr. Grimm sieht Aussagen, wonach Pornografie unschädlich für Kinder und Jugendliche ist, sehr kritisch. Sie sieht jedoch Bedarf für eine vertiefte Forschung in Hinblick darauf, was Kinder und Jugendliche über entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte denken.

TOP 4 Medienbildung im Kontext des Verbraucherschutzes

A. Einführung

Frau Tausch, Vorstand der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, stellt den aktuellen Sachstand, Herausforderungen und mögliche Perspektiven der Medienbildung aus Sicht des Verbraucherschutzes vor. Hierzu wird auf die beigefügte Präsentation (siehe Anlage 3) verwiesen.

B. Fragen und Diskussion

Herr Rathgeb zieht eine Verbindung zum Jugendmedienschutz und legt dar, dass es für Kinder und Jugendliche noch viel schwieriger bzw. unmöglich ist, die rechtlichen Folgen der Nutzung eines bestimmten Dienstes zu überblicken.

Frau Baur-Matthäus führt aus, dass das MLR vor einiger Zeit einen Facebook-Auftritt „Shoppen Surfen Simsen“ erstellt hat, der sich vorrangig an Jugendliche richtete. Da sich dort aber mehr und mehr Erwachsene beteiligt haben, wurde das Angebot umbenannt in Verbraucher BW und richtet sich auch an Erwachsene. Trotz Bedenken des Landesbeauftragten für Datenschutz bzgl. Facebook-Auftritten öffentlicher Stellen hält sie das Angebot für wichtig, um dem Verbraucher da zur Seite zu stehen, wo er sich ohnehin schon aufhält.

Frau Tausch hält die Möglichkeit für wünschenswert, auch nur einem Teil von AGB zuzustimmen. Die entsprechenden Texte sollten vereinfacht dargestellt werden, damit sie für die User verständlich werden. Es gebe Versuche, bestimmte Funktionen über Symbole darzustellen. Insbesondere im Hinblick auf Kinder und Jugendliche sollte auch verstärkt das Thema Werbung angegangen werden.

Frau Prof. Dr. Grimm sieht ein Forschungsdefizit im Hinblick auf die Werbekompetenz von Kindern. Sie hält zudem eine Motivation von Kindern und Jugendlichen zum Datenschutz wichtig, die sich nicht auf einer rein argumentativen Ebene bewegt.

Herr Schindler plädiert für einen Mechanismus, anhand dessen festgestellt werden kann, wie alt der jeweilige User ist.

Frau Tausch erwidert, dass hierzu ein elektronischer Personalausweis schon für Jugendliche ab 14 Jahren eingeführt werden müsste. Die Anbieter sprächen sich dagegen aus, da die Hürde zur Nutzung ihrer Angebote aus ihrer Sicht sonst zu hoch ist.

Frau Braml plädiert für eine stärkere Kooperation zwischen Jugendmedien- und Verbraucherschutz etwa im Bereich der Game- bzw. App-In-Käufe.

Herr Schindler weist darauf hin, dass jugendschutz.net entsprechende Beschwerden bereits jetzt an Verbraucherschutzinstitutionen weitergibt.

TOP 5 Medienbildung unter den Aspekten der Integration / Einwanderungsgesellschaft

A. Was ist mediale Integration?

Herr Dr. Buller vom IntM führt kurz ins Thema Medien und Integration ein. Dabei sind abschließende Definitionen der Begriffe Medien und Integration sehr komplex. Ethnomedien sind Medien für eine Teilöffentlichkeit. Grundsätzlich wird unterschieden zwischen medialer Segregation (Konsum von Medien aus dem Herkunftsland), medialer Assimilation (Nutzung der Medien des Einwanderungslandes) und der interkulturellen Kommunikation.

B. Migration und Medien

Herr Dr. Kilgus berichtet aus Sicht des SWR über den aktuellen Sachstand im Hinblick auf die Nutzung von Medien durch Migranten. Hierzu wird im Detail auf die Präsentation (siehe Anlage 4) verwiesen.

