

Medienkompetenz in NRW

Bericht der LfM über ihre Förderaktivitäten 2003/2004

Medienkompetenz in NRW

Bericht der LfM über ihre Förderaktivitäten 2003/2004



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf
<http://www.lfm-nrw.de>

Inhaltsverzeichnis

Medienkompetenz und die Macht der Medien	11
<i>Dr. Norbert Schneider</i>	
Bürgermedien: Kernidee, Perspektiven, Ausblick	13
<i>Wolfgang Hahn-Cremer</i>	
Förderung von Medienkompetenz: Leitbilder und Handlungsfelder der LfM	15
<i>Mechthild Appelhoff</i>	
Förderung der Bürgermedien: Ziele und Grundlagen der Aktivitäten der LfM	20
<i>Dr. Wilfried Schmid</i>	
I. Förderaktivitäten im Bereich Medienkompetenz	23
<i>Mechthild Appelhoff, Rainer Smits, Antje vom Berg</i>	
Schaffung von Kooperationsgrundlagen und Informationszugängen	23
Medienforschung zu Medienkompetenzthemen	24
• Deutschland und die digitale Welt. Entwicklung der Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und im internationalen Vergleich	25
• Evaluation des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen	26
• Analyse der multimedialen Verwertung von Markenzeichen am Beispiel von Kindersendungen und Entwicklung medienpädagogischer Materialien	27
• World Internet Project. NRW: Online– Offline	28
• Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen	30
• Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern	32
• Medienkompetenz im digitalen Zeitalter	33
• Medienerziehung in der Grundschule	34
• Talkshows im Alltag von Jugendlichen	37
• Medienerziehung im Kindergarten	38
• Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen	40
Informations- und Beratungsangebote	41
• Medienpädagogischer Atlas NRW	41
• <i>mekonet</i> – das Medienkompetenz-Netzwerk in Nordrhein-Westfalen	42
• Grundbaukasten Medienkompetenz im Rahmen des Projekts <i>mekonet</i>	44
• Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW	45

Impressum

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Bereich Tagungen und Öffentlichkeitsarbeit

Zollhof 2, 40221 Düsseldorf

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff, Dr. Joachim Gerth

Redaktion: Birgit Pietschmann, Dagmar A. Rose

Gestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal

Druck: Börje Halm, Wuppertal

Oktober 2004

* Im Juli 2002 ist das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen in Kraft getreten. Damit hat sich der Name der Landesanstalt für Rundfunk NRW (Lfr) in Landesanstalt für Medien NRW (LfM) geändert.

• Medienkompetenzportal NRW	46	Campus-Rundfunk in Nordrhein-Westfalen	87
• Internetplattform Internet-ABC	48	Örtliche Medienkompetenznetzwerke	89
• FLIMMO – Programmberatung für Eltern	50	• WertArbeit	90
• ISM (Informationssystem Medienpädagogik)	52	• EuregioNETmedial – Netzwerk für Medienkompetenz für den ländlichen Raum/westliches Münsterland – Niederlande	91
• Fortbildungsinitiative Medienerziehung in Kindergarten und Hort	53	• mekomNet – Lokales Medienkompetenznetzwerk Münster	92
• Fortbildungsinitiative Medienerziehung in der Familie	56	Ausbildungs- und Erprobungskanäle	94
• Medienkompetenz-Börse „Welcome Online“	58	Erprobung neuer Verbreitungsplattformen	95
• Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Vorschulkindern	59	Qualifizierung	96
• Ratgeber Neue Medien – Schriftenreihe der LfM und der Deutschen Medienakademie Köln	60	Information	98
• Baukasten Kinder und Werbung	61	• Connex Online – Das Internet-Informationsmagazin für Bürgermedien	98
• Kinder und Werbung – Bausteine für den Kindergarten	63	• Die Internet-Seite www.buergermedien.de	98
• Portfolio: Medienkompetenz	64	III. Förderung der Aus- und Fortbildung im Medienbereich	99
• CD-ROM Medienpädagogik	65	<i>Andreas Schmidt, Peter Schwarz</i>	
• CD-ROM Bildbox für Millionen	66	Deutsche Hörfunkakademie	99
• CD-ROM Gewaltig schlau – der Klügere denkt nach	67	RTL-Journalistenschule für TV und Multimedia	100
• „Let’s talk about Talk“ – Materialien zu Daily Talkshows für die medienpädagogische Praxis	68	Internationaler Journalistenaustausch	100
• Medienpädagogische Materialien zur Boulevardberichterstattung	70	Campus-Radio-Sommerakademie	101
• Arbeitsplatz TV – Ein Medienpaket zur Berufsberatung	71	IV. Medienversammlung	104
• Bibelcuts – Jugendkurzfilm Wettbewerb	72	<i>Dr. Joachim Gerth</i>	
• Jugendmediencamp	73	V. Beratung der Rundfunkteilnehmer über ihre Rechte und Möglichkeiten der Rechtswahrnehmung	105
• Crossover Media-Preis	74	<i>Mechthild Appelhoff</i>	
• generation m – Das Qualifizierungsforum Medien und Kommunikation im Rahmen des Medienforums	75		
• Medienpädagogische Fachtagungen	76		
II. Bürgermedien – Partizipative Medienarbeit	77		
<i>Norbert Sander, Dr. Wilfried Schmid, Andreas Schmidt, Peter Schwarz</i>			
Bürgerfunk	77		
• Rads – Radio aus der Schule	79		
• Netzwerk Jugendladio	80		
Bürgerfernsehen – Offener Kanal	81		
• adventure-kidz – Schüler-TV-Magazin im Bürgerfernsehen	83		
• TrickboXXen im Bürgerfernsehen	84		
• [i:si] – das Multimediainformationszentrum für Kinder (und Erwachsene)	85		
• LaVoro	86		

VI. Aufbau und Sicherung von medienkompetenz-fördernden Infrastrukturen	106
Adolf Grimme Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH (AGI) <i>Bernd Gäbler</i>	106
Deutsche Hörfunkakademie GmbH <i>Dr. Hans Paukens</i>	108
Europäisches Medieninstitut e. V. (EMI) <i>Prof. Dr. Jo Groebel</i>	110
Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH (ecmc) <i>Dr. Gernot Gehrke</i>	113
RTL-Journalistenschule GmbH <i>Leonhard Ottinger</i>	115
Bildungszentrum BürgerMedien e. V. <i>Katja Friedrich</i>	117
Internet-ABC e. V. <i>Mechthild Appelhoff</i>	118
Programmberatung für Eltern e. V. <i>Bidjan Vakili</i>	120
Lernen in der Informationsgesellschaft NRW e. V. (LIG) – Neue Medien in der Lernlandschaft NRW	121

Anhang	A1
Förderrichtlinien und Satzungen	A1
• Satzung der Landesanstalt für Medien NRW über die Förderung der Bürgermedien gem. § 82 Abs. 5 Satz 1 LMG NRW	A1
• Eckpunktepapier zu künftigen Förderung der Bürgermedien	A7
• Entwicklungsplan III für Bürgerfernsehen für den Zeitraum 2003-2007	A15
Materialien und Links zu LfM-Projekten	A27
Ansprechpartner in der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen	A32

Medienkompetenz und die Macht der Medien

Dr. Norbert Schneider

Ich will an drei Ausgangspunkte einer jeden Debatte über Medienkompetenz erinnern:

Die Macht der Medien bestand schon immer darin, dass sie Wissen bereithalten, mit dem man Macht ausüben kann. Heute organisiert sich der Zugang zu Wissen mehr denn je, für manche ausschließlich, über Medien. Sie sind inzwischen beides: nicht nur Zugang, sondern auch Quelle von Wissen. Manches bekommt man dabei gratis, manches gegen Gebühr. Manches ist nicht nur unbezahlbar, sondern leider auch für viele unerschwinglich. Oder unverständlich.



Dr. Norbert Schneider
Direktor der Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)

Medien waren schon immer wichtig für die Ausübung von Macht. Heute ist Medienbesitz oder die Möglichkeit, sich über Medien darzustellen, wahrscheinlich der wichtigste Garant für Macht in einer Gesellschaft. Man könnte dies an der aktuellen öffentlichen Karriere der Gewerkschaften im heutigen Deutschland verifizieren. Oder an der Einschätzung des Handelns der US-Regierung durch das eigene Volk unter Beachtung der Sender Fox und CNN. Oder an der Diskussion über einen Ministererlass in Fragen von Presse-Erwerb in Berlin.

Medien waren immer schon eine Quelle für die Regeln sozialen Verhaltens. Heute sind sie mehr denn je eine wesentliche Institution, in der die kommunikativen Regeln einer Gesellschaft ausgehandelt werden. Ebenso die Vorstellungen über bestimmte Lebensbereiche. Die Vorstellungen zum Beispiel über sexuelles Verhalten, aber auch über politisches Handeln, über die Rolle von Gewalt zur Lösung von Konflikten, über die Bedeutung von Bildern bei der Vermittlung von Krieg werden überwiegend über die Medien erst ermittelt und dann vermittelt. Medien werden, was diese Bilder und Botschaften angeht, nachgespielt, sehr bewusst oder auch völlig bewusstlos.

Diese drei mächtigen Kompetenzen der Medien machen neben vielem anderen deutlich, dass es einer Gegenmacht bedarf, um die jeweils missbräuchlichen Möglichkeiten der Medien und ihrer Praxis zu entdecken, zu kritisieren und zu beseitigen. Diese Gegenmacht nenne ich Medienkompetenz und meine damit die Fähigkeit des Objekts der Medien, Subjekt zu werden oder zu bleiben. Dieses Subjekt wird dabei unterstützt durch die Verfassung und ihre Auslegung, durch spezielle Medienkritik, die es in Deutschland

immer noch mehr als anderswo gibt, und natürlich auch und vor allem durch die Medienaufsicht. Aber im Zweifel – vor dem Gerät, bei der Lektüre, beim Surfen – ist der Nutzer, der Konsument, der Zuschauer, der Leser allein. Dann zählt nur, was er weiß und kann.

Der Bereich, in dem Näheres dazu auf den Weg gebracht werden muss, ist der Bereich der Bildung mit all ihren Agenturen und Institutionen. Medienkompetenz ist insofern ein zentrales Thema auf der Agenda einer zeitgemäßen Bildungspolitik. Bildungspolitik braucht einerseits Leitvorstellungen und kommt andererseits erst in der Praxis konkreter Bildungsvorhaben an ihr Ziel. Mit der Medienkompetenz verhält es sich ebenso. Auch Medienkompetenz als Gegenstand der Bildungspolitik braucht einerseits Leitvorstellungen und andererseits die Umsetzung solcher Vorstellungen in konkreten Projekten.

Die Landesanstalt für Medien beschreibt und modifiziert der Entwicklung der Medien entsprechend die Zielvorstellungen und Schwerpunkte, die sie mit dem Stichwort Medienkompetenz verbindet. Und sie konkretisiert diese Ziele in sehr unterschiedlichen Projekten. Der Bericht zur Förderung der Medienkompetenz will diese Leitvorstellungen, die den Aktivitäten der LfM im Bereich Medienkompetenz zu Grunde liegen, veranschaulichen und die konkreten Projekte vorstellen.

Medienkompetenz steht in einer sehr viel engeren Beziehung zum Artikel 5 der Verfassung als gemeinhin unterstellt wird. Sie ist nicht einfach eine Fertigkeit wie die Begründung und das Praktizieren von Tischsitten. Oder die Kunst des Fahrradfahrens. Sie steht für eine Haltung.

Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit läuft ins Leere, wenn die Bürger nicht wissen, warum es sie geben muss und wovon sie bedroht sein kann. Und dass es dabei um ihre ganz persönliche Freiheit geht. Medienkompetenz ist konkret dieses Wissen und die daraus kommende Haltung.

Was sie in Sachen Medien und Freiheit wissen, das wissen die Bürger aber nicht durch Vererbung. Sie müssen es lernen.

Dass sie es nicht nur lernen müssen, sondern auch lernen können, dazu will die Landesanstalt für Medien beitragen. Zusammen mit vielen andern. Mit Eltern, Lehrern, Erzieherinnen in der Vorschule, Redakteuren, Programmverantwortlichen. Ganz grundsätzlich und ganz konkret.

Medienkompetenz ist für die Landesanstalt für Medien, wenn sie funktioniert, ein Stück Arbeitsentlastung. Gäbe es sie ausreichend reichlich, wäre die Aufsicht nicht mehr nötig. Dies heißt kurz und bündig: Wenn wir es richtig machen, verlängert sich Medienaufsicht gewissermaßen in die einzelnen Mediennutzer hinein. Das Objekt soll Subjekt werden. Das Mündel kann Vormund sein. Immer wieder.

Bürgermedien: Kernidee, Perspektiven, Ausblick

Wolfgang Hahn-Cremer

Das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen fasst Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Hochschulrundfunk, somit die elektronischen Medien, zu denen das Gesetz einen unmittelbaren Zugang – die Partizipation der Bürger – ermöglicht, unter der Überschrift „Bürgermedien“ in einem eigenen Abschnitt zusammen.

Ziel ist es, durch Medienarbeit und Mitarbeit einer breiten Bevölkerungsschicht die Möglichkeit zu geben, einen praktischen Einblick in die Welt der elektronischen Medien zu erhalten. Mittels des bewährten „Learning by doing“-Prinzips, also durch aktives Mitmachen, soll jeder interessierte Bürger seine eigene Hörfunk- und Fernseherfahrung machen können. Dies gilt insbesondere für den Einsatz von Technik, den kreativen Umgang mit der Sprache, aber auch für die Organisation und Durchführung einer Produktion bzw. eines Sendeablaufs.



Wolfgang Hahn-Cremer
Vorsitzender der Medienkommission
der Landesanstalt für Medien Nordrhein-
Westfalen (LfM)

Dies alles setzt voraus, dass die Bürgermedien untereinander kooperieren und hierbei auch über den jeweiligen Tellerrand hinausschauen und sich mit anderen lokalen und regionalen Anbietern von Medienkompetenzvermittlung abstimmen und vernetzen, um entsprechende Qualifizierungsangebote entwickeln zu können.

Um dies alles durchführen zu können, hat die LfM-Medienkommission das so genannte „Eckpunktepapier zur künftigen Förderung der Bürgermedien“ beschlossen, womit grundsätzlich ein Beitrag zur verbesserten Vermittlung von Medienkompetenz geleistet werden soll.

Einer der wesentlichen Aspekte dieses Eckpunktepapiers ist, dass die Bürgermedien über ihre jetzige Arbeit hinaus vermehrt Aufgaben zur Förderung von Medienkompetenz übernehmen. Das LMG NRW eröffnet diesbezüglich die Möglichkeit zusätzlicher Förderungen, damit für diese Aufgaben auch die notwendigen finanziellen Mittel bereitgestellt werden können. Als Voraussetzungen sieht das Gesetz vor, dass Bürgermedien mit anderen Einrichtungen Kooperationen eingehen und hierdurch unterschiedliche Kompetenzen zusammenführen.

Ziel ist es, so genannte „örtliche Kompetenznetzwerke“ zu schaffen, um die technischen Ressourcen, aber auch die gestalterischen und beratenden Qualifikationen an einer zentralen Stelle zu bündeln. Hierbei geht es in erster Linie darum, durch Vernetzung die bestehenden oder neuen Angebote aufeinander abzustimmen und hierdurch ein multimediales Gesamtangebot zu entwickeln. Diese zentralen lokalen Netzwerke müssen in einem weiteren Schritt in das *mekonet* – Medienkompetenznetzwerk Nordrhein-Westfalen – integriert werden, um auch überregional ein Netzwerk zu schaffen.

Die Förderung von Medienkompetenz kann auf den verschiedensten Gebieten erfolgen. Die Einrichtung von Ausbildungs- und Erprobungskanälen gehört ebenso dazu wie die Erprobung neuer Verbreitungsplattformen, beides sind nach dem neuen Landesmediengesetz förderfähige Angebote. Welche Angebote die Offenen Kanäle, Radiowerkstätten, etc. letztlich an die Bürger herantragen, bleibt alleine ihnen überlassen. Allerdings sollte eine Institution nicht zu viele verschiedene „Bereiche“ abdecken, denn im Grunde zielen die Kompetenznetzwerke darauf ab, dass sich die einzelnen Bestandteile der Bürgermedien auf gewisse Aufgaben spezialisieren. Ein wesentlicher Vorteil dieser Spezialisierung ist die Reduzierung des Personalbedarfs und der Sachaufwendungen bzw. der Personal- und Sachkosten und eine höhere Kompetenz der Ausbilder. In Zukunft wird es darum gehen, die Bürgermedien noch bekannter und effizienter zu machen. Bürgermedien als „moderne Dienstleister“ im Bereich der Medienkompetenzförderung ist das Ziel, welches es anzustreben gilt. Hierbei müssen neue Strukturen und neue Inhalte ebenso zur Disposition stehen, wie die lokale und regionale Zusammenarbeit der verschiedenen Institutionen.

Der Bürger ist vermehrt nicht nur als partizipativer Bestandteil der Bürgermedien, sondern als „Kunde“ anzusehen, denn schließlich geht es darum, auch unter der Nutzung moderner „Marketingmethoden“ möglichst vielen Bürgern und Bürgergruppen die Möglichkeiten der Bürgermedien nahe zu bringen und sie für die neuen Medien zu begeistern, um bei der Förderung von Medienkompetenz auf möglichst breiter Ebene erfolgreich zu sein. Diese Änderungen sollen nicht eine „Professionalisierung“ der Bürgermedien bedeuten, sondern vielmehr geht es darum, die Vielfalt der Möglichkeiten der Bürgermedien erfolgreich in die Öffentlichkeit zu tragen. Denn langfristig werden die Bürgermedien nur dann bestehen, wenn sie die zur Verfügung gestellten technischen, vor allem aber finanziellen Mittel erfolgreich einsetzen. Ein Kriterium für ihren Erfolg wird neben der Qualität der Angebote auch die Anzahl derjenigen sein, die die Angebote in Anspruch nehmen. Hierfür ist es erforderlich, auch neue Wege zu gehen. Ich denke, mit dem oben genannten Entwicklungspapier haben wir bereits einen wichtigen Schritt getan. Es geht nun darum, diese Vorgaben auch umzusetzen.

Förderung von Medienkompetenz: Leitbilder und Handlungsfelder der LfM

Mechthild Appelhoff

Die Landesanstalt für Medien hat den gesetzlichen Auftrag, Medienkompetenz im Land zu fördern, Medienerziehung zu unterstützen und zum selbstverantwortlichen Umgang mit allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation sowie zur gleichberechtigten Teilhabe an ihr beizutragen (vgl. Art. 39 LMG NRW). Vor diesem Hintergrund hat die LfM vielfältige Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz entwickelt.

Diese Aktivitäten verfolgen unterschiedliche Leitbilder: So will die LfM mit diesen Maßnahmen einen Beitrag zum präventiven Jugendschutz leisten. Während der klassische Jugendmedienschutz durch Sendeverbote, zeitliche Ausstrahlungsbegrenzungen oder Zugangsbeschränkungen Kinder und Jugendliche vor potenziell schädigenden Inhalten im Fernsehen, Radio und Internet zu schützen versucht, verfolgen die Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz das Ziel, Kinder und Jugendliche so zu qualifizieren, dass sie mit den Medien und ihren Inhalten kompetent und selbstbestimmt umgehen können. Aus der Sicht der LfM stellt die Förderung von Medienkompetenz somit eine wesentliche Ergänzung zu den klassischen Instrumenten des gesetzlichen Jugendmedienschutzes dar.

Die Aktivitäten der LfM zur Förderung von Medienkompetenz haben jedoch nicht nur die Minimierung möglicher negativer Wirkungen von Medien auf Kinder und Jugendliche im Blick. Die Aktivitäten sollen auch einen Beitrag dazu leisten, dass möglichst Viele, Kinder wie Erwachsene, in der Lage sind, die Bildungspotenziale, die Medien beinhalten, zu nutzen. Das Lernen, der Erwerb von Wissen und der Zugang zur Information sind ohne die kompetente Nutzung insbesondere von Online-Medien heute kaum mehr vorstellbar. Medienkompetenz wird deshalb auch als vierte Kulturtechnik bezeichnet – neben dem Lesen, Rechnen und Schreiben. Somit entscheidet die Frage, ob Kinder oder Erwachsene mit Medien kompetent umgehen können, in hohem Maße mit darüber, welche Bildungschancen und damit auch welche Entwicklungschancen sich dem Einzelnen in seinem Leben eröffnen.

Da Medien heute den Zugang zu Informationen und zum Wissen in einer Gesellschaft organisieren, nehmen sie zugleich eine zentrale Schlüsselfunktion für die Ausgestaltung des demokratischen Zusammenlebens in einer Gesellschaft ein. Mit Blick auf diese „Macht der Medien“ weist Dr. Norbert Schneider, Direktor der LfM, darauf hin, „dass es einer Gegenmacht bedarf, um die jeweils missbräuchlichen Möglichkeiten der Medien und ihrer Praxis zu entdecken, zu kritisieren und zu beseitigen“ (vgl. Seite 11f). Diese Gegenmacht bezeichnet er als Medienkompetenz. Das heißt zugleich, dass die Fähig-

keit, Medien kompetent zu nutzen – kritisch, selbstbestimmt und reflektiert – in hohem Maße die Möglichkeiten des Einzelnen beeinflussen, am gesellschaftlichen und politischen Leben teilzuhaben.

Auf der Basis dieser Leitbilder will die LfM mit der Förderung von Medienkompetenz einen Beitrag zum präventiven Jugendmedienschutz leisten. Die LfM wirkt darauf hin, dass Zugänge zu Wissen, Bildung und Information, die von den Medien eröffnet werden, möglichst umfassend aufgegriffen werden können und dass sich die Möglichkeiten zur Teilhabe an den gesellschaftspolitischen Prozessen, die im großen Maße von Medien gesteuert werden, für möglichst Viele erschließen.

Mit Blick auf die gesetzlichen Vorgaben zur Förderung von Medienkompetenz weist die LfM einem Aspekt einen besonders zentralen Stellenwert zu: Die LfM soll gemäß § 39 des Landesmediengesetzes zur gleichberechtigten Teilhabe an allen Formen analoger und digitaler Medienkommunikation beitragen. Vor diesem Hintergrund gilt es also besonders zu berücksichtigen, dass große Teile der Bevölkerung, insbesondere status- und bildungsbenachteiligte Gruppen, nicht oder nur eingeschränkt Zugang zu den neuen Medien und ihren Bildungspotenzialen finden. Bezeichnungen wie „Digitale Teilung unserer Gesellschaft“ oder – mit Blick auf die Internetnutzung – „User versus Looser“ machen dies sehr anschaulich und verdeutlichen zugleich, dass der eingeschränkte Zugang zu den Nutzungspotenzialen der Medien zur gesellschaftlichen Ausgrenzung der Betroffenen beitragen kann. Deshalb ist allen Aktivitäten der LfM zur Förderung von Medienkompetenz das Ziel gemeinsam, dass möglichst viele Menschen, unabhängig von Alter, Geschlecht und materieller Ausstattung, an den Medien und neuen Kommunikationstechniken partizipieren, ihre Vorteile und die von ihnen ausgehenden Chancen nutzen können und potenzielle Risiken vermeiden lernen. Allen Aktivitäten liegt das Anliegen zugrunde, Medienkompetenz in der Gesellschaft verstärkt zu etablieren und einen Beitrag zur Chancengleichheit zu leisten.

Die LfM will mit ihren Maßnahmen insbesondere die Fähigkeit des Einzelnen zur Medienkritik fördern, sie will Möglichkeiten zur eigenständigen Mediengestaltung bereit stellen, zur fundierten Medienkunde beitragen sowie zur selbstbestimmten und reflektierten Mediennutzung befähigen.

Vor diesem Hintergrund bearbeitet die LfM mit ihren Aktivitäten im Bereich der Förderung von Medienkompetenz verschiedene Handlungsfelder, die im Folgenden beispielhaft benannt werden sollen:

- **Medienforschung zu Medienkompetenzthemen**
Die Medienkompetenz in allen Facetten ihrer Bedeutung – als technische, soziale und kulturelle Fähigkeit – ist regelmäßig Gegenstand von wissenschaftlichen Untersuchungen. Dabei setzen die von der LfM in Auftrag gegebenen Studien Schwerpunkte, die sich wechselseitig so ergänzen, dass sich aus der Reihe der Forschungsprojekte ein umfassendes Bild der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen (Erzieherinnen, Lehrer, ältere Mitbürger etc.) ergibt. Die Studien zeigen in der Regel Problemlagen und mögliche Lösungsvorschläge auf. Erkenntnisse dieser Art sind Voraussetzung für die Entwicklung aktueller, die jeweiligen Entwicklungen der Medienlandschaft aufgreifender Modelle zur Förderung von Medienkompetenz (vgl. hierzu Seite 24 ff).
- **Informations- und Beratungsangebote**
Sowohl als Resultat aus den mit Hilfe der Medienforschung gewonnenen Erkenntnissen wie auch durch Anregungen aus der täglichen Medienarbeit heraus hat die LfM inzwischen ein breites Informations- und Beratungsangebot initiiert. Die Angebote, die in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern aus Forschung und Praxis durchgeführt werden, sind überwiegend adressiert an Multiplikatoren aus der pädagogischen Arbeit wie Lehrer und Erzieherinnen. Die LfM entwickelt jedoch auch zunehmend Informationsmaterialien für den so genannten Endverbraucher wie z. B. für Eltern, um die Bereitschaft und die Möglichkeiten zum selbstständigen Lernen zu fördern. Hierzu gehören Angebote wie der Internetratgeber „Internet-ABC“, der „Baukasten Kinder und Werbung“ oder die CD-ROM „Gewaltig schlau – der Klügere denkt nach“ (vgl. hierzu Seite 41 ff).
- **Bürgermedien**
Die LfM fördert die Bürgermedien, also den Bürgerfunk, das Bürgerfernsehen sowie den Campusrundfunk. Gemeinsam ist diesen Angeboten, dass sie breiten Bevölkerungsschichten den unmittelbaren Zugang zu den Medien eröffnen und ihnen so die Gelegenheit geben, an der demokratischen Gesellschaft teilzunehmen. Bürger erhalten ein Forum für Themen, die ihnen wichtig sind. Mittels des Prinzips „learning by doing“ kann jeder interessierte Bürger zusammen mit Gleichgesinnten seine eigenen Hörfunk- und Fernseherfahrungen machen und so praktischen Einblick nehmen in die Welt der elektronischen Medien, in ihre Möglichkeiten und Grenzen. Die Bürgermedien leisten somit einen sehr praxisbezogenen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz (vgl. hierzu Seite 20 ff und 81 ff).

- **Aufbau und Sicherung von medienkompetenzfördernden Infrastrukturen**
Um einen Beitrag zum Aufbau und zur Sicherung medienkompetenzfördernder Infrastrukturen in Nordrhein-Westfalen zu leisten und zur Entwicklung kooperativer Strukturen beizutragen, ist die LfM derzeit Vereinsmitglied bzw. Mitgesellschafter bei verschiedenen Institutionen in Nordrhein-Westfalen, deren primäres Ziel es ist, Medienkompetenz zu fördern. Hierzu gehören u.a. das Adolf Grimme Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH, das ecmc – Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH sowie das Bildungszentrum BürgerMedien e. V. (vgl. Kapitel VI).
- **Förderung der Aus- und Fortbildung**
Die LfM fördert die journalistische Aus- und Fortbildung im lokalen Hörfunk sowie im Fernsehen. Aus Sicht der LfM ist es von grundsätzlicher Bedeutung für das Mediensystem, dass die Qualität der journalistischen Ausbildung gefördert und sichergestellt wird (vgl. Kapitel III). Zur Umsetzung der Aktivitäten arbeitet sie insbesondere mit der Deutschen Hörfunkakademie sowie der RTL-Journalistenschule zusammen. Zudem engagiert sie sich im Rahmen des Internationalen Journalistenaustauschs und der Campus-Radio-Sommerakademie.
- **Veranstaltungen/Medienversammlung**
Die Landesmedienanstalt veranstaltet allein oder mit Kooperationspartnern Fachtagungen und Workshops zu medienpädagogischen Themen. Sie dienen als Diskussionsforen oder Fortbildungsveranstaltungen, wollen auf aktuelle Probleme im Bereich der Medienkompetenz hinweisen und den öffentlichen Diskurs über die Bedeutung von Medienkompetenz fördern.

Als ein neues Instrument der Debatte über Medien hat der Gesetzgeber in Nordrhein-Westfalen die Medienversammlung eingeführt. „Die Medienversammlung initiiert und fördert den Diskurs zwischen Mediennutzerinnen und -nutzern, den Akteuren der Medienbranche, der Medienwissenschaft und Medienpolitik sowie des Medienjournalismus über den Stand und die Entwicklung der Medien in Nordrhein-Westfalen.“ (§ 40 LMG NRW) (vgl. Kapitel IV).
- **Beratung der Rundfunkteilnehmer über ihre Rechte**
Die Landesanstalt für Medien hat den gesetzlichen Auftrag, Auskünfte über die Rechte von Rundfunkteilnehmern und die Möglichkeiten der Rechtswahrnehmung zu erteilen. Diese Aufgabe sieht die LfM auch im Zusammenhang mit der Medienkompetenzförderung, da das Wissen um die eigenen Rechte, die ein Mediennutzer gegenüber dem Medienanbieter hat, und die Kenntnis ihrer Wahrnehmung ein zentraler Bestandteil der Medienkompetenz des Einzelnen sind. Dem Medienanbieter, der seine Verantwortung zunehmend autonom durch Selbstkontrolle wahrnehmen kann, muss ein Nutzer gegenüber stehen, der seine Rechte kennt, z. B. dann, wenn Angebote die Menschenwürde oder Persönlichkeitsrechte verletzen (vgl. Kapitel V).

- **Netzwerkbildung**
Mit ihren Aktivitäten richtet sich die LfM auch an andere Institutionen, deren Ziel oder Absicht es ist, Medienkompetenz in NRW zu fördern. Sie steht zur Beratung zur Verfügung und hat das Ziel, die Zusammenarbeit verschiedener Institutionen anzuregen, indem sie Kooperationsanlässe durch entsprechende Projektausschreibungen und Workshops schafft. Insbesondere ist hier auf das Projekt *mekonet* zu verweisen, mit dem die LfM gemeinsam mit der Staatskanzlei ein MedienkompetenzNetzwerk in Nordrhein Westfalen schaffen möchte. Zu den ca. 180 *mekonet*-Partnern, die zurzeit die Kommunikationsstrukturen und Serviceangebote des Netzwerkes nutzen, zählen (Weiter-)Bildungseinrichtungen, Bibliotheken, Volkshochschulen, Offene Kanäle sowie Institutionen, die sich mit dem Thema Medienkompetenz und deren Förderung in unterschiedlichen Zusammenhängen auseinandersetzen (vgl. Seite 42 ff).
- **Schaffung von Planungsgrundlagen und Informationszugängen**
Neben der LfM gibt es in Nordrhein-Westfalen eine Vielzahl weiterer Akteure, die auf landesweiter, regionaler oder lokaler Ebene Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz planen, finanzieren und je speziellen Nutzergruppen anbieten. Hierzu gehören Ministerien, Kommunen, Wohlfahrtsverbände, Volkshochschulen, Bildungsträger, Kirchen, Unternehmen etc..

Vor diesem Hintergrund hat die LfM verschiedene Datenbanken erstellen lassen, die das Ziel haben, das Spektrum der Akteure, ihrer Angebote und Projekte transparent zu machen. So informiert der Medienpädagogische Atlas über die in NRW existierenden Institutionen, die sich im Bereich der Förderung von Medienkompetenz engagieren. Die Datenbank Medienkompetenzprojekte enthält Informationen über ca. 700 in NRW öffentlich geförderte Projekte zur Förderung von Medienkompetenz. Zurzeit wird eine Datenbank erstellt, die die Referenten erfasst, die in Kindergärten, Schulen, Jugendeinrichtungen etc. für Veranstaltungen zum Thema Medienkompetenz zur Verfügung stehen. Alle Angebote dieser Art sind über das Medienkompetenzportal NRW abrufbar.

Mit diesen Maßnahmen will die LfM dazu beitragen, dass die Vielzahl der landesweiten, regional oder lokal agierenden Institutionen, die Medienkompetenzaktivitäten planen, fördern und anbieten, in die Lage versetzt werden, ihre Aktivitäten sowohl in ihrer inhaltlich konzeptionellen als auch in ihrer regionalen Ausrichtung bedarfsgerecht, effektiv und zukunftsorientiert auszurichten. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass die vorhandenen Ressourcen – Kapital, Kenntnisse und Kompetenzen – möglichst sinnvoll verwendet werden.

Indem das Spektrum der Akteure und Aktivitäten transparent gemacht wird, soll zudem die Nachhaltigkeit der Projekte erhöht und die Auffindbarkeit relevanter Angebote für den Einzelnen erleichtert werden. Multiplikatoren, die Medienkompetenz an Dritte weitervermitteln, Vertretern aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik wie auch allgemein interessierten Bürgerinnen und Bürgern soll die Möglichkeit eröffnet werden, sich schnell, gezielt und umfassend über medienkompetenzfördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren.

Förderung der Bürgermedien:

Ziele und Grundlagen der Aktivitäten der LfM

Dr. Wilfried Schmid

Die Geschichte der heutigen Bürgermedien und damit die Begründung für ihr Entstehen reicht bis in die frühen 80er Jahre des vorigen Jahrhunderts zurück.

In den Kabelprojekten Mannheim/Ludwigshafen, Dortmund und Berlin wurden die ersten Offenen Kanäle als ein Äquivalent für die durch die neue Kabeltechnologie mögliche Programmvermehrung und die damit auch verbundene Einführung des privatwirtschaftlich organisierten Fernsehens eingerichtet. Der erste Offene Kanal in Nordrhein-Westfalen ging mit Hörfunk und Fernsehen am 1. Juni 1985 in Dortmund auf Sendung.

Offene Kanäle wurden als ein Projekt und gleichzeitig als ein Experiment politischer Bildung betrachtet, war es doch zum ersten mal möglich, Bürgerinnen und Bürgern einen unmittelbaren Zugang zu den elektronischen Massenmedien (Partizipation) zu eröffnen. Sie sollten:

- der Verwirklichung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung dienen
- ein Forum chancengleicher Teilhabe von Bürgern an öffentlicher Kommunikation sein
- neue lokale (und regionale) Kommunikationsformen entwickeln
- deren Auswirkungen auf das soziale und kulturelle Leben erproben und
- diejenigen zu Wort kommen lassen, die bisher in den Medien sprachlos waren.

Im Prozess der gemeinsamen Herstellung von Beiträgen zum Offenen Kanal sollte zugleich eine Entmystifizierung des Mediums Fernsehen stattfinden, seine Wirkungsweisen durchschaut werden, also Medienkunde sich vermitteln, ein wichtiger Bestandteil dessen, was wir heute unter Medienkompetenz verstehen.

In der Entwicklung der Offenen Fernsehkanäle lässt sich eine stärkere Orientierung auf die Medienprodukte und deren Qualität, also an den Rezipienten und deren Nutzungsverhalten feststellen. Dies führte zu einem hohen Bedarf an Qualifizierung der Produzenten, der Verbesserung ihrer Vermittlungskompetenz, also wiederum ein wesentlicher Bestandteil von Medienkompetenz.

Diesem Qualifizierungsbedarf hat die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen mit der – gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten erfolgten – Einrichtung des Bildungszentrums BürgerMedien als zentrale Stelle für die Entwicklung von Qualifizierungsangeboten, die Durchführung von Seminaren und die Bereitstellung eines umfassenden Informationsangebotes Rechnung getragen.

Gleichzeitig mit der Einführung des kleinräumigen Lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen (Sendestart war im Frühjahr 1990) hat der Landesgesetzgeber den Offenen Kanal im Lokalen Hörfunk (Bürgerfunk) geschaffen.

Auch hier stand der Partizipationsaspekt im Vordergrund, sollten doch diejenigen lokalen Gruppen (insbesondere mit kultureller Zielsetzung), die nicht selbst in der Veranstaltergemeinschaft Verantwortung für ihren Lokalsender übernehmen konnten, einen unmittelbaren Zugang zum Programm erhalten, Öffentlichkeit „von unten“ herstellen, eine demokratische Nahraumkommunikation entwickeln.

Auch für den Bürgerfunk hat die Landesanstalt für Medien erhebliche Fördermittel bereitgestellt, um über die Deutsche Hörfunkakademie, aber auch mit Volkshochschulen, kirchlichen und gewerkschaftlichen Bildungseinrichtungen und Radiofördervereinen die Multiplikatoren zu qualifizieren, die in den einzelnen Verbreitungsgebieten die Gruppen betreuen und ihnen Produktionshilfe geben.

Betrachtet man nun die allgemeine Entwicklung von Hörfunk und insbesondere von Fernsehen und dies auch und ganz besonders unter dem Aspekt der Digitalisierung, so stellt man eine Ausdifferenzierung von Medienangeboten und ganz neue Möglichkeiten der Mediennutzung und der Beteiligung am medialen Geschehen fest, die eine isolierte Behandlung der klassischen, also der bisherigen Bürgermedien Hörfunk und Fernsehen unter dem reinen Partizipationsansatz nicht mehr allein tragfähig erscheinen lassen.

Vielmehr müssen die Bürgermedien die komplexe Medienwelt in den Blick nehmen, sich untereinander vernetzen und mit Bildungseinrichtungen zusammenarbeiten, um den Bürgern die gesamte Bandbreite von Mediennutzung anbieten zu können und ihnen die dazu notwendige Medienkompetenz zu vermitteln.

Dem hat das neue Landesmediengesetz NRW – auch auf Anregung der LfM – dadurch Rechnung getragen, dass es die bisherigen Bürgermedien – ergänzt durch den Hochschulrundfunk – in einem eigenen Abschnitt zusammengefasst hat. Die Regelungen zu den künftigen Förderungsmöglichkeiten für die Bürgermedien machen zweierlei deutlich:

1. Bürgerfunk und Bürgerfernsehen und die Voraussetzungen für ihre Förderung bleiben in ihren Grundstrukturen erhalten.

Allerdings hat die LfM bereits vor längerer Zeit eine breite Diskussion mit den Trägern des Bürgerfernsehens eröffnet mit dem Ziel, das Erscheinungsbild der Offenen Kanäle und die Qualität der dort verbreiteten Beiträge zu verbessern. Das Ergebnis dieses Prozesses wird im Entwicklungsplan III (vgl. Anhang) und den dort eröffneten Perspektiven besonders an drei Punkten deutlich:

Offene Kanäle sollen

- Schwerpunkte entwickeln, um ihr Profil zu schärfen,
- sie sollen durch Qualifizierungsangebote an die Nutzer und die Einrichtung betreuer Redaktionsgruppen die Programmqualität steigern und
- durch Kooperationsprojekte mit Partnern vor Ort ihre Präsenz und damit ihre Verankerung in ihrem lokalen Umfeld verbessern.

Ein entsprechender Diskurs findet zur Zeit mit dem Bürgerfunk statt. Auch hier wird es um die Verbesserung der Qualität, Authentizität und Relevanz der Beiträge im Lokalen Hörfunk gehen, um eine stärkere Orientierung an den Rezipienten, wobei zu einem späteren Zeitpunkt dann auch die Ergebnisse der wissenschaftlichen Evaluation des Bürgerfunks mit einbezogen werden.

2. Die Bürgermedien sollen einen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz – auch mit Blick auf ihre eigene digitale Zukunft – leisten (können).

Unter der Voraussetzung, dass die Bürgermedien zusammenarbeiten, also ihre unterschiedlichen und spezifischen Leistungsmöglichkeiten und Fähigkeiten bündeln, eröffnet das LMG die Möglichkeit einer zusätzlichen Förderung auf drei Arbeitsfeldern:

- Örtliche Medienkompetenznetzwerke,
- Ausbildungs- und Erprobungskanäle und
- Erprobung neuer Verbreitungsplattformen.

Bürgermedien sollen so in die Lage versetzt werden, für Bürgerinnen und Bürger zukunftsweisende Angebote zur Qualifizierung und zur komplexen Mediennutzung zu unterbreiten, örtliche Kooperationspartner vor allem aus dem Bildungsbereich zu gewinnen und durch die Integration von Partizipation und Medienkompetenz sich selbst und den Bürgerinnen und Bürgern den Weg in die digitale und multimediale Zukunft zu eröffnen.

Auch für diese neuen Aufgabenfelder wird die LfM entsprechende Qualifizierungsangebote für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren bereitstellen.

I. Förderaktivitäten im Bereich Medienkompetenz

Mechthild Appelhoff, Rainer Smits, Antje vom Berg

Schaffung von Kooperationsgrundlagen und Informationszugängen

Die LfM will dazu beitragen, dass landesweite, aber auch regional und lokal agierende Institutionen, die Medienkompetenz fördern, bei ihrer Planungsarbeit auf fundiertes Grundlagenwissen zurückgreifen können. Folgende Angebote dienen insbesondere diesem Zweck:

- Die regelmäßig von der LfM durchgeführten und publizierten Forschungsprojekte zu Medienkompetenzthemen zeigen aktuelle Problemlagen auf, prognostizieren Handlungsbedarfe und entwickeln Lösungsvorschläge (zu den Forschungsprojekten selbst vgl. Seite 23 ff).
- Der „Medienpädagogische Atlas Nordrhein-Westfalen“ informiert über die in NRW existierenden Institutionen, die sich im Bereich der Förderung von Medienkompetenz engagieren (vgl. Seite 41 f).
- Die Datenbank „Medienkompetenzprojekte in NRW“ informiert über ca. 560 Projekte, die in Nordrhein-Westfalen zu Medienkompetenzthemen durchgeführt worden sind. Auf diese Weise soll das existierende Engagement transparent und leichter abrufbar gemacht werden. Die einzelnen Projekte sollen so zugleich einen höheren Bekanntheits- und Wirkungsgrad entfalten können (vgl. Seite 45 f).
- Das Projekt „mekonet – Medienkompetenznetzwerk Nordrhein-Westfalen“, dem derzeit ca. 180 Institutionen angehören, will insbesondere dazu beitragen, dass diese teilweise sehr unterschiedlich ausgerichteten Institutionen ihre Erfahrungen und ihr Wissen im Bereich der Förderung von Medienkompetenz austauschen, um

es so auch für Dritte nutzbar zu machen. *mekonet* will Kooperationen zwischen Partnern vor Ort anregen und durch den Austausch von Erfahrungen Synergien erschließen (vgl. Seite 42 ff).

- Mit dem Aufbau des Internetportals „www.medienkompetenz-portal-nrw.de“ wird eine zentrale Anlaufstelle im Netz geschaffen, die dazu dient, diese Informationen zum Thema „Medienkompetenz in NRW“ zu bündeln, transparent zu gestalten und schnell und direkt verfügbar zu machen. Kernstück des Portals ist eine kommentierte Linksammlung, die auf vorhandene Datenbanken zum Thema Medienkompetenz in NRW verweist (vgl. Seite 46 f).

Mit Angeboten dieser Art will die LfM einen Beitrag dazu leisten, dass die verschiedenen Akteure im Bereich der Medienkompetenzförderung ihre Aktivitäten sowohl in ihrer inhaltlich-konzeptionellen als auch in ihrer regionalen Ausrichtung bedarfsgerecht, effektiv und zukunftsorientiert gestalten können.

