SCHLESWIG-HOLSTEINISCHER LANDTAG 08. November 2023
20. Wahlperiode

Unterrichtung 20/112

der Landesregierung

Medienkompetenzstrategie für das Land Schleswig-Holstein

Die Landesregierung unterrichtet den Schleswig-Holsteinischen Landtag gemäß § 1 Parlamentsinformationsgesetz.

Federführend ist der Ministerpräsident

Zuständige Ausschüsse: Innen- und Rechtsausschuss, Wirtschafts- und Digitalisierungsausschuss, Bildungsausschuss

Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Schleswig-Holstein
Der Chef der Staatskanzlei

Der Chef der Staatskanzlei
Postfach 71 22 | 24171 Kiel

Minister

Präsidentin des
Schleswig-Holsteinischen Landtages
Frau Kristina Herbst
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

3. November 2023

Sehr geehrte Frau Präsidentin,

die Landesregierung hat am 1. November 2023 die Medienkompetenzstrategie für das Land Schleswig-Holstein beschlossen.

Anliegend übersende ich Ihnen die Strategie zur Unterrichtung gemäß § 1 Parlamentsinformationsgesetz.

Mit freundlichen Grüßen

Dirk Schrödter

echtdigital
Vernetzt mit der Zukunft

SH Schleswig-Holstein
Landesregierung

Medienkompetenzstrategie für das Land Schleswig-Holstein

„Medienbildung für alle – überall!“

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz

Impressum:

Herausgeber:

Der Ministerpräsident
Staatskanzlei
Düsternbrooker Weg 104
24105 Kiel

Referat StK 26
Ressortkoordinierung Soziales, Jugend, Familie,
Senioren, Integration und Gleichstellung, Gesamtkoordinierung
UN-Behindertenrechtskonvention, Focal Point,
Fonds für Barrierefreiheit, Medienkompetenz
www.schleswig-holstein.de

Mehr zum Thema Medienkompetenz finden Sie im Internet:
www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz

Ansprechpartner:

Tim Klenke, Markus Küßner

Telefon: +49 431 988-1955

E-Mail: tim.klenke@stk.landsh.de

Gestaltung:

Stamp Media, Kiel
Agentur für Kommunikation & Design
www.stamp-media.de

Druck / Produktion:

Schmidt & Klaunig, Kiel
Druckerei und Verlag seit 1869
www.schmidt-klaunig.de

November 2023

Medienkompetenzstrategie für das Land Schleswig-Holstein

„Medienbildung für alle – überall!“

Inhalt

1 Zusammenfassung – die Eckpunkte der Strategie 6

2 Rahmenbedingungen 7

3 Vision und Ziele 8
3.1 Vision 8
3.2 Ziele 9

4 Handlungsfelder 11
4.1 Handlungsfeld 1: Vernetzung 12
4.2 Handlungsfeld 2: Lokale Strukturen 14
4.3 Handlungsfeld 3: Aus-, Fort- und Weiterbildung 16
4.4 Handlungsfeld 4: Zentrale Orte für Angebote 18
4.5 Handlungsfeld 5: Öffentliche Wahrnehmung 20
4.6 Handlungsfeld 6: Zusammenarbeit 22
4.7 Handlungsfeld 7: Förderstrukturen 23

5 Ausblick 24

Grußwort

Dirk Schrödter
Minister und Chef der Staatskanzlei

Medienkompetenz, also der souveräne, reflektierte und mündige Umgang mit digitalen Medien, ist Zukunfts- und Demokratiekompetenz. Um an gesellschaftlichen und politischen Diskursen teilhaben zu können, braucht es eine digitale Souveränität und Resilienz jeder Bürgerin und jedes Bürgers jeden Alters, die bei einer kompetenten Nutzung von technischen Geräten beginnt, das Wissen und die Reflexion über Mediensysteme und ihre Nutzungsformen und gesellschaftlichen Auswirkungen einschließt und mit einem bewussten und kreativen Medienhandeln und -gestalten endet.

Medienkompetenz ist also zentral, um neue technische Entwicklungen zu begleiten, Chancen und kreative Potenziale zu identifizieren und mögliche Risiken abzuwägen. Dies ist nicht nur für das eigene Leben und Handeln der Menschen relevant, sondern auch, um den Fortbestand der Demokratie zu gewährleisten.