Folgende Punkte sind besonders zu erwähnen:

- Faktoren wie Alter, Bildung und sozialer Hintergrund sind ebenso wichtig, wenn nicht gar wichtiger als die jeweilige ethnische Herkunft. Ausschlaggebend ist demnach überwiegend das sozio-ökonomische Umfeld (Sinusmilieu).
- Fernsehen erzielt die höchste Reichweite - unabhängig von ethnischer Herkunft.
- Hinsichtlich der Internetnutzung ergeben sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund.
- Radio wird von Menschen mit Migrationshintergrund um ein Drittel geringer genutzt. Herr Ergün weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass METROPOL FM in Mannheim und Stuttgart nahezu alle türkeistämmigen Menschen mit seinem Programm erreicht.
- Menschen mit Migrationshintergrund bevorzugen deutschsprachiges Fernsehen. Nur eine Minderheit nutzt ausschließlich heimatssprachige Fernsehprogramme. Tür-

kischstämmige Migranten neigen am stärksten dazu, für sie gibt es auch das größte Angebot.

- Die Nutzung deutsch- oder herkunftssprachlicher Medien hängt u.a. von der Zuwanderergeneration, der Aufenthaltsdauer, den Sprachkenntnissen und dem Bildungsstatus ab. Jüngere, in Deutschland geborene und formal höher gebildete Migrantinnen und Migranten mit guten Deutschkenntnissen neigen besonders zu diesem Muster oder sogar zur ausschließlichen Nutzung deutscher Medien. Demgegenüber nutzen ältere Migrantinnen und Migranten, im Ausland geborene Menschen und solche mit niedrigerem formalen Bildungsgrad häufiger Medienangebote in der Muttersprache. Eine „mediale Ghettoisierung“ findet jedoch nicht statt.

- Junge Migranten nutzen aktuell überwiegend deutschsprachige Medien, allerdings i.d.R. Privatsender (ProSieben, RTL II).

- Die Medienausstattung von migrantischen Haushalten ist besser als die der Gesamtbevölkerung.

Frau Sauerteig weist darauf hin, dass es verschiedene Generationen an Migranten gibt und daher eine differenzierte Betrachtung erforderlich ist. Es gilt, die Menschen nicht auf dieses eine spezielle Merkmal des Migrationshintergrunds zu reduzieren, sondern es sind alle anderen Faktoren (Geschlecht, Bildung, Einkommen) in gleichem Umfang zu bewerten.

Herr Ergün von Metropol FM macht deutlich, dass junge Migranten zumeist eine „Metamorphose“ durchmachen. Zu Beginn sind sie durch die Schulen eher am Einwanderungsland orientiert, mit dem Älterwerden nähern sie sich wieder stärker an ihr Herkunftsland an. Es sollte daher der interkulturelle Dialog noch stärker gefördert werden. Viele Migranten haben aber weiterhin einen niedrigen Bildungsstandard und eine andere Lebenswirklichkeit. Ereignisse in der Gesellschaft werden oft nicht als eigene Realität empfunden. Metropol FM setzt sich daher dafür ein, die in der deutschen Gesellschaft relevanten Ereignisse mit der Lebenswirklichkeit von Migrantinnen und Migranten in Verbindung zu bringen.

C. Medienpädagogische Angebote für Eltern, Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund und Fortbildungsangebote für pädagogische Fachkräfte in der Zielgruppenarbeit

Herr Blaich gibt einen Überblick über das aktuell vorhandene Angebot der Aktion Jugendschutz. Hierzu wird auf die beigefügte Präsentation (siehe Anlage 5) verwiesen. Finanziert wird das Angebot vom Ministerium für Integration.

D. Medienbildung zur Stärkung von Familien mit Migrationshintergrund

Frau Stein stellt das Elternmedienmentoren-Programm des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg vor. Das Programm wird im Rahmen der Initiative Kindermedienland durchgeführt und finanziert. Ein besonderer Fokus des Programms liegt dabei auf den Familien mit Migrationshintergrund, die sonst nur sehr schwer zu errei-

chen sind. Deshalb plant das LMZ für 2014 erstmals Einführungsveranstaltungen an baden-württembergischen Grundschulen, da hier oftmals noch viele Eltern an den Elternabenden teilnehmen. Zu den weiteren Details wird auf die beigefügte Präsentation (siehe Anlage 6) verwiesen.

E. Zusammenfassung

Herr Ergün weist darauf hin, dass es wichtig ist, ins Lebenszentrum der Familien zu gelangen. Kritik an der jeweiligen Mediennutzung sollte dabei aber stets von Menschen mit gleichem kulturellem Hintergrund erfolgen. Positive und konstruktive Ansätze sollten hingegen von Menschen ohne Migrationshintergrund vorgestellt werden.

TOP 6 Abschluss

Frau Beck bedankt sich bei allen Teilnehmer/innen heutigen Runden Tisches für die konstruktive Mitarbeit.