Zudem erhalten Multiplikatoren, die Medienkompetenz an Dritte weitervermitteln, Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Presse und Politik wie auch allgemein interessierte Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit, sich gezielt und umfassend über medienkompetenzfördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren.

Medienforschung zu Medienkompetenzthemen

Die Medienkompetenz in allen Facetten ihrer Bedeutung – als technische, soziale und kulturelle Fähigkeit – ist regelmäßig Gegenstand von wissenschaftlichen Untersuchungen. Dabei setzen die von der LfM in Auftrag gegebenen Studien Schwerpunkte, die sich wechselseitig so ergänzen, dass sich aus der Reihe der Forschungsprojekte ein umfassendes Bild der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen (Erzieherinnen, Lehrer, über 35-Jährige etc.) ergibt.

Diesen Forschungsprojekten liegen grundsätzlich die folgenden Zielsetzungen zugrunde:

- Sie stellen wissenschaftlich fundierte Informationen zur Verfügung, die medienkompetenzbezogene Entwicklungen und Problemlagen und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen bzw. prognostizieren. Dies ist die Voraussetzung für die Entwicklung aktueller, die jeweiligen Entwicklungen der Medienlandschaft aufgreifende Modelle zur Förderung von Medienkompetenz.
- Sie zeigen Handlungsbedarfe auf und bieten Planungsgrundlagen insbesondere für die Landesanstalt für Medien, aber auch für andere Funktionsträger (Gesetzgeber, Bildungsinstitutionen, Verbände etc.) an.

- Sie sollen den öffentlichen Diskurs über relevante Themen im Kontext der Förderung von Medienkompetenz anregen, um so die Öffentlichkeit für relevante Fragen zu sensibilisieren.

Die Forschungsergebnisse werden je nach thematischen Kontext, auf den sich das konkrete Projekt bezieht, durch die Landesanstalt für Medien ausgewertet und in konkretes Handeln umgesetzt. Sie können Eingang finden in Lizenzaufgaben für Veranstalter oder in Vorschläge für Gesetzesnovellierungen und Selbstregulierungen von Rundfunk- und Diensteanbietern sowie von Verbänden. Zudem sind sie Gegenstand medienkritischer und politischer Debatten und dienen als Grundlage beispielsweise für die Planungen und Konzeptentwicklungen von Fort- und Ausbildungsinitiativen sowie medienpädagogischer Materialien.

Deutschland und die digitale Welt. Entwicklung der Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und im internationalen Vergleich

*Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut (EIM), Düsseldorf;
Dr. Gernot Gehrke, Europäisches Zentrum für Medienkompetenz (ecmc), Marl.
Projektlaufzeit: September 2003 bis Februar 2004.*

Die Nutzung des für einige Teile der Bevölkerung bereits zum Alltagsmedium avancierten Internet unterlag aufgrund technischer Entwicklungen und veränderter individueller Präferenzen in den letzten Jahren einem stetigen Wandel. Die Nutzung der neuen Internet-Technologien entwickelt sich immer noch in einem schnelleren Turnus als die der traditionellen Medien. Im Hinblick auf die digitale Zukunft Deutschlands und Nordrhein-Westfalens und den damit zusammenhängenden gesellschaftsrelevanten Implikationen gilt es, die zentralen Entwicklungen bei der Nutzung bzw. Nichtnutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien weiter im Blick zu behalten und Einschätzungen der aktuellen Lage vorzunehmen.

Vor diesem Hintergrund hat die LfM eine Sekundäranalyse von neuen Untersuchungen auf nationaler und internationaler Ebene sowie eine nationale und internationale Expertenbefragung zu Erfolgs- und Misserfolgskriterien in Auftrag gegeben, um die zentralen Forschungsfragen, die in der Vorjahreserhebung „Internet 2002“ aufgeworfen wurden, vertiefend zu diskutieren und zu Handlungsempfehlungen zu kommen. Dabei ist es Ziel, aktuelle Entwicklungen bei Onlinern und Offlinern zu identifizieren, Erklärungsansätze für diese Entwicklungen zu systematisieren und mit den 2002 erhobenen Daten und den daraus gewonnen Erkenntnissen analytisch zu vergleichen. Bei der Sekundäranalyse soll ein besonderes Augenmerk auf den jeweiligen Bewertungskontext der in der Untersuchung aufgestellten Paradigmen gelegt werden. Wirtschafts-, wissenschafts- oder politikorientierte Perspektiven sollen herausgearbeitet

und diskutiert werden. Hierbei gilt es, die Diskussions- und Argumentationsstrukturen rund um das Thema „Bedeutung der Internetnutzung bzw. -Nichtnutzung“ innerhalb einer Gesellschaft herauszuarbeiten und die verschiedenen Motivlagen transparent zu machen. Auf der Basis der Ergebnisse soll eine Reihe von Handlungsempfehlungen formuliert werden, die sich im Sinne eines „benchmarking“ aus der Expertenbefragung ergeben.

Um den Ergebnissen der Untersuchung eine größtmögliche Plattform zu verschaffen und eine Verknüpfung mit weiteren Projekten und Initiativen rund um das Thema digitale Teilung zu ermöglichen, sollen die Ergebnisse auf einer Website aufbereitet werden.

Evaluation des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen

*Prof. Dr. Helmut Volpers, Institut für Medienforschung (IMGÖ), Göttingen/Köln.
Projektlaufzeit: Juli 2003 bis Dezember 2004.*

In Nordrhein-Westfalen gibt es ein bisher einmaliges System des Offenen Kanals im Radio: den Bürgerfunk. Alle interessierten Bürgerinnen und Bürger erhalten die Gelegenheit, sich in einem der 46 privaten Lokalradios in Nordrhein-Westfalen unmittelbar zu Wort zu melden. Dieses integrierte Konzept der Bürgerbeteiligung entstand Ende der achtziger Jahre mit dem Ziel, die Partizipation von Bürgern am lokalen Hörfunk zu ermöglichen und einen Vielfaltbeitrag zum Programm zu leisten. Seitdem ist ein breites Spektrum von Bürgerfunkern aktiv geworden, denen zur Produktion etwa 150 Radiowerkstätten zur Verfügung stehen.

Vor dem Hintergrund des im Juli 2002 in Kraft getretenen Landesmediengesetzes sollen bei diesem Forschungsprojekt Leistungen und Funktionen des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen erfasst und evaluiert werden. Unter Berücksichtigung der heterogenen Strukturen der Bürgerfunklandschaft ist es Ziel, neben übergreifenden Trends zudem spezifische Ausprägungen zu untersuchen. Im Rahmen der Evaluation wird die Analyse unterschiedlicher Teilbereiche, die das System Bürgerfunk determinieren, als relevant erachtet. Hierbei sollen die handelnden Akteure – wie Bürgerfunkgruppen, Radiowerkstätten und Lokalradios – und das Netzwerk, in das sie eingebunden sind, die zugrundeliegenden Organisations- und Handlungsstrukturen sowie die produzierten Inhalte in die Untersuchung einbezogen werden.

Die Ergebnisse der Studie werden Anfang 2005 vorliegen.

Analyse der multimedialen Verwertung von Markenzeichen am Beispiel von Kindersendungen und Entwicklung medienpädagogischer Materialien

*Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun, Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt;
Prof. Dr. Ingrid Paus-Haase, Institut für Kommunikationswissenschaft, Salzburg;
Prof. Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut, Hamburg;
Prof. Dr. Stefan Aufenanger, Universität Hamburg;
Prof. Dr. Franz Hamburger, Institut für Sozialpädagogik, Mainz.
Projektlaufzeit: November 2001 bis Juni 2003.*

Die Spielwelten von Kindern – und damit die Aneignung von Welt und Realität – werden in immer umfassenderem Maße in einen Verbund von Werbeansprachen eingepasst. Insbesondere Kindersendungen im Fernsehen finden als Markenzeichen multimediale Verwertung. In diesem Zusammenhang sind Kinder in ein umfassendes Netz von Programmangeboten, Werbestrategien und Konsumangeboten verstrickt, die durch ständige Querverweise miteinander verbunden sind.

Das Projekt, das im Auftrag der LPR Hessen in Kooperation mit der LfM und der LPR Rheinland-Pfalz durchgeführt wurde, hatte zum Ziel, einen Überblick über den Stand und die Systematik der Kommerzialisierung des marktorientierten Medien- und Konsummarkts für Kinder zu erfassen. Darüber hinaus bestand das Interesse darin, sich den komplexen Prozessen des Umgangs mit Medienmarken im Zusammenhang der Medienmenüs im Lebenskontext von Kindern anzunähern, um abschließend zu konkreten medienpädagogisch verwertbaren praxisrelevanten Ergebnissen zu gelangen.

Entsprechend der zentralen Fragestellungen wurde das Forschungsprojekt in drei Teiluntersuchungen untergliedert. Der erste Teil widmet sich den Strategien der Anbieter und den konkreten Angeboten, der zweite Teil den Perspektiven der Kinder und ihrer Bezugsperson und der dritte Teil den Anknüpfungspunkten für medienpädagogische Handreichungen bzw. der Entwicklung von medienpädagogischen Materialien.

Im Hinblick auf die konkrete Gestaltung von Produkten für Kinder sind aus der Untersuchung folgende Ergebnisse hervorzuheben: Um Chancen zu haben, zu einer Medienmarke zu avancieren, sollte ein Medienangebot – idealer Weise – einige wesentlichen Kriterien erfüllen. Dazu zählt in erster Linie eine hohe multimediale Vernetzung, die Kindern ein Erlebnisangebot auf möglichst vielen Ebenen sinnlicher Wahrnehmung verspricht. So können Kinder ihre Lieblingsangebote nicht nur im Fernsehen sehen und ihre Helden durch Höhe und Tiefen begleiten, sondern sie als Film, auf Video- oder Hörspieltape bzw. auf DVD nacherleben, Hintergrund- und Zusatzinformationen im Internet recherchieren oder sich auf den entsprechenden Plattformen mit Gleichgesinnten austauschen oder ihre Helden auf Sammelkarten und Stickern für unterschiedliche kommunikative Anlässe und soziale Funktionen einsetzen. Immer mehr

Medienprodukte nutzen diese multimediale Präsenz, um sich als Medienmarke positionieren zu können, so dass Kinder und Eltern einer kaum entwirrbaren Sphäre von Programm, Werbung, Sponsoring und Eigenwerbung gegenüber stehen.

Die Rezeptionsanalyse kommt zu dem Ergebnis, dass Medienmarken die von Kindern nachgefragten Funktionen erfüllen, wie die Möglichkeit, mit ihnen ihre Anliegen und



Themen zu bearbeiten, sich mit und an ihren Marken zu orientieren, zu unterhalten aber auch zu informieren. Zudem tragen Medienmarken dazu bei, sich von den Eltern abzugrenzen, in der Gruppe der Peer-Group anerkannt zu werden. Kinder schwärmen zwar für ihre multimedial vermarkteten Helden und bedienen sich ihrer und der dazugehörigen Angebote in vielfältiger Weise, durchschlagende Relevanz messen sie ihren Lieblingen jedoch kaum zu. Wenn aber Lebensverhältnisse von Kindern deutlich von sozialer Unsicherheit, insbesondere im Hinblick auf Bezugspersonen gekennzeichnet sind, wenn Eltern in der Erziehung ihrer Kinder überfordert sind, gewinnen insbesondere Medienmarken an Bedeutung; sie taugen zur Kompensation, als von Gleichaltrigen akzeptierter Ersatz für fehlende Nähe, für mangelnde Vorbildvorlagen. Ein weiteres Problem stellt der Druck dar, den ein zunehmend kommerzialisierter Markt für Kinderprodukte auf einige Kinder und Erwachsene ausübt.

Auf der Basis der in dieser Studien ermittelten Problembereiche werden medienpädagogische Handreichungen entwickelt. Dabei ist es zentrales Ziel, bei den Eltern, Lehrerinnen und Lehrern, Erzieherinnen und Erziehern, das Wissen in diesem Bereich und das Wissen über die wesentlichen ökonomischen Strategien im Medienmarkt zu erhöhen.

Die Ergebnisse der Studie wurden Anfang 2004 in der Schriftenreihe der LPR Hessen veröffentlicht.

World Internet Project. NRW: Online – Offline

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut (EIM), Düsseldorf;
Dr. Gernot Gehrke, Europäisches Zentrum für Medienkompetenz (ecmc), Marl.
Projektlaufzeit: Dezember 2001 bis Dezember 2002.

In den letzten Jahren hat die Internetnutzung rasant zugenommen. Eine Vielzahl von Bürgerinnen und Bürgern ist mittlerweile online. Sie nutzen das Internet für zahlreiche

Aktivitäten von der Kommunikation per E-Mail über Nachrichtenrecherche bis zur Reisebuchung. Während in der so genannten Informationsgesellschaft ein Teil der Bevölkerung die Anwendungspotenziale des Internet nutzt, ist über die Hälfte der Menschen in Deutschland offline. Vor dem Hintergrund, dass der individuelle Umgang mit Computer und Internet neben Lesen, Schreiben und Rechnen zunehmend als eine weitere Kulturtechnik angesehen wird, ist dieser Zustand, der häufig mit dem Begriff der „Digitalen Teilung“ der Gesellschaft beschrieben wird, als problematisch einzustufen. Werden zukünftig alle an der Internetnutzung gleichberechtigt teilhaben oder wird sich die digitale Spaltung verfestigen?

Die Studie, die in Kooperation der Landesanstalt für Medien NRW mit dem Europäischen Medieninstitut (EIM) und dem Europäischen Zentrum für Medienkompetenz (ecmc) entstanden ist, zeichnet auf der Basis repräsentativer Befragungen ein Bild von den Nutzern und Nichtnutzern in Deutschland und Nordrhein-Westfalen. Durch die weltweite Anlage des World Internet Project ist es im ersten Teil der Studie möglich, die Situation in Deutschland hinsichtlich der Auswirkungen des Internet auf individuelle Einstellungen, soziale und ökonomische Verhaltensweisen sowie auf das Mediennutzungsverhalten vor dem Hintergrund eines internationalen Vergleiches einzuordnen. Für Nordrhein-Westfalen werden im zweiten Teil des Projektes speziell die Gründe und Motive der Nichtnutzung untersucht.



Die Untersuchung zeigt, dass weltweit gesehen vor allem Menschen in Industrienationen Zugang zum Internet haben. Länderübergreifend ist die Kommunikation per E-Mail die am meisten genutzte Anwendung. Allerdings ist das Internet nicht das globale Medium, als das es häufig bezeichnet wird: In der Mehrzahl der untersuchten Länder – so auch in Deutschland – dominiert die Nutzung von Webseiten

in landeseigener Sprache. Wenn Internetnutzer in Deutschland fremdsprachige Seiten nutzen, handelt es sich in 90 Prozent der Fälle um englischsprachige.

Als ein zentrales Ergebnis hat sich erwiesen, dass in Deutschland 60 Prozent der 14- bis 19-Jährigen das Internet nutzen. Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen ist dieser Anteil überdurchschnittlich hoch. Trotz der wachsenden Bedeutung des Mediums für die Jüngeren und der Besorgnis vieler Eltern, dass schädliche Inhalte Kinder und Jugendliche über das Netz ungefiltert erreichen, kommt die Studie unter anderem zu dem Ergebnis, dass 70 Prozent aller Kinder unbeaufsichtigt surfen.

Der Nichtnutzung des Internet liegen gemäß der Befragung der Offliner unterschiedliche Hinderungsgründe und Motive zugrunde. Ein zentrales Motiv ist der nicht erkennbare persönliche Nutzen bei der Anwendung des Internet. Als Hinderungsgründe konnten zu hohe Kosten und eine zu schwierige Bedienbarkeit von Geräten und Programmen identifiziert werden.

Ferner wurde im Rahmen der Studie für Deutschland und Nordrhein-Westfalen herausgefunden, dass mit zunehmendem Alter und mit niedrigerem Einkommens- und Bildungsniveau die Wahrscheinlichkeit, das Internet nicht zu nutzen, wesentlich steigt. Wer nicht berufstätig ist, gehört ebenfalls mit größerer Wahrscheinlichkeit zu den Offlinern. Bereits bekannte soziale Ungleichheiten finden sich auch bei der Nutzung und Nichtnutzung des Internet wieder. Es gilt, dieser Digitalen Teilung unter Berücksichtigung der Gründe und Motive sowie beeinflussender soziodemografischer Faktoren entgegenzuwirken und die Digitale Integration zu fördern. Zudem müssen die Risiken der Internetnutzung insbesondere für Kinder und Jugendliche minimiert werden. Hierfür liefert die Studie Handlungsempfehlungen.

Die Ergebnisse der Studie wurden als Band 46 der LfM-Schriftenreihe Medienforschung unter dem Titel „Internet 2002: Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich“ veröffentlicht und im Rahmen einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit präsentiert.

Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen

*Dr. Udo Göttlich, Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung, Duisburg;
Dr. Uwe Hasebrink, Dr. Friedrich Krotz, Hans-Bredow-Institut, Hamburg;
Dr. Ingrid Paus-Haase, Universitäten Klagenfurt und Salzburg.
Projektlaufzeit: März 2000 bis November 2000.*

Ausgangspunkt dieses Kooperationsvorhabens war zum einen die im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) durchgeführte Studie zu Talkshows im Alltag von Kindern und Jugendlichen, die 1999 in der Schriftenreihe Medienforschung der LfR publiziert wurde. Zweiter Ausgangspunkt war ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft im Rahmen des Schwerpunktprogramms „Theatralität“ seit mehr als drei Jahren gefördertes Projekt zu Daily Soaps im deutschen Fernsehen, in dessen aktueller Projektphase die Rezeption der Daily Soaps unter kulturwissenschaftlichen Gesichtspunkten im Mittelpunkt steht.

Im Rahmen dieses Kooperationsprojektes wurden zusätzliche Erhebungsschritte durchgeführt, die an die Studie von LfM und LPR anschließen und sich mit der Rolle der bei-

den Genres „Daily Talks“ und „Daily Soaps“ im Alltag von Jugendlichen auseinanderzusetzen. Bereits die Talkshow-Studie von LfM und LPR hatte gezeigt, dass hier enge Verbindungen bestehen und Jugendliche Daily Soaps sogar deutlich häufiger nutzen als Talkshows. Die enge Verknüpfung beider Genres im Fernsehalltag der Jugendlichen



lässt darauf schließen, dass die in beiden Genres in spezifischer Weise inszenierten alltäglichen Themen und Konflikte für Jugendliche in besonderer Weise attraktiv sind und der Orientierung im Alltag dienen. Die Daily Soaps sind dabei in medienbiographischer Hinsicht besonders relevant, da sie zum Teil seit mehreren Jahren ausgestrahlt werden und viele Jugendliche mit diesen Angeboten im wahrsten Sinne „groß geworden“ sind.

Daily Soaps haben bislang in der medienpolitischen Diskussion jedoch nur wenig Beachtung gefunden. Das Kooperationsprojekt schließt hier eine Forschungslücke, indem das Zusammenwirken der beiden Genres in der Wahrnehmung von Jugendlichen näher untersucht wird. Neben einer Sekundärauswertung und Zusammenführung bereits vorhandener Daten und Ergebnisse wurden im Rahmen des Projektes auch Primärerhebungen (Gruppen- und Einzelinterviews sowie eine Explorativstudie zu begleitenden Online-Angeboten) durchgeführt.

Als ein zentrales Ergebnis der Studie hat sich gezeigt, dass die serielle Struktur der Daily Soaps zu einer höheren Bindung bei jugendlichen Nutzern führt, als sie von den Daily Talks erreicht wird. Entsprechend ist auch die Anschlusskommunikation im Internet aktiver und von mehr Eigeninitiative geprägt. Beide Genres, sowohl Daily Talks als auch Daily Soaps, werden jedoch von den Jugendlichen zur Information und Orientierung, aber auch zur Unterhaltung und zum Amüsement eingesetzt und vor dem Hintergrund spezifischer lebensweltlicher Bedingungen genutzt.

Die Ergebnisse sind in der Schriftenreihe Medienforschung der LfR als Band 38 unter dem Titel „Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen“ im Frühjahr 2001 erschienen.

Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern

Wolfgang Burkhardt, fokus Forschungsgruppe Kommunikation und Soziales, Rheinbach.
Projektlaufzeit: Oktober 1999 bis November 2000.



Eine zentrale Aufgabe im Rahmen der Medienkompetenzförderung muss es sein, Eltern bzw. Familien darin zu unterstützen, Medienkompetenz zu erlangen und zu vermitteln. Vor diesem Hintergrund hat die LfM im September 1999 ein Forschungsprojekt in Auftrag gegeben, das vor allem dazu dienen sollte, vorhandenes Wissen über die Medienerziehung in den Familien und die Bedeutung der Eltern im Prozess kindlicher Mediensozialisation und kindlichen Medienkompetenzerwerbs zu erfassen und auszuwerten. Darüber hinaus sollten vorhandene Konzepte medienbezogener Elternberatung umsetzungsbezogen aufbereitet werden, wobei besonders die Gruppe der so genannten „schwer erreichbaren“ Eltern in den Blick genommen wird.



Im Rahmen der Untersuchung wurden eine Literaturrecherche und -analyse mit den thematischen Schwerpunkten „Medienkompetenz von Eltern als pädagogische Schlüsselkompetenz“, „Familiäre Medienerziehung“, „Mediennutzung und Medienpräferenzen von Kindern“ durchgeführt. Dabei wurden auch die Positionen, Definitionsansätze, Aufgaben und Ziele der Medienpädagogik transparent gemacht. Im Rahmen eines Exkurses wurden Eltern- und Familientypologien aus vier wissenschaftlichen Disziplinen beschrieben. Diesen Typologien kam eine besondere Bedeutung für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Modelle zur Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern zu. Schließlich wurden im Rahmen der Studie Aspekte der Professionalisierung von Experten und der Qualifizierung von Nicht-Experten (Eltern) gegen-

übergestellt. Bisherige Konzepte der medienbezogenen Elternbildung wurden auf der Basis von Literaturanalysen, schriftlichen Befragungen von Dachorganisationen und Einzeleinrichtungen der Erwachsenen- und Familienbildung, einer Konzept- und Materialrecherche sowie Expertengesprächen umfassend dokumentiert.

Während für beratungsinteressierte Eltern kein Mangel an medienpädagogischen Materialien und Ratgebern existiert, sind diese Angebote vielfach zu wenig bekannt und werden nicht ausreichend genutzt, so ein Ergebnis der Studie. Zwar ist Dachorganisationen und Einzeleinrichtungen der Erwachsenenbildung die Bedeutung der Förderung kindlicher Medienkompetenz bewusst. Angebote in diesem Bereich bieten jedoch lediglich die Hälfte der Institutionen an. Einrichtungen, die hier nicht aktiv sind, führen an, dass sie hinsichtlich medienpädagogischer Beratung auf Ablehnung bei den Eltern stoßen oder sich nicht ausreichend über Möglichkeiten medienpädagogischer Information und Beratung informiert fühlen.

Auf dieser Grundlage wurden Modelle zur zielgruppenspezifischen Ansprache von Eltern entwickelt und weiterer Handlungsbedarf skizziert.

Die Ergebnisse des Projektes wurden der Öffentlichkeit am 2. April 2001 auf einer Medienpädagogischen Fachtagung in Köln zum Thema „Familie und Medien – Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern“ (LfR-Dokumentation, Band 18) vorgestellt und als Band 40 der Schriftenreihe Medienforschung der LfR unter dem Titel „Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern. Grundlagen, Konzepte und Zukunftsmodelle“ publiziert.

Medienkompetenz im digitalen Zeitalter

Prof. Dr. Klaus Peter Treumann, Prof. Dr. Dieter Baacke (†), Universität Bielefeld.
Projektlaufzeit: Dezember 1997 bis Juni 2000.

Während sich die LfM bereits in vielfältigen Forschungsprojekten mit der Förderung kindlicher Medienkompetenz in den Lebensbereichen Kindergarten, Schule und Familie beschäftigt hat, stand im Mittelpunkt des Forschungsprojektes „Medienkompetenz im digitalen Zeitalter“ das Medienhandeln und die Medienkompetenz der Erwachsenen. Ziel des Projektes war es, für die Zielgruppe der über 35-Jährigen die Bereitschaft zu ermitteln, sich im beruflichen und/oder privaten Bereich mit neuen Medien und neuen Kommunikationsdiensten auseinander zu setzen und vor diesem Hintergrund der Frage nachzugehen, ob sich hier eine Wissenslücke zwischen Nutzern und Nichtnutzern auf-tut, ob sich gleichsam ein Zwei-Klassen-System entwickelt, in dem Medienmüdigkeit und Medienkompetenz heterogen verteilt sind.

Die Untersuchung zeigt, dass sich die Medienkompetenz der Erwachsenen im Bereich der Alten Medien (Fernsehen, Hörfunk etc.) wesentlich homogener darstellt als im Bereich der Neuen Medien (Computer, Internet etc.). Bezogen auf die Anwendung neuer Medien und neuer Kommunikationsdienste konnten hingegen differenzierte Medienhandlungstypen ermittelt und somit ein Gefälle im Grad der vorhandenen Medienkom-

petenz der Erwachsenen identifiziert werden. Eine Bewertung der gesellschaftlichen Bedeutung dieser Wissenskluft ist allerdings schwierig, davon ausgehend, dass eine umfassende Medienkompetenz in einer zunehmend von Medien durchsetzten Gesellschaft immer wichtiger wird, sich aber nicht alle Menschen im gleichen Maße davon betroffen fühlen. Insbesondere ältere Menschen sind laut der Studie nicht davon überzeugt, dass die Entwicklung der neuen Medien ihr Berufs- oder Alltagsleben so bedeutsam verändern wird, dass sie die Notwendigkeit für Lernanstrengungen in diesem Bereich sehen.



In einem zweiten Teil der Studie wurde ermittelt, wie Medienkompetenz auch außerhalb der traditionellen Lernstätten Schule und Universität, z. B. durch Institutionen der Erwachsenenbildung erfolgreich vermittelt werden kann. Auf der Basis der ausführlich beschriebenen Nutzungsgruppen werden Empfehlungen für eine zielgruppenspezifische Weiterbildung entwickelt. Auf diese Weise werden Möglichkeiten und Angriffspunkte skizziert, um einer Ungleichverteilung von Medienmündigkeit und Medienkompetenz in der Gesellschaft entgegen zu wirken.

Die Ergebnisse des Forschungsprojektes sind in der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW als Band 39 unter dem Titel „Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie neue Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern“ erschienen.

Die Ergebnisse des Forschungsprojektes sind in der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW als Band 39 unter dem Titel „Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie neue Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern“ erschienen.

Medienerziehung in der Grundschule

*Prof. Dr. Gerhard Tulodziecki, Universität Bielefeld,
in Kooperation mit Prof. Dr. Ulrike Six, Universität Koblenz-Landau.
Projektlaufzeit: Juni 1998 bis März 2000.*

Die Entwicklung in der Medienlandschaft stellt eine Herausforderung für Erziehung und Bildung, für Schule und Unterricht dar. Trotz medienerzieherischer Vorgaben in Richtlinien und Lehrplänen und einer Fülle von Materialien zu deren Realisierung bleibt die Medienerziehung im schulischen Alltag oft unzureichend. Ein entscheidender Ansatzpunkt für Veränderungen liegt dabei in den Einstellungen, Kenntnissen und Motivationen der Lehrkräfte. Aufbauend auf dem Projekt „Medienerziehung im Kindergarten“ hat die LfM daher 1998 ein Forschungsprojekt „Medienerziehung in der Grundschule“ in Auftrag gegeben, um herauszufinden, warum trotz Normsetzungen und trotz mancher-

lei exemplarischer Projekte noch immer vielen Grundschulern keine fundierte Medienerziehung und Förderung von Medienkompetenz vermittelt wird. Auf der Grundlage der Ergebnisse sollten zudem Empfehlungen zur Verbesserung der Situation und zur Realisierung der Medienerziehung in der Grundschule erarbeitet und Konzepte zur curricularen Umsetzung entwickelt werden.

Die Projektergebnisse haben gezeigt, dass die Rahmenbedingungen für die Medienerziehung an Grundschulen oft unzureichend sind. Defizitär ist vor allem die Ausstattung der Schulen mit Geräten für die aktive Medienarbeit. Beispielsweise verfügen zwar 98% der Schulen über Fernseher und Videorecorder, aber nur 11% über eine Videokamera. Deutliche Ausstattungsdefizite gab es zum Zeitpunkt der Untersuchung auch (noch) bei Computern mit oder ohne Internet-Zugang – wenn sich hier mittlerweile auch Verbesserungen eingestellt haben. Schulische Besprechungen zu Medienfragen finden eher in einem informellen als in einem offiziellen Rahmen statt, obwohl in den Richtlinien und Lehrplänen Medienerziehung gefordert wird und ca. zwei Fünftel der Schulen die Medienerziehung als Bestandteil des Schulprogramms eingeführt haben oder in Zukunft einführen möchten.

Die befragten Lehrkräfte und Schulleitungen betrachten Medienerziehung als eine bedeutsame Aufgabe der Grundschule, die man nicht allein dem Elternhaus überlassen dürfe. Für die Schulleitung gilt als wichtig, die Kinder auch an die Arbeit mit dem Computer heranzuführen. Insgesamt geht es den Lehrkräften und Schulleitungen besonders darum, die Fähigkeit und Bereitschaft zu einem selbstbestimmten Umgang mit Medien zu entwickeln. Häufig fehlen den Lehrerinnen und Lehrern jedoch die Kompetenzen für eine Umsetzung. Dies zeigt sich u. a. in Unsicherheiten bei der Handhabung von bestimmten Medien. Mangelnde Kompetenzen zur Medienerziehung zeigen sich auch in unzureichenden Kenntnissen über die Mediennutzung von Kindern und über deren Einflüsse sowie in Ausbildungsdefiziten hinsichtlich der Gestaltung eines medienerzieherischen Unterrichts.



Im Vergleich zu der insgesamt großen Bedeutung, die der Medienerziehung zugemessen wird, fällt die tatsächliche Realisierung in der Schule relativ schwach aus. Medienerzieherische Ziele werden eher selten verfolgt, und es gibt nur wenige Projekte oder Unterrichtseinheiten zur Medienerziehung. Die befragten Lehrkräfte und Schulleitungen machen dafür neben fehlenden Kompetenzen sowie Ausbildungsdefiziten vor allem eine unzureichende Ausstattung und Zeitmangel verantwortlich. Zum Teil werden auch fehlende Motivation und das Gefühl zu schwacher

Einflussmöglichkeiten, die Überalterung des Kollegiums sowie fehlendes Unterrichtsmaterial als Gründe für eine unzureichende Umsetzung von Medienerziehung in der Grundschule genannt.

Die Untersuchung der Ausbildungssituation an Universitäten hat gezeigt, dass für angehende Grundschullehrerinnen und -lehrer im Vergleich zu früher zwar eine zunehmende Zahl von Veranstaltungen zu Medienthemen angeboten wird; der relative Anteil an der Gesamtzahl der Veranstaltungen (ca. 5% zu Medien generell und ca. 2% zu neuen Medien) reicht jedoch keineswegs aus, um allen Studierenden die Möglichkeit zum Erwerb der notwendigen Kompetenzen für eine Umsetzung medienerzieherischer Ziele in der Grundschule zu geben. Positiv ist allerdings zu vermerken, dass an den Universitäten ein offenes Klima für Medienfragen herrscht. Auch in den Studienseminaren gibt es eine große Diskrepanz zwischen dem, was die Seminarleitungen für die Medienerziehung als notwendig erachten, und dem, was tatsächlich umgesetzt wird. Dafür werden vorwiegend unzureichende Ausstattungen, mangelnde Kompetenzen bei den Haupt- und Fachseminarleitungen sowie andere Prioritäten verantwortlich gemacht.

Das Fortbildungsangebot im Bereich der Medienerziehung halten vielen Lehrkräfte noch für zu gering. Sie wünschen sich vor allem Angebote zur Arbeit mit computergestützten Medien, aber auch mit Video, Fernsehen, Hörmedien und Zeitung sowie zu konzeptionellen Aspekten von Medienerziehung und ihrer fachlichen und überfachlichen Umsetzung.

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass in der Qualifizierung der Lehrkräfte der Schlüssel zu einer verbesserten medienerzieherischen Praxis an Grundschulen liegt. Dabei sind sowohl für die Lehrerfortbildung – im Sinne kurzfristiger Wirksamkeit – als auch für die Lehrerausbildung – im Sinne längerfristiger Wirkungen – fördernde Aktivitäten notwendig. Eine dauerhafte Beratung und Unterstützung der Lehrkräfte sollte institutionell gesichert werden. Prozesse der Schulentwicklung sollten dabei durch curriculare Maßnahmen sowie durch die Förderung von Medienausstattung und Materialentwicklung begleitet werden. Dabei können die angestrebten – und notwendigen – Innovationen nach Meinung der Forscher längerfristig nur greifen, wenn es gelingt, ein angemessenes Verhältnis von Konzept-, Personal-, Organisations- und Ausstattungsentwicklung herzustellen.

Die Ergebnisse des Forschungsprojektes sind in der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW als Band 36 unter dem Titel „Medienerziehung in der Grundschule“ erschienen und wurden im Rahmen einer medienpädagogischen Fachtagung im September 2000 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Talkshows im Alltag von Jugendlichen

*PD Dr. Ingrid Paus-Haase, Universität Salzburg;
Dr. Uwe Hasebrink, Hans-Bredow-Institut, Hamburg;
Dr. Uwe Mattusch, Universität Siegen.
Projektlaufzeit: Oktober 1997 bis Juni 1999.*

Ausgangspunkt der Studie, die die LfM gemeinsam mit der LPR Rheinland-Pfalz vergeben hat, war die anhaltende Diskussion um die täglichen Talkshows im Nachmittagsprogramm des Fernsehens. Angesichts der besonderen Realitätsausschnitte und Darstellungsformen in den Daily Talks werden diese speziell im Hinblick auf Kinder und Jugendliche, deren Identitätsentwicklung noch nicht abgeschlossen ist, problematisiert. Ziel des Projektes war es, die Nutzung und Bewertung täglicher Talkshows durch Kinder und Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren vor dem Hintergrund des jeweiligen sozialen Kontextes (Familie, Freundeskreis, Schule usw.) zu erfassen und dabei sowohl auf Nutzungsmotive als auch auf (mögliche) Wirkungen der Rezeption von Talkshows einzugehen. Die Studie umfasst Produktanalysen, Sekundärauswertungen von GfK-Daten, quantitative und qualitative Befragungen sowie Fallstudien. Auf dieser Grundlage wird das Phänomen „Talkshows“ mit Blick auf Handlungsoptionen der Anbieter, der Medienpädagogik, der Medienpolitik und der Öffentlichkeit diskutiert.



Die Untersuchung hat gezeigt, dass die täglichen Talkshows in der jugendlichen Fernsehnutzung zwar nicht im Mittelpunkt stehen, aber auf erhebliches Interesse bei den Jugendlichen stoßen. Dabei fällt die Haltung, mit der sich die Jugendlichen diesen Angeboten nähern, in Abhängigkeit von Geschlecht und Bildung sowie von weiteren Alltagsbedingungen sehr unterschiedlich aus. Aus diesen verschiedenen Rezeptionshaltungen ergeben sich sehr unterschiedliche Voraussetzungen für einen möglichen Einfluss der Themen und Darstellungsformen der täglichen Talkshows auf die Realitätswahrnehmung von Jugendlichen. Im Hinblick auf die Verantwortlichkeit der Fernsehveranstalter wie auch auf die Förderung von Medienkompetenz ist dabei entscheidend, dass

Jugendliche die Angebote der Talkshows in nennenswerter Zahl zur eigenen Orientierung nutzen: Welche Themen dort in welcher Form verhandelt werden, bleibt also auch im Hinblick auf die mögliche Orientierungsfunktion für Jugendliche kritisch zu begleiten. Andererseits zeigen die Ergebnisse auch, wie souverän viele Jugendliche die den Talkshows zugrunde liegenden Inszenierungsmuster durchschauen und diesen Angeboten entsprechend nur eine sehr begrenzte, jedenfalls nicht unreflektierte Orientierungsfunktion zubilligen.

Im Rahmen eines gemeinsamen Specials der Landesanstalt für Medien NRW und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) auf dem Medienforum in Köln wurden die Projektergebnisse am 16. Juni 1999 erstmals der Öffentlichkeit und der Presse vorgestellt. Darüber hinaus sind die Ergebnisse als Band 32 der Schriftenreihe Medienforschung der LfR im September 1999 veröffentlicht worden („Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung“).

Auf der Grundlage der Erkenntnisse des Forschungsprojektes wurden im Auftrag der LPR und der LfM Unterrichtsmaterialien zum Thema Talkshows entwickelt.

Medienerziehung im Kindergarten

*Prof. Dr. Ulrike Six, Universität Koblenz-Landau,
Institut für Kommunikationspsychologie/Medienpädagogik.
Projektlaufzeit: Januar 1997 bis Juli 1998.*

Das Thema Medienerziehung im Kindergarten begleitet die LfM seit vielen Jahren. So hat die LfM bereits 1989 eine medienpädagogische Fachtagung zum Thema „Medienerziehung im Kindergarten: Neue Herausforderungen durch private Programme?“ veranstaltet (LfM-Dokumentationen, Bd. 3). Im Jahr 1989 war die Feststellung, dass Kindheit weitgehend zur Medienkindheit werde, noch relativ neu. Angesichts der gravierenden Veränderungen des Medienmarktes in den 90er Jahren ist sie mittlerweile zu einem Gemeinplatz geworden. Mit Blick auf die aktuelle Entwicklung der Medienlandschaft – als Stichworte seien Digitalisierung, Multimedia und Online-Dienste genannt – wird die Nutzung der Medien durch Vorschulkinder zunehmend an Bedeutung gewinnen. Vor diesem Hintergrund hat sich auch der Kindergarten den Herausforderungen der sich entwickelnden Medienwelt mit den ihm eigenen Mitteln zu stellen.

Die Landesanstalt für Medien hat deshalb das Thema „Medienerziehung im Kindergarten“ noch einmal grundsätzlich aufgreifen wollen und 1996 Frau Professor Six mit der Studie „Medienerziehung im Kindergarten“ beauftragt. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde analysiert, wie und in welchem Ausmaß Erzieherinnen in Kindergärten medienbezogene Probleme von Kindern und Anforderungen an die Medienerziehung im Kindergarten wahrnehmen, wie sie mit ihnen umgehen und welche medienpädagogischen Leitvorstellungen sie präferieren. Darüber hinaus wurde die medienpädagogische Ausbildung von Erzieherinnen untersucht. Die Forschungsergebnisse wurden Ende 1998 der Öffentlichkeit vorgestellt und haben sowohl in der Fachöffentlichkeit als auch auf Seiten der Politik eine kontroverse Debatte über das Thema ausgelöst.

Die Situationsanalyse belegt anschaulich die Defizite und Probleme im Bereich der Praxis der Medienerziehung im Kindergarten sowie im Bereich der Ausbildung von Erzieherinnen. So zeigt die Studie, dass die Entwicklung bezüglich der elektronischen Medien im Kindergartenbereich bisher weitgehend nicht wahrgenommen bzw. für die eigene pädagogische Arbeit ausgeblendet wird. Viele Erzieherinnen sind nur unzureichend mit dem Begriff Medienerziehung vertraut, kennen den kindlichen Fernsehkonsum, seine Hintergründe und Auswirkungen nur wenig und haben eine negative Einstellung zu Medien und zum kindlichen Umgang mit Medien. Dementsprechend wird auch nur wenig Medienerziehung im umfassenden Sinne in den Einrichtungen praktiziert. Die Notwendigkeit von Medienerziehung wird im Vergleich zu anderen Erziehungsbereichen (wie etwa Kreativitätserziehung oder Bewegungserziehung) als relativ unwichtig eingestuft. So werden konkrete medienerzieherische Maßnahmen nur selten gezielt geplant und wenig praktiziert. Hinzu kommt, dass die Ausstattung der Kindergärten in Nordrhein-Westfalen mit elektronischen Medien zum Zeitpunkt der Erhebung nur als schlecht bezeichnet werden kann. So halten es die befragten Erzieherinnen für dringend notwendig, dass sie Informationen zum Medienverhalten von Kindern und zu Medienwirkungen auf Kinder erhalten. Sie wünschen sich darüber hinaus Hilfestellungen zur Praxis der Medienerziehung im Kindergarten.



Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der LfM, gemeinsam mit anderen hierfür verantwortlichen Institutionen, Medienerziehung im Kindergarten verstärkt zu etablieren. Zu diesem Zweck hat die LfM gemeinsam mit dem Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit NRW von 1999 bis 2004 eine Fortbildungsinitiative zur Medienerziehung in Kindergarten und Hort durchgeführt.

Darüber hinaus hat die Landesanstalt für Medien eine medienpädagogische Fachtagung zum Thema „Medienerziehung im Kindergarten“ veranstaltet und unter dem Titel „... damit Kinder fernsehen lernen“ (LfR-Dokumentationen, Bd. 13) dokumentiert. Die Tagungsdokumentation enthält eine zusammenfassende Darstellung der wichtigsten Ergebnisse der Kindergartenstudie von Frau Prof. Six u. a., die weiteren Vorträge, die im Rahmen der Veranstaltung gehalten wurden, eine Dokumentation der Podiumsdiskussion sowie eine Literaturdokumentation zum Thema. Die Publikation, die wie üblich kostenlos zur Verfügung gestellt wird, erlaubt allen Interessierten einen schnellen Einstieg in das Thema. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse der Studie umfassend als Band 28 der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW unter dem Titel „Medienerziehung im Kindergarten“ veröffentlicht.

Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen

*Prof. Dr. Bettina Hurrelmann, Michael Hammer, Klaus Stelberg, Universität Köln, Arbeitsstelle für Leseforschung und Kinder- und Jugendmedien (ALEKI).
Projektlaufzeit: November 1992 bis Juli 1995.*

Fernsehen ist nach wie vor das Leitmedium für Kinder. Dennoch hat sich in den letzten Jahren vieles geändert: Das Programmangebot ist im Kampf um die Zuschauer aggressiver geworden. Das gilt nicht nur für Kinder als Adressaten, sondern auch für ein gemischtes Publikum aus Erwachsenen und Kindern in der Familie. Fernsehen bietet sich mit Nachdruck als Familienmitglied an.

Die Studie beschreibt den Fernsehalltag von Eltern und Kindern in verschiedenen Familienformen und geht der Frage nach, welche pädagogischen Probleme sich ergeben und wie man die Bereitschaft der Familie zu einer aktiven Medienerziehung unterstützen kann. In der Untersuchung wurden die Ursachen, die soziale Verteilung der Problemlagen und die zusätzlichen Erziehungsanforderungen in Familien in Folge des veränderten Fernsehprogrammangebots analysiert sowie Methoden, Konfliktstrategien und Erfolge verschiedener Familienformen beim Umgang mit diesen Problemlagen vorgestellt.

Die Ergebnisse des Forschungsprojektes sind in der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW als Band 20 unter dem Titel „Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen“ erschienen und wurden im Rahmen einer medienpädagogischen Fachtagung im April 1996 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Informations- und Beratungsangebote

Medienpädagogischer Atlas NRW

Der Medienpädagogische Atlas NRW (MPA) ist eine Online-Datenbank mit Einrichtungen, Initiativen, Schulen, Gruppen und Vereinen, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch arbeiten und mit ihren Angeboten und Aktivitäten medientheoretische sowie medienpraktische Kompetenzen vermitteln.