Im Sinne der Medienkompetenzförderung hat die Landesregierung die Ihnen vorliegende Medienkompetenzstrategie für das Land Schleswig-Holstein in einem mehrstufigen Verfahren zusammen mit den schleswig-holsteinischen Akteurinnen und Akteuren des Netzwerkes Medienkompetenz, Vertreterinnen und Vertretern aus den Ministerien, Fachleuten aus unterschiedlichen pädagogischen Bereichen sowie Bürgerinnen und Bürgern in einem partizipativen Prozess entwickelt.

Mein ausdrücklicher Dank gilt allen, die sich an der Entwicklung der Medienkompetenzstrategie beteiligt haben.

Die Strategie verfolgt die Vision, alle Menschen – mit ihren spezifischen Bedürfnissen – zu einem souveränen, kritisch-reflexiven und kompetenten Umgang mit digitalen Medien zu befähigen – ganz nach dem Motto „Medienbildung für alle – überall!".

Denn die Teilhabe an der digitalen Gesellschaft ist keine Selbstverständlichkeit. Um an der digitalen Gesellschaft teilhaben und den medialen Wandel mitgestalten zu können, braucht es digitale Medienkompetenz, die neben Lesen, Schreiben und Rechnen als Schlüsselkompetenz der Zukunft gilt.
Digitalisierung und mediale Transformation sind Prozesse, die alle Menschen gleichermaßen betreffen. Daher sollte es unser Anspruch sein, jeder Bürgerin und jedem Bürger – mit besonderem Blick auf ihre oder seine Teilhabevoraussetzungen – die gleichen Chancen für die Mitgestaltung von Demokratie und gesellschaftlichem Zusammenleben zu ermöglichen.

Deshalb sind für die Medienkompetenzstrategie Themen wie Intensivierung der Vernetzung der medienpädagogischen Landschaft, gezielte Öffentlichkeitsarbeit, die Förderung der lokalen Strukturen sowie regionaler Akteurinnen und Akteure in ihrer Rolle als Orte von Medienkompetenzförderung von hoher Bedeutung.

Mit den sieben Zielen und Handlungsfeldern der Strategie wollen wir erstmalig eine strategische Verankerung der Medienkompetenz schaffen.
Nur so werden wir eine nachhaltige Förderung der Medienkompetenz in Schleswig-Holstein etablieren und die Medienbildung für alle überall gewährleisten können.

Alle Beteiligten sind weiterhin herzlich eingeladen, an der Umsetzung und Weiterentwicklung der Strategie mitzuwirken – sie bleibt ein offenes Diskussionsangebot. Ich freue mich auf den gemeinsamen Prozess mit Ihnen!

Dirk Schrödter

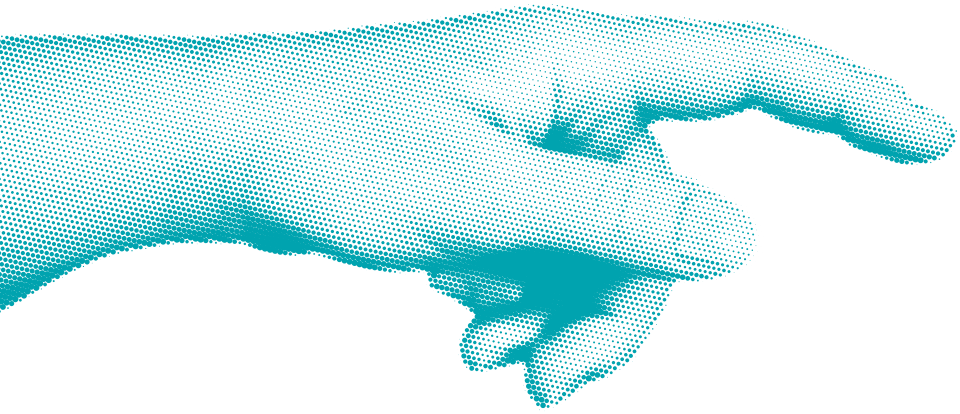
1 Zusammenfassung – die Eckpunkte der Strategie

Die Medienkompetenzstrategie wurde auf Grundlage der durch den Minister und Chef der Staatskanzlei im März 2022 veröffentlichten Leitlinie Medienkompetenz für das Land Schleswig-Holstein erarbeitet. Die Strategie definiert Ziele, Handlungsfelder und Maßnahmen für eine nachhaltige Verankerung einer systematischen, strategischen, kooperativen und somit komplementären Medienkompetenzförderung, die jede Bürgerin und jeden Bürger im Land erreichen soll.