Die Daten des Medienpädagogischen Atlas NRW werden im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) kontinuierlich durch das Adolf Grimme Institut aktualisiert.

Nach Stichworten und Regionen geordnet findet der Nutzer beispielsweise Medien- und Radiowerkstätten, Computer- und Multiplikatoren-ausbildungen, medienpädagogische



Einrichtungen der Jugend- und Sozialarbeit, Mediotheken und vieles mehr. Mitarbeiter in Jugend- und Weiterbildungseinrichtungen, Pädagogen, Schüler, Studenten, Eltern und Kinder können mit dem MPA

eigene Ideen (weiter-)entwickeln, Anlaufstellen aufspüren, Beratung und Unterstützung finden und nach Kooperationsmöglichkeiten suchen.

Darüber hinaus verfolgt der MPA das Ziel, Kooperationen unter den Anbietern zu initiieren, andere Vermittler von Medienkompetenz kennen zu lernen und im Vergleich mit anderen Angeboten den eigenen Service zu reflektieren.

Seit Anfang 2002 präsentiert der MPA zusätzlich eine monatlich wechselnde ausgewählte Einrichtung, die sich durch ihre herausragende Arbeit oder besonders originelle Projekte auszeichnet oder aktuelle bemerkenswerte Veranstaltungen und Aktionen durchführt. Vier Wochen lang stellt der MPA diese Einrichtung mit einer etwas ausführlicheren Darstellung an besonders prominenter Stelle vor.

Eine Praktikumsbörse mit regionalen Such- und Blätterfunktionen ermöglicht auf der Basis der vorhandenen Einträge einen Überblick über medienpädagogische Praktikumsplätze in NRW und erleichtert so die Kontaktaufnahme.

www.medienkompetenz-atlas-nrw.de

***mekonet* – das Medienkompetenz-Netzwerk in Nordrhein-Westfalen**

Das Medienkompetenz-Netzwerk versteht sich als disziplinenübergreifendes Kompetenznetzwerk für die Vermittlung von Medienkompetenz in NRW. Sein Ansatz: Unterschiedlichste Institutionen verfügen bereits über Erfahrungen und weitreichende Kompetenz in Sachen Medienkompetenzvermittlung. Diese gilt es produktiv zu nutzen. In *mekonet* werden sie vernetzt und kommen über den netzwerkinternen Erfahrungsaustausch den unterschiedlichen Kooperationspartnern zugute – jenseits der klassischen institutionellen Zuordnung. Daher ist es gerade die Vielfalt der an *mekonet* beteiligten Einrichtungen, welche diesen Austausch fachlicher und projektbezogener Erfahrungen auszeichnet und neue Perspektiven für die Kooperationspartner eröffnet.

Im Wesentlichen zählen fünf Partnergruppen zum Netzwerk, die Medienkompetenz in den genannten Bereichen fördern: Arbeitsämter, Bibliotheken/Büchereien, Institutionen/Verbände/Vereine, Bürgerfunk/Offene Kanäle, Regionalstellen Frau und Beruf sowie Volkshochschulen.

Kommunikation und Austausch der Partner untereinander stehen im Vordergrund der Netzwerkarbeit und werden durch konkrete, auf die Bedürfnisse der Partner angepasste Informationsmaterialien und Serviceleistungen bereichert. Die bisherige Aufbauarbeit des Projektes hat gezeigt, dass die Aufbereitung von Informationen und konkrete Serviceleistungen von besonderem Wert für die Teilnehmer des Netzwerkes sind. Herausragend ist dabei der Grundbaukasten Medienkompetenz. Er bietet Informationsquellen und Recherchemöglichkeiten zur Medienkompetenz im Internet. Als Teil des Gesamtprojektes *mekonet* stellt der Baukasten eine Positivselektion von vorhandenen Materialien, Netzadressen, beispielhaften Projekten und Institutionen im Bereich Medienkompetenz dar. Er unterstützt durch seine Struktur und Inhalte die Orientierung auf dem Gebiet der Medienkompetenz für unterschiedliche Zielgruppen. Die im Grundbaukasten enthaltenen Elemente besitzen einen einführnden Charakter, sind aktuell und decken möglichst konkrete zielgruppenspezifische Bedürfnisse ab. Sie bieten kommentierte Informationen, die übersichtlich und anwenderfreundlich aufbereitet sind.



Zu den Serviceangeboten gehören weiterhin:

- die Produktion der thematischen Handreichungen „*mekonet* kompakt“ zu unterschiedlichen Themen (z. B. Familie und Medien, Datenschutz, berufliche Qualifizierung, e-Learning etc.)

- der Versand von Servicematerialien
- die redaktionell betreute Webpräsenz (unter www.mekonet.de), die den Kooperationspartnern eine Plattform zur Selbstdarstellung (Projekt/Interview des Monats) bietet sowie – über ein spezielles Redaktionssystem – die Möglichkeit eröffnet, auf eigene Aktivitäten hinzuweisen („Angebote vor Ort“)
- der alle sechs Wochen erscheinende *mekonet* Newsletter für Kooperationspartner und für Interessierte (derzeit über 500 Abonnenten)
- ein permanent betreutes Hotline-Angebot
- die Organisation und Durchführung von Workshops (in der Regel korrespondierend zu den Handreichungsthemen)
- und eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit – einschließlich der Projektpräsentation auf Messen.

mekonet hilft beim Aufbau z. B. regionaler Kooperationen seiner Projektpartner. Eine finanzielle Förderung kann durch *mekonet* nicht geleistet werden. Da viele Netzwerkpartner keine oder kaum Erfahrungen im Einwerben von Drittmitteln haben, bereitet *mekonet* Informationen und Tipps z. B. zur Finanzierung durch Sponsoring auf und trägt insofern dazu bei, dass die Kooperationspartner in ihrer Drittmittelanwerbung zielgerichteter auftreten und kreative Ideen zur Mittelgewinnung entwickeln können. Workshops widmen sich u. a. auch der Darstellung der Projekte, die Netzwerkpartner durchführen. Dies trägt dazu bei, dass erfolgreiche Konzepte von anderen aufgegriffen werden. Transparenz und Weitergabe von Erfahrungs-Know-how führen zu einer wechselseitigen Stärkung der Partner untereinander und dienen insofern der Förderung von Medienkompetenz in NRW.

Vor allem aber gilt: „Je aktiver sich die Kooperationspartner ins Netzwerk einbringen, umso größer ist der Nutzen, den alle Kooperationspartner daraus ziehen können“. Das *mekonet* Team nimmt Fragen und Bedürfnisaussagen entgegen. Das Projektbüro versteht sich als eine Art kommunikative Drehscheibe. Es hilft den *mekonet* Partnern, die bestimmte Fragen haben, aber nicht wissen, an wen sie sich wenden können, im Netzwerk einen geeigneten Ansprechpartner für ihre Belange zu finden.

mekonet übernimmt insofern vermittelnde Aufgaben und initiiert Kontakte der Partner untereinander. Wenn beispielsweise konzeptionelle oder personelle Unterstützung (Referenten) für die Organisation von Veranstaltungen gefragt ist, wird versucht, netzwerkinterne Kontakte zu nutzen, die dem anfragenden Partner bei seiner Suche behilflich sind oder seine Bedarfe direkt befriedigen können.

mekonet wurde 1998 von der Staatskanzlei NRW und der Landesanstalt für Medien NRW initiiert und seitdem auch gemeinschaftlich finanziert. Die Projektleitung von *mekonet* wird von der ecmc GmbH wahrgenommen.

Das Medienkompetenz-Netzwerk NRW hat sich mittlerweile als feste Größe der Medienkompetenzvermittlung etabliert: Mehr als 170 Kooperationspartner bilden ein immer dichteres Netzwerk in NRW. 2003 ist *mekonet* als ressortübergreifendes Leitprojekt des Landes NRW zur Förderung von Medienkompetenz ausgewählt worden. Die Bekanntheit des Projektes geht weit über die Landesgrenzen Nordrhein-Westfalens hinaus.

www.mekonet.de

Grundbaukasten Medienkompetenz im Rahmen des Projektes mekonet

Der Grundbaukasten Medienkompetenz bietet Informationsquellen und Recherchemöglichkeiten zur Medienkompetenz im Internet. Als Teil des Gesamtprojektes *mekonet* stellt der Baukasten eine Positivselektion von vorhandenen Materialien, Netzadressen, beispielhaften Projekten und Institutionen im Bereich Medienkompetenz dar. Er unterstützt durch seine Struktur und Inhalte die Orientierung auf dem Gebiet der Medienkompetenz für unterschiedliche Zielgruppen. Die im Grundbaukasten enthaltenen Elemente besitzen einen einführnden Charakter, sind aktuell und decken möglichst konkrete zielgruppenspezifische Bedürfnisse ab. Sie bieten kommentierte Informationen, die übersichtlich und anwenderfreundlich aufbereitet sind.



Das Internetangebot des Grundbaukastens wird ständig aktualisiert und ist unter der Adresse www.mekonet.de/indexbaukasten.htm oder über die Homepage der LfM abrufbar.

Zusätzlich wurde 2002 der Grundbaukasten Medienkompetenz in der 2. Auflage als Buch herausgegeben. Es beinhaltet in Anlehnung an die

Homepage des Grundbaukastens eine systematisierte und kommentierte Materialsammlung zum Themenbereich Medienkompetenz. Multiplikatoren und Interessenten haben die Möglichkeit, das Buch zum Preis von € 28,- zzgl. Versandkosten im

Internet über www.libri.de/Books on Demand oder im Buchhandel zu erwerben.

Die LfM hat die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH in Marl erstmals 1997 mit der Erstellung des Grundbaukastens Medienkompetenz im Rahmen des Projektes *mekonet* beauftragt. Für die LfM bietet der Grundbaukasten die Möglichkeit, auch innerhalb der eigenen Aufgabenbereiche, Wissensbestände und Aktivitäten sinnvoll miteinander zu verknüpfen. Vorbildliche Projekte, weiterführende Forschungsergebnisse etc. können über den Grundbaukasten kurzfristig allgemein verfügbar gemacht werden. Somit ist ein schneller Eingang in einem zentralen Wissensbestand gewährleistet.

über www.mekonet.de

Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW

In NRW existieren bereits zahlreiche Aktivitäten und Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz mit unterschiedlichen Reichweiten (landesweit, regional, lokal), unterschiedlichen Zielgruppen und Inhalten. Da bislang keine übergreifende Veröffentlichung dieser Projekte verfügbar ist, die in geeigneter Form präsentiert, welche Projekte für welche Zielgruppe zur Förderung von Medienkompetenz vorhanden sind, ist es kaum möglich, einen Überblick zu erhalten. Zwar gibt es eine Reihe spezieller Websites wie zum Beispiel den „Medienpädagogischer Atlas NRW“ oder den „Grundbaukasten Medienkompetenz“, die über einzelne Einrichtungen, Initiativen oder Projekte informieren. Übergreifende Informationen zu den Medienkompetenzprojekten, die mit öffentlichen Mitteln gefördert werden, stehen bislang aber nicht zur Verfügung.

Ziel der Plattform ist es, eine möglichst vollständige Sammlung aller (nichtkommerziellen) Projekte und Initiativen in NRW zu präsentieren, die sich mit der Förderung und Verbreitung von Medienkompetenz beschäftigen. Zum Start enthält die Projektdatenbank mehr als 700 Einträge, die die Bandbreite der entsprechenden Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen belegen – ein für NRW bisher einmaliges Angebot. Die Datenbank erlaubt es, nach individuell kombinierbaren Kriterien, nach speziellen Inhalten von Projekten, nach Auftraggeber, Zielgruppen oder Reichweiten zu suchen.

Anbieter und Auftraggeber von Medienkompetenz-Projekten haben die Möglichkeit, interessante Projekte nicht nur zu recherchieren, sondern auch eigenständig ihre Datensätze einzutragen und zu editieren.

Die Datenbank soll ein gemeinsames Instrument für all jene sein, die in NRW an ähnlichen Projekten arbeiten. Sie soll helfen, die verschiedenen Bemühungen noch stärker ineinander greifen zu lassen und zu neuen Kooperationen anregen. In NRW aktive

Institutionen können die Datenbank als Informations- und Kommunikationsmittel nutzen. Darüber hinaus wird die interessierte Öffentlichkeit auf die vielfältigen Projekt- und Beteiligungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht.

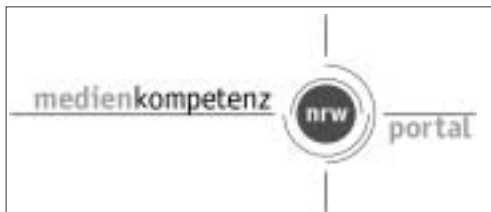
Das Internetangebot wurde im Auftrag der LfM von der ecmc GmbH als leistungsfähige Datenbanklösung entwickelt, die ein detailliertes Durchsuchen der vielfältigen Projekte und ein schnelles Auffinden der gewünschten Information gleichzeitig gewährleistet – und dies gepaart mit leichter Benutzbarkeit und barrierefreier Programmierung.

Die Landesanstalt für Medien NRW kooperiert bei diesem Projekt mit dem Arbeitskreis Medienkompetenz der Ressorts des Landes NRW (AKMK).

www.medienkompetenz-projekte-nrw.de

Medienkompetenzportal NRW

Mit dem Aufbau des Internetportals „www.medienkompetenz-portal-nrw.de“ wird eine zentrale Anlaufstelle im Netz geschaffen, die dazu dient, die Informationen zum Thema „Medienkompetenz in NRW“ zu bündeln, transparent zu gestalten und schnell und direkt verfügbar zu machen. Das Portal richtet sich insbesondere an zwei Zielgruppen: Zum einen will es landesweite, aber auch regional und lokal agierende Institutionen, die Medienkompetenz in NRW fördern, bei ihrer Planungsarbeit unterstützen. Zum anderen wendet es sich an Multiplikatoren, die Medienkompetenz an Dritte weitervermitteln möchten.



Dies können Pädagogen, Lehrer, aber auch Referenten im Bereich der Weiterbildung sein. Darüber hinaus soll die Plattform auch Vertretern aus Wissenschaft und Forschung, Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Politik wie auch all-

gemein allen interessierten Bürgerinnen und Bürgern dazu verhelfen, sich gezielt und umfassend über medienkompetenzfördernde Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen zu informieren. Den Interessierten wird dabei ein schneller Zugriff auf eine breite Datenpalette ermöglicht, die Auskunft gibt über Inhalte, Projekte und Institutionen im Bereich der Medienkompetenz in NRW.

Kernstück des Portals ist eine kommentierte Linksammlung, die auf vorhandene Datenbanken zum Thema Medienkompetenz in NRW verweist. Konkret wird dabei auf die folgenden Angebote verlinkt:

- **Institutionen: Medienpädagogischer Atlas NRW (MPA)**
Hierbei handelt es sich um eine Onlinedatenbank mit Einrichtungen, Initiativen, Gruppen und Vereinen, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch arbeiten und mit ihren Angeboten und Aktivitäten medientheoretische sowie medienpraktische Kompetenzen vermitteln (vgl. Seite 41 f).
- **Projekte: Datenbank „Medienkompetenzprojekte in NRW“**
Die Datenbank informiert über ca. 560 in Nordrhein-Westfalen durchgeführte Projekte zu Medienkompetenzthemen. Auf diese Weise soll das bereits existierende Engagement im Bereich Medienkompetenz transparenter gemacht werden. Der Bekanntheits- und Wirkungsgrad der Projekte soll erhöht werden (vgl. Seite 45 f).
- **Bürgermedien: Internet-Seite www.buergermedien.de**
Mit der Internet-Seite www.buergermedien.de steht eine Plattform zur Verfügung, die grundsätzliche Informationen zur partizipativen Medienarbeit und zu den Zugangsmöglichkeiten zu den Bürgermedien vermittelt. Sie enthält außerdem Informationen der LfM über die Förderung der Bürgermedien, bietet eine Adressenliste aller anerkannten Radiowerkstätten für den Bürgerfunk und der Arbeitsgemeinschaften für Offene Kanäle und weist auf aktuelle Veranstaltungen hin. In Zukunft wird zudem die Möglichkeit bestehen, ausgewählte Produktionen der Bürgermedien abzurufen (vgl. Seite 98 f).
- **Netzwerk: *mekonet* – Medienkompetenznetzwerk Nordrhein-Westfalen**
Dem Medienkompetenznetzwerk gehören derzeit ca. 180 Institutionen an. Es will insbesondere dazu beitragen, dass diese teilweise sehr unterschiedlich ausgerichteten Institutionen ihre Erfahrungen und ihr Wissen im Bereich der Förderung von Medienkompetenz austauschen, um es so auch für Dritte nutzbar zu machen. *mekonet* will Kooperationen zwischen Partnern vor Ort anregen und durch den Austausch von Erfahrungen Synergien erschließen (vgl. Seite 42 ff).
- **Zugang: Datenbank „Öffentlicher Internetzugang in NRW“**
In der Datenbank der Stiftung „Digitale Chancen“ sind bundesweit alle Einrichtungen verzeichnet, in denen man öffentlich das Internet kennen lernen und nutzen kann. Insbesondere Jugendliche, aber auch alle anderen Nutzergruppen können hier nach einer Einrichtung in Ihrer Nähe suchen und Informationen über die Öffnungszeiten, ggf. Preise für freies Surfen oder Einführungskurse, Zielgruppen, besondere Ausstattung z. B. für Menschen mit Behinderungen etc. erhalten.

www.medienkompetenz-portal-nrw.de
Kontakt: medienkompetenz@lfm-nrw.de

Internetplattform Internet-ABC

Seit langem warnen Experten vor einer drohenden digitalen Spaltung, vor der Entstehung einer Zwei-Klassen-Gesellschaft, in der die Kompetenzen im Umgang mit den neuen Medien und Kommunikationstechniken extrem ungleich verteilt seien. Mit Blick auf diese drohende digitale Spaltung der Gesellschaft sind Aktivitäten zur Förderung der Computer- und Internetkompetenz von hoher Bedeutung.



Das „Internet-ABC“ will Medienkompetenz auf breiter gesellschaftlicher Ebene fördern. In einem Medium, in dem die bisherigen Mechanismen zum Schutz der Jugend weniger greifen, will das Projekt die

Selbstverantwortung der Nutzer stärken: Nur wer die Mechanismen des Internet kennt, kann daran teilhaben, verantwortlich handeln und souverän entscheiden. Das Ziel des „Internet-ABC“ lautet „user empowerment“.

Das „Internet-ABC“ will als zentraler Ratgeber im Netz konkrete Hilfestellung und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet anbieten. Die werbefreie und leicht zugängliche Plattform richtet sich an Kinder von 6 bis 12 Jahren, Eltern und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden.

Kindern im Alter von sechs bis zwölf Jahren bietet das „Internet-ABC“ ein Angebot, das Internet-Kompetenz spielerisch ausbildet. Sie finden im „Internet ABC“ einen Raum zum Lernen, Erproben und Spielen, um sich gefahrlos mit dem Internet vertraut zu machen. Sie können sich Schritt für Schritt Grundlagen aneignen z. B. zu Suchmaschinen, E-Mail, Chat und Multimedia. Sie können ihr Wissen im Surfschein testen, im Online-Malkasten kreativ werden oder üben, wie man zielgerichtet Informationen einholt. Zudem ermöglicht eine Liste empfehlenswerter Internet-Kinderseiten ein unterhaltsames und lehrreiches Surfen.

Auf den Erwachsenen-Seiten des „Internet-ABC“ erhalten besonders Eltern und Pädagogen mit wenig Interneterfahrung Hilfestellung. Sie können ebenfalls einen Netz-Führerschein machen und ihre Internet-Kenntnisse testen. Aber auch fortgeschrittene Nutzer finden Tipps zur gezielten Internet-Nutzung und Hintergrund-Informationen zu neuen Entwicklungen.



Darüber hinaus will das „Internet-ABC“ Erwachsene in ihrer Rolle als Eltern und Pädagogen dabei unterstützen, Kinder sicher in die Nutzung des Internet einzuführen –



z. B. mit Empfehlungen für den Einsatz geeigneter Filtersoftware, mit der jugendgefährdende Internet-Inhalte auf dem Computermonitor ausgeblendet werden können. Ein Ratgeber informiert, wie man illegale Inhalte einer Hotline meldet, die diese dann an die Aufsichtsinstanzen weiterleitet. Ein weiteres Angebot besteht in einer

Datenbank, in der nach altersgerechter Spiel-, Lern- und Kreativsoftware für Kinder gesucht werden kann. Lehrer erhalten gezielte Praxisideen zur Einbindung des Internet in den Unterricht.

Im Dezember 2003 verlinkten ca. 1.200 Websites auf das „Internet-ABC“.

Herausgeber des „Internet-ABC“ ist der Verein Internet-ABC e.V. Ursprünglich wurde das Projekt im Jahr 2000 von der Bertelsmann Stiftung, der Landesanstalt für Medien (LfM) sowie der Heinz Nixdorf Stiftung initiiert.

www.internet-abc.de

Kontakt: internet-abc@lfm-nrw.de

FLIMMO – Programmberatung für Eltern

Ziel des FLIMMO ist es, Eltern und Erziehenden die Sichtweisen der Kinder auf Fernsehangebote nahe zu bringen und ihnen Mut für eine Fernseherziehung zu machen, die die Kompetenz der Kinder fördert. FLIMMO vermittelt zwischen den Wünschen der Kinder und den Sorgen, die Eltern in Bezug auf das Fernsehen haben. Dazu betrachtet FLIMMO das Fernsehen aus Kindersicht und erklärt, welche Wünsche Kinder zwischen 3 und 13 Jahren an das Fernsehen herantragen, welche Fähigkeiten sie haben, das Gesehene zu verarbeiten und welche Fernsehangebote für sie heikel oder gar problematisch sein können.

In Beiträgen „Rund ums Fernsehen“ verwertet der FLIMMO Erkenntnisse aus Forschung und pädagogischer Praxis und fragt regelmäßig nach den Fernsehvorlieben der Kinder. Hier werden Themen behandelt wie zum Beispiel das Interesse von Kindern an Talkshows, inwieweit Merchandising den Kinderalltag prägt und wie Eltern damit umgehen können oder warum Kinder Fernsehhelden brauchen. Neben diesen in Leitartikeln aufbereiteten Themen gibt es Tipps zur Fernseherziehung und zur Verarbeitung kindlicher Fernseherlebnisse.



Der FLIMMO wird auf zwei Vertriebswegen angeboten:

Die *FLIMMO-Broschüre* berücksichtigt alle kinderrelevanten Sendungen, die von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, RTL II, Kabel 1 und Super RTL montags bis sonntags zwischen 06:00 und 22:00 Uhr regelmäßig mindestens einmal monatlich ausgestrahlt werden. Der Kinderkanal wird hierbei nicht wie andere Sender behandelt. Da er ausgewiesenes Kinderprogramm bietet, gibt es im FLIMMO eine eigene Kinderkanalseite.

Die Broschüre, die drei Mal pro Jahr erscheint, wird bundesweit kostenlos an Kindergärten, Schulen, Apotheken, Kirchengemeinden, Beratungsstellen und andere Einrichtungen versandt. Für Elternabende können außerdem größere Stückzahlen bestellt werden. Eltern erhalten auf Anfrage ein Ansichtsexemplar und können den FLIMMO für € 6,- (Zuschuss für Druck- und Versandkosten) bei der Programmberatung für Eltern e.V. über flimmo@blm.de abonnieren (vgl. Seite 120 f).

In *FLIMMO ONLINE* (www.flimmo.de), das 14-tägig aktualisiert wird, werden außer regelmäßigen Sendungen auch Spielfilme und Dokumentationen besprochen. Darüber hinaus sind hier alle medienpädagogischen Beiträge aus den bisher erschienenen Broschüren abzurufen.



Herausgeber des FLIMMO ist der 1996 gegründete Verein „Programmberatung für Eltern e.V.“. Mitglieder des Vereins sind Institutionen, die ihre Erfahrungen in der Vermittlung von Medienkompetenz einbringen. Dies sind zunächst 14 Landesmedienanstalten, unter ihnen die Landesanstalt für Medien NRW. Außerdem gehören dem Verein an: Die Karl

Kübel Stiftung für Kind und Familie in Benzheim und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayerischen Rundfunk (IZI). Der Verein wird über Beiträge seiner Mitglieder finanziert, was eine kostenlose Verteilung des FLIMMO ermöglicht.

Mit der Projektdurchführung hat der Verein das Münchner „JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis“ beauftragt. Grundlage für den FLIMMO sind Forschungsergebnisse des JFF zur Fernsehrezeption von Kindern.

Bezugsmöglichkeiten:

Programmberatung für Eltern e.V.
Postfach 801344
81613 München
Telefon: 089 / 63808-280
E-Mail: flimmo@blm.de

www.flimmo.de
Kontakt: flimmo@blm.de

ISM (Informationssystem Medienpädagogik)

Ziel des Informationssystems Medienpädagogik/ISM ist die Bereitstellung von Daten und Informationen zu Themengebieten wie Medienpädagogik und Mediendidaktik, Medienkompetenz, Medienforschung, Medienpolitik und Medienentwicklung, Kinder- und Jugendfernsehen, Internet in Bildung und Ausbildung, Computer und Schule, Medien für die Unterrichtspraxis, Lesen und Leseförderung und Jugendmedienschutz. Hierzu werden fachlich relevante Publikationen, Lehr- und Lernmedien, aber auch Forschungsprojekte erschlossen und in Form von Datenbanksystemen angeboten. Das ISM-Angebot umfasst sechs Datenbanken und ermöglicht Recherchen in vielfältiger Kombination.

Gesucht werden kann u. a. nach Personen, Herausgebern, Erscheinungsjahr, Schlagworten, Fachthematiken, Titel und Kurztitel. Enthalten ist außerdem eine Version des Grundbalkastens Medienkompetenz.

Für Schulen, Bildungseinrichtungen, Pädagogen und Wissenschaftler ist die CD-ROM ein leicht zu bedienendes Hilfsmittel bei der wissenschaftlichen Recherche. Durch praxisorientierte Zusammenstellungen zu Fragen wie „Wirkung von Gewalt im Fernsehen“ oder „Medieneinsatz im Kindergarten“ können aber auch Eltern und interessierte Laien das ISM nutzen.

Ein Online-Auftritt (www.ism-info.de) ergänzt inzwischen die jährlich erscheinende CD-ROM. Der Zugang zur Website ist kostenfrei. Die Daten werden in kürzeren Zeitabständen aktualisiert werden; vorgesehen ist ein vierteljährliches Update der Datenbanken.

Neben der Landesanstalt für Medien sind an der Erstellung des Informationssystems Medienpädagogik/ISM beteiligt: Bayerische Landeszentrale für neue Medien;



Bertelsmann Stiftung; Bundeszentrale für Politische Bildung; Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung; ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH; Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik; Hessische Landesanstalt für Privaten Rundfunk; Hessisches Landesinstitut für

Pädagogik – Medienzentren Hessen; Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen.

Bezugsmöglichkeit der CD-ROM:

Bundeszentrale für politische Bildung
(info@bpb.bund.de);
Schutzgebühr: € 4,-

www.ism-info.de

Fortbildungsinitiative zur Medienerziehung in Kindergarten und Hort

Im Auftrag der LfM und des Ministeriums für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit führte die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) zwischen November 1999 und September 2001 eine Fortbildungsinitiative zur Medienerziehung im Kindergarten durch. Hintergrund der Initiative waren die grundlegenden Veränderungen in der Medienlandschaft und die Tatsache, dass Medien bereits im Kindergartenalter eine große Rolle spielen. Das Ziel bestand darin, Erzieherinnen aus Nordrhein-Westfalen für Fragen der Medienerziehung zu qualifizieren und sowohl sie als auch Eltern und Kinder auf die besonderen Anforderungen einer von Medien geprägten Gesellschaft vorzubereiten. Hierzu wurden in verschiedenen Regionen des Landes Seminare



durchgeführt, um über eine handlungsorientierte Vermittlung von Medienkompetenz bewahrpädagogische Vorbehalte und Berührungängste von Erzieherinnen abzubauen. Über diese Einstellungsänderungen sollte so bei ihnen die Bereitschaft geweckt werden, sich mit dem Thema Medien kritisch und kreativ anwendend auseinander zu setzen. Im Rahmen dieser Fortbildungsinitiative wurden daher praktisch handhabbare medienerzieherische Konzepte für die Medienerziehung im Kindergarten und für die Elternberatung sowie Erkenntnisse über Medienproduktion vermittelt.

Nach einem ersten Durchlauf von November 1999 bis Dezember 2001 startete die Fortbildung ab April 2002 mit einer zweiten Runde (Laufzeit bis 2004). Zur Teilnahme aufgerufen waren diesmal insbesondere Einrichtungen im ländlichen Raum sowie in sozialen Brennpunkten und Einrichtungen mit einem hohen Anteil von Kindern aus Migrantenfamilien. Seitens des Landes NRW wird die Fortbildung inzwischen durch das Ministerium für Schule, Jugend und Kinder finanziell gefördert.

Nach einem ersten Durchlauf von November 1999 bis Dezember 2001 startete die Fortbildung ab April 2002 mit einer zweiten Runde (Laufzeit bis 2004). Zur Teilnahme aufgerufen waren diesmal insbesondere Einrichtungen im ländlichen Raum sowie in sozialen Brennpunkten und Einrichtungen mit einem hohen Anteil von Kindern aus Migrantenfamilien. Seitens des Landes NRW wird die Fortbildung inzwischen durch das Ministerium für Schule, Jugend und Kinder finanziell gefördert.

Zur Begleitung des Projektes wurde ein wissenschaftlicher Beirat eingerichtet.

Die Fortbildungsinitiative ist mit einer Abschlussveranstaltung zu Ende gegangen, die am 9. März 2004 in Dortmund stattgefunden hat (*Eindrücke unter www.kita-nrw.de*).

Um die Nachhaltigkeit der Initiative zu sichern, wurden im Rahmen der Fortbildung zusammen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Informationsmaterialien entwickelt,



die die bisher üblichen Materialien für Lehrkräfte der Erzieherinnenausbildung und Multiplikatoren in der medienpädagogischen Aus- und Fortbildung sinnvoll ergänzen können. Unter dem Titel „Video, Compi & Co. – Über den Einsatz von Medien in der Kita“ zeigt die Publikation anhand vieler Praxisbeispiele, Methoden und Tipps zu den Bereichen Computer, Video,

Foto und Audioarbeit aus der Fortbildung auf, wie gute Medienerziehung in Kindertageseinrichtungen aussehen kann und von welchen Kriterien sie bestimmt wird.

Landesanstalt für Medien NRW, Ministerium für Schule, Jugend und Kinder NRW (Hrsg.), Sabine Eder, Susanne Roboom: Video, Compi & Co. – Über den Einsatz von Medien in der Kita, Bielefeld 2004. *Bezugsadresse: gmk@medienpaed.de; Preis: € 12,50.* Neben der Publikation steht das Internetportal der LfM zur Medienerziehung in Kindergarten und Hort als Informations- und Kommunikationsinstrument für die an der Fortbildung beteiligten und für weitere interessierte Erzieherinnen zur Verfügung (*www.kita-nrw.de*).

Weitere Materialien zum Thema:

- **Tagungsdokumentation**
Die Notwendigkeit einer Fortbildungsinitiative zur Medienerziehung im Kindergarten und Hort ergab sich für die Landesanstalt für Medien aus den Befunden eines von ihr in Auftrag gegebenen Forschungsprojektes „Medienerziehung im Kindergarten“ (Prof. Dr. Ulrike Six u. a. / Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Bd. 28). Zur Präsentation der Untersuchungsergebnisse hat die Landesanstalt für Medien die medienpädagogische Fachtagung „Medienerziehung im Kindergarten“ durchgeführt, die unter dem Titel „... damit Kinder fernsehen lernen“ dokumentiert wurde. Die Tagungsdokumentation enthält eine zusammenfassende Darstellung der wichtigsten Ergebnisse der Kindergartenstudie von Frau Prof. Six, die weiteren Vorträge, die im Rahmen der Veranstaltung gehalten wurden, eine Dokumentation der Podiumsdiskussion sowie eine Literaturdokumentation zum Thema. *„... damit Kinder fernsehen lernen“ (LfR-Dokumentation Bd. 13)*
Bezugsadresse: medienkompetenz@lfm-nrw.de

- **Handbuch Medien:**
Medienerziehung früh beginnen
Ebenfalls auf der Grundlage des LfR-Forschungsprojektes „Medienerziehung im Kindergarten“ hat die Bundeszentrale für politische Bildung in Kooperation mit der Landesanstalt für Medien das „Handbuch Medien – Medienerziehung früh beginnen“ herausgegeben.



Die wissenschaftlichen Befunde der Untersuchung sind in diesem Buch in eine gut lesbare, praxisbezogene Darstellung „übersetzt“ und um einige grundlegende Beiträge zu den Themen „Kommerzialisierung der Lebenswelten von Kindern“, „Leitmedium Fernsehen“ und „Kinder- und Jugendmedienschutz“ ergänzt worden. Hierauf aufbauend liefern weitere Artikel fachwissenschaftlich fundierte Informationen zu den Themenfeldern „Medienerziehung im Kindergarten“ und „Medienerziehung in der Grundschule“. Das Buch richtet sich an Eltern, Erzieherinnen und Grundschullehrerinnen.

Bezugsadresse: Bundeszentrale für politische Bildung: info@bpb.bund.de

- **Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Vorschulkindern** (vgl. Seite 59) Die Broschüre ist als Download verfügbar: www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte

Fortbildungsinitiative Medienerziehung in der Familie

Die fortschreitende Mediatisierung der Gesellschaft ist durch ein ständig wachsendes Medienangebot und durch ein Verschmelzen unterschiedlicher Medienformate gekennzeichnet. Der Anstieg des medialen Durchdringungsgrads führt zu einer nachhaltigen



Veränderung aller gesellschaftlichen Lebensbereiche und macht auch vor dem Alltag von Familien nicht halt: Familie ist heute zentraler Ort der Mediennutzung, das Familienleben ohne ein komplexer werdendes Medienensemble kaum mehr vorstellbar. Den elementaren Veränderungen der Medienlandschaft und der Mediennutzungsgewohnheiten in Familien korrespondiert eine steigende Unsicherheit und zunehmende Überforderung vieler Eltern durch die Medien-

vielfalt. Hinzu kommt ein grundlegender Wandel familiärer Lebensformen sowie die Fortentwicklung der Wissens- und Informationsgesellschaft, die Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation erforderlich macht.

Vor diesem Hintergrund haben die Landesanstalt für Medien NRW sowie das Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie NRW eine Fortbildungsinitiative zur Medienerziehung in der Familie in Auftrag gegeben. Die Fortbildungsinitiative wird unter Federführung des JFC Medienzentrums Köln von der AWO Düsseldorf und Prof. Dr. Matthias Petzold durchgeführt.

Die Fortbildung richtet sich an Multiplikatoren und Multiplikatorinnen von Institutionen, die in ihren Bildungs- bzw. Weiterbildungsangeboten die Förderung von erzieherischen Kompetenzen von Eltern vorsehen.

Hierzu werden zwei Fortbildungsmodule für Fachkräfte in der Familienhilfe angeboten. Dabei sollen die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen (Familien mit Kindern im Vorschulalter bzw. Schulkindern und Jugendlichen, Familien mit nur einem Elternteil, Migrantenfamilien, sozial benachteiligte Familien, Familien mit Erziehungsschwierigkeiten) in der Konzeption der Fortbildungsmodule besonders beachtet werden.

Ziel des ersten Fortbildungsmoduls, das in Form einer mehrtägigen Veranstaltung angeboten wird, ist es, den Multiplikatoren und Multiplikatorinnen einen arbeitsfeldbezogenen und problemlösungsorientierten Einblick in die Möglichkeiten der Medienpädagogik zu geben.

Folgende Inhalte stehen hier im Mittelpunkt:

- Grundlagen der Medienpädagogik
- Spezifika der Medienpädagogik in sozialen Arbeitsfeldern

- Chancen, Einsatzmöglichkeiten und Grenzen der Medienpädagogik in sozialen Arbeitsfeldern
- Gesellschaftliche und kulturelle Zusammenhänge der Medienpädagogik
- Qualitativ hochwertige Konzepte zur familialen Medienerziehung und deren Umsetzung
- Medienbezogenes Konfliktmanagement in Familien
- Einführung in die praktische Umsetzung beispielhafter Modelle für Mediengestaltung/Medienproduktion.

Im zweiten Fortbildungsmodul werden die konzeptionell und theoretisch erworbenen Kenntnisse in die Praxis umgesetzt.

Hier geht es u. a. um folgende Inhalte:

- praktische Umsetzung beispielhafter Modelle für die Mediengestaltung/Medienproduktion
- besondere Berücksichtigung der jeweiligen organisatorischen Rahmenbedingungen
- Entwicklung vernetzter integrativer Modelle der lokalen Arbeit
- Entwicklung praxisorientierter Methoden der Medienpädagogik
- Erarbeitung spezieller Methoden für unterschiedliche Zielgruppen.

Parallel hierzu wird ein Best-Practice-Wettbewerb durchgeführt, in dem die erfolgreichsten Praxisprojekte prämiert werden.

Auf dieses Fortbildungsangebot, das mit Beginn des Jahres 2004 startet, können sich in einer landesweiten Ausschreibung alle Träger und Verbände der Familienhilfe bewerben.

Flankierend zum Projekt wird ein Internetauftritt eingerichtet, der Inhalt und Zielvorstellungen der Initiative kommunizieren, die fördernden und handelnden Institutionen vorstellen und potentielle Projektpartner werben wird. Auf der Webseite werden die einzelnen Projektbestandteile und Qualifizierungsmodule vorgestellt; kontinuierlich wird über den Projektverlauf informiert. Hier werden auch die Ergebnisse aus den Fortbildungen abgebildet.

Die Fortbildungsinitiative und ihre Ziele werden im Rahmen einer zentralen Auftaktveranstaltung präsentiert; zur Vorstellung der Projekt- und Wettbewerbsergebnisse ist eine Abschlussveranstaltung vorgesehen.

Die Fortbildung wird durch einen Beirat begleitet.

www.familieundmedien.de

Medienkompetenz-Börse „Welcome Online“

Im Rahmen seiner Aktivitäten zur Minderung der Folgen der digitalen Spaltung der Gesellschaft hat der Verein „Lernen in der Informationsgesellschaft NRW e. V.“ (LIG) die Medienkompetenz-Börse „Welcome Online“ ins Leben gerufen. Das Projekt ist vor dem Hintergrund entwickelt worden, dass insbesondere Jugendliche mit besonders geringen Bildungschancen nach wie vor keinen Zugang zum Internet finden. Sie werden oft von gängigen Förderaktivitäten, die meist allein bei der schulischen Ausbildung ansetzen, nicht erfasst.

Mit der Medienkompetenz-Börse will der LIG gemeinsam mit seinen im Projekt involvierten Partnern Einrichtungen unterstützen, die sich im besonderen Maße diesen förderungsbedürftigen Jugendlichen widmen. So sollen Begünstigte von „Welcome Online“ in erster Linie Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit vor Ort sein. Das können Jugendfreizeitheime in sozial schwachen Stadtteilen, Kindergärten oder Initiativen zur Hausaufgabenbetreuung, die auf ehrenamtlichem Engagement beruhen, sein.

Diese Einrichtungen sollen mit bedarfsgerechten Paketen ausgestattet werden, die Hardware, Betriebssysteme, Software, Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten, Lernmaterialien etc. enthalten. Damit sollen diese Einrichtungen in die Lage versetzt werden, ihrerseits Medien- und Internetangebote an ihre speziellen Zielgruppen zu richten (z. B. Einführungskurse für die Arbeit am Computer, Projektarbeit am Computer, erste Schritte in den Bereichen Internet, E-Mail und Websitegestaltung etc.).

Das Projekt ist als Börse angelegt und kann somit nur mit der aktiven Mitwirkung von Partnern realisiert werden. Das heißt, dass die den Einrichtungen zur Verfügung gestellten Leistungspakete, vom LIG eingeworben, durch Partnern gespendet werden. Die Beteiligungsmöglichkeiten für die Partner sind vielfältig: Neben der Spende von geeigneter Hard- und Software sowie der Überlassung von Lizenzen, Schulungsmaterialien, Lernmaterialien und Peripheriegeräten können sich Partner und Unterstützer auch durch die zeitweise Überlassung von Personal bzw. eigener Mitarbeit am Projekt beteiligen. Personelle Unterstützung wird bei dem Aufbau und der Installation der Geräte ebenso benötigt, wie bei der Entwicklung von Schulungen für die Mitarbeiter der Institutionen etc.

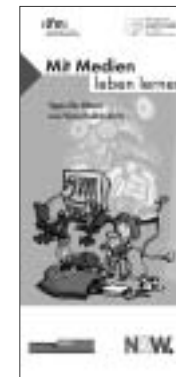
Im Rahmen der zurzeit laufenden Pilotphase sollen vorhandene Interessen und Bedarfe der Einrichtungen der Jugendarbeit erhoben sowie Partner für Unterstützungsleistungen gesucht werden. Auf der Basis der Erfahrungen aus der Pilotphase soll das Projekt im Anschluss auf breiter Ebene umgesetzt werden.

Das Projekt wird von der Landesanstalt für Medien sowie durch die T-Com unterstützt.

Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Vorschulkindern

Medien sind Tag und Nacht verfügbar, einen Sendeschluss im Fernsehen wie früher gibt es heute nicht mehr. Computer sind als Kommunikations- und Unterhaltungsmedien aus vielen Haushalten nicht mehr wegzudenken. Figuren, Aufkleber, T-Shirts, Sammelkarten und andere Produkte bringen Mediengeschichten überall hin, nach Hause, in den Freundeskreis und auch in den Kindergarten.

Kinder im Vorschulalter verbringen – wie ihre Eltern – heutzutage einen beachtlichen Teil ihrer Freizeit mit Medien, mit Hörkassetten, Video, Fernsehen und PC-Spielen. Kinder bekommen Anregungen und Wissen, lernen Fertigkeiten oder haben einfach Vergnügen. Manches Angebot können sie aber auch nicht verkraften. Eltern fragen: Wie kann man den Umgang mit Medien besser regulieren? Was ist von Medien im Kindergarten zu halten? Was, wenn mein Kind die Mediennutzung über andere Aktivitäten stellt? Was tun, wenn mein Kind negative Medienerlebnisse hatte?



Vor diesem Hintergrund haben die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und das Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie des Landes NRW (MGSFF) die Broschüre „Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Vorschulkindern“ herausgegeben, um auf die wichtigsten Fragen der Eltern im Zusammenhang mit Medien Antworten zu geben.

Redaktionell zusammengestellt wurden die Tipps von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur.

Die Kooperationspartner haben alle Kindergärten in Nordrhein-Westfalen mit Exemplaren der Broschüre ausgestattet.

Die Broschüre ist zudem als Download verfügbar:

www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/mitmedienlebenlernen.php3

Ratgeber Neue Medien – Schriftenreihe der LfM und der Deutschen Medienakademie Köln

Ziel der Schriftenreihe ist es, aktuelle Themen zur Kompetenzförderung im Bereich Neue Medien zu erschließen und diese Themen praxis- und anwenderorientiert für ein breites Publikum umzusetzen.



Band 1: „Finden, was man sucht!“

Internetnutzer können von der globalen Datenvielfalt im Web profitieren, sofern sie durch ihre Recherche schnell die richtigen Informationen finden. Doch die Hinweise, die man lesen möchte, verstecken sich in der immensen Menge an Textformen, Bildern und Grafiken. Die Publikation „Finden, was man sucht“ ist ein praktischer Leitfaden, der Strategien und Werkzeuge für die Online-Recherche erklärt. Die 40-seitige Broschüre leitet den Leser gezielt durch das World Wide Web, damit er schneller und souveräner an die erforderlichen Informationen gelangt.

Bezugsmöglichkeit: medienkompetenz@lfm-nrw.de



Band 2: „Sicherheit im Internet“

Die Broschüre liefert einen umfassenden Einblick in Struktur und Funktionsweise des Internet, erklärt die wichtigsten Fachbegriffe und zeigt die Gefahren auf, die im Netz lauern. Von den mehr oder weniger bekannten Problemen mit Viren, Hackern und Softwarefehlern bis zu Malware, Würmern und Trojanischen Pferden kategorisiert die Broschüre die Gefahren-Phänomene. Sie ist allgemeinverständlich formuliert und spricht ein breites Publikum ohne Detailkenntnisse an. Praktische Tipps, Hinweise und Erklärungen vorbeugender Maßnahmen, wie man sich vor den unterschiedlichen Gefahren selber schützen kann (z. B. Spamfilter-Programme für den Heimanwender), runden das Heft ab.

Bezugsmöglichkeit: medienkompetenz@lfm-nrw.de

Zentrale Aussagen der einzelnen Ratgeber werden zusammengefasst und erscheinen zusätzlich als Folder in der Reihe *mekonet kompakt*.



Baukasten Kinder und Werbung

Die Entwicklung medienpädagogischer Materialien zum Thema Kinder und Werbung hat ihren Ausgangspunkt in den Ergebnissen des Forschungsprojektes „Fernsehwerbung und Kinder“ (Charlton, Neumann-Braun u. a.), das die Landesanstalt für Medien 1995 veröffentlicht hat.

Der von der Bielefelder Firma Visart konzipierte Baukasten wurde für die Altersgruppe der 3 bis 8 jährigen Kinder entwickelt, die im Hinblick auf die Rezeption und Verarbeitung von Werbebotschaften von den Forschern als besonders problematisch eingestuft worden ist. So war der Baukasten zunächst für den Einsatz in Kindergärten und Grundschulen vorgesehen, eine Evaluation der Materialien ergab jedoch, dass diese auf Grund ihrer Komplexität insbesondere für Grundschulkinder geeignet sind. Der Baukasten ist multimedial aufgebaut und erlaubt Kindern sowie Pädagoginnen und Pädagogen den spielerischen Zugang zum Thema Werbung über verschiedene Medien wie Video, Hörkassette, CD-ROM, Aktionskarten, Spiele und Printprodukte.

Herausgeber des Baukastens Kinder und Werbung sind die Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz.

In Nordrhein-Westfalen ist der Baukasten in die Fortbildungsinitiative Medienerziehung in Kindergarten und Hort sowie in weitere medienpädagogische Fachtagungen der Landesanstalt für Medien eingebunden worden. Für den Grundschulbereich wurden

Veranstaltungen mit den Bezirksregierungen Köln und Düsseldorf durchgeführt und für den Bereich der Kindergärten wurde eine Initiative zum Einsatz des Baukastens in den sozialpädagogischen Fachschulen des Landes gestartet. Interessierten Schulen wurde durch von der LfM beauftragte Medienpädagogen die Materialien des Baukastens vor-



gestellt und eine generelle Einführung in das Thema „Fernsehwerbung“ gegeben. Zusätzlich erhielt jede Schule kostenlos zwei Baukästen.

Als „Gegenleistung“ sollten die angehenden Erzieherinnen den Baukasten im Rahmen ihrer Praktika, die Bestandteil ihrer Ausbildung

sind, in den Kindergärten einsetzen. Auf diese Weise sollte über die Erzieherinnen- und Erzieherausbildung die Notwendigkeit der Vermittlung von Medien- respektive Werbekompetenz sowohl in den Schulen selbst als auch in den Einrichtungen vor Ort bewusst gemacht werden. Das Angebot der LfM ist von mehr als 30 sozialpädagogischen Fachschulen in Anspruch genommen worden.

Bezugsmöglichkeiten:

Der Baukasten kann über viele Medienzentren und Kreis- und Stadtbildstellen in Nordrhein-Westfalen ausgeliehen werden.

kopaed-Verlag, München (info@kopaed.de)
oder über den Buchhandel (ISBN 3-929061-86-4), € 49,-.

Kinder und Werbung – Bausteine für den Kindergarten

Die speziell auf die Anforderungen im Kindergarten zugeschnittenen Bausteine zum Thema „Werbung“ sind das Ergebnis einer Evaluation des „Baukastens Kinder und Werbung“. Vor dem Hintergrund seiner medienpädagogischen Zielsetzungen wurden diese Materialien im Hinblick auf ihre Praktikabilität und Einsatzfähigkeit in der konkreten Anwendung in Grundschule und Kindergarten getestet. Dabei zeigte sich, dass aufgrund der besonderen Anforderungen im Kindergarten die Materialien zielgruppengerechter angelegt werden mussten.



Das Grundkonzept der Materialien blieb dabei unverändert. Über die Werbefigur „Schlundz“, die nun als Handpuppe beiliegt, werden Vorschulkindern über unterschiedliche Bausteine wie Bilderbücher, einen Wunschfernseher, Lieder, Aktionskarten und ein Brettspiel Hilfen angeboten, mit denen sie lernen können, wo

Werbung vorkommt, was sie bezweckt, wie sie Werbung und Programm unterscheiden können und warum beliebte Figuren des Kinderfernsehens auf vielen Produkten zu finden sind.

In Nordrhein-Westfalen wurden die „Bausteine für den Kindergarten“ in die Fortbildungsinitiative „Medienerziehung in Kindergarten und Hort“ der Landesanstalt für Medien eingebunden.

„Kinder und Werbung – Bausteine für den Kindergarten“ wurde herausgegeben von den Landesmedienanstalten in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz.

Bezugsmöglichkeiten:

Die Materialien sind über die Medienzentren in Nordrhein-Westfalen ausleihbar. kopaed-Verlag, München, oder über den Buchhandel (ISBN 3-935686-68-4), € 49,-

Portfolio:Medienkompetenz

Jugendliche sollen zeigen, was sie können. Nicht nur gute Noten, sondern auch besondere Fähigkeiten sind gefragt. Dabei spielen Kenntnisse in einer durch Medien bestimmten Welt eine zunehmend wichtigere Rolle, aber auch das Sammeln einschlägiger Referenzen und ihre entsprechende Dokumentation will gelernt sein. Das Portfolio:Medienkompetenz will hierzu eine Hilfestellung geben.



Kernstück des Portfolios ist die „Media/Box“, in der Schülerinnen und Schüler die Ergebnisse ihrer Medienarbeit, z. B. Zeitungsartikel, Radiosendungen, Videospots oder Multimediapräsentationen, zusammenstellen. Auch Bescheinigungen, Zertifikate und Praktikumsberichte werden hier abgelegt. Im „Log:Buch“ werden Projekte und Unterrichtseinheiten zur Förderung von Medienkompetenz kurz beschrieben. Dabei werden auch die individuellen Aktivitäten sowie die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten dokumentiert. Anleitungen zur Arbeit mit dem Portfolio für Lehrerinnen und Lehrer sowie Schülerinnen und Schüler runden die Mappe ab.

Aber auch Lehrerinnen und Lehrer sollen von der Arbeit mit dem Portfolio:Medienkompetenz profitieren. Bei der Entwicklung, Umsetzung und Evaluation schulischer Angebote zur Förderung der Medienkompetenz ist das Portfolio eine nützliche Orientierungshilfe. Auf diese Weise können Kollegien Anregungen zur (Weiter-)Entwicklung des Medienkonzeptes an ihrer Schule erhalten und die medienpädagogische Arbeit der Schule transparent machen.

Und schließlich richtet sich das Portfolio:Medienkompetenz an „abnehmende“ Institutionen, also an potenzielle Arbeitgeber, die verlässliche Informationen über Kompetenzen ihrer Bewerberinnen und Bewerber erhalten.

Das Portfolio:Medienkompetenz wurde vom Landesinstitut für Schule und der Bertelsmann Stiftung (Gütersloh) entwickelt. Die Gestaltung erfolgte durch „werkzwei“ (Bielefeld).

Die Einführung des Portfolio:Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen erfolgte durch eine gemeinschaftliche Initiative der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), der e-initiative.nrw – Netzwerk für Bildung (beide Düsseldorf) und des Landes-

instituts für Schule (Soest). Unterstützt wird sie durch den Verein Lernen in der Informationsgesellschaft (Düsseldorf).

Weitere Informationen zum Portfolio unter:
www.learn-line.nrw.de/angebote/portfoliomk
www.portfolio-medien.de
www.lig-ev.nrw.de

CD-ROM Medienpädagogik

In Kooperation mit dem Südwestrundfunk, der Bundeszentrale für politische Bildung, dem Deutschen Institut für Internationale Pädagogische Forschung, dem Pestalozzianum Zürich und weiteren Landesmedienanstalten gibt die Landesanstalt für Medien seit 1997 die CD-ROM Medienpädagogik heraus.



Hierbei handelt es sich um eine Text- und Materialsammlung zum Themenbereich Medienpädagogik, die sich insbesondere an Erziehende, Multiplikatoren und Studenten wendet. Die CD-ROM enthält neben Informationen zu den beteiligten Institutionen und ihren Angeboten umfangreiche Materialien zu Sachgebieten wie Mediennutzung und -wirkungen, Basisdaten Medien, Demoversionen zu Lernsoftware und Spielen (mit Bewertungen), Möglichkeiten zu weitergehenden Literaturrecherchen (ISM light), Unterrichtsmaterialien etc.

Sie wird in gewissen Abständen aktualisiert und in Abstimmung mit den Projektpartnern weiterentwickelt, so etwa in den Inhalten, der Möglichkeit zum direkten Internetzugang mit wichtigen medienpädagogischen Links oder der Menüführung für spezielle Nutzer.

In den Versionen 1997, 1998, und 1999/2000 und 2003 ist die CD-ROM Medienpädagogik in einer Auflage von jeweils 10.000 Exemplaren erschienen.

Bezugsmöglichkeit:

Bundeszentrale für politische Bildung
 (info@bpb.bund.de);
 Schutzgebühr: € 4,-

CD-ROM Bildbox für Millionen

Das Fernsehen dominiert nach wie vor die Produktion und Rezeption unserer Medienlandschaft. Es beansprucht – auch bei Kindern und Jugendlichen – den weitaus größten Teil unserer täglichen Mediennutzung, steht im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit, definiert Produktionsstandorte und Werbemärkte und hat maßgeblichen Einfluss auf andere Medien wie etwa Film und Internet. Wie kein anderes Medium hat das Fernsehen die kulturelle und politische Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland geprägt.

Voraussetzung für das Verstehen und Bewerten dieser komplexen Schlüsselrolle des Fernsehens ist ein Blick auf seine Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte.



Unter dem Titel „Bildbox für Millionen. Fernseh- und Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland“ haben das Adolf Grimme Institut, die Bundeszentrale für politische Bildung sowie die learn online Scio GmbH mit Unterstützung der Landesanstalt für Medien NRW die CD-ROM herausgegeben.

Die CD-ROM „Bildbox für Millionen“ bietet eine Fülle von Dokumenten, Materialien und Analysen, mit denen die Geschichte des Leitmediums

Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland systematisch erschlossen wird. Entlang herausragender Fernsehereignisse werden ausgewählte Themenräume und deren Geschichte(n) beispielhaft entwickelt. Jeder Themenraum ist mit zahlreichen Archivmaterialien angereichert; eine chronologische Zeitleiste dokumentiert mediengeschichtliche Daten und Fakten. Über Lesezeichen, Touren, Notizen und andere Funktionen werden dem Nutzer vielfältige Möglichkeiten der individuellen Auswahl und Gestaltung geboten.

Die CD-ROM vermittelt ein breites Grundlagenwissen, das die Geschichte des Fernsehens und der Medien in Deutschland darstellt, sie in ihren internationalen Kontext einbettet und die Entwicklung hin zu einer Multimedia-Gesellschaft aufzeigt. Indem das Projekt so einen Beitrag zum Verständnis einer zunehmend medial geprägten Gegenwart liefert und die Entwicklungsoptionen der Medien mit in den Blick nimmt, leistet es einen wesentlichen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz.

Zielgruppe der CD-ROM ist das gesamte Spektrum der politischen Bildung innerhalb und außerhalb der Schulen sowie die interessierte Öffentlichkeit aus den Bereichen Journalismus und Wissenschaft, Medienpolitik und Medienkultur.

Im Auftrag der LfM hat das Adolf Grimme Institut Schulungen für Lehrerseminare in NRW durchgeführt, in denen das didaktische Potenzial der „Bildbox“ für den Einsatz im Unterricht vermittelt wurde. Hierbei wurden die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der CD-ROM vorgestellt und erste Unterrichtskonzepte insbesondere für die Fächer Deutsch, Sozialwissenschaften, Geschichte und Politik beispielhaft erörtert.

Bezugsmöglichkeiten:

Bundeszentrale für politische Bildung (info@bpb.bund.de);

Schutzgebühr: € 4,-

Adolf Grimme Institut (bildbox@grimme-institut.de)

Schutzgebühr: € 15,-

CD-ROM Gewaltig schlau – Der Klügere denkt nach

Die CD-ROM „Gewaltig schlau – Der Klügere denkt nach“ unterstützt als multimediales Arbeitsmittel für Schule oder Freizeit Jugendliche im kritischen Umgang mit dem Thema Gewalt in den Medien.

Jugendliche begegnen tagtäglich verschiedenen Formen von Gewalt in unterschiedlichen Zusammenhängen: Medial vermittelt in Film, Video, Fernsehen, Internet und Computerspielen, aber auch unmittelbar erlebt in Schule und Alltag. Vor diesem Hintergrund haben der Medienpädagogische Forschungsverband Südwest (Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz, Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Südwestrundfunk) die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für privaten Rundfunk Hessen die CD-ROM „Gewaltig schlau – Der Klügere denkt nach“ entwickeln lassen, die zu einer Auseinandersetzung mit der Gewaltproblematik hinführen will.



Ziel der CD-ROM ist es, dass sich Jugendliche mit dem Thema „Gewalt in den Medien“ reflexiv und

aktiv auseinander setzen und im eigenen Leben möglichst gewaltfreie Alternativen entwickeln. Hierzu bietet die CD-ROM sechs Themenbereiche an:

- Musik & Gefühle: Was Musik uns sagt, was Gefühle uns sagen.
- Der schlechte Rat: Wie Gruppendruck unser Handeln bestimmt und welche Folgen uns erwarten können.
- Angespuckt: Lernen durch Erfahrung: Das werde ich nie vergessen!
- Tipps: Begegnungen mit neuen „Welten“: Wenn ich das doch früher gewusst hätte...

- Videowerkstatt: Was Medien können, wie Medien durch mich wirken.
- Medienprofil: Erfahrungen mit meiner eigenen Person.

Das Konzept der CD-ROM wurde von Mitarbeitern des Studienseminars Rohrbach/Pfalz entwickelt, die technische Umsetzung erfolgte durch perplex – gesellschaft für interaktive kommunikation und design mbh, München.

Die CD-ROM „Gewaltig schlau – Der Klügere denkt nach“ wurde mit der Comenius – Medaille 2002 ausgezeichnet, eines von Verlagen und Herstellern besonders begehrten Preises innerhalb der Comenius-Auszeichnung. Er wird jährlich von der GPI Gesellschaft für Pädagogik und Information e.V. für herausragende exemplarische Multimediaprodukte vergeben. Mit der Stiftung der Comenius-Auszeichnung, des ältesten deutschen und europäischen Bildungsmedienpreises, fördert die GPI pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch besonders wertvolle didaktische Multimediaprodukte und europolitische Bildungsmedien.

Bezugsmöglichkeit:

kopaed-Verlag, München (info@kopaed.de)
oder über den Buchhandel (ISBN 3-935686-08-0), € 7,80

„Let's talk about Talk“ – Materialien zu Daily Talkshows für die medienpädagogische Praxis

Die Fernsehprogramme bieten täglich Talkshows, die oft speziell auf ein junges Publikum zugeschnitten sind. Häufig wird den Problemen, die anhand von Beispielfällen demonstriert werden, mit publikumswirksamen Problemerkörterungen und vordergründigen Lösungsansätzen begegnet.

Nicht allen Jugendlichen gelingt es, die Qualität und Lebenstauglichkeit der vermeintlichen Lösungsangebote kritisch zu überprüfen. Vielmehr pflegen viele einen Umgang mit Talkshows, der sich zwischen Unterhaltung und Orientierungssuche bewegt.

Dies belegt in anschaulicher Weise die Studie „Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung“. Als besonders kritisch wird eine Umgangsweise mit Talkshows herausgestellt, die sich auf die ausschließliche Suche nach Informationen und Orientierung beschränkt und insbesondere von Jugendlichen in Problem belasteten Lebenssituationen vollzogen wird. Herausgeber des Medienpaketes sind die Landesanstalt für Medien NRW und die LPR Rheinland-Pfalz. Entwickelt wurden die Materialien vom Adolf Grimme Institut, Marl.

Folgende Prinzipien fanden bei der Entwicklung der Materialien besondere Berücksichtigung:

- Vermittlung von Hintergrundwissen über Produktionsabläufe sowie Kenntnisse über Umfeldkommunikation der Sender
- Erfahrungsorientierte und transparente Darstellung der Elemente der Inszenierung
- Thematisierung des Verhältnisses von Privatheit, Intimität und Öffentlichkeit
- Anregungen, Talkshows kritisch und distanziert zu reflektieren und zu bewerten, ohne dabei die Bedürfnisse nach Unterhaltung und Orientierung der Jugendlichen zu missachten
- Orientierung an den Bedürfnissen und Interessen der Jugendlichen als Ausgangspunkt der medienpädagogischen Beschäftigung mit Talkshows im Unterricht und in der Jugendarbeit.

„Let's talk about Talk“ will Jugendlichen einen kritischen Blick auf dieses Programmformat ermöglichen und ihnen zu einer distanzierten Nutzung verhelfen. Hierbei ist das Medienpaket für den Einsatz in den 8. bis 10. Klassen unterschiedlicher Schulformen sowie in der offenen Jugendarbeit gedacht.



Das Medienpaket besteht aus vier Elementen:

Das Begleitheft für Pädagogen vermittelt rezeptions- und produktionsorientiertes Hintergrundwissen sowie Anregungen und Übungen zur Analyse und Re-Inszenierung von Talkshows in der medienpädagogischen Praxis. Das TalkMagazine bereitet das Thema in jugendadäquater Form auf. Dabei wird die Entstehung einer Sendung, das heißt die Planung und Produktion, vermittelt. Der Leser erhält zusätzlich Informationen über die Kosten einer Talkshow sowie Wissenswertes über die Moderatoren und deren Publikum. Außerdem wird er in diesem Heft über den Talk-Fachjargon aufgeklärt.

Eine Übersicht der Redaktionen und Produktionsfirmen bietet weitere Informationsmöglichkeiten, z. B. via Internet. Dem Medienpaket sind 30 Exemplare des TalkMagazines beigelegt. Als drittes Element präsentiert das Video einen Zusammenschritt der Talkshows Arabella, Andreas Türk, Bärbel Schäfer und Sonja. Die Gliederung des Videos orientiert sich am Sendeaufbau einer Talkshow, bestehend aus Vorspann/Trailer, Anmoderation, Szenen und Abmoderation. Als letztes Element enthält die CD-ROM alle relevanten Texte, eine ausführliche Beschreibung des Videos sowie Arbeitsblätter und Übungen zu diesem Thema.

Zur Evaluation des Medienpakets hat die LfM einen Wettbewerb für nordrhein-westfälische Schulen und Jugendeinrichtungen durchgeführt. Aufgabe war es, auf der Grundlage des Medienpakets kreative Re-Inszenierungen von Talkshows oder interessante Formatanalysen zu entwickeln. Die besten Beiträge wurden bei generation m, dem Qualifizierungsforum Medien und Kommunikation im Rahmen des Medienforums NRW, ausgezeichnet.

Bezugsmöglichkeiten:

kopaed-Verlag, München (info@kopaed.de)
oder über den Buchhandel (ISBN 3-934079-25-3), € 49,-

Zusätzlich ist das Medienpaket über die Medienzentren und die Kreis- und Stadtbildstellen in Nordrhein-Westfalen ausleihbar.

Medienpädagogische Materialien zur Boulevardberichterstattung

Wichtigste mediale Freizeitaktivität ist für Jugendliche nach wie vor das Fernsehen, das in erster Linie zu Unterhaltungs- und Entspannungszwecken genutzt wird. So besteht



eines der wesentlichen Ergebnisse der von Hans-Jürgen Weiß im Auftrag der Landesmedienanstalten seit 1997 kontinuierlich durchgeführten Programmanalysen in der Feststellung, dass die Unterhaltungsformate in allen deutschen Fernsehvollprogrammen seit Ende der 90er Jahre dominieren. Dem korrespondiert nach Weiß ein langsamer aber stetiger Rückgang der politischen Fernsehberichterstattung in allen Fernsehvollprogrammen insbesondere in der Prime Time zwischen 18 und 23 Uhr.

Nach Schorb/Theunert ist das Fernsehen auch Leitmedium Jugendlicher für die Beschaffung von Informationen, wobei die Auswahl der von ihnen präferierten Sendungen zeigt, dass ihr Informationsinteresse in erster Linie unterhaltungszentriert ist. Wenn Jugendliche heute zu einem Großteil ihre Informationen aus Formaten wie zum Beispiel Talkshows und Boulevard-Magazinen beziehen und sich aus dem dort vermittelten Themenspektrum Wissen und Einstellungen konstituieren, dann verdienen diese Formate vor dem Hintergrund möglicher gesellschafts- und demokratiepolitischer Folgewirkungen eine besondere medienpädagogische Aufmerksamkeit.

Vor diesem Hintergrund ist das Adolf Grimme Institut Marl von der LfM mit der Entwicklung medienpädagogischer Materialien zur Boulevardberichterstattung auf der Basis des aktuellen Forschungsstandes beauftragt worden. Die Materialien sollen inhaltsanalytische Fragestellungen und Informationen zur Rezeption, Produktion und Vermarktung ebenso berücksichtigen wie formale Aspekte, insbesondere zur Abgrenzung des Genres gegenüber anderen. Auch die verschiedenen medialen Plattformen (TV, Print, Internet) werden in ihrer Relevanz für das Thema einbezogen.

Mit Hilfe der Materialien sollen Jugendliche in die Lage versetzt werden, Boulevardberichterstattung in Medien zu erkennen und eine kritisch-reflektierte Haltung einzunehmen. Die Entwicklung der Materialien wird in enger Kooperation mit ausgewählten Schulen und Jugendeinrichtungen erfolgen.

Arbeitsplatz TV – Ein Medienpaket zur Berufsberatung

Medienberufe üben auf Jugendliche nach wie vor eine hohe Anziehungskraft aus. Um jedoch Chancen und Probleme insbesondere von Berufen aus dem Film- und Fernseh-



bereich realistisch einschätzen zu können, bedarf es einer kompetenten Vermittlung aller relevanten Informationen. Vor diesem Hintergrund haben die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen und RTL Television ein Medienpaket zur Berufsberatung entwickeln lassen, das für Schülerinnen und Schüler sowie für Multiplikatoren Informationen über Medienberufe und die richtige Berufswahl bereitstellt. Es soll Pädagogen an Schulen, in der offenen Jugendarbeit oder in der Berufsberatung, die hinsichtlich der Berufsorientierung von Schülern eine besondere Aufgabe haben, als gezielte Hilfestellung zur Verfügung stehen.

Das Medienpaket setzt sich aus zwei Modulen zusammen:

- **Berufsratgeber Fernsehen und Film**
Der Ratgeber, im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW von AIM-KoordinationsCentrum für Ausbildung in Medienberufen erstellt, soll Schülerinnen und Schülern helfen, bei ihrem ersten Schritt in diese aufregende und etwas unübersichtliche Branche die vielen Berufsfelder und ihre Anforderungen zu unterscheiden und unrealistische eigene Vorstellungen gerade zu rücken. Unter anderem werden z. B. Berufsprofile von A – Z, Wege in die Film und Fernsehbranche – Von der Ausbildung bis zum Quereinstieg oder die Entstehung eines Medienprodukts erläutert.
- **VHS-Kassetten und Begleitheft**
RTL-Television GmbH hat den Mitarbeitern der Fernsehproduktion Top of the Pops (jeden Samstag 17:45 h auf RTL) bei ihrer täglichen Arbeit über die Schulter geschaut und zu ihrer eigenen Ausbildung befragt. Entstanden sind sieben Reportagen, die den Arbeitsablauf von der inhaltlichen Vorbereitung der Sendung über Proben und Aufzeichnung bis hin zur Nachbearbeitung dokumentieren.

Ein Begleitheft für Lehrkräfte folgt in seinen Kapiteln dem Aufbau der Filme, gibt zusätzliche Informationen für den Unterricht und erklärt die Fachbegriffe. Im Anhang befinden sich u. a. Stabliste, Proben und Aufzeichnungspläne, mit denen die Kollegen vor Ort arbeiten.

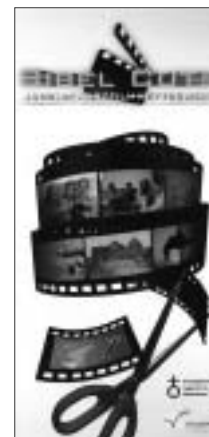
Um das Material auch dort verfügbar zu machen, wo Informationen über Tätigkeiten in Fernsehen und Film von Jugendlichen direkt nachgefragt werden, also in der Berufsberatung der Arbeitsämter, hat die LfM alle Berufsinformationszentren (BIZ) in Deutschland mit den Materialien ausgestattet.

Bezugsmöglichkeit:

medienkompetenz@lfm-nrw.de (für Multiplikatoren kostenlos)

Bibelcuts – Jugendkurzfilm-Wettbewerb

Im Rahmen des Jugendkurzfilm-Wettbewerbs „BibelCuts“, ausgerichtet vom Amt für Jugendarbeit der Evangelischen Kirche im Rheinland anlässlich des „Jahres der Bibel“, waren in Jugendgruppen organisierte Jugendliche ab 13 Jahren eingeladen, sich Gedanken zum Thema Bibel zu machen und ihre eigenen Bilder und Ideen zum „Buch der Bücher“ in kleine Filmbeiträge umzusetzen. Die Landesanstalt für Medien NRW hat die Schirmherrschaft für den Wettbewerb übernommen. In ihren Wettbewerbsbeiträgen haben Jugendliche ihre Sicht auf die Bibel in unterschiedlichen medialen Formen zum



Ausdruck gebracht und sich auf diese Weise Medienkompetenz angeeignet. Eingebunden war der Wettbewerb zudem in konkrete Hilfestellungen für die Planung und Realisation der Ideen. Hierzu wurden, zum Teil in Kooperation mit weiteren Partnern, Fortbildungen angeboten.

Auf einer Gala am 8. November 2003 im Kölner KOMED wurden die Preisträger bekannt gegeben.

Weitere Informationen unter www.bibelcuts.de.

Jugendmediencamp

Um die Kompetenzen von Schülern und Jugendlichen zu fördern, mit Medien umzugehen, sind inzwischen eine Vielzahl von Aktivitäten und Maßnahmen innerhalb und außerhalb der Schule entwickelt worden. Zudem üben Medien eine große Faszination auf Jugendliche in der Freizeit aus und viele finden die Vorstellung, in und für die Medien tätig zu sein, extrem spannend. Doch die Erfahrung zeigt, dass Schüler und



Jugendliche vielfach ein unrealistisches Bild von den Medienberufen besitzen. Sie orientieren sich an denjenigen, die sie vor der Kamera und hinter dem Mikrofon sehen und hören. Die gesamte Vielfältigkeit der Tätigkeiten in den Medien bleibt ihnen meist verborgen.

Um Schülern und Jugendlichen einen Einblick in die Medienproduktion zu bieten und ihnen eine Reihe von Tätigkeitsfeldern in der Medienbranche nahe zu bringen, hat die Deutsche Hörfunkakademie in Kooperation mit dem Offenen Kanal Dortmund, dem Universitätsfernsehen Dortmund und dem Bildungszentrum

BürgerMedien im Jahr 2002 ein neuntägiges Sommercamp für Schülerinnen und Schüler aus Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Unterstützt wurde das Camp durch die Landesanstalt für Medien NRW, die e-initiative – Netzwerk für Bildung und die Projekt Ruhr GmbH (<http://www.mediencamp.com>).

30 Schülerinnen und Schüler aus NRW waren eingeladen, ein trimediales Produktionsprojekt (Radio, Fernsehen, Internet) zu realisieren und auf diese Weise einen kompetenten Umgang mit Medien einzuüben.

Zielsetzung des Jugendmediencamps war es

- den Schülerinnen und Schülern Kompetenzen in eigenverantwortete Medienproduktionen zu vermitteln, um Möglichkeiten zu eröffnen, ihre Interessen und Ansichten in einer medialen Welt zu artikulieren.
- den Schülerinnen und Schülern grundlegende Kenntnisse journalistischen Arbeitens zu vermitteln, um nicht nur subjektive Ansichten zu verbreiten, sondern adäquat an öffentlicher Kommunikation teilhaben zu können.
- den Schülerinnen und Schülern einen Einblick in unterschiedliche Berufsfelder der Medienbranche zu vermitteln und ihnen so Orientierungshilfe bei der Berufsfindung zu geben.



Besonderes Anliegen der Auftraggeber war es, die Ergebnisse des Sommermediencamps zu dokumentieren und zu Unterrichtsmodellen beispielsweise für Projektwochen an weiterführenden Schulen zusammenzufassen, um so für eine Nachhaltigkeit des Projektes zu sorgen.

Diese Unterrichtsmodelle sind online abrufbar unter:

www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/jugendmediencamp

Crossover Media-Preis

Auf der Preisplattform NRW: NEUES LERNEN, einem Zusammenschluss verschiedener Wettbewerbe zum Thema „Neue Medien in Bildung und Kultur“ in Nordrhein-Westfalen hat die Landesanstalt für Medien unter dem Titel „Crossover Media“ einen Sonderpreis für diejenigen Teilnehmer ausgelobt, deren Projekte medienübergreifend konzipiert und realisiert wurden.

Der Preis ging im Jahr 2003 an die Grundschule Kirchsule Höntrop.

Unter dem Projektthema „Neue Medien – Alte Meister“ haben sich die Schülerinnen und Schüler der 3. Klasse mit selbst ausgewählten Bildern von Künstlern auseinan-



dergesetzt, indem sie traditionelle Medien wie Bücher, Hefte, Stifte, Kreide, Tafel und Plakate mit Computer, Digitalkameras, Kopierer, Camcorder, Notebook und Beamer kombiniert und auf diese Weise eindrucksvoll den kreativen und vielfältigen Umgang mit alten und neuen Medien belegt haben.

generation m – Das Qualifizierungsforum Medien und Kommunikation im Rahmen des Medienforums

Zum 5. Mal fand im Jahre 2003 im Rahmen des medienforum.nrw das Qualifizierungsforum für Medien und Kommunikation in Köln statt. Auf Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien NRW bietet generation m eine Branchenplattform für die Medienprofis. Im Rahmen der größten Fachveranstaltung dieser Art in Deutschland wurden aktuell Themen der Bildung und des Medienarbeitsmarktes diskutiert. Hierzu standen ein Messebereich mit Unternehmenspräsentationen, Bildungsanbietern, Branchenverbänden und Experten für Medienkompetenz, Beratung



und Information sowie ein Kongressprogramm mit Hochschul- und Arbeitsmarktschwerpunkten zur Verfügung. In einer Umbruchphase der Medien und einer Phase technischer Innovationen sind tiefgreifende Konsequenzen auch für den Medienarbeitsmarkt die Folge. Die Medienakteure müssen zukunftstaugliche Strategien

entwerfen, neue Geschäftsfelder suchen und vor allem Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit veränderten Qualifikationsprofilen zu konfrontieren. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen wiederum müssen sich mit den gewandelten Anforderungsprofilen und dem gewandelten Arbeitsmarkt auseinandersetzen. In dieser Situation erhält auch die berufliche Bildung einen erhöhten Stellenwert. Medienprofis, insbesondere die vielen freiberuflichen und selbstständig tätigen, fragen nach Kosten, Nutzen und Qualitätskriterien der vielen Fort- und Weiterbildungen. Spezialisierte Weiterbildungsanbieter

und Hochschulen sollen Branchenforderungen gerecht werden, müssen Strukturveränderungen der Finanzierung und thematische Ausrichtung bewältigen. Hochschulangebote, akademische Qualifizierung, Studienwahl, Fragen nach Bachelor oder Master wurden gestellt. In praktischen Runden traf die Medienwirtschaft auf die Hochschule.

Aktuelle Beschäftigungsperspektiven der Medienbranche wurden ebenfalls kontrovers diskutiert. Viele tausend Arbeitsplätze sind seit Beginn der 90er Jahre in den Sendern und Dienstleistungsunternehmen entstanden. Das Angebot beruflicher Aus- und Fortbildung für Medienschaffende wurde vielfältiger und dem Bedarf angepasst. Die Reformgesetze zum Arbeitsmarkt und dem Leitsatz moderner Dienstleistung am Arbeitsmarkt haben schon jetzt lebhaft Diskussionen in Unternehmen als auch bei den Bildungsträgern ausgelöst. So wirkt sich die Reformgesetzgebung nicht nur auf die Bildungsplanung des Einzelnen, sondern auch auf die Instrumente der Arbeitsmarktpolitik für Medienunternehmen aus. Laufbahnberatung und Coaching, konkrete Berufsberatung sowie Informationen über Berufsprofile rundeten das Programm ab.

Weitere Informationen unter www.generation-m.de

Medienpädagogische Fachtagungen

Die LfM veranstaltet allein oder gemeinsam mit Kooperationspartnern regelmäßig Fachtagungen und Workshops zu medienpädagogischen Themen. Die Veranstaltungen



richten sich überwiegend an pädagogische Fachkräfte aus Kindergarten und Schule sowie an Vertreter von Verbänden, Trägerinstitutionen etc. Sie dienen als Fortbildungsveranstaltungen und/oder Diskussionsforen. Die LfM beteiligt sich aber auch an Veranstaltungen Dritter, soweit sie die Förderung von Medienkompetenz zum Ziel haben. So war

im April 2003 unter dem Stichwort „Multimedia-Tage Duisburg“ die Zentralbibliothek der Stadt Duisburg vier Tage lang für 50 Duisburger Schulklassen ein lebendiger Ort der Begegnung und Auseinandersetzung mit den Medien Film und Fernsehen. 2004 finden Fachtagungen für Erzieherinnen zum Thema „Medienerziehung in Kindergarten und Hort“ statt.

II. Bürgermedien – Partizipative Medienarbeit

Norbert Sander, Dr. Wilfried Schmid, Andreas Schmidt, Peter Schwarz

Das neue Landesmediengesetz fasst Bürgerfunk, Bürgerfernsehen und Hochschulrundfunk, also die elektronischen Medien, zu denen das Gesetz einen unmittelbaren Zugang (Partizipation) der Bürger ermöglicht, unter der Überschrift „Bürgermedien“ in einem eigenen Abschnitt zusammen.

Mit Hilfe der partizipativen Medienarbeit wird es breiten Bevölkerungsschichten ermöglicht, einen praktischen Einblick in die Welt der elektronischen Medien zu nehmen. Mittels des bewährten „learning by doing“-Prinzips kann so jeder interessierte Bürger in einem Team von Gleichgesinnten seine eigenen Hörfunk- und Fernseherfahrungen machen, z. B. hinsichtlich des Einsatzes von Technik, des kreativen Umgangs mit Sprache, der Organisation und Durchführung einer Produktion bzw. des Sendeablaufs oder auch der Reaktionen eines größeren Publikums auf die eigenen Meinungsäußerungen. Die Förderung der partizipativen Medienarbeit durch die Landesanstalt für Medien erstreckt sich dabei auf die in den folgenden Kapiteln aufgeführten Bereiche.

Bürgerfunk

In Nordrhein-Westfalen gibt es ein bisher einmaliges System des Offenen Kanals im Radio: den Bürgerfunk. Wer immer es möchte, erhält die Gelegenheit, sich in einem der 46 privaten Lokalradios in Nordrhein-Westfalen unmittelbar zu Wort zu melden, denn jeder dieser Sender muss täglich Sendezeit für Bürgerfunk-Beiträge reservieren. Dieses Konzept des Offenen Kanals entstand unmittelbar im Zusammenhang mit der Einrichtung des privaten lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen als ein integriertes Konzept der Bürgerbeteiligung am privaten Hörfunk: Im Gegensatz zu anderen Modellen sieht es die feste Einbindung der Bürgergruppen in das Programm der privaten Lokalradios vor. Seitdem ist ein breites Spektrum von Bürgerfunkern aktiv geworden, es sind Gruppen aus allen Alters- und Bevölkerungsschichten: Schüler und Senioren, Musikgruppen, Heimat- und Geschichtsvereine, Blinde, ausländische Mitbürger mit fremdsprachigen Beiträgen, verschiedene Initiativen wie die AIDS-Hilfe, aber auch Sportfans. Die Sendeplätze (bis zu zwei Stunden Sendezeit täglich) stehen unterschiedslos allen Interessierten offen, also auch und besonders den Gruppierungen, die nicht durch die Veranstaltergemeinschaften der privaten Sender repräsentiert sind. Programmauswertungen der bisher gesendeten Beiträge haben ergeben, dass kulturelle und soziale Themen den Schwerpunkt bilden.

Zu dem Erfolg des Bürgerfunk-Konzepts gehört insbesondere die von der LfM immer wieder geforderte und unterstützte handwerkliche Qualifizierung der Teilnehmer. Dies geschieht in erster Linie durch die mehr als 160 anerkannten Radiowerkstätten. Träger sind gemeinnützige Radiovereine, Volkshochschulen, aber auch kirchliche und gewerkschaftliche Bildungseinrichtungen sowie engagierte Bürgergruppen. Die Radiowerkstätten stellen die notwendige technische Ausstattung zu Verfügung, bieten aber vor allem Beratung, Betreuung und Weiterbildung an.

Mit dem Bürgerfunk steht in Nordrhein-Westfalen eine landesweite Struktur zur Verfügung, in der sich durch konkreten und praktischen Umgang mit dem Medium Hörfunk Medienkompetenz entwickelt hat. Um die Funktionsfähigkeit des Bürgerfunks erhalten und ausbauen zu können, müssen die vorhandenen Strukturen weiter entwickelt und dem Bürgerfunk die Möglichkeit des Zugangs zur multimedialen Welt ermöglicht werden. Vor diesem Hintergrund hat die LfM seit Anfang 1999 ein ganzes Bündel von Maßnahmen auf den Weg gebracht:

Produktionsprojekte

Mit den Projekten zu den Themenbereichen „Soziales“ und „Lokale Agenda 21“ wurden 1999 Bürgerfunkbeiträge besonders gefördert, die sich mit aktuellen gesellschaftlichen Themen und Problemfeldern befassen. Zugleich wurden Gruppen angesprochen, die bereits aktiv in kommunalen Projekten mit bürgerschaftlichem Engagement tätig sind. Da diese Projekte als Kooperationsprojekte zwischen aktiven Bürgerfunkgruppen und anerkannten Radiowerkstätten angelegt waren, wurden auf diese Weise auch neue Zielgruppen für den Bürgerfunk erschlossen, denen sich zudem die Möglichkeit eröffnet, durch Qualifizierung Medienkompetenz zu erwerben.

Aufgrund der positiven Erfahrungen wurden Produktionsprojekte in unterschiedlichem Umfang gefördert, wobei keine thematischen Vorgaben mehr erfolgten. Projekte, die der Förderung der Medienkompetenz dienen, wurden allerdings besonders begrüßt.

Pilotprojekte Bürgerfunklive

In den Jahren 2000 und 2001 wurden sechs Pilotprojekte gefördert, bei denen in Zusammenarbeit zwischen Veranstaltergemeinschaften für Lokalfunk, Chefredakteuren und anerkannten Radiowerkstätten die Voraussetzungen für Live-Sendungen im Bürgerfunk erprobt und die Auswirkungen auf den Bürgerfunk untersucht wurden. Die Pilotprojekte fanden in den Verbreitungsgebieten Kreis Aachen, Krefeld/Viersen, Minden-Lübbecke, Mülheim/Oberhausen und im Kreis Wesel statt. Die LfM stellte die entsprechende (Life-)Übertragungstechnik zur Verfügung und förderte spezielle Qualifizierungsangebote für die beteiligten Bürgerfunkgruppen. Diese Projekte hatten eine Laufzeit von sechs Monaten.

Die Auswertung der Pilotprojekte (der Abschlussbericht ist im Internet unter www.buergermedien.de dokumentiert) zeigte, dass ausgewählte Bürgerfunkgruppen in Zusammenarbeit mit Radiowerkstätten in der Lage sind, verantwortlich Live-Sendungen zu produzieren und dass die Live-Möglichkeit das Interesse am Bürgerfunk in den beteiligten Verbreitungsgebieten verstärkt hat. Vor allem durch Außenübertragungen konnte sich der Bürgerfunk in der lokalen Öffentlichkeit präsentieren.

Wenngleich durch die Pilotprojekte die Voraussetzungen und Bedingungen für Live-Sendungen grundsätzlich geklärt sind, finden wegen der rundfunkrechtlichen Verantwortung der Veranstaltergemeinschaften solche Sendungen in der Regel nur noch zu besonderen Anlässen – dies allerdings auch außerhalb der Pilotgebiete – statt.

Qualifizierungsangebote der Deutschen Hörfunkakademie

Durch die Beteiligung an der Deutschen Hörfunkakademie macht die LfM deutlich, dass sie sich zur Stärkung des lokalen Rundfunks in Nordrhein-Westfalen auch auf dem Feld der beruflichen Qualifizierung von Journalistinnen und Journalisten sowohl im Hörfunk als auch bei Multimedia-Entwicklungen im lokalen Rundfunk engagiert. Durch den Auftrag an die Deutsche Hörfunkakademie, Qualifizierungsmaßnahmen auch für Bürgerfunkgruppen durchzuführen, steht die Kompetenz dieser Einrichtung auch den Bürgerinnen und Bürgern unseres Landes zur Verfügung, die sich im Bürgerfunk engagieren und ihre Medienkompetenz stärken wollen.

Die erfolgreiche Qualifizierungsoffensive wurde im Jahr 2001 um dezentrale Angebote erweitert, um noch mehr Bürgerfunkgruppen die Möglichkeit der Beteiligung zu geben und zudem eine Verbesserung der Beitragsqualität zu ermöglichen. Hinzu kamen spezielle Angebote für Mitarbeiter von anerkannten Radiowerkstätten, um die Beratungs- und Betreuungsaufgaben besser zu bewältigen. Mit Blick auf die neuen Entwicklungs- und Fördermöglichkeiten wurde diese Qualifizierungsphase Ende 2002 erfolgreich abgeschlossen.