Um eine nachhaltige Medienkompetenzförderung im Land zu erzielen, gibt die Strategie – ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen – sieben Ziele und sieben dazugehörige Handlungsfelder mit insgesamt 25 Maßnahmen für eine strategische Verankerung der Medienkompetenz als Ziel der Medienbildung vor.

Ausgehend von der Leitlinie Medienkompetenz formuliert die Strategie Qualitätsansprüche und Meilensteine und entwickelt eine angestrebte Struktur der medienpädagogischen Landschaft in Schleswig-Holstein. Sie setzt den Maßstab für eine koordinierte Vorgehensweise für die **außerunterrichtlichen** Medienbildungsangebote im Land.

Aufgrund der schnellen Entwicklung im Bereich der digitalen Medien und der sich durchgehend ändernden Chancen und Herausforderungen wird diese Strategie als agiles Dokument verstanden, das in einem fortlaufenden Prozess regelmäßig aktualisiert werden soll.



www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz

2 Rahmenbedingungen

Schleswig-Holstein weist als Flächenland mit Zugang zu zwei Meeren und der Nähe zu Skandinavien einige Besonderheiten auf. Neben Ballungsgebieten rund um die benachbarten Großstädte, z. B. in der Metropolregion Hamburg, gibt es ländlich geprägte Regionen. Die medienpädagogische Landschaft und damit der Zugang zum Thema Medienkompetenz ist entsprechend vielfältig.

Während in den Regionen Kiel, Flensburg, Lübeck und Westküste der Offene Kanal Schleswig-Holstein eine zentrale Anlaufstelle für das Thema und einen starken Partner für die Zusammenarbeit darstellt, sind kleinere Ortschaften nicht optimal an medienkompetenzbildende Angebote angebunden. Hierin und in der stetig wachsenden Vernetzung aller Akteurinnen und Akteure liegt ein großes Entwicklungspotenzial. An das vielseitige und breite Angebot der medienbildenden Stellen im Land und das große Engagement der Durchführenden soll daher perspektivisch angeknüpft werden.

Seine umfangreichsten Aktivitäten zur Vermittlung von Medienkompetenz unternimmt das Land auch im Bereich der schulischen Bildung: Fast 25.000 Lehrkräfte vermitteln rund 360.000 Schülerinnen und Schülern an den öffentlichen Schulen im Land gezielt die Medienkompetenzen, die sie benötigen, um in unserer zunehmend digitalisierten Welt ein erfülltes Leben zu führen (vgl. § 4 Schleswig-Holsteinisches Schulgesetz).

Die Strategie „Bildung in der digitalen Welt" der Kultusministerkonferenz ist seit dem Jahr 2018 in entsprechende Fachanforderungen umgesetzt, welche die Grundlagen der pädagogischen Arbeit der Schulen bilden. Diese Fachanforderungen und nähere Informationen zum Thema „Medienkompetenzvermittlung in der Schule" können z. B. auf den Seiten der Medienberatung des Instituts für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein abgerufen werden:

https://medienberatung.iqsh.de/medienkompetenz.html

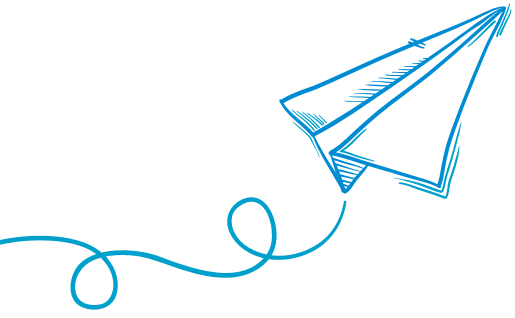
Damit setzt das Land an verschiedenen Positionspapieren, Forderungen und Beschlüssen auf internationaler, nationaler und Länderebene an. Indem es seine strategischen Überlegungen auf die Medienkompetenzförderung von Bürgerinnen und Bürgern jeden Alters mit ihren verschiedenen Voraussetzungen ausrichtet, folgt die Landesregierung dem Ziel der Europäischen Kommission sowie dem digitalen Kompass für die digitale Dekade 2030.