RadS – Radio aus der Schule

Das im Bereich der Stadt Düsseldorf und des Kreises Neuss bis Mai 1999 durchgeführte Pilotprojekt „RadS“ hat gezeigt, dass die Einbeziehung von Radioarbeit im schulischen Alltag durch die aktive Beschäftigung mit diesem Medium in besonderer Weise geeignet ist, das Lernziel Medienkompetenz in seinen verschiedenen Facetten zu erreichen. Da sich ein solches Projekt „Radio aus der Schule“ im Rahmen des Schwerpunktes Medienkompetenz hervorragend in das Aufgabenprofil der LfM einfügt und für die zukünftige Entwicklung partizipativer Medienarbeit in NRW einen konstitutiven Beitrag leisten kann, hatte die LfM beschlossen, ein landesweites Projekt „RadS NRW – Radio aus der Schule“ bis Mai 2002 zu fördern, um so die positiven Erfahrungen mit dem

Pilotprojekt allen Schulen in NRW zur Verfügung zu stellen. Der Abschlussbericht zu diesem Projekt wurde im Sommer 2002 vorgelegt.

„RadS“ hat in der Vergangenheit den NRW Bildungsserver „learn-line.nrw.de“ genutzt und dort ein Internetangebot unter dem Stichwort „RadS online“ entwickelt. Dieses Angebot wurde im Rahmen des landesweiten Projektes weiter ausgebaut und wird wesentliche Impulse für die Entwicklung von Medienkompetenz bei Lehrern und Schülern und die Nutzung multimedialer Technik geben. Die Projektmaterialien werden den e-teams im Rahmen der e-initiative zur Verfügung gestellt.

Netzwerk Jugendradio

Um die Jugendradioarbeit in NRW zu dokumentieren, den landesweiten Informationsaustausch im Jugendbereich zu verbessern und die Kommunikation in der Szene zu fördern, hat die Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V. (LAG LM) im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW und des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder des Landes NRW ein internetgestütztes Netzwerk-Jugendradio eingerichtet (www.jugendradio-nrw.de).

Über diese Homepage haben Jugendradiogruppen die Möglichkeit, sich mit Radiobeiträgen, Fotos und Texten, die mittels eines Redaktionssystems eigenständig von den Bürgerfunkern eingerichtet und aktualisiert werden können, darzustellen. Das Netzwerk-vor-Ort dient aber auch der persönlichen Begegnung von Jugendradiomachern. Dazu wurde Nordrhein-Westfalen in sechs Radioregionen aufgeteilt. In diesen Regionen wurden Regionalkonferenzen und Radiotage veranstaltet, bei denen der Umgang mit dem Redaktionssystem, der Aufbau einer eigenen Webseite und die Aufbereitung von Hörfunkbeiträgen für das Internet in Seminaren vermittelt wurden.

www.jugendradio-nrw.de

Bürgerfernsehen – Offener Kanal

Der Bürgerfunk im Fernsehen ist ein zugangsoffenes Forum, das der Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ermöglicht, sich durch die Produktion von Beiträgen an der Gestaltung eines auf einem Offenen Kanal Fernsehen verbreiteten Programms zu beteiligen. Dadurch sollen Kommunikationsformen und deren Auswirkung auf das kulturelle und soziale Leben sowie auf die kommunikative Kompetenz der Beteiligten auf lokaler und regionaler Ebene erprobt und entwickelt werden.

Die Beiträge müssen werbefrei sei und dürfen nicht gegen geltendes Recht verstoßen. Darüber hinaus gibt es keine Nutzungsbeschränkungen. Durch den freien und gleichberechtigten Zugang zu der Fernsehproduktionstechnik, deren Handhabung vermittelt wird, bietet das Bürgerfernsehen die Möglichkeit, sich selbst verantwortlich mit selbst bestimmten Inhalten an die Öffentlichkeit zu wenden. Offene Kanäle sind nicht kommerziell, die Produzenten erhalten keine Honorare für ihre eingereichten Beiträge. Träger des Bürgerfernsehens und Betreiber des Fernsehstudios sind die von der LfM lizenzierten Arbeitsgemeinschaften in der Rechtsform eines eingetragenen Vereins.

In Nordrhein-Westfalen sind Anfang des Jahres 2004 Arbeitsgemeinschaften in Bielefeld, Bergisch-Gladbach, Dortmund, Essen, Hamm, Lüdenscheid, Marl, Münster und Paderborn lizenziert. Die Arbeitsgemeinschaften stellen die Fernsehproduktionstechnik bereit, organisieren den Sendebetrieb, beraten die Nutzer und Nutzerinnen bei der Produktion und bieten technisch-gestalterische und journalistisch-redaktionelle Qualifizierungen an. Sie treffen keine redaktionelle Auswahl. Die Beiträge werden von den Nutzerinnen und Nutzern selbst verantwortet.

Das Bürgerfernsehen leistet einen Beitrag im Feld der partizipativen Medienarbeit, indem es an den Standorten Interessenten die Möglichkeit eröffnet, sich aktiv mit Fernsehen auseinander zu setzen. Es steht semiprofessionelle Produktions- und Sendetechnik bereit, damit jeder zu Wort kommen kann. Von der Aufnahme über den Schnitt bis zur Live-Sendung sind nahezu alle Präsentationsformen des Fernsehens realisierbar. Verstärkt werden die Möglichkeiten des Internet in die Arbeit integriert. Die technische Handhabung von Aufnahmeeinheiten, Schnittplätzen und Senderegieplätzen, die einzelnen redaktionellen Arbeitsschritte einer Beitrags- oder Sendeproduktion sind erlernbar. Daneben findet die Auseinandersetzung mit Themen und Inhalten von der Planung bis zur Ausstrahlung der Sendebeiträge statt.

Der „offene Zugang“ für jeden Interessenten ist Prinzip und Methode. Durch den direkten Umgang mit Fernsehen und Fernsehtext können außerhalb von Kursen und Seminaren Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse erworben werden. Es ist jedem Nutzer und jeder Nutzerin selbst überlassen, wie intensiv er/sie in die Materie eintaucht. Dadurch werden auch Bürgerinnen und Bürger angesprochen, die durch traditionelle

Bildungsangebote nicht erreicht werden. Es ist ein Merkmal des Bürgerfernsehens, dass seine Nutzer und Nutzerinnen ein sehr breites Alters-, Berufs- und Bildungsspektrum abbilden.

Das Lernfeld Medienkompetenz ist sehr weit gefächert und deshalb konzentrieren sich die Offenen Kanäle auf technische, gestalterische und redaktionelle Angebote für nichtkommerzielle Anwender rund um die Bewegtbildbearbeitung, Veröffentlichung, Fernsehen und Internet. Die LfM fördert die Arbeitsgemeinschaften, um sie bei der praktischen Umsetzung der im Folgenden genannten Aufgaben, die sich aus dem gesetzlichen Auftrag ergeben, zu unterstützen:

- die Bereitstellung der für die Produktion und Sendung von Fernsehbeiträgen und deren publizistische Ergänzung im Internet benötigte Technik
- die Organisation des Sendebetriebs
- Schulungen zur sachgerechten Handhabung der Produktionstechnik
- die Beratung von Nutzern und Nutzerinnen bei der Produktion.

Darüber hinaus sollen durch die Förderung unterstützt werden:

- Angebote zur technisch-gestalterischen und journalistisch-redaktionellen Qualifizierung der Nutzerinnen und Nutzer
- zielgruppenspezifische Angebote zur Vermittlung von Medienkompetenz und zur Nutzung der Bürgermedien
- Vorhaben, die in Zusammenhang mit der Bildung von und der Beteiligung an lokalen Medienkompetenznetzwerken stehen
- Vorhaben, die in Zusammenhang mit der Bildung von und der Beteiligung an Ausbildungs- und Erprobungskanälen stehen und
- die Erprobung neuer digitaler Verbreitungsplattformen.

adventure-kidz – Schüler-TV-Magazin im Bürgerfernsehen

„adventure-kidz“ ist ein von Schülern produziertes TV-Magazin, das in den an dem Projekt beteiligten Offenen Kanälen in Essen und Münster ausgestrahlt wird. Die Kinder und Jugendlichen im Alter von 11 bis 16 Jahren liefern als Produktionsgruppen der Magazinsendung einzelne Beiträge zu. In einer Gesamtedaktion erfolgt die Themenauswahl und die Vergabe an die einzelnen Gruppen. Dadurch lernen die Beteiligten praxisnah die Fernsehwelt kennen. Sie setzen sich mit ihrem Produkt kontinuierlich durch die in den Redaktionssitzungen stattfindenden Sendekritiken auseinander und entwickeln das Magazinformat und die einzelnen Bausteine weiter. Die interne Kommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit für das TV-Magazin wird durch den Internetauftritt www.adventure-kidz.de realisiert.

Das Projekt ist für die Kooperation des Bürgerfernsehens mit Schulträgern konzipiert. In der Projektpraxis lernen die Schüler mit Hilfe von geschulten Medientrainern selbstständig ein Fernsehmagazin zu produzieren, das im Fernsehprogramm des Offenen Kanals öffentlich ausgestrahlt wird und im Internet ständig präsent ist. Durch die intensive Betreuung von Medientrainern in kleinen Fernseh-AGs erlernen die Schüler im Produktionsprozess ihres eigenen TV-Magazins praktische Grundlagen des journalistischen-redaktionellen Fernsehens und erlangen technisch-gestalterisches Wissen und Fähigkeiten. Praktische Fähigkeiten der Fernsehproduktion werden erworben im Umgang mit Geräten wie Fernsehkameras, Internetsoftware und Video-Schnittcomputern auf hohem technischen Niveau, wie sie im professionellen Fernsehen benutzt werden.

Mit dem Konzept von „adventure-kidz“ wurde ein Redaktionsmodell nach dem Funkhausprinzip entwickelt. Die teilnehmenden Fernseh-AG's werden zu einer Gesamtedaktion vernetzt. Die einzelnen Arbeitsgemeinschaften der beteiligten Schulen arbeiten



wöchentlich 2-3 Stunden im Nachmittagsbereich. Durch diese Kooperation wird ein ausreichend hoher Produktionsoutput für eine Sendung erzielt, den eine einzelne AG in dieser Form nicht schaffen kann. Durch das betreute Angebot im Nachmittagsbereich erschließen sich für Schulen neue Möglichkeiten mit Praxisfeldern für den Erwerb von Schlüsselqualifikationen im Bereich der digitalen Medien Fernsehen

und Internet. Durch das spezielle Know-how der Medientrainer in der medienpädagogischen Betreuung und durch Ausbildung im Bereich von Fernsehproduktion mit offenem Zugang bietet der Offene Kanal als Fernsehsender und Ausbildungs- und

Erprobungskanal besondere Möglichkeiten, die weit über das Angebot einer schulischen Video-AG hinausgehen. Durch die Medienpraxis der Partizipation an einer schulübergreifenden öffentlichen TV Plattform für Schüler wird den Schülern Gelegenheit zur öffentlichen Darstellung ihrer Interessen und ihres Lebensgefühls gegeben und in einer Lernform ohne Schulstress und Notendruck neue Kompetenzen erworben.

„adventure-kidz“ wird im Rahmen des Schwerpunktprojektes „Offener Kanal und Schulen“ im Jahr 2004 in Essen weitergeführt.

Ansprechpartner:

Michael Neumann, Offener Kanal Essen e.V.

E-Mail: isi-tv@ok43.de

www.adventure-kidz.de

TrickboXXen im Bürgerfernsehen

Die Koordinierungsstelle des Bildungszentrums BürgerMedien (BZBM) in Dortmund leiht TrickboXXen mit Kameras aus, damit in der Schule, im Kindergarten, mit Kinder- und Jugendgruppen oder auch mit Erwachsenen eigene Trickfilme produziert und in einem der nordrhein-westfälischen Bürgerfernsehsender ausgestrahlt werden können. Mit der Trick-boXX wird bereits in den Offenen Kanälen u. a. in Hessen und Thüringen gearbeitet. Durch sie finden Kinder- und Jugendgruppen den Zugang zum Bürgerfernsehen.



Durch die einfache Handhabung werden sie schnell mit den Grundzügen des filmischen Arbeitens vertraut und das Produkt kann anschließend gesendet werden. Dadurch lernen sie das Bürgerfernsehen kennen und, auf den ersten Fernseherfahrungen aufbauend, können sie dann auch die weiteren Produktionsmöglichkeiten nutzen.

Einzelne TrickboXX-Projekte haben allerdings den Nachteil, dass sich die aufwändig produzierten Kurzfilme versenden. Ein Beitrag von 2 oder 3 Minuten Länge – das ist für einen Trickfilm schon sehr lang – wird im Programm nicht wahrgenommen. Aus diesem Grund soll ein geeignetes Programmumfeld für die einzelnen Trickfilme geschaffen werden. An den einzelnen Standorten der Offenen Kanäle in NRW wird ein Multiplikatorenpool aufgebaut, um die TrickboXX in unterschiedlichen Projekten vor Ort einzusetzen

und deren Ergebnisse dann in eine gemeinsame Sendung einfließen zu lassen. Gemeinsam mit dem BZBM, der LPR Hessen und nordrhein-westfälischen Einrichtungen, die bereits mit der TrickboXX arbeiten, wird ein didaktisch-methodisches Handbuch entwickelt, um den mit der TrickboXX arbeitenden Multiplikatoren eine Arbeitsgrundlage an die Hand zu geben.

Die Koordinierungsstelle Bildungszentrum BürgerMedien bietet methodisch-didaktische und inhaltlich-gestalterische Beratung und Schulungen für alle Betreuer an, die sich mit ihrer Gruppe auf ein Trickfilm-Vorhaben einlassen.

Interessenten können sich wenden an:
Koordinierungsstelle Bildungszentrum BürgerMedien, Dortmund
Frau Christa Claßen
E-Mail: lassen-bzbm@hoerfunkakademie.de
oder
Landesanstalt für Medien NRW
Herr Peter Schwarz
E-Mail: pschwarz@lfm-nrw.de

Interessenten können sich wenden an:

Koordinierungsstelle Bildungszentrum BürgerMedien, Dortmund

Frau Christa Claßen

E-Mail: lassen-bzbm@hoerfunkakademie.de

oder

Landesanstalt für Medien NRW

Herr Peter Schwarz

E-Mail: pschwarz@lfm-nrw.de

[i:si] – das Multimediatrainingszentrum für Kinder (und Erwachsene)

„Das ist easy“ sagen die Kinder von [i:si], die für ihre Altersgenossen Fernsehsendungen und einen Internetauftritt (www.isi-tv.de) produzieren. Magazinsendungen wie „Sportissimo“, „Lupe“, „Labor“, „Marktplatz“ und „Feder, Fell und Pfote“ werden im wöchentlichen Rhythmus einmal monatlich im Rahmen des Programms der Offenen Kanäle in Münster und in Hamburg ausgestrahlt.



Die zweijährige Projektphase von „[i:si] - Multimediales Fernsehen von Kindern für Kinder“ endete im März 2003. Von den Kinderredaktionsgruppen wurden in den zwei Jahren etwa 450 Beiträge und Moderationen für insgesamt 104 Sendungen produziert. Viele davon im Rahmen regelmäßiger Gruppenarbeit im Bürgermedienzentrum Bennohaus in Münster oder in kooperierenden Einrichtungen, andere in Wochenendworkshops, Ferienaktionen oder schulischen Projekttagen und -wochen.

Insgesamt nahmen alleine in Münster über 600 Kinder am Projekt teil. Gleichzeitig bestand ein regelmäßiger Sendeaustausch mit dem [i:si]-Trägerverein in Hamburg und gegen Ende des Projektes auch mit Gruppen aus Gera, Essen und Lublin/Polen. Auch über den Projektzeitraum hinaus werden noch jeden Montag von 19.00 Uhr bis 19.30 Uhr Sendungen von Kindern für Kinder ausgestrahlt.

Bei [i:si] geht es um produktorientierte Medienpädagogik. Die Sendungen und der Web-auftritt als Ergebnis stehen im Mittelpunkt der Vermittlung multimedialen Denkens. Es werden im Rahmen dieses Projektes für die entsprechenden Programmbestandteile Handreichungen entwickelt, die Multiplikatoren in die Lage versetzen, mit Kindern Fernsehsendungen zu produzieren, das Internet für die Recherche zu nutzen, Informationen für die Website aufzubereiten und das Internet als integralen Bestandteil für die Programmgestaltung der Fernsehsendungen einzubeziehen. Für angehende Multiplikatoren ist [i:si] aus- und fortbildungsbegleitete Praxis.

[i:si] wird ab dem Jahr 2004 als Schwerpunktprojekt in Münster fortgeführt.

www.isi-tv.de

LaVoro

LaVoro ist ein Ausbildungsmagazin – und das ist hier in doppelter Bedeutung zu sehen: Zum einen werden die Auszubildenden und Praktikanten, die es in den Standorten des Bürgerfernsehens in NRW gibt, durch redaktionelle Seminare qualifiziert, zum anderen produzieren sie unter fachlicher Anleitung ein Magazin mit ausbildungsrelevanten Themen, das sich an eine entsprechende Zuschauergruppe wendet. Das Magazin wird NRW-weit in allen Offenen Kanälen gesendet.



Mit der Durchführung des Projektes wurden zwei Honorarmitarbeiter beauftragt: Für die redaktionelle Betreuung eine Journalistin, die die Lehrredaktion Fernsehen des Instituts für Journalistik an der Universität Dortmund leitet, und für die pädagogische Betreuung ein ehe-

maler Mitarbeiter beim Offenen Kanal tv münster, inzwischen freier Medienpädagoge. Das Bildungszentrum BürgerMedien übernahm die organisatorische Abwicklung.

Die Projektaufgabe bestand darin, im ersten Halbjahr 2003 eine Seminarreihe mit fünf Bausteinen und ein fernsehjournalistisches Produkt zur journalistischen Weiterqualifikation von Auszubildenden und Praktikanten der Offenen Kanäle in NRW zu entwickeln und durchzuführen bzw. zu verwirklichen. Dazu sollte mit den Teilnehmern eine Pilot-

sendung produziert und auf der Medienmesse „generation m“ im Juni 2003 im Rahmen eines Messestandes der Landesanstalt für Medien NRW präsentiert werden.

Die Tatsache, dass Qualifizierung nicht bedeutet, nur für die Schublade zu produzieren, kann für die Ausbildungsqualität gar nicht hoch genug bewertet werden. Insofern bieten die Offenen Kanäle mit ihren Sendelizenzen ausgezeichnete Rahmenbedingungen für ein Projekt wie LaVoro. Ein Magazin, von jungen Leuten selbst gemacht, das dann auch gesendet wird, stärkt die Motivation. Zwar möchten die LaVoro-Macher den Zuschauer oder die anvisierte Zielgruppe erreichen und ein informatives wie unterhaltsames Magazin präsentieren. Dabei muss aber nicht auf Einschaltquoten geschielt werden. Dies ermöglicht Freiräume: Die Teilnehmer können eigene Themen und Gestaltungsformen frei einbringen.

LaVoro hatte die Funktion eines Modellprojektes und hat Aufschluss über die Realisierbarkeit eines solchen Vorhabens im Bereich des Bürgerfernsehens und die dort beabsichtigte Redaktionsgruppenarbeit gegeben.

www.la-voro.de

Campus-Rundfunk in Nordrhein-Westfalen

Campus-Radio

In Nordrhein-Westfalen bestehen seit Mitte 1995 die rechtlichen Voraussetzungen, Campus-Radio zu veranstalten. Im November 1997 ging in Bochum mit c.t.-das Radio der erste Campus-Radio-Sender an den Start. Seitdem hat sich einiges getan: In Nordrhein-Westfalen ist inzwischen eine überaus lebendige und vielfältige Hochschulradio-Landschaft entstanden, die in der Bundesrepublik ihresgleichen sucht. Im April bzw. Oktober 1999 starteten die Campus-Radios eDRadio in Dortmund und Radio Q in Münster ihren Sendebetrieb auf eigener Frequenz; Hochschulradio Düsseldorf folgte im Mai 2000, HERTZ 87,9 aus Bielefeld im Dezember desselben Jahres. Seit Januar 2002 ist auch Köln-



campus live dabei. Und immer noch ist kein Ende der Entwicklung abzusehen: CampusFM aus Essen steht bereits – mit einer Lizenz versehen – in den Startlöchern und wartet auf die Zuweisung einer Frequenz. Nach der Fusion der Hochschulen Essen und Duisburg befindet sich CampusFM derzeit in einer Umstrukturierungsphase, um die

beiden Campus-Radio-Initiativen in Essen und Duisburg zusammenzuführen. Weitere Campus-Radio-Initiativen in Bonn, Aachen und der FH Lippe und Höxter haben sich vom Engagement ihrer Kolleginnen und Kollegen anstecken lassen und streben ebenfalls die Etablierung eines „richtigen“ Senders mit eigener Frequenz und Live-Sendebetrieb an. Darüber hinaus sind erste Informationsgespräche mit Campus-Radio-Interessenten aus Paderborn und Gelsenkirchen geführt worden.

Medienqualifikation

Viele Studentinnen und Studenten nutzen ihre Mitarbeit beim Hochschulfunk, um sich im Bereich journalistischen Handwerks, etwa bei der Produktion von Beiträgen oder in der Live-Moderation, zu qualifizieren. Doch die Möglichkeiten der Qualifizierung, die ein Campus-Radio bietet, gehen weit über die reine Aneignung technischer Fertigkeiten hinaus. Neben der Radioarbeit im engeren Sinne werden Kompetenzen in vielen Bereichen erworben: bei der Büroorganisation und im Redaktionsmanagement, bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Pflege des Internetauftritts, beim Erstellen von Musikablaufplänen oder der Kontaktpflege zur Musikindustrie – um nur einige Beispiele zu nennen. Zahlreiche ehemalige Hochschulfunker sind heute längst Arbeitnehmer privater und öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter oder in anderen Bereichen der Medienbranche tätig. Campus-Radio bietet aber mehr: die Möglichkeit, Verantwortung für ein eigenes Medium zu übernehmen, eigenständig eine Zielvorstellung dafür zu entwickeln und in diesem Rahmen neue Konzepte auszuprobieren. Dieser Prozess führt zu einer Aneignung von Medienkompetenz im Sinne einer kritischen und konstruktiven Auseinandersetzung mit dem eigenen Medium, seinen Aufgaben und Zielen und damit auch zu einer kritischen Reflexion der Funktion und Arbeitsweise von Medien im Allgemeinen. Hochschulradios schaffen außerdem den kreativen Freiraum für Experiment und Innovation.

Das Engagement der Campusfunker ist beachtenswert, denn neben der ehrenamtlichen Radioarbeit sorgen sie als Dozenten in Seminaren und Workshops auch noch für die Ausbildung des studentischen Nachwuchses. Aber auch viele ehemalige Hochschulfunker kehren immer wieder gerne an ihre alte Wirkungsstätte zurück und führen als Referenten Seminare für die Campus-Funkerinnen und Funker durch. Sie sind wichtige Multiplikatoren in der Qualifizierungsarbeit von Campus-Radios, die einen Beitrag zur Qualitätssicherung und Entwicklung von Campus-Radios in NRW leisten.

Die Campus-Radios in NRW haben sich als ein wichtiges Informationsmedium für die Studierenden und Hochschulangehörigen etablieren können. Mit innovativen Musikformaten fernab des „mainstreams“ werden die Campus-Radios mit einem unverwechselbaren Profil in der Radiolandschaft wahrgenommen. Somit tragen die Campus-Radios zur Medienvielfalt in NRW bei und leisten einen wichtigen Beitrag in der Vermittlung von Medienkompetenz.

Campus-Fernsehen

Seit Mai 1998 ist auch „do1 - UniVerselles Stadtfernsehen“ mit einem 30-minütigem Magazin in den Dortmund Kabelhaushalten zu sehen. Das Hochschulfernsehen nutzt einen Kabelkanal gemeinsam mit dem Offenen Kanal Dortmund. Die studentischen Gruppen bzw. die universitären Vereine als Träger und die LfM als beratende und lizen-



Studentinnen und Studenten Rechnung getragen. Eine eigene Lizenz, ein eigenes Campus-Radio und/oder Campus-Fernsehen, die Aussicht, selbst verantwortlich für das Medium zu sein: Das sind unbestritten wichtige Gründe für die nach wie vor überall in Nordrhein-Westfalen zu spürende große Motivation.

zierende Landesmedienanstalt haben damit auf das vom Landesrundfunkgesetz ermöglichte „vereinfachte Zulassungsverfahren“ für Hochschulrundfunk reagiert. Offenkundig wird damit einem enormen Bedürfnis der

Örtliche Medienkompetenznetzwerke

Örtliche Medienkompetenznetzwerke sollen die technischen Ressourcen und gestalterischen Qualifikationen der an einem Ort vorhandenen Bürgermedien zusammenfassen und bündeln, um der örtlichen Bevölkerung einen einheitlichen Ansprechpartner für ein umfassendes multimediales Qualifizierungsangebot zu bieten.

Es reicht hier nicht aus, lediglich die jeweils bereits vorhandenen Angebote zum eigenen (Einzel-)Medium zusammenzufassen, vielmehr geht es darum, durch Vernetzung die Angebote nicht nur aufeinander abzustimmen sondern daraus ein multimediales – auch methodisch-didaktisch integriertes – Gesamtangebot zu entwickeln, das neben der Qualifizierung auch entsprechende Verbreitungsmöglichkeiten etwa in lokalen Netzwerken und im Internet einschließt.

Die lokalen Netzwerke müssen in das von der LfM geförderte mekonet des ecmc integriert werden, d. h. einerseits auf dessen Dienstleistungen zurückgreifen und andererseits diesem Materialien zuliefern, was nicht zuletzt unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung gesehen werden muss.

Die Ausformung solcher Netzwerke wird seit dem Jahr 2003 exemplarisch für städtische und ländliche Räume durch Pilotprojekte erprobt.

WertArbeit

„WertArbeit“ ist ein Multimedia-Projekt, das vom im September 2002 gegründeten Bielefelder Netzwerk Medienkompetenz (BNMK) in der Zeit vom 10.10.2003 bis zum 20.11.2003 durchgeführt wurde.

Ziel dieses zeitlich begrenzten Projektes war es, den teilnehmenden jungen Menschen den Sinn von Arbeit zu verdeutlichen und den diesbezüglichen Stellenwert für sich neu zu beurteilen. „WertArbeit“ wollte zur aktiven Auseinandersetzung mit einem der Grundwerte in unserer Gesellschaft beitragen und zwar zu einem Zeitpunkt, an dem der Themenbereich, u. a. bedingt durch die seit Jahren bestehende Massenarbeitslosigkeit, teilweise in der öffentlichen Wahrnehmung zwiespältig besetzt ist.

Zahlreiche Träger der Bereiche Arbeit-, Bildung- und Medienkompetenzvermittlung haben sich an verschiedenen, miteinander verzahnten medialen Aktionen und Aktivitäten



beteiligt. Diese persönliche und inhaltliche Beschäftigung wurde insbesondere in Workshops gefördert, die produktorientiert Photoserien, Radiosendungen sowie Video- und Internetbeiträge erstellten. Alle Aktivitäten wurden unter dem Projektdach verknüpft. Dies geschah u. a. durch ein gemeinsames Werbekonzept, die abschließende gemeinsame öffentliche Projektpräsentation und eine multimediale Dokumentation.

Als Zielgruppen wurden medienübergreifend insbesondere Arbeitnehmer, Arbeitslose, Institutionen und Behörden, Jugendliche, Kinder, Lehrer, Mädchen und junge Frauen (bis 27 Jahre), Schüler und Menschen mit Behinderung konkret angesprochen und individuell qualifiziert.

Nähere Informationen zu diesem Projekt erhalten Sie beim Projektträger:
Bielefelder Netzwerk Medienkompetenz BNMK
c/o GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
Herrn Dirk Rehlmeier
Körnerstr. 3
33602 Bielefeld
Tel.: 0521/5218922
E-Mail: d.rehlmeier@jugend-nrw.de
www.bnmk.de

sowie beim Projektnehmer/Realisierer:
Gewerkschafter für Lokalfunk
c/o DGB Region Ostwestfalen
Herrn Peter Borchert
Marktstraße 10
33602 Bielefeld
Tel.: 0521/96408-01/32
www.wert-arbeit.de

EuregioNETmedial – Netzwerk für Medienkompetenz für den ländlichen Raum/westliches Münsterland – Niederlande

EuregioNETmedial heißt das Pilotprojekt, das von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in der Zeit vom 01.08.2003 bis zum 31.07.2004 als regionales Netzwerk der Medienbildung gefördert wird. Auftragnehmer und Standort des Projektes ist die Volkshochschule Steinfurt, die das Pilotprojekt koordiniert.

Kooperationspartner sind:

- das Zentrum für Medienkompetenz Tecklenburg und die anerkannte Radiowerkstatt Velpe der evangelischen Kirchengemeinde Westerkappeln
- die Volkshochschule Ahaus und die anerkannte Radiowerkstatt der VHS Ahaus
- Mira Media: eine Niederländische Stiftung für interkulturelle Medien in Utrecht/ Enschede.

Ziel ist es, langfristig im westlichen Münsterland ein grenzüberschreitendes regionales Medienkompetenznetzwerk für die Bürger, Bildungs- und Kultureinrichtungen und Unternehmen in der Euregio zu verankern und bereits vorhandene lokale Strukturen und Kooperationen zu stärken. Darüber hinaus soll die bereichs- und trägerübergreifende Implementierung von Medienkompetenz in das Netzwerk EuregioNET einfließen.



Zielgruppengerechte Angebote sollen Lust machen, mit Medien in Bildung, Jugend und Sozialarbeit kreativ zu arbeiten, sodass zwischen Bildungsträgern und Bürgermedien (Radio- und Videowerkstätten) ein multimediales Netzwerk geknüpft werden kann. Exemplarisch werden innovative Hörfunk-, Video- und Internetprojekte in die schulische und bildungspolitische Arbeit integriert.

Einzelne Module der Ergebnisse sollen auf andere ländliche Regionen in NRW übertragen werden; längerfristig soll Medienbildung in der Euregio ein fester Bestandteil der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit werden.

Weitere Informationen zum Projekt können abgerufen werden bei der Projektkoordinatorin Armina Krüger, die unter der Rufnummer 02551/148-39 im Projektbüro der VHS Steinfurt zu erreichen ist.

Kontakt: info@euregiomedia.net
www.euregiomedia.net

mekomNet – Lokales Medienkompetenznetzwerk Münster

„mekomNet – Lokales Medienkompetenznetzwerk Münster“ heißt ein neues Kooperationsprojekt, das von der Landesanstalt für Medien seit 1. August 2003 als eines von landesweit zwei Pilotprojekten für lokale Medienkompetenznetzwerke gefördert wird.

Träger von mekomNet ist der Verein mekom e. V., gegründet von den Vereinen Filmwerkstatt Münster, Medienforum Münster, Verein Bürgernetz – büne sowie der Volkshochschule der Stadt Münster.

Vor dem Hintergrund ihrer langjährigen Erfahrungen haben sich die Träger mit dem neuen Projekt die Aufgabe gestellt, Orientierung zu leisten und Kooperation zu fördern



in der gewachsenen Struktur von Medienkompetenzvermittlung und Medienpartizipation in Münster. Ziel ist, die Vielzahl der Angebote verschiedenster Träger transparent zu machen, Ressourcen offen zu legen und

Impulse zu geben für fruchtbare Kooperationen der Akteure. mekomNet möchte einen Transfer von Wissen und Kompetenz in Gang setzen zwischen Einrichtungen der Medienkompetenzvermittlung, der Aus- und Weiterbildung, der Lehre und Forschung sowie Wirtschaftsunternehmen, insbesondere der Kulturwirtschaft.

Um diese Ziele zu erreichen, möchte mekomNet möglichst viele Partner im Bereich der Medienarbeit in Münster – Institutionen, Organisationen, Vereine und Firmen – in das Netzwerk einbeziehen und gemeinsam neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit ausloten.

Die Projektarbeit stützt sich dabei auf ein „Zwei-Säulen-Modell“:

Ein Standbein bildet das Internetportal unter www.mekomnet.de. Diese Plattform soll allen Kooperationspartnern in Münster zur Verfügung stehen, um sich mit Qualifizierungsangeboten, Projekten und Dienstleistungen sowie ihren technischen und räum-

lichen Ressourcen zu präsentieren. Über eine interaktive Schnittstelle (Content Management System) können die Projektträger redaktionell erstellte Inhalte einpflegen und Projektpartner ihre Angebote direkt einstellen. Für die Öffentlichkeit werden diese Inhalte systematisch zur Information und Nutzung aufbereitet, Veranstaltungsangebote werden über eine Datenbank für den schnellen Zugriff bereitgestellt. Angestrebt ist eine enge Kooperation und der Datenaustausch mit weiteren lokalen und regionalen Netzwerken und Datenbanken sowie dem NRW-Leitprojekt *mekonet*.

Die zweite Säule des Projektes bildet die Koordinations- und Servicestelle. Hier findet persönliche Beratung und praktische Medienkompetenzvermittlung statt, die Mitarbeiter leisten trägerübergreifenden Service für Bürger und Projektpartner. In Kürze soll die Koordinations- und Servicestelle im *mekom.lokal* angesiedelt sein, einem zentral in der Innenstadt gelegenen Ladenlokal, das mit Rechnerplätzen ausgestattet gleichzeitig als betreutes Internet-Café und Selbstlernzentrum fungiert. Ratsuchende können hier zu speziellen EDV-Anwendungsfragen an den Terminals üben, Beratungspersonal steht dabei termingebunden zur Verfügung. Weiterhin sollen im *mekom.lokal* Schulungsangebote für Kleingruppen stattfinden.

Unterstützt wird die Koordinierungsstelle von einem Steuerungsgremium aus Mitgliedern der mekomNet-Trägerorganisationen sowie Fachberatern und -beraterinnen und einer Online-Redaktion, die für die Planung und Ausgestaltung des Internetangebotes zuständig ist.

Geplant sind weiterhin verschiedene Crossover-Projekte, wie der E-Doctor (EDV-Beratung) und die Veranstaltungsreihe Media Scout – Informationsbörsen zur Orientierung in Medienberufen.

Ausbildungs- und Erprobungskanäle

Das LMG NRW definiert nicht, in welchen Medien (Hörfunk, Fernsehen) Ausbildungs- und Erprobungskanäle eingerichtet werden können. Zum augenblicklichen Zeitpunkt, d. h. in der analogen Welt, scheint es aber sinnvoll, zuerst auf den Fernsehbereich zurückzugreifen und solche Kanäle erst einmal dort zu erproben, wo Bürgerfernsehen existiert, das ohnehin schon kostenfrei in das jeweilige Kabelnetz eingespeist wird.

Inwieweit ein Campusradio mit eigener Frequenz zu einem Ausbildungs- und Erprobungskanal Radio entwickelt werden kann, wird zu gegebener Zeit zu diskutieren sein.

Ausbildungs- und Erprobungskanäle sollten folglich zuerst an Standorten des Offenen Kanals eingerichtet werden, wo medienbezogene Ausbildungsgänge z. B. an Hochschulen bestehen. Sie können dazu dienen, Studierenden eine vorberufliche Medien-erfahrung unter realitätsnahen Bedingungen zu vermitteln. Sie können zugleich ein Ort sein, wo neue mediale Angebote sowie Umsetzungs- und Qualifizierungsstrategien entwickelt und erprobt und multimediale Anwendungen umgesetzt werden können. Über eine Öffnung des Zugangs – über das Bürgerfernsehen hinaus – für Schulen, Berufsschulen oder die Einrichtung berufsbegleitender Angebote sollte nach einer ersten Erfahrungsphase nachgedacht werden.

Ein erstes Pilotprojekt findet am Standort Dortmund statt. Dort gibt es den Studiengang Journalistik, das Campusfernsehen und das Bürgerfernsehen, wobei letztere mit der Deutschen Hörfunkakademie unter einem Dach im Dortmunder Medienzentrum DOM vereint sind und bereits kooperieren. Im Jahr 2004 soll, basierend auf den Ergebnissen dieses Projektes, der erste Ausbildungs- und Erprobungskanal in Dortmund auf Sendung gehen.

Erprobung neuer Verbreitungsplattformen

Diese Bestimmung des § 82 Abs. 1 Nr. 3 LMG NRW korrespondiert mit der Formulierung des § 82 Abs. 5, in der von der Förderung von „Bürgermedien, insbesondere im Hinblick auf die Nutzung digitaler Plattformen inklusive Internet“ die Rede ist.

Für neue Verbreitungsplattformen bietet sich der Bereich der digitalen Übertragung und dies sowohl über Satelliten, terrestrische Sender und über Kabel als auch über das Internet an. Deswegen soll im Folgenden auch immer von digitalen Plattformen die Rede sein. Beim augenblicklichen Stand der Technik kommt in erster Linie das Internet in Betracht.

Inwieweit in Zukunft etwa in Zusammenhang mit DAB/DVB-T bei terrestrischer Verbreitung oder einem ausgebauten digitalen Kabel andere Plattformen zur Bürgerbeteiligung oder Medienkompetenzvermittlung zur Verfügung stehen werden, ist im Augenblick noch nicht absehbar.

Die Nutzung digitaler Plattformen setzt Kompetenzen in unterschiedlichen Medien, z. B. in der Bild-, Ton- und Textbearbeitung, voraus. Gerade deswegen ist hier eine Kooperation verschiedener Bürgermedien notwendig, um interessierten Bürgern Qualifizierungs- und Nutzungsangebote machen zu können.

Da inzwischen sowohl der Bürgerfunk als auch weitgehend das Bürgerfernsehen digital produzieren, sind entsprechende technische Voraussetzungen vorhanden. Ob hier ein Pilotprojekt – z. B. zwischen einem Campusradio ohne terrestrische Frequenz und anderen Bürgermedien – für ein Internetradio mit multimedialer Ausrichtung realisiert werden kann, wäre noch zu prüfen. Auch eine Kooperation zwischen Bürgerfernsehen und Bürgerfunk ist denkbar, ebenso die Entwicklung eines digitalen multimedialen Ausbildungs- und Erprobungskanals im Internet. Ein diesbezügliches Pilotprojekt wird im Jahr 2004 in Düsseldorf durchgeführt.

Bei dem Projekt „Buergetnet-Duesseldorf“ haben sich mit dem Medienzentrum Rheinland, der anerkannten Radiowerkstatt „Tatort Radio“ sowie dem Hochschulradio Düsseldorf zwei unterschiedliche Bürgermedien und eine Bildungseinrichtung zum Zwecke der Erprobung der Verbreitungsplattform Internet zusammengeschlossen. Sollten sich im Projektverlauf andere digitale Plattformen, z. B. im Kabelnetz, als nutzbar erweisen, so sollen auch diese erprobt werden.

Im Rahmen des Projektes sollen aber auch die anderen Radiowerkstätten in Düsseldorf, besonders aber die Düsseldorfer Schulen angesprochen und aktiv in die Projektarbeit integriert werden.

Die Projektpartner wollen Bürgerinnen und Bürger ihre audiovisuellen Produktionsmöglichkeiten (Audio, Bild, Text, Bewegtbild) zur Verfügung stellen und ihnen so die Möglichkeiten eröffnen, Produkte unter Nutzung des Internet sowohl zu erstellen als auch zu verbreiten. Ziel ist es, durch diese Online-Plattform eine hohe Motivation zum Erstellen medialer Produkte zu erzeugen und gleichsam neue, kreative Formen der Netznutzung zu ermöglichen. Dabei sollen vor allem auch die interaktiven Möglichkeiten des Internet genutzt und Anregungen zu Experimenten gegeben werden.

Qualifizierung

Angesichts der Entwicklung der Medien – sowohl die Vermehrung ausdifferenzierter Programmangebote im Hörfunk und Fernsehen als auch der Verbreitung und Akzeptanz des Internet – ist die Funktion und Rolle der Bürgermedien neu auszurichten.

Vermittlung von Medienkompetenz

Die Funktion der Vermittlung von Medienkompetenz tritt dabei in den Vordergrund. Zudem wird – angesichts der technischen Entwicklung – darüber nachgedacht, Hörfunk, Fernsehen und Internet zu einer Plattform für Bürgermedien zu verschmelzen. Neben diesen eher strukturellen Veränderungen bleibt die Qualifizierung des Programms ein zentrales Thema, mit der sich Bürgermedien-Produzierende auseinander zu setzen haben.

Die Frage nach der Programmqualität von Bürgermedien kann sinnvoll nur in Verknüpfung mit der Frage nach den Qualifikationen der – gewollt nicht professionellen – Produzierende diskutiert werden. Die Bürgermedien müssen ihren Programmachern und Programmacherinnen qualifizierte und qualifizierende Angebote unterbreiten. Angebote, die die Vermittlung technisch-handwerklicher Fertigkeiten einschließen, aber auch darüber hinausgehen, indem sie die kritische Auseinandersetzung über den Sinn und Zweck einer Veröffentlichung, die Aufbereitung der Inhalte und die Frage nach den geeigneten Vermittlungsformen thematisieren. Die bürgerfunktypische „Qualifikation durch Nutzung“ wird durch journalistische Arbeitsprinzipien ergänzt.

Eine Neuorientierung der Bürgermedien macht die Neuformulierung der Kompetenzen der Akteure und die Beschreibung eines Fort- und Weiterbildungskonzeptes notwendig. Vom Bildungszentrum BürgerMedien ist in den vergangenen Jahren eine Reihe von Fortbildungsangeboten für haupt- und nebenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Offenen Kanälen durchgeführt worden. Abgedeckt werden dabei die Themenbereiche Management, Journalismus und Technik. Zudem ist vom Bennohaus, Münster, – in dem von der Landesanstalt für Medien NRW geförderten Projekt „[i:si] Multimediales Fernsehen“ – ein Qualifizierungsangebot für Medientrainer entwickelt worden. Die Konzeption von [i:si] TV umfasste eine ausbildungsbegleitende oder -ergänzende Qualifizierung zum Medientrainer/zur Medientrainerin.

Fach- und Vermittlungskompetenz

Ausgehend von der Zielsetzung der Bürgermedien und von der Aufgabenstellung der Medientrainer, den Nutzern der Bürgermedien strukturiert journalistische Kompetenzen zu vermitteln, lassen sich zwei Kompetenzbereiche ausmachen, die auch für ein Fort- und Weiterbildungskonzept relevant sind: Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz. Zur Fachkompetenz gehören u. a. Orientierungswissen (Kenntnisse der Mediennutzung und Medienpräferenzen des Publikums, Bürgermedien und Medienkompetenz), Instrumentelle Fähigkeiten (produktionstechnische Kenntnisse für Hörfunk- und Fernsehproduktion sowie fürs Internet) und Kenntnisse im Projektmanagement (Organisation, Kommunikation etc.). Zur Vermittlungskompetenz gehören u. a. methodisch-didaktische Kenntnisse für aktive Medienproduktion und Kenntnisse und Strategien der Zielgruppenansprache.

Medientrainer-Schulung

Im Jahr 2003 wurde von der Deutschen Hörfunkakademie (DHA) im Auftrag der LfM unter Einbeziehung der Bürgermedien ein Fortbildungskonzept entwickelt. Es richtet sich in einem ersten Schritt an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Offenen Kanälen und anderen Bürgermedien und ist als Multiplikatorenqualifizierung konzipiert. Damit ist gemeint, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bürgermedien so qualifiziert werden müssen, dass sie selbst erworbene Kompetenz an so genannte „Redaktionsleiter“, die Redaktionsgruppen betreuen, weitergeben können. Im Zentrum des ersten Qualifizierungsschrittes wird mit hoher Wahrscheinlichkeit die Vermittlungskompetenz stehen. Ergänzt werden die Inhalte über Medien, die bislang in der Tätigkeit nicht im Zentrum der Beschäftigung standen.

Die Qualifizierung der Multiplikatoren wird als sog. Medientrainerschulung im Jahr 2004 umgesetzt.



Information

Connex Online – Das Internet-Informationsmagazin für Bürgermedien

Unter www.connex-magazin.de findet sich das Internet-Informationsmagazin für Bürgermedien, das Aktuelles und Hintergründe unter den Rubriken Hörfunk, Fernsehen, Weiterbildung, Medienkompetenz, Politik und Forschung sowie Internet aus den Offenen Kanälen, nichtkommerziellen Lokalradios, Campusradios und Bürgerfunksendern berichtet. Connex ist ein Angebot des Bildungszentrums BürgerMedien und wird fortlaufend aktualisiert. Alle Beiträge, die älter als zwei Monate sind, werden im Connex-Archiv aufbewahrt. Eine komfortable Suchfunktion ermöglicht die Volltextsuche. Darüber hinaus führt eine ausführlich kommentierte Linkliste zu allen Seiten, die im Bereich der Bürgermedien interessant sind. Die Redaktion hat ihren Sitz in Ludwigshafen. Interessenten können einen monatlichen Newsletter über die Website abonnieren.



www.connex-magazin.de

Die Internet-Seite www.buergermedien.de



Mit der Internet-Seite www.buergermedien.de steht eine Plattform mit dem Charakter eines „interaktiven Plakates“ zur Verfügung, die grundsätzliche Informationen zur partizipativen Medienarbeit und zu den Zugangsmöglichkeiten zu den Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen gibt.

Die Seite soll das Interesse an den Bürgermedien wecken; aktuelle Livestreams von Bürgermedien-

produktionen sind unmittelbar zugänglich. Abrufbar ist zudem eine Adressenliste aller anerkannten Radiowerkstätten für den Bürgerfunk und der Arbeitsgemeinschaften für Offene Kanäle. Nicht zuletzt findet der interessierte Nutzer aktuelle Hinweise zu Veranstaltungen zu den Bürgermedien und zum Bereich der Medienkompetenz. Zukünftig wird dieses Internetangebot auch die Möglichkeit bieten, ausgewählte Produktionen der Bürgermedien abzurufen.

www.buergermedien.de

III. Förderung der Aus- und Fortbildung im Medienbereich

Andreas Schmidt, Peter Schwarz

Die LfM fördert die journalistische Aus- und Fortbildung im lokalen Hörfunk sowie im Fernsehen. Aus Sicht der LfM ist es von grundsätzlicher Bedeutung für das Mediensystem, dass die Qualität der journalistischen Ausbildung gefördert und sichergestellt wird.

Deutsche Hörfunkakademie

Die LfM ist neben radio NRW und dem WDR Gesellschafter der 1994 gegründeten Deutschen Hörfunkakademie mit Sitz in Dortmund. Mit diesem Engagement will die LfM dazu beitragen, dass für den lokalen Rundfunk in Nordrhein-Westfalen Angebote zur Ausbildung (z. B. Volontärkurse) und zur Fortbildung aller Mitarbeiter im Lokalfunk sowohl im journalistischen Bereich als auch im Management bereitstehen. Sie verfolgt mit diesem Engagement auch das Ziel, die Qualität der lokalen Rundfunkprogramme zu erhalten und zu verbessern.

Neben Intensivkursen für Radioprofis werden Seminare für Einsteiger sowie Workshops und Trainings für einzelne Gruppen oder Sender angeboten. Darüber hinaus veranstaltet die Deutsche Hörfunkakademie im Auftrag der LfM Kurse zur Qualifizierung von Bürgerfunkgruppen.

RTL – Journalistenschule für TV und Multimedia

Neben der Unterstützung der Aus- und Fortbildung im lokalen Hörfunk durch die Deutsche Hörfunkakademie fördert die LfM seit 2001 ähnliche Aktivitäten im Fernsehbereich. Angesichts der Tatsache, dass auch in der Multimediawelt von morgen das Fernsehen eine der wichtigsten Informationsquellen bleiben wird und sich schon heute Bewegtbilder und fernsehjournalistisch erstellte Informationen auch im Internet immer stärker durchsetzen, ist es von grundsätzlicher Bedeutung für das Mediensystem, dass die Qualität der fernsehjournalistischen Ausbildung gefördert und sichergestellt wird. Diese Herausforderung für die Ausbildung nimmt die RTL-Journalistenschule für TV und Multimedia an. In einer zweijährigen Ausbildung sollen dort Journalisten intensiv und praxisorientiert für die Aufgaben bei TV und Multimedia ausgebildet werden. Diese Aufgabe wird in der Art der Verbindung von Theorie und Praxis von keiner anderen Institution wahrgenommen. Als Mitgesellschafter der RTL-Journalistenschule für TV und Multimedia leistet die Landesanstalt für Medien einen Beitrag zur fundierten Qualifizierung von Fernsehjournalisten. Weitere Träger der in Köln ansässigen Schule sind RTL Television, das Land Nordrhein-Westfalen, die Bertelsmann AG sowie die Stadtsparkasse Köln.

Internationaler Journalistenaustausch

Seit 1993 engagiert sich die LfM im Rahmen des internationalen Journalistenaustausches für die Fortbildung von Hörfunkjournalistinnen und Hörfunkjournalisten. Ziel des internationalen Journalistenprogramms ist es, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, sich u. a. mit Kolleginnen und Kollegen der Lokalradios auszutauschen, das private Hörfunksystem in NRW kennen zu lernen, Kenntnisse der digitalen Produktionstechniken zu vertiefen sowie ein informelles Netzwerk zwischen den Lokalsendern und den internationalen Journalisten aufzubauen.



Die LfM hat in der Anfangsphase eine stärker koordinierende und vermittelnde Funktion eingenommen. So wurden Kontakte, u. a. über ihre Mitgliedschaft in der AMARC (World Association of Community Radio Broadcasters), zu internationalen Verbänden und Radiostationen geknüpft und Praktikumsstellen bei den Lokalradios in NRW vermittelt.

Neben Radiojournalisten aus den USA und Großbritannien nahmen Hörfunkjournalisten aus Estland, der Slowakei und der Ukraine in den ersten Jahren des Programms teil.

Das Interesse an einem Praktikum in nach westlichen Standards operierenden kommerziellen Lokalradios ist besonders bei Mitarbeitern mittel- und osteuropäischer Radios sehr stark ausgeprägt.

Im Jahre 1999 wurde das Fortbildungsprogramm „Antenne Deutsch/Land“ für internationale Hörfunkjournalisten etabliert, um dieser wachsenden Nachfrage nachzukommen. Die qualitative und quantitative Ausweitung des Angebotes konnte durch die Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut e.V. und der Unterstützung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung realisiert werden.

Das von der LfM initiierte Fortbildungsangebot „Antenne Deutsch/Land“ richtet sich insbesondere an Hörfunkjournalisten aus Südost- und Osteuropa. Insgesamt haben in fünf Jahren 55 Hörfunkjournalisten aus 23 südost-, mittelost- und osteuropäischen Ländern (Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Estland, Georgien, Jugoslawien, Kasachstan, Kirgisien, Kroatien, Lettland, Litauen, Mazedonien, Mongolei, Polen, Rumänien, Russland, Serbien und Montenegro, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Türkei, Ungarn, Ukraine und Weißrussland) teilgenommen.

Campus-Radio-Sommerakademie

Internationaler Erfahrungsaustausch – ein Schlüssel zur Qualitätssicherung
Schon frühzeitig hat die LfM Beratungsangebote für die Mitarbeiter nordrhein-westfälischer Campus-Radios und Campus-Radio-Initiativen durchgeführt. So fand bereits 1998 die erste Campus-Radio-Sommerakademie in Bochum statt. Zu diesem Zeitpunkt noch hatte c.t.-das Radio als einziger Sender das, was alle anderen Campus-Radio-Initiativen anstrebten: eine eigene Frequenz mit Live-Sendebetrieb. Die LfM ermöglichte



einer großen Anzahl der übrigen nordrhein-westfälischen Campusfunker in dieser Situation, im Rahmen einer Sommerakademie in Bochum live Programm zu gestalten. Und mehr noch: Gäste U.S.-amerikanischer College Radios waren eingeladen worden und konnten ihre vergleichsweise unerfahrenen Kolleginnen und Kollegen an ihren Erfahrungen teilhaben lassen.

Im Jahr 2001 richtete die LfM mit den Campus-Radio-Tagen 2001 erstmals eine internationale Fachtagung aus. Dabei nutzten über 50 Campusfunker von 19 verschiedenen Hochschulradios die Gelegenheit zu einem fachlichen Austausch rund um das Thema Hochschulradio. Neben Studierenden der

nordrhein-westfälischen Campus-Radio-Szene nahmen Hochschulfunke aus Frankreich, Großbritannien, Freiburg, Mannheim, Berlin, Chemnitz, Leipzig und Ilmenau daran teil. Die Ergebnisse dieser Veranstaltung sind in Band 20 der Reihe LfR-Dokumentation veröffentlicht worden.

Unter großem Zuspruch der Campus-Radio-Macher in NRW fand der Campus-Radio-Tag 2002 am 11. Oktober in der Deutschen Hörfunkakademie in Dortmund statt. In Workshops und Podiumsdiskussionen befassten sich die Teilnehmer u. a. mit der publizistischen Rolle und den Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten der Hochschulradios.

Am 3. Mai 2003 wurde eine internationale Campus-Radio-Tagung in Zusammenarbeit mit dem Deutschlandfunk in Köln realisiert. Die Veranstaltung wurde von ca. 150 Campus-Funkern aus ganz Deutschland sowie Campus-Radio-Vertretern aus der Slowakei, der Tschechischen Republik und Slowenien besucht. Neben dem Erfahrungsaustausch mit den internationalen Gästen wurde über Austauschprogramme, Programmkonzepte und Campus-Internet-Radios diskutiert und Musikformate im Campus-Radio wurden präsentiert.

LfM-Campus-Hörfunkpreis

Im Jahre 2002 wurde erstmals der LfM-Campus-Hörfunkpreis ausgeschrieben. Mit dem Campus-Hörfunkpreis soll die publizistische Qualität, Programmentwicklung und Medienkompetenz der nordrhein-westfälischen Hochschulradios gefördert werden.



Die erste Preisverleihung fand an der Universität Dortmund statt. Insgesamt wurden vier Preise in den drei Kategorien „Moderation“, „Hochschule“ und „Wissenschaft“ vergeben.

Die zweite LfM-Campus-Hörfunkpreisverleihung fand im November 2003 in Bochum statt.

Fort- und Weiterbildung – wichtige Eckpfeiler der Medienqualifikation und Weiterentwicklung der Campus-Radios

Neben den genannten Angeboten hat die LfM auch praktische Seminare an der Deutschen Hörfunkakademie für Hochschulfunke gefördert. Dieses Angebot fand einen großen Anklang. Das große Engagement der Studierenden zeigt, dass diese Maßnahmen wichtige Eckpfeiler für die Medienqualifikation sowie für die Weiterentwicklung der Campus-Radios darstellen.

Damit tragen die Beratungsangebote nicht nur zur Förderung der Medienkompetenz einzelner Studierender bei, sondern unterstützen die Hochschulradios strukturell als Pool für die Entwicklung und Vermittlung von Medienkompetenz.

Die kontinuierliche Beratung der LfM für die Campus-Radios in NRW ist deshalb so wichtig, weil die Campus-Radios zum einen nur über begrenzte Ressourcen verfügen und zum anderen auf das Engagement der im Campus-Radio zumeist ehrenamtlich tätigen Studierenden angewiesen sind – ein Engagement, das neben den persönlichen Aspekten einen nicht zu unterschätzenden (hochschul-)gesellschaftlichen Beitrag leistet, der gerade in der heutigen Zeit nicht selbstverständlich ist.

IV. Medienversammlung

Dr. Joachim Gerth

Als ein neues Instrument der Debatte über Medien hat der Gesetzgeber in Nordrhein-Westfalen die Medienversammlung eingeführt. In dem im Sommer 2002 in Kraft getretenen Landesmediengesetz (LMG NRW) heißt es wörtlich: „Die Medienversammlung initiert und fördert den Diskurs zwischen Mediennutzerinnen und -nutzern, den Akteuren der Medienbranche, der Medienwissenschaft und Medienpolitik sowie des Medienjournalismus über den Stand und die Entwicklung der Medien in Nordrhein-Westfalen.“ (§ 40 LMG NRW).

Die Medienversammlung findet in der Regel einmal im Jahr statt. Gegenstand der Medienversammlung sollen aktuelle Themen sein, die aus der Sicht der Beteiligten, insbesondere der Nutzerinnen und Nutzer, für den Stand und die Entwicklung der Medien



in Nordrhein-Westfalen von besonderer Bedeutung sind. Die Auswahl der Themen erfolgt durch die LfM auf der Grundlage der an sie durch die Beteiligten herangetragenen Anregungen. Hierzu macht die LfM in geeigneter Form bekannt (z. B. auf der Homepage der LfM oder in Pressemitteilungen, Plakataktionen, Anzeigenschaltungen in der Tagespresse), dass eine Medienversammlung stattfinden soll und dass Themenvorschläge an die LfM gerichtet werden können.

Die Veranstaltung wird im Internet (www.medienversammlung.de) übertragen.

Die erste Medienversammlung fand am 25. November 2003 in Dortmund statt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand dabei das Thema „Digitaler Rundfunk“. Dieses Thema war von den Nutzern ausgewählt worden. Die LfM hatte auf der Homepage der Medienversammlung die Möglichkeit geschaffen, über mehrere zur Auswahl gestellte Themen zu entscheiden.

V. Beratung der Rundfunkteilnehmer über ihre Rechte und Möglichkeiten der Rechtswahrnehmung

Mechthild Appelhoff

Die Landesanstalt für Medien hat den gesetzlichen Auftrag, Auskünfte über die Rechte von Rundfunkteilnehmern und die Möglichkeiten der Rechtswahrnehmung zu erteilen (§ 88 Abs.3 LMG NRW). Diese Aufgabe sieht die LfM auch im Zusammenhang mit der Medienkompetenzförderung, da das Wissen um die eigenen Rechte, die ein Mediennutzer gegenüber dem Medienanbieter hat, und die Kenntnis ihrer Wahrnehmung ein zentraler Bestandteil der Medienkompetenz des Einzelnen sind.

Dem Medienanbieter, der seine Verantwortung zunehmend autonom durch Selbstkontrolle wahrnehmen kann, muss ein Nutzer gegenüber stehen, der seine Rechte kennt, z. B. dann, wenn Angebote die Menschenwürde oder Persönlichkeitsrechte verletzen. Deshalb ist die LfM unter anderem bemüht, den Nutzer über die Möglichkeit der Programmbeschwerde sowie über das Einsichtnahmerecht zu informieren.

Die Programmbeschwerde (vgl. § 42 LMG NRW) gibt jedem das Recht, sich mit Eingaben, Anregungen und Beschwerden zum Rundfunkprogramm an den Veranstalter zu wenden. Über Beschwerden, in denen die Verletzung der Programmgrundsätze, der Vorschriften über den Jugendschutz und der Vorschriften über Werbung und Sponsoring behauptet wird, hat der Veranstalter innerhalb eines Monats zu entscheiden. Wird der Beschwerde durch den Veranstalter nicht oder nicht fristgerecht abgeholfen, so kann die LfM angerufen werden.

Das Einsichtnahmerecht (vgl. § 43 LMG NRW) regelt, dass wer schriftlich glaubhaft macht, in seinen Rechten berührt zu sein, vom Veranstalter innerhalb spezieller Fristen Einsicht in die Aufzeichnungen und Filme verlangen kann. Auf Antrag sind ihm gegen Erstattung der Selbstkosten Ausfertigungen, Abzüge oder Abschriften von der Aufzeichnung oder dem Film zu übersenden.

Um den Nutzer genauer über seine Rechte zu informieren, soll eine Broschüre erstellt werden, die anhand von Fallbeispielen und Erläuterungen die Rechtstatbestände, die Grundlage für eine Beschwerde sein können, erläutert.

VI. Aufbau und Sicherung von medienkompetenzfördernden Infrastrukturen

Um einen Beitrag zum Aufbau und zur Sicherung medienkompetenzfördernder Infrastrukturen in Nordrhein-Westfalen zu leisten und zur Entwicklung kooperativer Strukturen beizutragen, ist die LfM derzeit als Vereinsmitglied bzw. als Gesellschafter bei verschiedenen Institutionen in Nordrhein-Westfalen tätig, deren primäres Ziel es ist, Medienkompetenz zu fördern. Im Folgenden soll diesen Institutionen und Vereinen Gelegenheit zur Selbstdarstellung gegeben werden:

Adolf Grimme Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH (AGI)

Bernd Gäbler

Das Adolf Grimme Institut zählt zum Kreis renommierter Forschungs- und Dienstleistungseinrichtungen, die sich mit Fragen der Medienqualität und der Massenkommunikation befassen. Seine Aufgaben liegen in der Beobachtung, Analyse und Bewertung von Medienangeboten – vom Fernsehen über den Hörfunk bis zu Multimedia und dem Internet. Es erschließt neue Möglichkeiten der Mediennutzung und organisiert einen Kompetenz- und Wissenstransfer zwischen gesellschaftlichen Gruppen. Plakativ gesagt, steht die Arbeit des Instituts unter dem Motto: „Stiftung Medientest“.

Am bekanntesten ist der Adolf Grimme Preis, die älteste und begehrteste Auszeichnung für Qualitätsfernsehen in Deutschland. Im Jahre 2004 wird „Germany's most prestigious TV award“ (so die US-Zeitschrift „Variety“) zum 40. Mal verliehen. Diese Auszeichnung, als „gültige Währung für Qualitätsfernsehen“ (WDR-Intendant Fritz Pleitgen) angesehen, gibt immer auch entscheidende Fingerzeige für eine wünschenswerte Entwicklung der Fernsehlandschaft.

Seit vier Jahren ist der „Grimme Online Award“ hinzugetreten, der die vom Fernsehpreis her bekannten Qualitätskriterien auf das neue Medium Internet anwendet. In der kurzen Zeit seines Bestehens hat sich auch dieser Preis als anerkannter Qualitätspreis etabliert.

Aber weit über diese Preise hinaus arbeitet das Institut mit Modellprojekten, Studien, Expertisen und Serviceangeboten in den Bereichen Medienkompetenz-Vermittlung, Bildungs-Marketing, nachhaltige Kommunikation und E-Learning. Zwei wichtige gesellschaftliche Tendenzen überschneiden sich hier: die wachsende Medialisierung aller



Lebensbereiche und die zunehmende Bedeutung des Wissenserwerbs des Einzelnen für seine Zukunft in Beruf und Freizeit.

Konstitutiv für die Arbeit des Instituts sind folgende Elemente:

- **Orientierung durch Qualität:** Medienqualität wird als Ergebnis eines diskursiven Verständigungsprozesses verstanden, in den nicht nur medienspezifische Kriterien einfließen, sondern auch ethische und soziale Gesichtspunkte.
- **Verknüpfung von öffentlicher und individueller Kommunikation:** Neue Möglichkeiten bietet vor allem die Verbindung von Fernsehen und Internet, wie sie sich auch im hohen Zuspruch für neue bimediale Wissensformate zeigen. Das Projekt „Lern-Zeit“ macht alle für Bildung und Wissensvermittlung relevanten WDR-Programme über das Internet zugänglich und reichert sie mit weiterführenden Serviceleistungen an. Gerade für selbstgesteuerte Lernaktivitäten eröffnet die Verknüpfung von TV und Internet große Potenziale.
- **Kooperation und Vernetzung:** Neue Entwicklungen und hochwertige Angebote bedürfen der Vernetzung der vielfach noch vereinzelt agierenden Player. Als Beispiel hierfür steht der Projektverbund „Lernet“, bei dem sich das Adolf Grimme Institut im Rahmen der Begleitforschung um die Koordination und Kommunikation kümmert. Auch der „Medienpädagogische Atlas“ der Landesanstalt für Medien NRW, der vom Adolf Grimme Institut gepflegt wird, bietet eine gemeinsame Plattform zum Austausch und für eine koordinierte Präsentation nach außen. Im Projekt „E-Learning“ wird der Erfolg von E-Learning anhand konkreter Praxisbeispiele aus der Sicht der Lernenden analysiert und öffentlich dokumentiert.
- **Transparenz und Partizipation:** Vertrauen in die Qualität und Verlässlichkeit von Medien ist nur herzustellen, wenn deren Adressaten die Herstellungsprozesse nachvollziehen können. Offene Lernangebote wie Konferenzen (z. B. die alljährlich stattfindenden „Marler Tage der Medienkultur“, Workshops, Entwicklungsteams, Forschungsgruppen und persönliche Beratung sind für das Adolf Grimme Institut konstitutive Bestandteile medienbasierter Lern-Settings.

Die „Grimme Forschung“ analysiert im Auftrag des Bundesfamilienministeriums das vom Fernsehen transportierte Familienbild in verschiedenen fiktionalen und nichtfiktionalen Programmen. Im Projekt „Boulevard“ werden Materialien für den Unterricht erarbeitet, die Schüler qualifizieren sollen, Nachrichtenformate von Boulevardformaten qualifiziert zu unterscheiden.

Einen besonderen Schwerpunkt stellt seit Jahren der Themenkomplex Umweltökologie, Entwicklung und Nachhaltigkeit in den elektronischen Medien dar. Von der aufwändi-

gen bildungspublizistischen Begleitung und didaktischen Aufbereitung der ARD-Programmschwerpunkte „Eine Welt – Umwelt und Entwicklung“ in den 90er Jahren über die Kooperation mit dem WDR im Zusammenhang mit dem „Jugendumweltpreis“ in den Jahren 2000 bis 2002 kooperiert das Adolf Grimme Institut mit der Bundesumweltstiftung ebenso wie mit dem NRW-Umweltministerium zum Thema Nachhaltigkeit.

Die Grimme Akademie versteht sich vor allem als Praxis- und Serviceorientierter Partner der Medienbranche und entwickelt gezielte Fortbildungsangebote vor allem für die Aus- und Weiterbildung des Fernsehnachwuchses.

In der Kombination dieser Arbeitsfelder ist das in Marl ansässige Adolf Grimme Institut, Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH, eine einzigartige medienpolitische Einrichtung.

Kontakt:

Adolf Grimme Institut GmbH
Eduard-Weitsch-Weg 25, 45768 Marl
Tel.: 02365 / 91 89-0
Fax: 02365 / 91 89-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
www.grimme-institut.de

Deutsche Hörfunkakademie GmbH

Dr. Hans Paukens



Vor zehn Jahren gegründet, gehört die Deutsche Hörfunkakademie heute zu den größten Aus- und Weiterbildungseinrichtungen für Journalisten in Deutschland. Jährlich besuchen rund 1000 Journalistinnen und Journalisten die Kurse und Veranstaltungen in Dortmund.

Auch wenn der Schwerpunkt der Akademie in der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern der Lokalradios in NRW und den Hörfunksendern in Deutschland liegt, hat sich die Deutsche Hörfunkakademie schon von Beginn an der Vermittlung von Medienkompetenz gewidmet, weil Medienkompetenz zu den Kompetenzen gehört, die heutzutage zur Grundausstattung eines jeden Bürgers gehören sollten. So realisierte die Deutsche Hörfunkakademie eine Reihe von Aktivitäten und Projekten, um die Kompetenz im Umgang mit Medien zu fördern.

So wurden beispielsweise Lehrer darin geschult, Hörfunk im Unterricht zu nutzen und so Sprachkompetenz und Medienwissen zu vermitteln.

Von 1998 bis 2002 führte die Akademie Qualifizierungskurse für den Bürgerfunk durch. Diese Spezialität des nordrhein-westfälischen Lokalfunks, in der Bürger im Programm des privaten Lokalradios Sendungen ausstrahlen können, machte es notwendig, grundlegende Kenntnisse der Hörfunkproduktion an die Programmacher zu vermitteln.

Die Deutsche Hörfunkakademie engagierte sich für die Bürgermedien, weil sie davon ausging, dass sich Programmqualität nur durch Qualifikationen der Produzierenden herstellen lässt. So wurden Qualifizierungsangebote entwickelt und realisiert, die die Vermittlung technisch-handwerklicher Fertigkeiten einschlossen, aber auch darüber hinausgingen, indem sie die kritische Auseinandersetzung über den Sinn und Zweck einer Veröffentlichung, die Aufbereitung der Inhalte und die Frage nach den geeigneten Vermittlungsformen thematisierten. Dabei ließ sich die Akademie von der Überzeugung leiten, dass die – bürgerfunktypische – „Qualifikation durch Nutzung“ durch journalistische Arbeitsprinzipien ergänzt werden muss.

Auch Studierende, Schüler und Jugendliche wurden von der Deutschen Hörfunkakademie angesprochen. Dies deshalb, weil Medien nicht nur eine große Faszination auf Jugendliche in der Freizeit ausüben, sondern auch aufgrund der Erfahrung, dass sie vielfach ein unrealistisches Bild von den Medienberufen besitzen. In einem Jugendmediencamp bot die Hörfunkakademie Schülern und Jugendlichen einen Einblick in die Medienproduktion. Das Know-how und die vorhandene technische Infrastruktur wurden genutzt, ein trimediales Produktionsprojekt in Dortmund zu realisieren.

30 Schüler hatten in drei Redaktionen und Produktionsteams Gelegenheit, gemeinsam eine Fernsehsendung, ein Hörfunkmagazin und einen Internetauftritt zu produzieren. Auf der Kabelfrequenz des Offenen Kanals Dortmund wurden die Sendungen ausgestrahlt.

Das produktionsorientierte Projekt wurde durch eine Berufs- und Studieninformation ergänzt, um den Schülerinnen und Schülern eine berufliche Erstinformation über Ausbildungsberufe und Studiengänge in den Medien zu geben.

Studierende, die in den Campus-Radios nordrhein-westfälischer Universitäten aktiv sind, erhalten von der Deutschen Hörfunkakademie ebenfalls regelmäßig Bildungsangebote, die grundlegende journalistische Arbeitsweisen umfassen und Wissen über die Funktions- und Nutzungsweise des Radios vermitteln.

Diese Medienkompetenzprojekte der Deutschen Hörfunkakademie, die für Laien konzipiert sind, werden begleitet durch Qualifikations- und Beratungsprojekte für Kommunikationshelfer und Medientrainer in den Bürgermedien. Durch Beratung und Qualifikation hauptamtlich und ehrenamtlich Tätiger in den Bürgermedien stellt die Deutsche Hörfunkakademie ihre Fach- und Qualifikationskompetenz zur Vermittlung von Medienkompetenz bereit. Ziel dieser Beratungs- und Entwicklungsprojekte ist gleichfalls,

die Qualitätsentwicklung in den Bürgermedien zu unterstützen, öffentliche Kommunikation zu verbessern und so Medienkompetenz zu fördern.

Kontakt:

Deutsche Hörfunkakademie GmbH
Nollendorfplatz 2, 44339 Dortmund
Tel.: 0231 / 9 889 00
Fax: 0231 / 9 889 025
E-Mail: dha@hoerfunkakademie.de
www.hoerfunkakademie.de

Europäisches Medieninstitut e. V. (EMI)

Prof. Dr. Jo Groebel



Das Europäische Medieninstitut (EMI) hat seit 1992 seinen Sitz in Düsseldorf. Das EMI ist die Denkfabrik für Medien- und Kommunikationsentwicklung in Europa und positioniert sich u. a. als Mittler in den medienpolitischen und medienwirtschaftlichen Debatten zwischen den verschiedenen europäischen Ländern und NRW. Einerseits versteht sich das EMI als „Informationsagent“ für Erfahrungen und Perspektiven aus der Kommunikationswelt, andererseits als Katalysator für Kontakte und Kooperationen zwischen NRW und dem Rest der Welt. So werden in NRW entstandene Medienprojekte und Studien über die EMI-Kanäle in Europa (und global) verbreitet (u. a. in Partnerschaft mit Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey/London) und umgekehrt werden europäische und amerikanische Erfahrungen aus Medienpolitik und Medienwirtschaft in NRW vorgestellt.

Medien und Demokratie

Im Auftrag der Europäischen Kommission hat das EMI bislang rund 50 Medienmonitorings während Wahlen in Ost- und Mitteleuropa durchgeführt. Regelmäßig sind entweder – z. B. auf Einladung des EMI hin – Vertreter der LfM zu Seminaren in den entsprechenden Ländern oder Mediendelegationen zu Gast in NRW. Künftig wird das EMI als Katalysator auch neue Partnerschaften zwischen Medienpolitikern Mittel- und Osteuropas einerseits und NRWs andererseits vermitteln. Insgesamt gilt die Abteilung als eine der weltweit renommiertesten Expertengruppen zum Thema Medien in Mittel- und Osteuropa, hat dazu diverse Standardwerke verfasst und wurde in Publikationen wie der britischen Financial Times gewürdigt.

Europäische Medienpolitik und europäische Öffentlichkeit

Politisch hat Europa, auch im Zusammenhang mit der Einführung des „EURO“ sowie mit der aktuellen Sicherheitslage, das Problem, dass es keine breite länderübergreifende europäische Öffentlichkeit gibt. Die Analysen des EMI, u. a. zusammen mit dem WDR, zeigen das mangelnde Interesse der massenattraktiven Medien an Europathemen und damit die Gefahr, dass es keine breite Unterstützung der Europapolitik durch die Bürger gibt. Das EMI führt hierzu Analysen und Strategieberatungen durch, plant aber künftig stärker auch Ereignisse, Netzwerke und Projekte für die Umsetzung einer pan-europäischen Öffentlichkeit zu entwickeln.

Das Programm Digitale Welt

Trotz der Einbrüche des E-Commerce wird langfristig das Internet eine entscheidende wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftspolitische Rolle spielen. Das EMI widmet sich den Fragen der infrastrukturellen Veränderungen in mehreren (Groß-)Projekten. Zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden der Bertelsmann AG referierte der Generaldirektor des EMI zu den gesellschaftspolitischen Konsequenzen der digitalen Welt beim Bundeskanzler und Teilen des Bundeskabinetts (2000).

Derzeit führt das Institut zusammen mit der UCLA ein Großprojekt zum Internet-Nutzungsvergleich in 30 Ländern weltweit durch, in dem sich eine Sonderauswertung speziell NRW widmet: Wie und warum entwickelt sich der Zugriff aufs Internet, welche Bedeutung hat „Digital Divide“ und wie ist den Gefahren der digitalen Spaltung zu begegnen? Wie sind die wirtschaftlichen Perspektiven?

Für NRW wird die Studie wertvolle Hinweise zur weiteren Infrastrukturplanung liefern. Darüber hinaus steht das Internet für veränderte Zeit- und Arbeitsstrukturen. Das EMI widmet sich entsprechend gesellschaftspolitischen Fragen wie der Veränderung von Arbeit und Freizeit durch neue Kommunikationsformen sowie Fragen der Sicherheit (siehe Cybercrime-Report) und des Datenschutzes.

Beratung Medienkompetenz/Medienentwicklung

Im Auftrag bzw. in Kooperation mit dem Land Nordrhein-Westfalen hat das EMI bereits vielfältige Projekte zu Themen der Informationsgesellschaft, der „Neuen Medien“, der digitalen Entwicklung und der Medienqualifizierung durchgeführt. Hierzu zählen der Aufbau der Initiative Media NRW (1995), die Konzeption und Gründung des Europäischen Zentrums für Medienkompetenz (ecmc) in Marl (1996-97), das Projekt NRW-Schulen ans Netz – Verständigung weltweit (1996-98), der Aufbau eines europäischen Netzwerks für Medienkompetenz (1998), das Forschungsverbundprojekt Multimedia und Gesellschaft (1997-1999) sowie die wissenschaftliche Unterstützung des Medienforums NRW. Die Gruppe MTK der Staatskanzlei NRW wurde in den letzten Jahren kontinuierlich durch wissenschaftliches Fachpersonal des EMI vor Ort im Bereich Medienkompetenz unterstützt. Im Zentrum dieser Kooperationen/Projekte stand immer der enge

Bezug zur Medienentwicklung im Land Nordrhein-Westfalen, ergänzt um relevante internationale Aspekte und Entwicklungstendenzen.

Das EMI als Netzwerk

Kongresse, Seminare, Workshops und die Pflege von Netzwerken machen einen erheblichen Teil der EMI-Strategien aus. Jährlich veranstaltet das EMI das „Europäische Film- und Fernsehforum“ über künftige Entwicklungen in programmlicher, wirtschaftlicher und regulatorischer Hinsicht. Das Forum hat in der Vergangenheit zu weiteren Unternehmungen geführt, so zur Gründung der „European Platform of Regulatory Authorities“, die jetzt beim EMI in Düsseldorf angesiedelt ist.

Weitere Ereignisse sind der „Transatlantische Dialog“ zur digitalen Kommunikation sowie das „Europaforum der Medien“ in Aachen. Regelmäßig wirkt das EMI zudem am Kölner Medienforum, dem Evangelischen Kirchentag, bei der BURDA Akademie und dem internationalen Pressegespräch der Deutschen Telekom mit.

Auch im Ausland ist das EMI sichtbar: Partnerschaften existieren mit der Oxford-University, Columbia, UCLA und St. Gallen. Künftig wird das EMI zusammen mit der Exeter University am Aufbau einer europäischen (virtuellen) Führungsuniversität am Beispiel ENA mitwirken; dazu wird das Institut zu einem Roundtable mit den NRW-Medienausbildungsstätten einladen, um deren möglichen Beitrag dazu prüfen zu können.

Insgesamt hat sich das EMI erfolgreich als Denkfabrik für die europäische Medienentwicklung etabliert. Es wird von diversen europäischen Regierungen beratend hinzugezogen und unterhält enge Kontakte zu einigen der größten europäischen Rundfunkanstalten und Mediengruppen, darunter BBC, France Télévision, WDR/ARD, ZDF, Bertelsmann, RAI, NOS, etc. Darüber hinaus sichern die Partnerschaften mit renommierten Universitäten wie Oxford, Columbia und UCLA den wissenschaftlichen Austausch und die akademische Qualität des Instituts. Das EMI positioniert sich zunehmend stärker in der breiteren Öffentlichkeit und trägt so auch zum Renommée des Medienstandortes NRW bei.

Der Leiter des EMI, Prof. Dr. Jo Groebel, schließlich gehört diversen medienpolitischen Beratungsgremien an, in der Vergangenheit der niederländischen Regulierungskommission zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der Vorbereitungsgruppe zum Amsterdam Vertrag und der Beratungsgruppe „Kommunikationsordnung 2000“, u. a. mit den Mitgliedern Clement, Biedenkopf, Stolte, Glotz, Wössner und Mohn; aktuell dem Medienbeirat der Bertelsmann-Stiftung mit den weiteren Mitgliedern Schulte-Hillen, Döpfner, Schirmacher, Mosdorf, und Stolte.

Kontakt:

Europäisches Medieninstitut (EMI) GmbH
Zollhof 2a, 40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 90 10 40
Fax: 0211 / 90 10 456
E-Mail: info@eim.org
www.eim.org

Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH (ecmc)

Dr. Gernot Gehrke

Als Dienstleister für Neue Medien berät das ecmc sowohl privatwirtschaftliche als auch öffentliche Auftraggeber, so z. B. auch die Landesanstalt für Medien NRW in den Projekten „Internet-ABC – Das Portal für Kinder + Eltern“, „mekonet – Das Medienkompetenz-Netzwerk NRW“, „Internet 2002. Deutschland und die digitale Welt“ oder „Datenbank der Medienkompetenzprojekte in NRW“. Weitere Beispiele für Projekte, die das ecmc entwickelt und durchführt sind die Wettbewerbsplattform „NRW: NEUES LERNEN“, die „Netd@ys Deutschland“, das Projekt „TeleMentoring“ oder der „Tag der Medienkompetenz im Landtag NRW“.

Medienkompetenz zu fördern und zu entwickeln heißt, Antworten darauf zu geben, wie Leben, Lernen und Arbeiten in der Informationsgesellschaft gestaltet werden soll. Projekte, die das ecmc gemeinsam mit seinen Kunden realisiert, geben solche Antworten – konkret und problemorientiert. Normative Zielvorstellungen wie Chancengleichheit und Eigenverantwortlichkeit sind Leitbilder der Arbeit.

Das Team des ecmc vereint journalistisches, betriebswirtschaftliches, informations-technisches und kommunikationswissenschaftliches Know-how mit Expertenwissen über Neue Medien und setzt es in Projekten und Dienstleistungen um. Nach innen in sechs Geschäftsbereiche differenziert sind Beratung, Projektentwicklung, Projektdurchführung sowie Weblösungen die Dienstleistungsfelder, auf die sich das ecmc spezialisiert hat. Das umfassende Leistungsspektrum des ecmc deckt dabei alle Bereiche ab – vom ersten Gespräch und der ersten Analyse bis hin zum projektespezifischen Marketing.

Der Umgang mit öffentlichen Strukturen ist dem ecmc ebenso vertraut wie die Entwicklung von Lösungen für privatwirtschaftliche Unternehmen, z. B. in den Bereichen Personalentwicklung, Qualifizierung und Onlinekommunikation. Durch die gemeinwohlorientierte Ausrichtung vieler Projekte ist die soziale Kompetenz eine besondere Stärke des ecmc. Abholen und Ankommen: Das ecmc stellt Menschen in den Mittelpunkt.



Für die rund 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ecmc stehen die Anwendungsmöglichkeiten der Medien für Menschen im Zentrum der Arbeit. Ob als Hilfe zur Jobsuche, generelle Information über Chancen und Grenzen, Darstellung von guten und nachahmenswerten Lösungen in der Schule oder Integrationsmöglichkeiten für spezielle Zielgruppen wie ältere Menschen – das ecmc versucht, das Leitbild einer Digitalen Integration mit konkreten Maßnahmen zu füllen. Dabei werden private und öffentliche Akteure – auch gemeinsam – eingebunden. Public Private Partnership ist ein besonderes Merkmal von Projekten des ecmc. Nach innen ist dieser Anspruch über die Gesellschafterstruktur der GmbH abgebildet.

Die Landesanstalt für Medien NRW gehört zu den Gründungsgeschaftern der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH. Gemeinsam mit Unternehmen wie Siemens, der Telekom AG, RTL oder der radio NRW GmbH sowie öffentlichen Partnern wie dem WDR und dem Land NRW wurde 1997 eine GmbH gegründet, die den Brückenschlag zwischen privaten und öffentlichen Interessen bei der Förderung von Medienkompetenz mit Know-how und konkreten Projekten realisieren sollte. Nach einer Anschubfinanzierung durch das Land NRW von 1997 – 1998 finanziert sich das ecmc seit 1999 ohne institutionelle Förderung über Projekte und Dienstleistungen für seine Kunden. Die Staatskanzlei des Landes NRW, das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit NRW, das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Schulen ans Netz e.V., die Generaldirektion Bildung und Kultur der Europäischen Kommission gehören wie die Landesanstalt für Medien u. a. zu den Kunden des ecmc.

Dr. Manfred Tümmers von der T-Com ist Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, Wolfgang Hahn-Cremer, der Vorsitzende der Medienkommission der Landesanstalt für Medien, ist der Vorsitzende des Aufsichtsrates. Geschäftsführer der GmbH ist Gernot Gehrke; Jennifer Jahnke ist stellvertretende Geschäftsführerin des Unternehmens.

Zu den Geschaftern der ecmc – Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH gehören:

- Deutsche Telekom AG, Bonn
- Europäisches Medieninstitut e. V., Düsseldorf
- Land Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
- Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Düsseldorf
- radio NRW GmbH, Oberhausen
- RTL Television GmbH, Köln
- Siemens AG, Essen
- Stadt Marl, Marl
- TeleColumbus GmbH, Hannover
- Verbraucher-Zentrale NRW, Düsseldorf

- VEW Energie AG, Dortmund
- Westdeutscher Rundfunk A.ö.R., Köln
- Wirtschaftsprüfer/Steuerbüro Dr. Meisel, Köln

Kontakt:

ecmc – Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH
Bergstr. 8, 45770 Marl
Tel.: 02365 / 94 04-0
Fax: 02365 / 94 04-29
E-Mail: info@ecmc.de
www.ecmc.de

RTL-Journalistenschule GmbH



Loenhard Ottinger

Fernsehen wird auch in Zukunft als eine der wichtigsten Informationsquellen genutzt. Die Fernsehjournalisten von heute müssen mehr können als Fernsehbeiträge erstellen. In einer wachsenden Zahl von Redaktionen müssen sie die Arbeit an der Kamera und im Schnitt mit übernehmen, sie bewältigen computergestützt Recherchen in elektronischen Text- und Bildarchiven, arbeiten in digitalen Redaktionssystemen und produzieren parallel für TV- und Multimediaanwendungen. Dabei steigt der Zeitdruck, doch die Qualität des Produktes darf nicht leiden.

Im Januar 2001 gab RTL den Startschuss für die erste Journalistenschule in Deutschland, die das Medium Fernsehen in den Mittelpunkt stellte. Hier konnte eine Lücke in der journalistischen Nachwuchsarbeit geschlossen werden, denn Fernsehen wurde in den deutschen Journalistenschulen bislang nur unzureichend berücksichtigt. Doch gerade im Hinblick auf das Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet und der anhaltenden Bedeutung der Fernsehinformation wird eine fundierte journalistische Qualifizierung in diesem Bereich immer wichtiger. Vor diesem Hintergrund entschloss sich RTL, die eigene Volontärsausbildung im Informationsbereich zu reformieren. Oft wurden die jungen Kollegen zu früh im hektischen Fernsehalltag als volle Arbeitskraft eingesetzt. Dadurch kamen wichtige Ausbildungsteile zu kurz. Eine Journalistenschule kann viel tiefergehender für den Journalismus und die TV Produktion qualifizieren.

Die RTL-Journalistenschule wurde dabei von Anfang an als ein Angebot konzipiert, das sich an angehende Journalisten für den gesamten deutschen Fernsehmarkt richtet und nicht ausschließlich der Nachwuchsarbeit für RTL dient. Mehrere Partner am Medienstandort Köln unterstützen diese Ausbildungsoffensive, die Landesanstalt für Medien NRW als Mitgeschafter, das Land NRW, die Bertelsmann AG und die Stadtsparkasse Köln als Förderer vor allem in der Anfangsphase.

Die Journalistenschüler werden durch ein mehrstufiges Bewerbungsverfahren mit Arbeitsproben, Bildungstests und einem persönlichen Gespräch ausgewählt. Grundsatz der zweijährigen Ausbildung ist die intensive Verzahnung von praxisorientierten schulischen Seminaren und Praktika in den Redaktionen. Im Mittelpunkt des ersten Jahres steht an der Schule die Einführung in die Grundfertigkeiten der journalistischen Praxis, in die Grundlagen des Fernsehmarktes und in die TV-Informationsformate. Darauf bauen praktische Übungen zu den Anforderungen des TV-Journalismus sowie Einblicke in die Fernstechnik auf. Dabei produzieren die Schüler eigene Nachrichten- sowie Magazinbeiträge und komplette Sendungen. Die Dozenten sind Mitarbeiter von RTL, Vertreter anderer Sender und Medienunternehmen, freie Trainer und Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben. Kooperationspartner sind u. a. die Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft und das Adolf Grimme Institut. Im zweiten Jahr absolviert die Schülergruppe den mehrwöchigen Intensivkurs „Multimedia“ an der Medienakademie Köln.