Um allen Menschen Zugang zur digitalisierten Arbeits- und Lebenswelt zu ermöglichen, werden auch auf europäischer Ebene Maßnahmen in den Blick genommen, die sich auf eine digital befähigte Bevölkerung und qualifizierte Arbeitskräfte konzentrieren.

3 Vision und Ziele

3.1 Vision

Die Vision der Medienbildung ist, alle Menschen – mit ihren spezifischen Bedürfnissen – zu einem souveränen, kritisch-reflexiven und kompetenten Umgang mit digitalen Medien zu befähigen.
Das Bestreben der Medienbildung ist, die Potenziale der unterschiedlichen Medien zu verstehen sowie zu nutzen und zu gestalten und dabei kritisch zu beurteilen, um auf diese Weise am sozialen Leben in der Gesellschaft teilzuhaben.
Die Medienkompetenzstrategie steht daher unter dem Motto „Medienbildung für alle – überall!". Damit wird in wenigen Worten die Motivation beschrieben: Eine Strategie, die allen Menschen im Land zugutekommt.



Der Mensch wird in den Mittelpunkt gerückt. Es gilt, allen Menschen in Schleswig-Holstein zu ermöglichen, selbstbestimmt und sicher sowie konstruktiv-kritisch und produktiv mit digitalen Medien zu agieren. Alle Ziel- und Altersgruppen sollten über diese Kompetenz verfügen.

Obwohl im Sinne der Medienerziehung ein besonderes Augenmerk auf Heranwachsende fällt, ist der Medienkompetenzerwerb weder auf bestimmte Lebensphasen noch auf konkrete Zielgruppen zu reduzieren. Digitalisierung und mediale Transformation sind Prozesse, die alle Menschen gleichermaßen betreffen. Entsprechend gilt es, Teilhabe für alle zu sichern.

Kinder und Jugendliche sind genauso durch medienpädagogische Angebote zu adressieren wie beispielsweise ältere Menschen, deren Mediensozialisation sich von den Digital Natives teils stark unterscheidet. Darüber hinaus sind auch all diejenigen in den Blick zu nehmen, die andere in pflegender, erziehender, pädagogischer, lehrender oder vermittelnder Tätigkeit begleiten und in ihrem Medienkompetenzerwerb unterstützen.

Um Menschen zu einem souveränen Umgang mit digitalen Medien zu befähigen, braucht es medienkompetente Lehrkräfte, Ausbilderinnen und Ausbilder, Vermittlerinnen und Vermittler, Pädagoginnen und Pädagogen. Die medienpädagogischen Angebote müssen agil auf die gesellschaftlichen Veränderungen und medialen Entwicklungen reagieren können und sich immer wieder konzeptionell anpassen.

Da sich nicht nur die Medien selbst wandeln, sondern auch die Gesellschaft durch die zunehmende Digitalität mit stetigen Umbrüchen und Veränderungen konfrontiert wird, kann die Förderung von medienpädagogischen Grundkompetenzen allerdings nur die Basis dafür sein, sich in digitalisierten Lebenswelten zurechtzufinden. Eine umfassende Medienbildung muss nicht nur den Kompetenzerwerb allein, sondern den gesamten Transformationsprozess und seine Aus-

wirkungen auf die Gesellschaft berücksichtigen. Um den Herausforderungen der Digitalisierung zu begegnen, bedarf es daher auch digitaler Resilienz, um die Handlungsfähigkeit zu stärken und digitale Souveränität sicherzustellen.

3.2 Ziele

Um eine nachhaltige Medienkompetenzförderung im Land zu erzielen, leiten sich – ausgehend von den aktuellen Rahmenbedingungen – sieben Ziele ab.