New York und Washington sind für 14 Tage Schauplatz für Redaktionsbesuche sowie Gespräche mit deutschen Korrespondenten und Seminare der Graduate School of Journalism der Columbia University in New York. Spezielle Themen wie TV-Dokumentation, Politik-, Wirtschafts-, Wissenschafts- und Sportberichterstattung im Fernsehen werden in zusätzlichen Trainings vertieft. Eine Exkursion nach Berlin und ein Workshop zum Thema „Selbstständigkeit im Journalismus“ runden den Lehrplan ab.

Der praktische Teil der Ausbildung findet in Redaktionen innerhalb und außerhalb von RTL statt. Die Schüler arbeiten bei RTL in den Bereichen Regionalberichterstattung, Nachrichten, Magazine und Sport und ergänzen ihre journalistische Praxis in individuell ausgewählten Stationen, bisher u. a. bei WDR, ZDF, Phoenix, Deutsche Welle, n-tv, Reuters, dpa, Spiegel TV, stern TV, Süddeutsche Zeitung oder BILD.

Auch nach Abschluss der journalistischen Ausbildung ist die Weiterbildung zentraler Bestandteil der beruflichen Laufbahn. „Lebenslanges Lernen“ ist eine Pflicht, die wie für jeden Beruf auch in der Medienbranche besteht. Hier intensiviert die RTL-Journalistenschule stetig ihr Angebot an Weiterbildung. Fachworkshops für Redakteure aller Sender, Fernsehtraining für Kollegen aus den Bereichen Hörfunk, Print oder Public Relations sowie offene Seminarveranstaltungen für alle Fernseh- und Medieninteressierten sind einige Beispiele für Projekte, die bisher realisiert wurden.

Der Abschluss des ersten Jahrgangs zeigt: das Konzept hat sich bewährt. Die Unterrichtseinheiten vermitteln intensiv und praxisorientiert das journalistische Handwerk und den sicheren Umgang mit den Qualitätsstandards des journalistischen Berufs. Von der täglichen redaktionellen Praxis profitieren nicht nur die Schüler, sondern auch die Sendungen. Jetzt zeigt sich, dass professionell ausgebildete und engagierte junge Fernsehjournalisten auch in schwierigen Zeiten gute Chancen haben. Trotz Medienkri-

se konnten alle 30 Journalistenschüler des ersten Jahrgangs bei privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, bei verschiedenen Produktionsfirmen sowie anderen Medienunternehmen eine feste oder freiberufliche Tätigkeit aufnehmen. So wird die RTL Journalistenschule ihre erfolgreiche Arbeit fortsetzen, um auch in Zukunft für den deutschen Fernsehmarkt eine effektive und fernsehspezifische Qualifikation anzubieten.

Kontakt:

RTL Journalistenschule für TV und Multimedia
Im Mediapark 8a, 50670 Köln
Tel: 0221 / 82 02 100
Fax: 0221 / 82 02 120
E-Mail: info@rtl-journalistenschule.de
www.rtl-journalistenschule.de

Bildungszentrum BürgerMedien e.V.

Katja Friedrich



Der Gedanke einer länderübergreifenden Zusammenarbeit regionaler Akteure im nicht-kommerziellen Rundfunk zum Zwecke des Erfahrungsaustausches und der Stärkung der regionalen Ansätze veranlasste die Verantwortlichen der Landesmedienanstalten von Rheinland-Pfalz (LPR) und Nordrhein-Westfalen (LFR) 1995 dazu, eine Einrichtung zu gründen, die diesen Gedanken mit Leben füllt und ihn mit einem medienpädagogischen Impetus versieht: das Bildungszentrum BürgerMedien.

Die Landesmedienanstalten Hessens (LPR) und Baden-Württembergs (LfK), die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens und die Stadt Ludwigshafen traten in der Folge ebenfalls dem Verein bei, der den Sitz seiner Geschäftsstelle nach Ludwigshafen legte – in die Stadt, die 1984 den Startschuss gab zum ersten Kabelpilotprojekt in Deutschland. Im Jahr 2001 wurde eine Außenstelle in Dortmund (Koordinierungsstelle NRW) eingerichtet.

Das Bildungszentrum BürgerMedien organisiert die Aus- und Weiterbildung in, mit und für Bürgermedien – Offene Kanäle, Campus-Radios, Bürgerfunk und Nichtkommerzielle Lokalradios – mit dem Ziel, diese Einrichtungen auf ihrem Modernisierungsweg durch flankierende Maßnahmen zu begleiten, durch Beratung zu unterstützen und durch gezielte Weiterbildungsveranstaltungen in ihrem Profil zu stärken. Es versteht sich als Scharnier zwischen seinen Auftraggebern, den Landesmedienanstalten, seinen Kunden, den Bürgermedien und seinen Partnern, den Einrichtungen des gesellschaftlichen Lebens.

Die Angebotspalette ist so vielfältig wie die 60 Einrichtungen, in denen sie umgesetzt und die Zielgruppen, die angesprochen werden. Ein- bis zweitägige Seminare zum technischen Handling von Mikrofon, Kamera und digitalen Schnittsystemen, zu Bildgestaltung und Bildsprache, zu Interview, Moderation und Stimmbildung gehören ebenso zum Standardrepertoire wie Veranstaltungen zum Thema Projektmanagement, Vereins- oder Medienrecht. Ziel ist es, Nachfrage orientierte Bildungsangebote in Kooperation mit den Partnern zu entwickeln.

Umfangreichere Projekte von längerer Zeitdauer wie der siebenteilige Grundbildungskurs „Radioschein“, der zehnteilige „Fernsehschein“ oder das Ausbildungsmagazin „LaVoro“, die „Trainingswochen für Mediengestalter“ oder die Reihe „Management in Offenen Kanälen“ bieten besonderen Zielgruppen die Möglichkeit, vorberufliche oder berufsbegleitende Qualifikationen zu erwerben.

Darüber hinaus bietet das Bildungszentrum interessierten Multiplikatoren aus der Kinder- und Jugend-, der Kultur- und Sozialarbeit Begleitung und Beratung bei der Entwicklung medienpädagogischer Projekte mit Praxisbezug an.

Kontakt:

Bildungszentrum BürgerMedien e.V.
 Turmstraße 8, 67059 Ludwigshafen
 Tel.: 0621 / 52 02 248
 Fax: 0621 / 52 02 243
 E-Mail: bzbm@lpr-online.de
www.bildungszentrum-buergermedien.de

Internet-ABC e.V.

Mechthild Appelhoff

Der Verein Internet-ABC e. V. will die Erziehung zur sicheren und kompetenten Nutzung des Internet fördern. Kinder und Erwachsene sollen beim Erwerb von Internetkompetenz unterstützt und Eltern und Pädagogen sollen Beratungs- und Informationsangebote unterbreitet werden, die ihnen bei der Vermittlung von Internetkompetenz an Kinder Hilfestellung geben. Der Verein will den öffentlichen Dialog über die Gefahren der digitalen Spaltung der Gesellschaft und über mögliche Wege, ihr entgegen zu wirken, fördern. Damit will der Verein einen Beitrag sowohl zum Jugendmedienschutz im Internet als auch zum chancengleichen Zugang zur Bildung von Kindern leisten.

Vor diesem Hintergrund unterhält der Verein die Internet-Plattform „Internet-ABC“. Dieses Portal für Kinder und Eltern will als zentraler Ratgeber im Netz konkrete Hilfe-



stellung und Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet anbieten. Die werbefreie und leicht zugängliche Plattform richtet sich an Kinder von 6 bis 12 Jahren, Eltern und Pädagogen, die dort zielgruppenspezifisch aufbereitetes Basiswissen über das Internet finden.

Kindern im Alter von 6 bis 12 Jahren bietet das „Internet-ABC“ ein Angebot, das Internet-Kompetenz spielerisch ausbildet – etwa mit einem interaktiven „Surfschein“. Die „Reiseführer durchs Netz“ erklären Schritt für Schritt, wie Chats, Suchmaschinen oder E-Mails funktionieren und wie man sich als Kind sicher im Netz bewegt. Zudem ermöglicht eine Liste empfehlenswerter Internet-Kinderseiten ein unterhaltsames und lehrreiches Surfen. Außerdem können Kinder selbst aktiv werden und eigene Geschichten oder Seiten veröffentlichen.

Auf den Erwachsenen-Seiten des „Internet-ABC“ erhalten besonders Eltern und Pädagogen mit wenig Interneterfahrung Hilfestellung. Sie können ebenfalls einen Netzführerschein machen und ihre Internet-Kenntnisse testen. Aber auch fortgeschrittene Nutzer finden Tipps zur gezielten Internet-Nutzung und Hintergrund-Informationen zu neuen Entwicklungen.

Darüber hinaus will das „Internet-ABC“ Erwachsene in ihrer Rolle als Eltern und Pädagogen dabei unterstützen, Kinder sicher in die Nutzung des Internet einzuführen – z. B. mit Empfehlungen für den Einsatz geeigneter Filtersoftware, mit der jugendgefährdende Internet-Inhalte auf dem Computermonitor ausgeblendet werden können. Ein Ratgeber informiert, wie man illegale Inhalte einer Hotline meldet, die diese dann an die Aufsichtsinstitutionen weiterleitet. Ein weiteres Angebot besteht in einer Datenbank, in der nach altersgerechter Spiel-, Lern- und Kreativsoftware für Kinder gesucht werden kann. Lehrer erhalten gezielte Hinweise zur Einbindung des Internet in den Unterricht.

Der Verein „Internet-ABC e.V.“ ist am 11. Februar 2003 gegründet worden. Seit seiner Registrierung und der Anerkennung seiner Gemeinnützigkeit ist er der Träger der Internetplattform „Internet-ABC“. Das Internet-ABC wurde auf Initiative der Bertelsmann Stiftung, der Landesanstalt für Medien sowie der Nixdorf Stiftung im Jahr 2001 ins Netz gestellt.

Vorstand:

Vorsitzende: Mechthild Appelhoff (Lfm)
 Stv. Vorsitzende: Sandra Bischoff (LPR Hessen)
 Schatzmeister: Dr. Dietmar Fügen (NLM)
 Schriftführer: Peter Behrens (LPR Rheinland-Pfalz)
 Beisitzer: Walter Demski (MSA), Albrecht Kutteroff (Lfk), Verena Weigand (BLM)

Mitglieder des Vereins:

- Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK)
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
- Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB)
- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen)
- Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM)
- Landesanstalt für Medien NRW (LFM)
- Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz
- Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
- Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)
- Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Kontakt:

Verein Internet-ABC e.V.
 c/o Landesanstalt für Medien NRW
 Postfach 10 34 43, 40025 Düsseldorf
 Tel.: 0211 / 77 007-0
 Fax: 0211 / 77 007-374
 E-Mail: internet-abc@lfm-nrw.de
 www.internet-abc.de

Programmberatung für Eltern e.V.

Bidjan Vakili

Der gemeinnützige Verein „Programmberatung für Eltern e.V.“ wurde am 25. November 1996 auf Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in München gegründet, um mit anderen Landesmedienanstalten und weiteren fachlich kompetenten Partnern medienpädagogische Hilfestellung zu leisten. Der Verein ist Herausgeber des FLIMMO. Mitglieder des Vereins sind Institutionen, die ihre Erfahrung in der Vermittlung von Medienkompetenz einbringen. Dies sind zunächst 14 Landesmedienanstalten, die mit dem FLIMMO ihr größtes gemeinsames medienpädagogisches Projekt realisieren. Außerdem zählen die Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie in Bensheim sowie das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk zu den Mitgliedern des Vereins.

Der FLIMMO ist ein Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e.V. und bietet Eltern und Erziehenden konkrete Orientierungshilfe bei der Fernseherziehung ihrer Kinder. Der FLIMMO enthält Einzelbesprechungen kinderrelevanter Sendungen und Kurzbeiträge zu medienpädagogischen Themen. Besprochen wird nicht nur das Kinderprogramm, sondern auch solche Sendungen, die sich zwar an Erwachsene richten, aber



bei Kindern zwischen drei und dreizehn Jahren ebenfalls beliebt sind. Bei der Programmbewertung steht die Kinderperspektive im Mittelpunkt, also die Frage, wie Kinder mit bestimmten Fernsehhalten umgehen, welche Gefühle sie dabei erleben, und welche Verarbeitungsprozesse je nach Alter zu erwarten sind. Erst auf dieser Basis können Erziehende den Umgang der Kinder mit dem Fernsehen sinnvoll steuern.

Der FLIMMO erscheint drei Mal jährlich als Broschüre mit einer Jahresauflage von mehr als einer Million Exemplaren. Die Broschüre wird bundesweit kostenlos an Kindergärten, Schulen, Apotheken, Arztpraxen, Kirchengemeinden, Beratungsstellen und andere Einrichtungen versandt. Für Elternabende können außerdem größere Stückzahlen bestellt werden. Eltern erhalten auf Anfrage ein Ansichtsexemplar und können den FLIMMO für € 6,14 abonnieren.

Noch mehr Informationen bietet das Internet-Angebot von FLIMMO, das 14-tägig aktualisiert wird. Unter der Adresse www.flimmo.de werden außer regelmäßigen Sendungen auch Spielfilme und Dokumentationen besprochen. Darüber hinaus können online alle medienpädagogischen Beiträge aus den bisher erschienen Broschüren sowie die Ergebnisse der letzten Kinderbefragungen abgerufen werden.

Kontakt und Bezugsadresse für die Broschüre FLIMMO:

Programmberatung für Eltern e.V.
 Postfach 80 13 44, 81613 München
 Tel.: 089 / 63 808 280
 Fax: 089 / 63 808 290
 E-Mail: flimmo@blm.de
 www.flimmo.de

Lernen in der Informationsgesellschaft NRW e.V. (LIG) – Neue Medien in der Lernlandschaft NRW



Mechthild Appelhoff

Hintergrund
 Durch die fortschreitende Verbreitung von Neuen Medien und Technologien werden Politik, Wirtschaft und Gesellschaft umfassend beeinflusst. Maßnahmen der Um- und Neugestaltung betreffen inzwischen Bereiche von Schule, Aus- und Weiterbildung, von beruflicher Tätigkeit und Freizeitgestaltung, Wissenserwerb und Wissensverbreitung, politischer Beteiligung und individueller Positionierung im gesellschaftlichen Umfeld.

Neue Medien sind in fast jeden Bereich des Alltags vorgedrungen und werden von einer steigenden Zahl von Lehrenden und Lernenden, Arbeitgebern und -nehmern sowie von Vertretern aller öffentlichen und privaten Einrichtungen und Unternehmen aktiv genutzt. Die Zukunft ohne Kenntnisse über die Anwendung von und die Gestaltung mit Neuen Medien ist mittlerweile kaum denkbar.

Der Zugang immer noch großer Teile der Bevölkerung zu den Neuen Medien und den mit ihnen verbundenen Möglichkeiten bleibt allerdings erschwert. Ausschlaggebende Faktoren sind hier der Stand der Ausbildung, die bestehende Infrastruktur und der entsprechende Zugang zu den Medien- und Kommunikationstechnologien. Die in diesem Zusammenhang wachsende gesellschaftliche Kluft wird als „Digital Divide“ bezeichnet, als digitale Spaltung, die diejenigen, die bereits Neue Medien nutzen, von denen trennt, denen die Nutzung nicht möglich ist und die in der Folge von Ausgrenzung bedroht sind.

Zielsetzung des LIG

Zielsetzung des Vereins LIG ist die Durchführung von Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz und zur Minderung der Folgen des Digital Divide. Medienkompetenz bezeichnet hier das Wissen um die Anwendung von und die Gestaltung mit Neuen Medien, also Kenntnisse

- zur individuellen (technischen) Mediennutzung
- zur Auswahl, zum Verstehen und Bewerten von Medienangeboten
- zum Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen
- zum Durchschauen und Beurteilen von Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung sowie
- die dadurch gestützte Gestaltung und Verbreitung eigener Medienbeiträge.

Zwar gibt es inzwischen eine Reihe von Maßnahmen, vom Digital Divide bedrohte Zielgruppen an den Entwicklungen in der Informationsgesellschaft teilhaben zu lassen, aber auch hier gilt wie so oft: Nicht alle Bedürftigen werden gleichermaßen erreicht. Insbesondere Jugendliche mit besonders geringen Bildungschancen sind von den gängigen Förderaktivitäten, die meist an der schulischen Ausbildung ansetzen, nicht erfasst. Der LIG wendet sich mit seinen Maßnahmen daher gezielt an Initiativen und Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit vor Ort.

Darüber hinaus öffnet sich der Verein einer Reihe weiterer Zielgruppen, deren Unterstützung in diesem Bereich momentan noch nicht institutionell organisiert ist. Dazu gehören Kindergärten, Bibliotheken, Institutionen der Erwachsenenbildung, Senioren sowie generell Interessenvertreter von Personen und Gruppen, die vom Digital Divide bedroht sind.

Maßnahmen des Vereins

Neben einer Reihe von Einzelaktionen gibt es beim LIG zwei ständige Einrichtungen. Das ist zum einen „Welcome Online“, die neue LIG-Medienkompetenz-Börse, die Institutionen und Initiativen auf der Basis von Spenden mit bedarfsgerechten Paketen ausstattet, die PC-Hardware, Betriebssysteme, Software, Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten („train the trainer“) sowie Lernmaterialien enthalten. Begünstigte von „Welcome Online“ sind in erster Linie Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit vor Ort. Das können Jugendfreizeitheime in sozial schwachen Stadtteilen genauso sein wie z. B. Initiativen zur Hausaufgabenbetreuung, die auf ehrenamtlichem Engagement beruhen.

Zweites Standbein des LIG ist der Wettbewerb „Lernen Online“, der jährlich Projekte und Aktivitäten außerschulischer Lerngruppen zum Thema "Neue Medien in Bildung und Kultur" prämiert. Ziel von Lernen Online ist es, Bibliotheken, Volkshochschulen, Kindergärten, Jugendzentren, Senioreninitiativen oder freien Lernzusammenschlüssen ein Forum zur Präsentation und zum Austausch über ihre beispielhaften Medienprojekte zu bieten. Der Themenvielfalt und der Auswahl der verwendeten Medien werden bei Lernen Online bewusst keine Grenzen gesetzt. Beiträge können z. B. in Lernkontexten erstellte Websites oder CD-ROMs, die Online-Dokumentation eines Tags der Offenen Tür oder eine Schulung zur Nutzung der Neuen Medien für eine bestimmte Zielgruppe sein – und vieles andere mehr.

Neben diesen Aktivitäten ist der LIG Ansprechpartner, wenn es um das Bereitstellen von spezifischen Informationen und Kontaktdaten geht, um Unterstützungsmöglichkeiten bei der Durchführung von Projekten, um Maßnahmen zur Steigerung des öffentlichen Bewusstseins für Fragen des Lernens mit Neuen Medien und den Aufbau eines Netzes von Institutionen und Unternehmen, die an ähnlichen Fragen interessiert sind.

Diesem Anspruch entsprechend vermittelt der LIG Kontakte zwischen Interessierten, kooperiert mit Partnern aus der Wirtschaft, beteiligt sich an Konzeption und Umsetzung von Projekten und Wettbewerben und leistet auch schon einmal unbürokratische und schnelle Hilfe.

Struktur des Vereins

Der Verein LIG besteht derzeit aus ca. 60 Mitgliedern aus dem öffentlichen und dem privaten Sektor. Ziel ist es, diese verstärkt in Aktionen des Vereins mit einzubeziehen, wie es bereits bei einigen Maßnahmen der Fall ist, um so das Potenzial des Vereins auszuschöpfen.

Die Vereinsaktivitäten werden von Vorstand und Kuratorium entworfen und mit der Mitgliederversammlung abgestimmt.

Vorstand:

1. Vorsitzende: Mechthild Appelhoff, Landesanstalt für Medien NRW
 2. Vorsitzende: Gabriele Hövel, CMD GmbH
 Schatzmeister: Dr. Bernd Stefan Meisel,
 Wirtschaftsprüfer / Steuerberater Dr. Meisel
 Schriftführer: Dr. Gernot Gehrke,
 ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH
 Beisitzer: Roland Berger, e-nitiative.nrw
 Beisitzer: Dr. Manfred Tümmers, Telekom AG

Im Kuratorium des Vereins sind vertreten:

1. Vorsitzender: Dr. Detlev Schnoor, Bertelsmann-Stiftung
 2. Vorsitzender: Ulrich Timmermann, WDR Köln
 Beisitzerin: Frauke Jacobsen, Staatskanzlei NRW
 Beisitzer: Dr. Detlef Eckert
 Beisitzer: Werner L. Kanthak, Hewlett-Packard
 Beisitzer: Rheinischer Sparkassen- und Giroverband
 Beisitzer: Peter-Michael Minnema, Steinbart-Gymnasium
 Beisitzer: Wolf-Dieter Eggert, bildung online GmbH
 Beisitzer: Norbert Wichmann, DGB NRW
 Beisitzer: Michael Klein, Landesinstitut für Schule NRW
 Beisitzer: Wolfgang Naujokat
 Beisitzer: Dr. Lutz Michel, MMB Institut für Medien- und Kompetenzforsch

Kontakt

Verein „Lernen in der Informationsgesellschaft NRW e. V.“
 Speditionstraße 15, 40221 Düsseldorf
 Tel.: 0211 / 60 162 163
 Fax: 0211 / 90 10 462
 E-Mail: info@lig-ev.nrw.de
 www.lig-ev.nrw.de

Anhang

Förderrichtlinien und Satzungen

Satzung der Landesanstalt für Medien NRW über die Förderung der Bürgermedien gem. § 82 Abs. 5 Satz 1 LMG NRW

Aufgrund des § 82 Abs. 5 Satz 1 des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NW) vom 2. Juli 2002 (GV.NRW 2002 S. 334) zuletzt geändert durch das Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den „Westdeutschen Rundfunk Köln“ (WDR-Gesetz), 10 Rundfunkänderungsgesetz vom 17. Juni 2003 (GV.NRW 2003, S. 320), erlässt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) die folgende Satzung:

- § 1 Ziele und Grundsätze der Förderung
- (1) Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) fördert Bürgermedien gem. Abschnitt VIII LMG NRW
 - (2) Durch die Förderung soll die Bereitschaft von Einrichtungen auf kommunaler Ebene, sich an dieser neuen Form lokaler Kulturarbeit zu beteiligen, gestärkt werden.
 - (3) Die LfM kann in besonderen Fällen Modell- und Pilotprojekte sowie Experimente fördern, die einer Weiterentwicklung der Bürgermedien gemäß Abschnitt VIII LMG NW dienen. Die LfM kann weitere Maßnahmen finanzieren, die der Qualifizierung von Gruppen und Personen in den Bürgermedien dienen. Die Durchführung solcher Förderungsmaßnahmen erfolgt auf Beschluss der Medienkommission.
 - (4) Zuschüsse werden als Geldmittel geleistet. Die LfM kann darüber hinaus Sach- und Dienstleistungen zur Verfügung stellen. Die Förderung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der von der LfM bereitgestellten Mittel. Die Zuschüsse für Beiträge nach § 72 Abs. 3 LMG NW dürfen die tatsächlichen Kosten für die Herstellung dieser Beiträge nicht übersteigen.
 - (5) Die LfM kann sich von den Gruppen das Recht einräumen lassen, die geförderten Beiträge und Maßnahmen im nicht-gewerblichen Bereich, insbesondere anlässlich von Messen, Ausstellungen, Wettbewerben und Festivals, zu Prüf-, Beratungs- und Forschungszwecken zur Verfügung zu stellen und mit Hinweis auf die Gruppe bzw. die Urheber öffentlich wahrnehmbar zu machen. Sie kann die Förderung von der Einräumung dieses Rechts abhängig machen.

- § 2 Allgemeine Förderung von Beiträgen zum Bürgerfunk im Lokalen Hörfunk
- (1) Die LfM vergibt Zuschüsse zum Bürgerfunk im lokalen Hörfunk (§§ 72,73 LMG NW) für Programmbeiträge, die nach § 72 Abs. 3 LMG NW in ein lokales Programm einbezogen werden. Programmbeiträge im Sinne von § 72 LMG NW sind Beiträge, die gem. §73 Abs. 1 LMG NW von einer Gruppe selbst gestaltet sind. Eine Gestaltung liegt insbesondere nicht vor, wenn lediglich aneinandergereihte fremde Tonträger oder fremde Texte den Beitrag prägen.
- (2) Die Zuschüsse werden gewährt, nachdem die Veranstaltergemeinschaft die Ausstrahlung bestätigt hat oder die Ausstrahlung auf sonstige Weise nachgewiesen worden ist. Jeder Beitrag kann (ganz oder in wesentlichen Teilen) nur einmal gefördert werden.
- (3) Die Zuschüsse werden nach den Kosten pro Sendeminute pauschaliert berechnet. Für Beiträge, die in einer von der LfM anerkannten Bürgerfunkproduktionsstätte (Radiowerkstatt) hergestellt werden, wird ein Zuschuss gewährt, der die tatsächlichen Kosten für die Herstellung dieser Beiträge nicht übersteigt. Für andere Beiträge wird ein gesonderter Zuschuss festgesetzt.
- (4) Die LfM setzt die Fördersätze nach Maßgabe ihres Haushalts jährlich fest und gibt dies landesweit in geeigneter Weise bekannt.
- (5) Die Bezuschussung erfolgt jeweils nach Abschluss eines Quartals. Zuschussanträge können nur abgerechnet werden, wenn sie bis zum 15. Tag des auf das Ende eines Quartals folgenden Monats bei der LfM eingegangen sind (Ausschlussfrist). Falls der 15. dieses Monats auf einen Sonntag, gesetzlichen Feiertag oder Sonnabend fällt, so tritt an die Stelle eines solchen Tages der nächste Werktag. Die Veranstaltergemeinschaft macht diese Fristen den Gruppen in ihrem Verbreitungsgebiet in geeigneter Weise bekannt.
- (6) Antragsberechtigt sind die Gruppen gem. § 72 Abs. 1 LMG NW oder die anerkannten Radiowerkstätten.
- § 3 Anerkennung von Bürgerfunkproduktionsstätten (Radiowerkstätten)
- Die Anerkennung erfolgt auf schriftlichen Antrag bei der LfM. Der Antrag muss den in der Richtlinie der LfM festgelegten Kriterien für die Anerkennung von Radiowerkstätten entsprechen und insbesondere eine Beschreibung der zur Verfügung gestellten studioteknischen Einrichtungen einschließlich der Kapazitäten der für ihren Betrieb erforderlichen Beratung (Technik, Angaben über Räumlichkeiten, personelle Kapazitäten) enthalten. Die Antragsteller müssen nachweisen, dass sie in der Lage sind, die erforderlichen Produktionshilfeleistungen zu erbringen.

- § 4 Förderung besonderer Programmbeiträge im Rahmen der allgemeinen Förderung
- (1) Die LfM kann produktionsaufwändige Beiträge insbesondere zum Zwecke der Erprobung besonderer Sendeformen über die in § 2 dieser Satzung niedergelegten Grundsätze hinaus fördern.
- (2) Soweit für die Förderung im Sinne des Absatzes 1 Mittel zur Verfügung stehen, macht die LfM dies in geeigneter Weise landesweit bekannt. Dabei teilt sie die besonderen Ausschreibungskriterien mit.
- § 5 Aufbewahrungspflicht und Einsichtnahme
- Die von der LfM geförderten Beiträge sind von der Gruppe, die den Beitrag erstellt hat, in einem sendefähigen Zustand mindestens sechs Monate aufzubewahren. Die LfM kann die Beiträge jederzeit kostenlos einsehen und sich von der geeigneten Aufbewahrung überzeugen.
- § 6 Förderung der Arbeitsgemeinschaften nach § 76 LMG NW
- (1) Die LfM gewährt den Arbeitsgemeinschaften Zuschüsse nach Maßgabe dieser Satzung und der dazu ergangenen Richtlinien. Die Förderung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der von der LfM bereitgestellten Mittel:
- für die Anschaffung der Produktions- und Sendetechnik,
 - für die Heranführung des Programms an den Einspeisepunkt der Kabelanlagen und die Kosten für die technische Signalaufbereitung.
 - für die Kosten zur sachgerechten Handhabung (laufende Betriebskosten)
 - Qualifizierungsmaßnahmen
 - Kooperationsprojekte
 - Projekte, die dem Aufbau, der Weiterentwicklung oder der Verbesserung der sachgerechten Handhabung des Bürgerfunks im Fernsehen dienen. (Schwerpunktförderung)

Die LfM kann Produktions- und Sendetechnik den Arbeitsgemeinschaften zur Verfügung stellen.

- (2) Einzelheiten der Förderung nach werden durch Richtlinien der LfM geregelt. Darin werden Höchstbeträge für die förderungsfähigen Ausgaben festgelegt. Bei der Festlegung des Förderungsbetrages ist der tatsächliche Finanzierungsbedarf der Arbeitsgemeinschaft zu Grunde zu legen.
- (3) Voraussetzung für die Gewährung von Zuschüssen ist der Nachweis einer angemessenen Eigenleistung der Arbeitsgemeinschaft. Einzelheiten werden in den Richtlinien geregelt.
- (4) Eigenleistungen sind alle sich im Vermögen der Arbeitsgemeinschaft befindlichen oder ihr von Dritten zur Verfügung gestellten Dienstleistungen, Geld- und Sachmittel.

- (5) Die Förderung wird nur gewährt, wenn eine tätige Unterstützung und Förderung der Arbeitsgemeinschaft durch Kooperationspartner für die Dauer der Zulassung gewährleistet ist.
- § 7 Förderung örtlicher Medienkompetenznetzwerke
- (1) Die LfM kann Zuschüsse zu örtlichen Medienkompetenznetzwerken gewähren unter der Voraussetzung, dass in der Regel mindestens zwei unterschiedliche Bürgermedien nach Abschnitt VIII LMG NRW zusammen mit weiteren örtlichen Partnern insbesondere anerkannten Bildungseinrichtungen ein solches Netzwerk bilden. Von der Regelvoraussetzung kann abgewichen werden, sofern unterschiedliche Bürgermedien im örtlichen Bereich nicht zur Verfügung stehen.
- (2) Örtliche Medienkompetenznetzwerke sollen die technischen Ressourcen und gestalterischen Qualifikationen der an einem Ort vorhandenen Bürgermedien zusammenfassen, um der Bevölkerung einen einheitlichen Ansprechpartner für ein umfassendes und methodisch-didaktisch integriertes Qualifizierungsangebot zu unterbreiten, das entsprechende Verbreitungsmöglichkeiten in lokalen Netzwerken und im Internet einschließt.
- § 8 Förderung von Ausbildungs- und Erprobungskanälen
- (1) Die LfM kann Zuschüsse zu Ausbildungs- und Erprobungskanälen vergeben, die in der Regel von mindesten zwei unterschiedlichen Bürgermedien nach Abschnitt VIII LMG NRW unter Einbeziehung weiterer örtlicher Partner, insbesondere anerkannter Bildungseinrichtungen gebildet werden.
- (2) Ausbildungs- und Erprobungskanäle sollen insbesondere Studierenden medienbezogener Ausbildungsgänge vorberufliche Medienerfahrungen unter realitätsnahen Bedingungen vermitteln. Sie sollen zugleich die Möglichkeit bieten, neue mediale Angebote sowie Umsetzungs- und Qualifizierungsstrategien zu entwickeln und zu erproben und multimediale Anwendungen umzusetzen.
- § 9 Förderung der Erprobung und Nutzung neuer Verbreitungsplattformen
- (1) Die LfM kann Zuschüsse zur Erprobung und Nutzung neuer Verbreitungsplattformen, insbesondere digitaler Plattformen inklusive Internet gewähren sofern sich verschiedene Bürgermedien dazu zusammenschließen.
- (2) Ziel ist es, Bürgerinnen und Bürgern ein multimediales Qualifizierungs- und Nutzungsangebot zu unterbreiten, neue Formen der Bürgerkommunikation zu entwickeln und die Eignung unterschiedlicher neuer technischer Verbreitungswege zu erproben.

- § 10 Hochschulrundfunk und Bürgerfunk
- (1) Die LfM kann Zuschüsse gewähren sofern Veranstalter nach § 81 LMG NW mit den Gruppen nach § 72 Abs. 1 LMG NW auf den für Sendungen in Hochschulen zugewiesenen Frequenzen zusammenarbeiten.
- (2) Ziel der Zusammenarbeit ist es, gemeinsame Sendevorhaben zu entwickeln und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz durchzuführen.
- § 11 Information über Vergabe von Fördermitteln
- (1) Die LfM macht in geeigneter Weise die Förderkriterien dieser Satzung bekannt.
- (2) Die LfM macht weiterhin in geeigneter Weise bekannt, dass für besondere Projekte im Sinne der §§ 1 sowie 6 - 10 dieser Satzung Zuschüsse nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften, dieser Satzung sowie des Haushaltsplans der LfM gegeben werden können. Unter Bekanntgabe des Förderungszieles und der Förderungskriterien setzt sie dabei Fristen zur Anmeldung von Projekten mit dem Hinweis, dass nach Ablauf der Frist gemeldete Projekte für das laufende Haushaltsjahr bzw. für die angegebene Haushaltsperiode nicht mehr berücksichtigt werden können. In der Bekanntmachung weist sie ferner darauf hin, dass aus der Anmeldung das konkrete Projekt und ein Finanzierungsplan ersichtlich sein müssen.
- (3) Nach Ablauf der Frist für die Antragstellung entscheidet die LfM über die Anträge unter Festlegung der Förderungsquote. Die Bewilligungsbescheide sind mit der Auflage des Nachweises einer zweckentsprechenden Verwendung der Förderungsmitel und der Rückforderbarkeit bei Nichteinhaltung der Auflage zu verbinden.
- § 12 Anträge
- (1) Anträge gem. §2 dieser Satzung können die in § 72 Abs. 1 LMG NW genannten Gruppen oder die anerkannten Radiowerkstätten schriftlich an die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) stellen.
- (2) In den Fällen des § 2 dieser Satzung werden die Zuschüsse vierteljährlich entsprechend dem nachgewiesenen Sendevolumen gewährt.
- (3) Anträge gem. § 6 dieser Satzung müssen nach den Punkten a-f aufgeschlüsselt sein und eine inhaltliche Beschreibung sowie einen Finanzierungsplan enthalten: Personal- und Sachausgaben sind getrennt auszuweisen.
- (4) Den Anträgen für eine Projektförderung sind eine Projektbeschreibung und ein Finanzierungsplan beizufügen: Personal- und Sachausgaben sind getrennt auszuweisen. Es ist eine Erklärung beizufügen, dass vor Bekanntgabe des Bescheides mit dem Projekt nicht begonnen wird.

- § 13 Bewilligung
- (1) Zuschüsse an Gruppen gemäß § 72 Abs. 1 LMG NW (Zuschussempfänger) werden durch Bescheid der LfM bewilligt. In besonderen Fällen kann an die Stelle des Bescheides über die Bewilligung eines Zuschusses auch die Mittelgewährung auf der Grundlage eines Vertrages treten.
 - (2) Die LfM kann bei Förderung gem. § 6 dieser Satzung unter Beifügung eines Vorbehaltes der Rückforderung und vorbehaltlich einer endgültigen Entscheidung Abschlagszahlungen auf den zu erwartenden Förderungsbetrag leisten.
- § 14 Verwendung von Zuschussbeträgen, Verwendungsnachweis
- (1) Der Zuschuss darf vom Zuschussempfänger nur zur Erfüllung des im Zuwendungsbescheid genannten Zwecks verwendet werden. Die bewilligten Mittel sind sparsam und wirtschaftlich zu verwenden.
 - (2) Ansprüche aus dem Bescheid dürfen vom Zuschussempfänger weder abgetreten noch verpfändet werden. Die Erfüllung der Aufgabe darf weder ganz noch in Teilen einem Dritten übertragen werden.
 - (3) Mittel, die für den Zweck der Bewilligung nicht benötigt werden, die nicht zweckentsprechend verwendet werden oder deren Verwendung sonst gegen diese Bewilligungsbedingungen verstößt, sind vom Zuschussempfänger der LfM unverzüglich zurückzuerstatten. Vorübergehend nicht benötigte Mittel sind im Rahmen der Liquiditätserfordernisse zinsbringend anzulegen; die Zinserträge dürfen nur für den Bewilligungszweck verwendet werden oder sind andernfalls unverzüglich der LfM zu überweisen oder ihr zum Zwecke der Verrechnung anzuzeigen.
 - (4) Gegenüber der LfM hat der Zuschussempfänger einen Verwendungsnachweis zu führen, der die zweckentsprechende Verwendung der Zuschüsse erkennen lässt. Der Verwendungsnachweis besteht aus einem Sachbericht und einem zahlenmäßigen Nachweis. Zwischennachweise erfolgen nach Maßgabe des Bewilligungsbescheides. Die LfM kann im Einzelfall für die Erbringung des Verwendungsnachweises Fristen setzen.
- § 15 Prüfung der zweckentsprechenden Verwendung von Zuschüssen
- (1) Die LfM kann beim Zuschussempfänger jederzeit Bücher, Belege und sonstige Geschäftsunterlagen - soweit sie nicht bereits mit dem Verwendungsnachweis vorzulegen sind - zur Einsichtnahme anfordern oder die zweckentsprechende Verwendung durch Einsichtnahme in die Bücher, Belege und sonstigen Geschäftsunterlagen örtlich prüfen; sie kann sich hierzu Beauftragter bedienen.
 - (2) Der LRH ist berechtigt, beim Zuschussempfänger die zweckentsprechende Verwendung des Zuschusses nach dieser Satzung zu überprüfen.

- § 16 Rücknahme, Widerruf des Zuschusses, Ausschluss von der Förderung
- (1) Rücknahme oder Widerruf von Zuschussbescheiden sowie als Folge hiervon die Rückforderung der Zuschüsse richten sich nach Verwaltungsverfahrenrecht (§§ 48, 49, 49a VwVfG. NW).
 - (2) Gruppen, die zweimal gegen diese Fördersatzung verstoßen, können für einen Zeitraum von bis zu sechs Monaten von der Förderung ausgeschlossen werden.
- § 17 Richtlinien
- Weitere Einzelheiten der Förderung nach dieser Satzung können durch Richtlinien der LfM insbesondere zu §§ 3 und 6 geregelt werden.
- § 18 Inkrafttreten
- (1) Die Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen in Kraft.
 - (2) Die Satzungen der LfM über die Förderung Offener Kanäle im lokalen Rundfunk vom 06.07.1993, zuletzt geändert am 22.2.1995 sowie über die Förderung offener Kanäle in Kabelanlagen vom 29.10.1999 treten zum gleichen Zeitpunkt außer Kraft.

Eckpunktepapier zur künftigen Förderung der Bürgermedien

Integration von Partizipation und Medienkompetenz

Im Folgenden sollen die Möglichkeiten der Förderung von Bürgermedien nach § 82 LMG NRW grundsätzlich beschrieben und zur Diskussion gestellt werden. Einzelheiten der konkreten Förderung können erst nach Beratung der Grundsätze entwickelt werden. Das Ergebnis soll Grundlage für Gespräche mit den Gruppen und Organisationen sein, die in den Bürgermedien engagiert sind.

Das neue LMG fasst im Abschnitt VIII – erstmals – unter der Überschrift „Bürgermedien“ die Bestimmungen zusammen, die sich mit zugangsoffenen Formen des Rundfunks in NRW befassen. In den Regelungen zu den Möglichkeiten der künftigen Förderung der Bürgermedien wird deutlich, dass neben der (Beibehaltung der) unmittelbaren Beteiligung von Bürgern (Partizipation) an den elektronischen Medien und unter Einbeziehung der digitalen Zukunft die Bürgermedien auch einen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz leisten können und sollen.

Dies setzt voraus, dass die Bürgermedien nicht nur untereinander kooperieren, sondern sich mit anderen lokalen und regionalen Anbietern von Medienkompetenzvermittlung abstimmen und vernetzen, um niedrigschwellige Qualifizierungsangebote zu entwickeln.

Ziel ist es, Bürgerinnen und Bürgern einen chancengleichen und diskriminierungsfreien Zugang zu den elektronischen Medien in ihrer vielfältigen Erscheinungsweise zu ermöglichen und sie zur Herstellung eigenständiger Medienprodukte zu befähigen. Dazu ist eine aktive Zielgruppenansprache notwendig, um lokale Institutionen und Organisationen (z. B. Schulen, Bildungseinrichtungen, Vereine) einzubeziehen und neue Zielgruppen zu erschließen.

Bürgermedien nach dem Abschnitt VIII LMG sind:

- Bürgerfunk im lokalen Rundfunk,
- Bürgerfunk im Fernsehen (bisläng Offener Kanal in Kabelanlagen),
- Sendungen in Hochschulen.

Für dieses Eckpunktepapier werden folgende Begriffe verwendet:

- Bürgerfunk,
- Bürgerfernsehen,
- Hochschulrundfunk: Campusradio bzw. Campusfernsehen.

Grundlage der Förderung ist § 82 LMG NRW. Hier wird zwischen der Förderung der einzelnen Bürgermedien und der Förderung von Kooperationsprojekten sowie von Medienkompetenzprojekten unterschieden.

Die jeweiligen Bestimmungen sollen nach folgender Gliederung behandelt werden:

1. Bürgerfunk

2. Bürgerfernsehen

3. Hochschulrundfunk: Campusradio und Campusfernsehen

4. Kooperationsprojekte;

- örtliche Medienkompetenznetzwerke
- Ausbildungs- und Erprobungskanäle
- Erprobung neuer Verbreitungsplattformen
- Nutzung digitaler Plattformen incl. Internet
- Zusammenarbeit Bürgerfunk und Campusradio

5. Qualifizierung

1. Bürgerfunk

§ 82 Abs. 1 Nr. 1 regelt, dass die LfM im Rahmen ihres Haushalts für Beiträge von Gruppen Zuschüsse gewähren kann, wenn diese in das Programm einer Veranstaltergemeinschaft für lokalen Rundfunk einbezogen werden, d. h. wenn diese Beiträge ausgestrahlt worden sind.

Die Einzelheiten zur Zugangsberechtigung, Zusammensetzung der Gruppen und zu den Beiträgen sind in den §§ 72 und 73 geregelt; hierfür müssen noch die entsprechenden Satzungen angepasst bzw. neu erlassen werden.

Antragsberechtigt für die Zuschüsse sind nach § 82 Abs. 3 die Gruppen und die anerkannten Radiowerkstätten. Die Zuschüsse dürfen die tatsächlichen Kosten für die Herstellung dieser Beiträge nicht überschreiten. Die LfM hat von den Antragstellern eine angemessene Eigenleistung zu verlangen. Die Einzelheiten sind in der Fördersatzung zu regeln.

Die Höhe der für die Förderung bereitzustellenden Haushaltsmittel bemisst sich nach § 82 Abs. 2. Da die Medienkommission bereits eine Satzung verabschiedet hat, nach der die Höhe der Förderung von Bürgermedien einschließlich der Förderung von Projekten der Medienkompetenz auf mindestens 25 vom Hundert der Haushaltsmittel festgelegt sind, gilt für den Bürgerfunk eine „Bestandsgarantie“ (§ 82 Abs. 2 letzter Halbsatz).

Im bereits verabschiedeten Haushalt für das Jahr 2003 sind im Haushaltstitel 4.3.1 zur Förderung von Sendezeiten 1.957 T € vorgesehen. Dies entspricht dem Haushaltsansatz des Jahres 2002 und erfüllt damit die Bestandsgarantie. Weitere Mittel für die Förderung des Bürgerfunks sind nicht vorgesehen.

2. Bürgerfernsehen

Die Förderung des Bürgerfernsehens erfolgt über die von der LfM lizenzierten Arbeitsgemeinschaften nach § 76 LMG NRW (juristische Personen oder auf Dauer angelegte Personenvereinigungen), „deren Zweck es ist, technische Einrichtungen für einen Offenen Kanal im Fernsehen bereitzuhalten, in dem Beiträge über Kabel verbreitet werden“ (Abs.1).

Für das Haushaltsjahr 2003 gelten weiterhin die Fördergrundsätze, die im Zusammenhang mit dem Entwicklungsplan II für offenen Kanäle aufgestellt worden sind.

Im Jahr 2003 muss ein neuer Entwicklungsplan III entwickelt und verabschiedet werden, der die Förderung auf neue Grundlagen stellt. Die bestehenden Arbeitsgemeinschaften sind schon seit etwa zwei Jahren aufgefordert, Konzepte für ihre zukünftige Entwick-

lung und Positionierung zu erarbeiten. Erste Ansätze dazu sollen bereits bei der Beantragung der Förderung für das Jahr 2003 erkennbar werden.

Der Entwicklungsplan III wird parallel zu diesem Eckpunktepapier beraten.

3. Hochschulrundfunk: Campusradio und Campusfernsehen

Der Hochschulrundfunk wird im LMG zwar den Bürgermedien zugeordnet, für ihn ist aber im § 82 kein eigener Fördertatbestand aufgeführt, eine Förderung ist nur dann vorgesehen, wenn er mit anderen Bürgermedien kooperiert. Deswegen wird er im Zusammenhang der Kooperationsprojekte und der Qualifizierungsangebote behandelt.

Im Augenblick sind Campusradios in Bielefeld, Bochum, Dortmund (hier auch Campusfernsehen), Düsseldorf, Münster und Köln auf Sendung. Essen ist lizenziert, hat aber noch keine Frequenz. Anträge liegen vor aus Aachen, Bonn und Lippe-Detmold.

Eine Förderung des Hochschulrundfunks im Rahmen von allgemeinen Projekten der Medienkompetenz ist allerdings nicht ausgeschlossen. Dies wäre dann aber einer Einzelfallentscheidung vorbehalten und nicht im Rahmen der Fördersatzung für Bürgermedien zu regeln.

4. Kooperationsprojekte

Mit Blick auf die Einbindung der Bürgermedien in den Schwerpunkt Medienkompetenz und zugleich als Ausblick auf die technische Entwicklung im Rahmen der Digitalisierung eröffnet das LMG NRW die Möglichkeit ihrer zusätzlichen Förderung unter der Voraussetzung, dass sie Kooperationen untereinander – und in diesem Rahmen sicherlich auch darüber hinaus mit anderen Partnern – eingehen. Hier können bestehende und unterschiedliche Kompetenzen zusammengeführt und fruchtbar gemacht werden, um besonders im digitalen Bereich zukunftsweisende Angebote zu entwickeln. Hier verbinden sich die Vorstellungen von Partizipation in den elektronischen Medien mit dem Gedanken der Medienkompetenzförderung.

Nicht näher definiert ist die Form der Zusammenarbeit. Hier bleibt der LfM ein großer Spielraum für ihre Förderentscheidungen.

Da die strukturellen Voraussetzungen in NRW sehr unterschiedlich sind, d. h. mindestens zwei oder gar alle drei Formen der gesetzlich definierten Bürgermedien zum jetzigen Zeitpunkt nur an wenigen Orten gleichzeitig vorhanden sind, muss – zumindest für die eher ländlich strukturierten Räume – überlegt werden, welche Kooperations-

formen und Kooperationsfelder als Voraussetzung einer Förderung definiert werden können.

In der Regel sollte eine Kooperation von mindesten zwei unterschiedlichen Bürgermedien unter Einbeziehung weiterer örtlicher Partner zur Voraussetzung einer Förderung gemacht werden.

Zumindest dort, wo weder Bürgerfernsehen noch Hochschulrundfunk als Partner zur Verfügung stehen, sollte auch die Möglichkeit der Kooperation zwischen mindestens zwei anerkannten Radiowerkstätten – und nur für diese kann eine solche Konstellation überhaupt zutreffen – eröffnet werden, wobei hier in der Regel die Einbeziehung einer anerkannten Bildungseinrichtung und weiterer örtlicher Partner zur Voraussetzung gemacht werden kann.

Da die Fördersatzung als Voraussetzung für Ausschreibung und Bewilligung für die Kooperationsprojekte voraussichtlich erst Ende 2003 greifen wird, sollten auf der Basis der allgemeinen Förderung von Medienkompetenzprojekten bereits vorher erste – zeitlich befristete Pilotprojekte angestoßen und gefördert werden.

4.1 Örtliche Medienkompetenznetzwerke

Örtliche Medienkompetenznetzwerke sollen die technischen Ressourcen und gestalterischen Qualifikationen der an einem Ort vorhandenen Bürgermedien zusammenfassen und bündeln, um der örtlichen Bevölkerung einen einheitlichen Ansprechpartner für ein umfassendes multimediales Qualifizierungsangebot zu bieten.

Es reicht hier nicht aus, lediglich die jeweils bereits vorhandenen Angebote zum eigenen (Einzel-)Medium zusammenzufassen, vielmehr geht es darum, durch Vernetzung die Angebote nicht nur auf einander abzustimmen, sondern daraus ein multimediales – auch methodisch-didaktisch integriertes – Gesamtangebot zu entwickeln, das neben der Qualifizierung auch entsprechende Verbreitungsmöglichkeiten etwa in lokalen Netzwerken und im Internet einschließt.

Die lokalen Netzwerke müssen in das von der LfM geförderte mekonet des ecmc integriert werden, d. h. einerseits auf dessen Dienstleistungen zurückgreifen und andererseits diesem Materialien zuliefern, was nicht zuletzt unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung gesehen werden muss.

Die Ausformung eines solchen Netzwerkes sollte durch zwei oder drei Pilotprojekte exemplarisch für städtische und ländliche Räume noch in 2003 erprobt werden.

4.2 Ausbildungs- und Erprobungskanäle

Das LMG NRW definiert nicht, in welchen Medien (Hörfunk, Fernsehen) solche Kanäle eingerichtet werden können. Zum augenblicklichen Zeitpunkt, d. h. in der analogen Welt, scheint es aber sinnvoll, zuerst auf den Fernsehbereich zurückzugreifen und solche Kanäle erst einmal dort zu erproben, wo Bürgerfernsehen existiert, das ohnehin schon kostenfrei in das jeweilige Kabelnetz eingespeist wird.

Inwieweit ein Campusradio mit eigener Frequenz zu einen Ausbildungs- und Erprobungskanal Radio entwickelt werden kann, wird später zu diskutieren sein.

Ausbildungs- und Erprobungskanäle sollten folglich zuerst an OK-Standorten eingerichtet werden, wo medienbezogene Ausbildungsgänge z. B. an Hochschulen bestehen. Sie können dazu dienen, Studierenden eine vorberufliche Medienerfahrung unter realitätsnahen Bedingungen zu vermitteln. Sie können zugleich ein Ort sein, wo neue mediale Angebote sowie Umsetzungs- und Qualifizierungsstrategien entwickelt und erprobt und multimediale Anwendungen umgesetzt werden können. Über eine Öffnung des Zugangs – über das Bürgerfernsehen hinaus – für Schulen, Berufsschulen oder die Einrichtung berufsbegleitender Angebote sollte nach einer ersten Erfahrungsphase nachgedacht werden.

Ein erstes Pilotprojekt findet am Standort Dortmund statt. Dort gibt es den Studiengang Journalistik, das Campusfernsehen und das Bürgerfernsehen, wobei letztere mit der Deutschen Hörfunkakademie unter einem Dach im Dortmunder Medienzentrum DOM vereint sind und bereits kooperieren. Eine entsprechende Vorlage ist von der Medienkommission bereits beschlossen worden.

4.3 Erprobung neuer Verbreitungsplattformen

Diese Bestimmung des § 82 Abs. 1 Nr.3 korrespondiert mit der Formulierung des § 82 Abs. 5, in der von der Förderung von „Bürgermedien, insbesondere im Hinblick auf die Nutzung digitaler Plattformen inklusive Internet“, die Rede ist.

Für neue Verbreitungsplattformen bietet sich der Bereich der digitalen Übertragung und dies sowohl über Satelliten, terrestrische Sender und über Kabel als auch über das Internet an. Deswegen soll im Folgenden auch immer von digitalen Plattformen die Rede sein. Beim augenblicklichen Stand der Technik kommt in erster Linie das Internet in Betracht.

Inwieweit in Zukunft etwa in Zusammenhang mit DAB/DVB-T bei terrestrischer Verbreitung oder einem ausgebauten digitalen Kabel andere Plattformen zur Bürgerbeteiligung oder Medienkompetenzvermittlung zur Verfügung stehen werden, ist im Augenblick noch nicht absehbar.

Die Nutzung digitaler Plattformen setzt Kompetenzen in unterschiedlichen Medien, z. B. in der Bild-, Ton- und Textbearbeitung voraus. Gerade deswegen ist hier eine Kooperation verschiedener Bürgermedien notwendig, um interessierten Bürgern Qualifizierungs- und Nutzungsangebote machen zu können.

Da inzwischen sowohl der Bürgerfunk als auch weitgehend das Bürgerfernsehen digital produzieren, sind entsprechende technische Voraussetzungen vorhanden.

Ob hier ein Pilotprojekt – z. B. zwischen einem Campusradio ohne terrestrische Frequenz und anderen Bürgermedien – für ein Internetradio mit multimedialer Ausrichtung realisiert werden kann, wäre noch zu prüfen. Auch eine Kooperation zwischen Bürgerfernsehen und Bürgerfunk ist denkbar, ebenso die Entwicklung eines digitalen multimedialen Ausbildungs- und Erprobungskanals im Internet.

4.4 Zusammenarbeit Bürgerfunk und Campusradio

§ 82 Abs. 5 Nr. 2 sieht vor, dass in der Fördersatzung Regelungen aufgenommen werden können „über die Zusammenarbeit der Veranstalter nach § 81 (gemeint ist der Hochschulrundfunk) mit den Gruppen nach § 72 Abs. 1 (gemeint ist der Bürgerfunk) auf den für Sendungen in Hochschulen zugewiesenen Frequenzen“.

Ob auf Seiten der Campusradios eine Interesse an einer solchen Zusammenarbeit besteht, ist offen. Erste Signale waren eher negativ. Dies sollte im Zuge von Gesprächen mit den Bürgermedien weiter eruiert werden.

5. Qualifizierung

Ein wichtiger Bestandteil der Förderung der Bürgermedien ist ein breites Qualifizierungsangebot, das sich sowohl an die einzelnen Bürgermedien richtet als auch und vor allem den multimedialen Bereich als ein für sie übergreifendes und in die Zukunft gerichtetes Lernfeld umfasst. Wichtigster Aspekt ist dabei die Qualitätssicherung und -steigerung der Vermittlungsleistungen der Bürgermedien, und dies sowohl, was die medialen Produkte als auch die Qualifizierungsangebote an die Nutzer betrifft. Hier muss der Schwerpunkt auf der Ebene der Multiplikatorenqualifizierung liegen, da ein Angebot für die „Endverbraucher“ nicht von der LfM geleistet werden kann.

Ein spezielles Angebot für den Bürgerfunk, wie dies in der Vergangenheit über Jahre der Fall gewesen ist, ist nicht mehr vorgesehen.

Für das Bürgerfernsehen ergibt sich aus der Umstrukturierung, wie sie im Entwicklungsplan III vorgesehen ist, ein Qualifizierungsbedarf für die Betreuer der Redaktionsgruppen (Medientrainer). Hierzu wird zur Zeit in Zusammenarbeit mit dem Bildungszentrum Bürgermedien und der Deutschen Hörfunkakademie eine Konzeption erarbeitet. Die entsprechenden Seminare sollen dann noch im Jahr 2003 beginnen, um die Umsetzung der neuen Struktur des Bürgerfernsehens in 2004 vorzubereiten und zu begleiten.

Zusätzlich wird eine Reihe von Seminaren zu fernsehspezifischen Themen (z. B. Kamera, Licht, Schnitt usw.) vom Bildungszentrum Bürgermedien durchgeführt. Das Programm des Bildungszentrums liegt bereits vor.

Für das Campusradio sind (in Kooperation mit dem WDR) bei der Deutschen Hörfunkakademie einige wenige Seminare zu Gestaltungs- und Organisationsthemen vorgesehen.

Ein zentraler Punkt für die zukünftige Entwicklung der Bürgermedien und Voraussetzung dafür, dass diese die neuen Aufgabenstellungen der Medienkompetenzvermittlung tatsächlich erfüllen können, ist ein Qualifizierungsangebot „Multimediatraining“ für Bürgermedien, das zusammen mit der Deutschen Hörfunkakademie und dem Bildungszentrum Bürgermedien entwickelt werden soll und in das die Erfahrungen mit der bisherigen Multiplikatorenqualifizierung einfließen.

Entwicklungsplan III für Bürgerfernsehen für den Zeitraum 2003 bis 2007

Einleitung

1999 wurde von der Rundfunkkommission der Entwicklungsplan II für die Offenen Kanäle in Kabelanlagen beschlossen. Er galt bis Ende 2002 und soll fortgeschrieben werden. Der Entwicklungsplan III beschreibt die Leitlinien der LfM für die zukünftige Förderung des Bürgerfernsehens. Es können gefördert werden:

- Aufgaben des Bürgerfernsehens, die sich aus dem gesetzlichen Auftrag der Arbeitsgemeinschaften ergeben,
- Vorhaben, die in Zusammenhang mit der Bildung von und der Beteiligung an lokalen Medienkompetenznetzwerken stehen,
- Vorhaben, die in Zusammenhang mit der Bildung von und der Beteiligung an Ausbildungs- und Erprobungskanälen stehen und
- die Erprobung neuer digitaler Verbreitungsplattformen.

1980 hat eine Expertengruppe Offener Kanal vor der Aufnahme des Sendebetriebs des ersten Bürgersenders im Jahr 1984 den Zweck des Offenen Kanals wie folgt beschrieben: „Der Offene Kanal bezweckt die Erprobung und Entwicklung neuer Kommunikationsformen auf lokaler und regionaler Ebene und deren Auswirkung auf das kulturelle und soziale Leben sowie auf die kommunikative Kompetenz der Beteiligten. Er ist als zeitlich befristetes Experiment angelegt.“

1985 startete der erste nordrhein-westfälische Offene Kanal in Dortmund im Rahmen des Kabelpilotprojektes unter WDR-Trägerschaft. Seit dem sind in mehreren Bundesländern sowohl weitere Offene Fernsehkanäle als auch neue Formen des partizipativen Rundfunks, wie der Bürgerfunk, der Nichtkommerzielle Lokalfunk oder Aus- und Fortbildungskanäle entstanden, die heute unter dem Begriff „Bürgermedien“ subsumiert werden.

Der gesellschaftliche Bedarf für ein zugangsoffenes Forum auf einem Fernsehkanal muss im Sinne der Expertengruppe immer wieder geprüft werden, mit dem Ziel, dem gesellschaftlichen Wandel Rechnung zu tragen und ggf. den Zugang, die Angebote und die Arbeitsstrukturen den veränderten Bedingungen anpassen. Es müssen Qualitätskriterien für das Bürgerfernsehen entwickelt werden, an denen sich das zukünftige Handeln ausrichtet.

An den einzelnen Standorten sind bereits Maßnahmen eingeleitet bzw. umgesetzt worden, die die Veränderung der inneren Strukturen und das Programm betreffen. Dazu zählen u. a.:

- die Schaffung fester Sendeplätze und Strukturierung des Programmangebotes,
- die Straffung der Organisation des Sendebetriebs,
- die Einbindung der Vereinsmitglieder,
- das Angebot von Veranstaltungen/Projekten zum Erwerb von Medienkompetenz
- die Errichtung eines Multiplikatorenpools über Referenten/Medientrainer,
- die Entwicklung eines Schwerpunktes/Profils und die Einbindung in das Programm.

Diese Optimierung soll fortgeführt werden. Darüber hinaus sollen die Voraussetzungen für das Bürgerfernsehen geschaffen werden, sich an der Bildung lokaler Medienkompetenznetzwerke und der Einrichtung von Ausbildungs- und Erprobungskanälen zu beteiligen.

Dem soll das neue Förderkonzept der LfM Rechnung tragen. Es werden durch den Entwicklungsplan III neue Akzente im Bereich der Qualifizierung und des Programmoutputs gesetzt. Dies führt zwangsläufig zu einer Umverteilung der zur Verfügung stehenden Mittel und damit auch zum Abbau von bisherigen Angebotsstrukturen.

Der Entwicklungsplan III und die darauf basierenden Förderregelungen der LfM sollen den beteiligten Arbeitsgemeinschaften in dieser Umstrukturierungsphase die nötige Planungs- und Rechtssicherheit geben und den bürokratischen Aufwand auf das erforderliche Maß reduzieren.

Individuelle Strukturen und Rahmenbedingungen an den einzelnen Standorten sollen berücksichtigt werden. Der Prozess der Umstrukturierung wird durch den Dialog der LfM mit den Arbeitsgemeinschaften begleitet, um:

- lokale Profile weiter zu entwickeln,
- das jeweilige Aufgabenprofil zu definieren und Zielvereinbarungen darüber zu treffen und
- ein Qualitätsmanagement einzuführen.

Zukünftige Förderung

In Bezug auf die zukünftige Förderung regelt das Landesmediengesetz, dass die LfM im Rahmen ihres Haushaltes der Arbeitsgemeinschaft Zuschüsse für den Betrieb gewähren kann und die Arbeitsgemeinschaften dafür eine angemessene Eigenleistung nachweisen müssen (§ 82 LMG NRW).

Offene Kanäle sind zugangsoffene Foren, die der Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ermöglichen, sich durch die Produktion von Beiträgen an der Gestaltung eines auf einem Fernsehkanal verbreiteten Programms zu beteiligen. Träger sind die von der LfM lizenzierten Arbeitsgemeinschaften in der Rechtsform eines eingetragenen Vereins. Die Arbeitsgemeinschaften stellen die Technik bereit, organisieren den Sendebetrieb, beraten die Nutzer und Nutzerinnen bei der Produktion und bieten technisch-gestalterische und journalistisch-redaktionelle Qualifizierungen an. Sie treffen keine redaktionelle Auswahl. Die Beiträge werden von den Nutzerinnen und Nutzern selbst verantwortet. Diese sind nicht zwingend in die Strukturen des Trägervereins eingebunden, da das Senden von Beiträgen nicht an die Vereinsmitgliedschaft gekoppelt ist.

In Nordrhein-Westfalen sind zur Zeit 13 Arbeitsgemeinschaften lizenziert: Offener Kanal Bielefeld e. V., Offener Kanal Borgentreich e. V., Offener Kanal Dortmund e. V., Arbeitskreis Stadtfernsehen e. V. (Duisburg), Offener Kanal Essen e. V., Offener Kanal Hamm e. V., Offener Kanal Hopsten e. V., Offener Kanal Lüdenscheid e. V., Bürgerfernsehen Offener Kanal e. V. (Marl), Offener Kanal Meckenheim e. V., Offener Bürgerkanal Münster e. V., Arbeitsgemeinschaft Offener Kanal Paderborn e. V. und der Offene Kanal Tudorf e. V..

Die Förderung der Arbeitsgemeinschaften oder von Dritten, die über Erfahrungen bei der Durchführung von Offenen Kanälen verfügen, soll folgende Bereiche umfassen:

Sockelfinanzierung

Mittel für die Anschaffung der Grundausrüstung, der Sende- und Produktionstechnik, für die Umstellung auf digitale Technik und für Ersatz- und Ergänzungsbeschaffungen.

Die Grundausrüstung umfasst Aufnahmeeinheiten, digitale Schnittplätze, Bandmaschinen, die Studioausrüstung, die Senderegie und die Sendeabwicklung.

Die Umstellung auf digitale Bandformate und nonlineare Schnittplätze ist an einigen Standorten (Dortmund, Münster, Essen, Marl, Hamm, Meckenheim) bereits vollzogen worden. In der jetzt anstehenden Ausbaustufe muss die Sendeabwicklung digitalisiert werden. Für die Grundausrüstung sind je nach Größe des Offenen Kanals zwischen 40 T € und 250 T € zu veranschlagen. Das bestehende Konzept wird fortgeschrieben. Darüber hinaus sind erfahrungsgemäß Ersatz- und Ergänzungsbeschaffungen notwendig, die sich durch den Geräteverschleiß im laufenden Produktionsbetrieb ergeben.

Die mit Mitteln der LfM angeschaffte Technik verbleibt im Eigentum der LfM. Die Arbeitsgemeinschaften tragen die Kosten für Versicherung, Wartung und Reparatur. Dieses Verfahren hat sich in den zurückliegenden Jahren in der Praxis bewährt und soll beibehalten werden.

Übernahme der Leitungsgebühren für die Anmietung oder den Aufbau von Heranführungsleitungen vom Studiostandort zum Einspeisepunkt des Kabelnetzes bzw. den Einspeisepunkten der Kabelnetze. Die Kosten sind bislang in voller Höhe von der LfM gefördert worden. Pro Einspeisepunkt sind für eine Leitung ca. 25 T € p.a. zu veranschlagen. Diese Kosten entstehen bislang nur bei der Heranführung an die Kabelnetze der Ish GmbH & Co KG, nicht bei der Verbreitung in kleinen Anlagen wie in Borgentreich, Tudorf, Hopsten, Bielefeld oder Duisburg.

Förderung der laufenden Betriebskosten, um die Betreuung, Versicherung, Reparatur und Wartung der Produktions- und Sendetechnik, die organisatorische Abwicklung des Sendebetriebs und die Durchführung von Grundlagenkursen in die Technikbedienung zu gewährleisten. Abhängig von der Anzahl der Einwohner im Verbreitungsgebiet und der Höhe der Zahl der angeschlossenen Kabelhaushalte werden für jede Kategorie ein Richtwert an Mindestsendetagen und ein jährlicher Förderhöchstbetrag festgesetzt. Die Einzelheiten werden durch die Richtlinien geregelt.

Kategorien Entwicklungsplan III	Einwohner	Kabelhaushalte	Sendetage im Jahr	Förderhöchstbetrag (in Tausend Euro)
A	>500.000	>150.000	250	47
B	>250.000	> 80.000	200	37,6
C	>100.000	> 30.000	150	28,2
D	>25.000	> 8.000	100	18,8
E	>1.000	> 300	50	9,4

Die Berechnung der Förderhöchstbeträge ist unten dargestellt.

Förderung von Qualifizierungsmaßnahmen

Ein kontinuierliches Programmangebot steigert die Akzeptanz des Bürgerfernsehens bei der Bevölkerung. Dafür gibt es ausreichend Beispiele in Nordrhein-Westfalen. Durch ein strukturiertes Programmangebot wird die Zugangsoffenheit des einzelnen Bürgers nicht eingeschränkt. Um ein Programmangebot mit regelmäßig ausgestrahlten Sendungen aufzubauen, müssen sich Redaktionsgruppen bilden. Mitglieder dieser Redaktionsgruppen für die unterschiedlichsten Sendungen sind die Nutzerinnen und Nutzer, die von der Arbeitsgemeinschaft für die ehrenamtliche Mitarbeit gewonnen werden.

Für einige Sendungen, z. B. ein Sportmagazin, gibt es schon Vorbilder an den einzelnen Standorten. Darüber hinaus sollen zukünftig neue Programmformate von den Ausbildungs- und Erprobungskanälen entwickelt werden.

Die Redaktionsgruppen sollen von Medientrainern betreut werden, die den Mitgliedern das nötige technisch-gestalterische und redaktionelle Handwerkszeug vermitteln. In Kooperation mit dem Bildungszentrum Bürgermedien werden Seminare für die Qualifizierung der Medientrainer angeboten.

Die Kosten für den Aufbau und die Betreuung der Redaktionsgruppen, z. B. die Aufwandsentschädigung bzw. für die Honorare der Medientrainer, sollen bezuschusst werden. Es wird eine Tagespauschale von 150 € pro Sendetag einer Redaktionsgruppe angesetzt. Die Kriterien für die Anerkennung der Förderungsfähigkeit einer Redaktionsgruppe und für den Nachweis der Redaktionsarbeit werden in Anlehnung an die Anerkennung der Radiowerkstätten in den Richtlinien näher definiert.

Für die Förderkategorien A bis E werden jeweils Höchstbeträge festgesetzt:

Kategorien Entwicklungsplan III	Sendungen von Redaktionsgruppen	Förderhöchstbetrag (in Tausend Euro)
A = 250 Sendetage	500 Sendungen	75
B = 200 Sendetage	400 Sendungen	60
C = 150 Sendetage	300 Sendungen	45
D = 100 Sendetage	150 Sendungen	22,5
E = 50 Sendetage	75 Sendungen	11,25

Schwerpunktförderung

Die Einrichtungen, die Bürgerfernsehen betreiben, müssen ihr Angebot im Bereich der Vermittlung von Medienkompetenz zielgruppenspezifisch weiterentwickeln. Dafür werden dringend methodisch-didaktische Konzepte benötigt, die den einzelnen Arbeitsgemeinschaften für ihre Arbeit zur Verfügung gestellt werden. Die Angebote sollen nach Möglichkeit auch die Nutzung verschiedener Verbreitungsplattformen (Fernsehen-Radio-Internet) berücksichtigen.

In den vergangenen Jahren haben sich an den einzelnen Standorten unterschiedliche Schwerpunktsetzungen im örtlichen Angebot und Profil entwickelt. So ist z. B. in Münster ein Kinderkanal entstanden, in Dortmund kooperiert der Offene Kanal mit dem Universitätsfernsehen und in Marl wurden Bergleute zu Mediengestaltern umgeschult. Dieses Know-How ist die Grundlage für die Entwicklung von Angebotsmodulen, die den Offenen Kanälen für ihre Arbeit zur Verfügung gestellt werden. Die damit beauftragten Offenen Kanäle sollen neben der Konzeptentwicklung auch den Transfer organisieren und für ihren Arbeitsschwerpunkt die Funktion einer Service- und Beratungsstelle übernehmen.

Folgende Schwerpunkte sind möglich:

- [i:si]-Kinderkanal in Münster,
- Bürgerfernsehen und Schule in Essen,
- Aus- und Weiterbildung im universitären Bereich in Dortmund,
- Aus- und Weiterbildung im außeruniversitären Bereich in Marl,
- Internet.

Die Schwerpunktbildung wird zeitlich befristet gefördert. Es können entweder Vorhaben gefördert werden, die von der LfM ausgeschrieben oder die von den Arbeitsgemeinschaften selbst entwickelt werden.

Für die Förderung einzelner Schwerpunkte können auf der Basis der bisherigen Förderung von Projekten in diesem Bereich erfahrungsgemäß bis zu ca. 75 T € pro Jahr für die Personal- und Sachkosten veranschlagt werden.

Kooperationsprojekte

Neben der LfM gibt es noch weitere Stellen, die Projekte im Bereich der Vermittlung von Medienkompetenz fördern. Für die Arbeitsgemeinschaften sind solche Vorhaben geeignet, um notwendige Eigenmittel zu erwirtschaften, aber auch um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und neue Nutzerinnen und Nutzer zu gewinnen.

Die Planung, der Aufbau und die Durchführung solcher zeitlich befristeter Projekte bedingt einen zusätzlichen personellen, technischen und auch finanziellen Aufwand. Um den Arbeitsgemeinschaften die Durchführung solcher über die Alltagsarbeit hinausgehenden Projekte zu ermöglichen, sollen Fördermittel bereitgestellt werden. Die Fördervoraussetzungen werden in den Richtlinien näher bestimmt. Es werden in Anlehnung an den Entwicklungsplan II jährliche Förderhöchstbeträge festgesetzt:

Kategorie	Förderhöchstbetrag (in Tausend Euro)
A	20
B	17,5
C	15
D	10
E	5

Berechnung der Förderhöchstbeträge:

Die Beträge für die Sendetagepauschale leiten sich u. a. aus der Höhe der Beträge der laufenden Sachkosten und der Honorarkosten für die Sendehelfer ab, und orientieren sich an den Erfahrungswerten aus den zurückliegenden Förderjahren.

Unter Technikkosten sind die Kosten für die Versicherung, Reparatur, Wartung der Produktions- und Sendetechnik zusammengefasst. Die Höhe der Beträge wurde an den Erfahrungswerten aus den zurückliegenden Förderjahren bemessen.

Durch die Förderung der Grundlagenkurse soll gewährleistet werden, dass neue Nutzer und Nutzerinnen in die Bedienung der zur Verfügung gestellten Technik eingewiesen werden. Für die Berechnung ist ein für Seminare in diesem Bereich üblicher Stundensatz in Höhe von 20 € pro Stunde und eine durchschnittliche Kurslänge von drei Stunden zu Grunde gelegt werden. Die Kosten werden bei Nachweis der Kurse erstattet, für die Kurse wird eine Mindestteilnehmerzahl festgesetzt. Geht man davon aus, dass ein Nutzer voraussichtlich zwei Kurse – Einführung in die Kamera und in den Schnitt – be-

legt, so können bei durchschnittlich sechs Teilnehmern pro Kurs im Jahr ca. 600 neue Nutzerinnen und Nutzer an die Mitarbeit im Offenen Kanal herangeführt werden.

Kategorien Entwicklungsplan III/ Förderhöchstbetrag	Sendetagspauschale: 100 Euro pro Tag	Technikkosten	Anzahl Kurse à 60 Euro
A/47.000 Euro	250 Tage/25.000 Euro	10.000 Euro	200/12.000 Euro
B/37.600 Euro	200 Tage/20.000 Euro	8.000 Euro	160/9.600 Euro
C/28.200 Euro	150 Tage/15.000 Euro	6.000 Euro	120/7.200 Euro
D/18.800 Euro	100 Tage/10.000 Euro	4.000 Euro	80/4.800 Euro
E/ 9.400 Euro	50 Tage/5.000 Euro	2.000 Euro	40/2.400 Euro

Vergleich der bisherigen Förderung mit der zukünftigen Förderung

Kategorie	Bish. Förderhöchstbetrag Incl. Projektförderung	Neuer Förderhöchstbetrag (Sockel, Qualifizierung, Kooperations- projekte ohne Schwerpunktförderung)	
A	155.785 Euro	Sockel: Qualifizierung: Kooperation: Gesamt:	47.000 Euro 75.000 Euro 20.000 Euro 142.000 Euro
B	115.660 Euro	Sockel: Qualifizierung: Kooperation: Gesamt:	37.600 Euro 60.000 Euro 17.500 Euro 115.100 Euro
C	89.600 Euro	Sockel: Qualifizierung: Kooperation: Gesamt:	28.200 Euro 45.000 Euro 15.000 Euro 88.200 Euro
D	61.065 Euro	Sockel: Qualifizierung: Kooperation: Gesamt:	18.800 Euro 22.500 Euro 10.000 Euro 51.300 Euro
E	11.285 Euro	Sockel: Qualifizierung: Kooperation: Gesamt:	9.400 Euro 11.250 Euro 5.000 Euro 25.650 Euro

Nicht berücksichtigt ist in dieser Gegenüberstellung die zukünftige Schwerpunktförderung, die bis 75.000 € betragen kann.

Berechnung für Arbeitsgemeinschaft gem. Kat. A

Bereich	Kategorie A, max. Förderbetrag Kalkulationsgrundlage	
Pauschale Sendetage	250 Sendetage	25.000 Euro
Technikkosten für Wartung, Versicherung, Reparatur	Pauschal	10.000 Euro
Sockel/Beratung u. Kurse	200 Kurse a 60 Euro	12.000 Euro
Sockelfinanzierung		47.000 Euro
Qualifizierung Betreuung		75.000 Euro
Redaktionsgruppen		
Kooperation	Nach Bedarf	20.000 Euro
Zwischensumme		142.000 Euro
Schwerpunkt bei Förderung eines Vorhabens	25.000 bis 75.000 Euro	
Leitung	Bedarf (100 %)	
Technik	Bedarf (100 %)	

Berechnung Förderung Arbeitsgemeinschaft gem. Kat. C

Bereich	Kategorie C, max. Förderbetrag Kalkulationsgrundlage	
Pauschale Sendetage	150 Sendetage á 100 Euro	15.000 Euro
Technikkosten für Wartung, Versicherung, Reparatur	Pauschal	6.000 Euro
Sockel/Beratung u. Kurse	120 Kurse a 60 Euro	7.200 Euro
Sockelfinanzierung		28.000 Euro
Qualifizierung Betreuung		45.000 Euro
Redaktionsgruppen		
Kooperation	Nach Bedarf	15.000 Euro
Zwischensumme		88.200 Euro
Schwerpunkt bei Förderung eines Vorhabens	25.000 bis 75.000 Euro	
Leitung	Bedarf (100 %)	
Technik	Bedarf (100 %)	

Berechnung für Arbeitsgemeinschaft gem. Kat. B

Bereich	Kategorie B, max. Förderbetrag Kalkulationsgrundlage	
Sockel/Pauschale Sendetage	200 Sendetage á 100 Euro	20.000 Euro
Technikkosten für Wartung, Versicherung, Reparatur	Pauschal	8.000 Euro
Sockel/Beratung u. Kurse	160 Kurse a 60 Euro	9.600 Euro
Sockelfinanzierung		37.600 Euro
Qualifizierung		60.000 Euro
Betreuung Redaktionsgruppen		
Kooperation	Nach Bedarf	17.500 Euro
Zwischensumme		115.100 Euro
Schwerpunkt bei Förderung eines Vorhabens	25.000 bis 75.000 Euro	
Leitung	Bedarf (100 %)	
Technik	Bedarf (100 %)	

Berechnung Förderung Arbeitsgemeinschaft gem. Kat. D

Bereich	Kategorie C, max. Förderbetrag Kalkulationsgrundlage	
Sockel/Pauschale Sendetage	100 Sendetage á 100 Euro	10.000 Euro
Technikkosten für Wartung, Versicherung, Reparatur	Pauschal	4.000 Euro
Sockel/Beratung u. Kurse	80 Kurse a 60 Euro	4.800 Euro
Sockelfinanzierung		18.800 Euro
Qualifizierung		22.500 Euro
Betreuung Redaktionsgruppen		
Kooperation	Nach Bedarf	10.000 Euro
Zwischensumme		51.300 Euro
Schwerpunkt bei Förderung eines Vorhabens	25.000 bis 75.000 Euro	
Leitung	Bedarf (100 %)	
Technik	Bedarf (100 %)	

Berechnung Förderung Arbeitsgemeinschaft gem. Kat. E

Bereich	Kategorie C, max. Förderbetrag Kalkulationsgrundlage	
Sockel/Pauschale Sendetage Technikkosten für Wartung, Versicherung, Reparatur	50 Sendetage á 100 Euro	5.000 Euro
	Pauschal	2.000 Euro
Sockel/Beratung u. Kurse Sockelfinanzierung Qualifizierung	40 Kurse a 60 Euro	2.400 Euro
		9.400 Euro
		11.250 Euro
Betreuung Redaktionsgruppen Kooperation	Nach Bedarf	5.000 Euro
Zwischensumme		25.650 Euro
Schwerpunkt bei Förderung eines Vorhabens	25.000 bis 75.000 Euro	
Leitung	Bedarf (100 %)	
Technik	Bedarf (100 %)	

Materialien und Links zu LfM-Projekten

Das folgende Verzeichnis gibt einen tabellarischen Überblick über die aus den Projekten der LfM im Bereich Medienkompetenz hervorgegangenen Materialien und deren Bezugsadresse sowie die jeweiligen Projekt-Links für weitergehende Informationen oder Kontaktmöglichkeiten. Eine allgemeine, jedoch aufgrund der begrenzten Vorräte eingeschränkte Bestellmöglichkeit für Materialien zu Projekten der LfM besteht unter der Internet-Adresse medienkompetenz@lfm-nrw.de (bitte Materialienwunsch und Lieferadresse angeben!).

Projekt	Projekt-Link	Materialien	Bezugsadresse	Kosten
Medienpädagogischer Atlas NRW	www.medienkompetenz-atlas-nrw.de	Info-Flyer	www.medienkompetenz@lfm-nrw.de	kostenlos
mekonet – das Medienkompetenz-Netzwerk in Nordrhein-Westfalen	www.mekonet.de	„mekonet kompakt“-Info-Broschüren zu verschiedenen Themenbereichen; Newsletter	info@mekonet.de ; www.mekonet.de/doku/mekonetkompakt.htm	kostenlos
Grundbaukasten Medienkompetenz im Rahmen des Projekts mekonet	www.mekonet.de/indexbaukasten.htm	Buchausgabe (2. Auflage 2002)	www.libri.de oder im Buchhandel	€ 28,-
Datenbank Medienkompetenzprojekte in NRW	www.medienkompetenz-projekte-nrw.de	Info-Flyer	www.medienkompetenz@lfm-nrw.de	kostenlos
Medienkompetenzportal NRW	www.medienkompetenz-portal-nrw.de	–	–	–
Internetplattform Internet-ABC	www.internet-abc.de	Info-Flyer, Mousepads	internet-abc@lfm-nrw.de	kostenlos
FLIMMO – Programmberatung für Eltern	www.flimmo.de	Flimmo-Broschüre	www.flimmo@blm.de	Monatsabo € 6,-
ISM (Informationssystem Medienpädagogik)	www.ism-info.de	CD-ROM	info@bpb.bund.de	€ 4,-
Fortbildungsinitiative Medienerziehung in Kindergarten und Hort	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/fortbildungsinitiative.php3	Publikation, Dokumentation, Handbuch, Broschüre	gmk@medienpaed.de ; Handbuch: info@bpb.bund.de ; Sonstiges: www.medienkompetenz@lfm-nrw.de	€ 12,50 ; kostenlos
Internetportal „Medienerziehung in Kindergarten und Hort“	www.kita-nrw.de	Flyer in Postkartenform	www.medienkompetenz@lfm-nrw.de	kostenlos
Fortbildungsinitiative Medienerziehung in der Familie	www.familieundmedien.de	Flyer in Postkartenform	www.medienkompetenz@lfm-nrw.de	kostenlos
Medienkompetenz-Börse „Welcome Online“	noch in der Anlaufphase	–	–	–
Mit Medien leben lernen – Tipps für Eltern von Vorschulkindern	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/mitmedienlebenlernen.php3	Broschüre/Download	medienkompetenz@lfm-nrw.de ; Download unter www.lfm-nrw.de	kostenlos
Ratgeber Neue Medien – Schriftenreihe der LfM und der Deutschen Medienakademie Köln	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/neuemedien.php3	Broschüren/Download	medienkompetenz@lfm-nrw.de ; Download unter www.lfm-nrw.de	kostenlos
Baukasten Kinder und Werbung	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/baukasten.php3	Baukasten	info@kopaed.de , ISBN 3-929061-86-4 oder Ausleihe über Medienzentren, Kreis- und Stadtbildstellen in NRW	€ 49,-
Kinder und Werbung – Bausteine für den Kindergarten	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte/bausteine.php3	Baukasten; Flyer	info@kopaed.de , ISBN 3-935686-68-4 oder Ausleihe über Medienzentren in NRW	€ 49,-

Projekt	Projekt-Link	Materialien	Bezugsadresse	Kosten
Portfolio:Medienkompetenz	www.portfolio-medien.de www.lig-ev.nrw.de; www.learn-line.nrw.de/ angebote/portfoliomk	Mappe „Media/Box“	www.portfolio-medien.de	€ 6,45
CD-ROM Medienpädagogik	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/medienpaedagogik.php3	CD-ROM	info@bpb.bund.de	€ 4,-
CD-ROM Bildbox für Millionen	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/bildbox.php3	CD-ROM	info@bpb.bund.de, bildbox@grimme-institut.de	€ 4,- € 15,-
CD-ROM Gewaltig schlau – der Klügere denkt nach	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/gewaltigschlau.php3	CD-ROM	info@kopaed.de, ISBN 3-935686-08-0	€ 7,80
„Let’s talk about Talk“ – Materialien zu Daily Talkshows für die medienpädagogische Praxis	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/talkabouttalk.php3	Medienpaket	info@kopaed.de, ISBN 3-934079-25-3; Ausleihe über Medienzentren, Kreis- und Stadtbildstellen in NRW	€ 49,-
Medienpädagogische Materialien zur Boulevardberichterstattung	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/boulevardbericht.php3	ab Frühjahr 2005 verfügbar	–	–
Arbeitsplatz TV – Ein Medienpaket zur Berufsberatung	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/arbeitsplatztv.php3	Medienpaket	medienkompetenz@lfm-nrw.de (für Multiplikatoren kostenlos); medpaed@rtl.de	€25,-
Jugendmediencamp	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/jugendmediencamp	Unterrichtsmodelle online abrufbar	www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/ infos_projekte/jugendmedien camp	kostenlos
RadS – Radio aus der Schule	Stichwort „RadS online“ unter: www.learn-line-nrw.de			
Netzwerk Jugendradio	www.jugendradio-nrw.de			
adventure-kidz	www.adventure-kidz.de			
[i:si] – das Multimediatrainingszentrum für Kinder	www.isi-tv.de			
LaVoro	www.la-voro.de			
WertArbeit	www.wert-arbeit.de			
EuregioNETmedial	www.euregionetmedial.net			
mekomNet	www.mekomnet.de			
Connex Online	www.connex-magazin.de			
www.buergermedien.de	www.buergermedien.de			

Die Forschungsprojekte der Landesanstalt für Medien können unter www.lfm-nrw.de/forschung/projekte/abgeschlossen/ abgerufen werden.

**Ansprechpartner der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
zu Medienkompetenz und Bürgermedien:**

**Bereich
Landesweiter Rundfunk
und Medienkompetenz**

Mechthild Appelhoff

Bereichsleitung
Tel.: 0211-77007-135
E-Mail: mappelhoff@lfm-nrw.de

Rainer Smits

Medienkompetenz, Werbung
Tel.: 0211-77007-167
E-Mail: rsmits@lfm-nrw.de

Antje vom Berg

Programmfragen, Medienforschung
Tel.: 0211-77007-168
E-Mail: avomberg@lfm-nrw.de

Birgit Pietschmann

Sachbearbeitung Projekte
Tel.: 0211-77007-142
E-Mail: bpietschmann@lfm-nrw.de

**Bereich
Lokalfunk und Bürgermedien**

Dr. Wilfried Schmid

Bereichsleitung
Tel.: 0211-77007-120
E-Mail: wschmid@lfm-nrw.de

Peter Schwarz

Bürgerfernsehen
Tel.: 0211-77007-180
E-Mail: pschwarz@lfm-nrw.de

Norbert Sander

Bürgerfunk
Tel.: 0211-77007-147
E-Mail: nsander@lfm-nrw.de

Andreas Schmidt

Hochschulrundfunk
Tel.: 0211-77007-127
E-Mail: aschmidt@lfm-nrw.de



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

Telefon

> **02 11 / 7 70 07 - 0**

Telefax

> **02 11 / 72 71 70**

E-Mail

> **info@lfm-nrw.de**

Internet

> **http://www.lfm-nrw.de**