1) Die Vernetzung der medienpädagogischen Landschaft intensivieren:

Das Land unterstützt das bestehende Netzwerk Medienkompetenz im weiteren Ausbau und bei zusätzlichen Kooperationen, die den Austausch von Wissen, sozialräumlicher Expertise und Erfahrungen befördern und die Umsetzung der Medienkompetenzstrategie begleiten. Dazu ermuntert das Land das Netzwerk, Verbände aus Wirtschaft und Hochschullandschaft einzubinden. Auch das Wissen von Unternehmen sollte genutzt werden, indem sie Teil des Netzwerkes werden können. Mit Blick auf die steigenden Herausforderungen soll das bestehende Netzwerk Medienkompetenz ausgebaut und durch weitere Akteurinnen und Akteure ergänzt werden, um zusätzliche Kooperationen zu schließen, den Austausch von Wissen, sozialräumlicher Expertise und Erfahrung zu befördern und die Umsetzung der Medienkompetenzstrategie zu begleiten.

2) Die lokalen Strukturen und regionale Akteurinnen und Akteure in ihrer Rolle als Orte für Anbietende von Medienkompetenzförderung stärken:

Alle formalen und non-formalen sozialräumlichen Akteurinnen und Akteure sollen Medienbildung als Querschnittsaufgabe aufgreifen und zielgruppenspezifisch in ihre Arbeit integrieren. Vorhandene Strukturen auf regionaler Ebene sollen dahingehend ausgebaut werden, dass sämtliche Institutionen und Akteurinnen und Akteure ihre Rolle und Verantwortung in der Förderung von Medienkompetenz für die verschiedenen Zielgruppen wahrnehmen können. Vorhandene sozialräumliche Orte, die von den Bürgerinnen und Bürgern als Anlaufstellen für Beratung, Vermittlung und Information bereits genutzt werden (z. B. Elternberatung, Flüchtlingshilfe, Kinder- und Jugendhilfe, aufsuchende Sozialarbeit, Volkshochschulen, Polizei, Bibliotheken, Verbraucherzentralen und Jugendringe) sollen als Kooperationspartnerinnen und -partner und Anbietende von Medienkompetenzangeboten wahrgenommen und in ihrer Arbeit unterstützt werden.
Die Vermittlerinnen und Vermittler sollten dabei ein Basiswissen medienpädagogischer Methoden und Konzepte sowie eine medienpädagogische Grundkompetenz aufweisen.

3) Die Medienkompetenzangebote zu einer Qualifikationsstruktur bündeln und die vorhandenen Strukturen der Aus-, Fort- und Weiterbildung im Bereich der Medienbildung stärken:

Die Medienkompetenzangebote der verschiedenen Akteurinnen und Akteure sollen miteinander abgestimmt und vernetzt werden, um damit eine aufeinander aufbauende und ergänzende Qualifikations- und Angebotsstruktur für die verschiedenen Zielgruppen und inhaltlichen Bereiche zu schaffen. Ein besonderer Fokus liegt hier auf der Ausbildung von Arbeitskräften in allen Bereichen, vor allem in erzieherischen und pflegenden Berufen, der Verwaltung, der Bildung sowie im Handwerk. Universitäten, Fachhochschulen und Kammern werden gebeten, die Relevanz von Medienkompetenz für die eigenen Berufsfelder und Studiengänge deutlich zu machen und entsprechende Angebote bereit zu halten. Dabei sollen Kooperationen gestärkt werden.

4) Die zentralen Orte für Medienkompetenzangebote in den Regionen und im Internet etablieren:

Um den Besonderheiten des Landes Schleswig-Holstein Rechnung zu tragen, sollen die Angebote vor Ort, mobil und hybrid oder digital zur Verfügung stehen. Dazu sollen Anlaufstellen im Internet und in den Regionen, wie z. B. Digitale Knotenpunkte oder Institute für Medienkompetenzangebote als Instrumente der Medienkompetenzförderung, ausgebaut werden.

5) Die öffentliche Wahrnehmung für die Notwendigkeit von Medienbildung schärfen:

Das gesamte Netzwerk der Akteurinnen und Akteure soll Öffentlichkeitsarbeit für die Angebote und Bedeutung der Medienbildung betreiben (z. B. mit Hilfe eines gemeinsamen Internetauftritts, einer Kampagne, gemeinsamen Tagungen, Veranstaltungen).
Ein wichtiges Ziel ist es zudem, die Bürgerinnen und Bürger durch verschiedene Formate mitzunehmen (z. B. Comics, YouTube-Serien, Games) und sie somit für Fragen der Medienkompetenz zu sensibilisieren.

6) Die ministerien- und behördenübergreifende Zusammenarbeit ermöglichen, verstärken und branchennahe Unternehmensverbände und Unternehmen, insbesondere die der Medienwirtschaft, einbinden:

Medienbildung ist eine politische Querschnittsaufgabe. Entsprechende Maßnahmen (z. B. regelmäßige Arbeitstreffen) sollen die Basis dafür schaffen, die Ziele umzusetzen und die Wirkung der realisierten Vorhaben zu begleiten und zu evaluieren.
Unternehmen, Unternehmensverbände und zivilgesellschaftliche Akteurinnen und Akteure sind einzubinden.

7) Für eine flächendeckende und zielgruppenübergreifende Medienbildung etablierte Förderstrukturen schaffen:

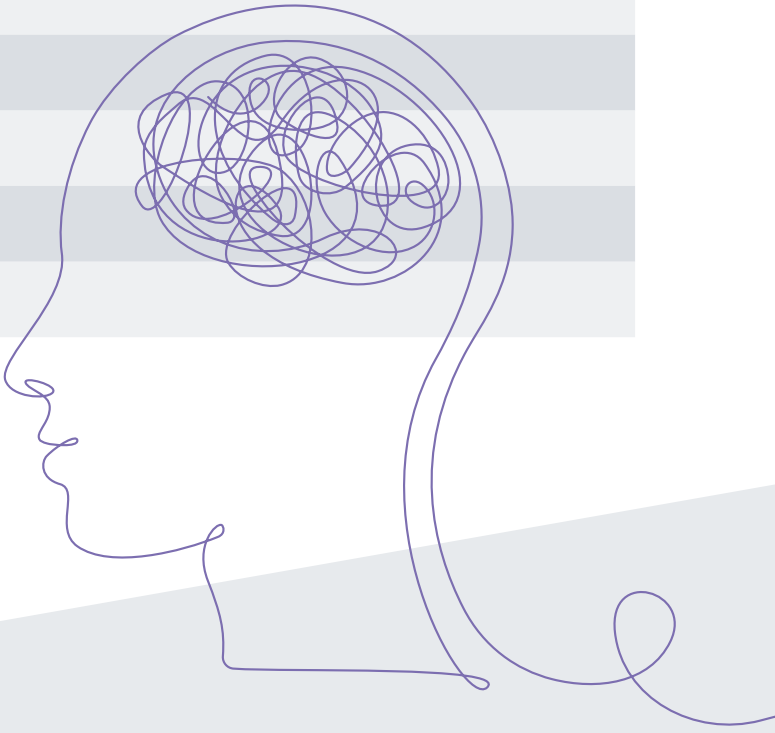
Neben der Finanzierung von Projekten, die schnell auf die sich verändernden Bedingungen der mediatisierten Welt reagieren können, müssen auch Projekte, die die Medienkompetenz fördern, etabliert werden. Zudem wird in öffentlich finanzierten Einrichtungen, Institutionen und Vereinen die Medienkompetenzförderung gestärkt.

4 Handlungsfelder

Die Medienkompetenzstrategie sieht entsprechend der sieben Ziele Handlungsfelder zur Umsetzung vor. Jedes Handlungsfeld ist mit Maßnahmen unterlegt, die als „Leit- oder Orientierungsmaßnahmen" verstanden werden sollen.

Die einzelnen Maßnahmen haben den Anspruch, die direkte Umsetzung der Strategie maßgeblich anzustoßen. Sie sind dabei nicht mit einer vollständigen Maßnahmenliste oder einem Landesaktionsplan zu verwechseln. Weitere Maßnahmen sollten bei Bedarf aktiv entwickelt werden und entstehen nach und nach in den kommenden Jahren.
Insofern ist die Umsetzung der Strategie als ein kontinuierlicher, dynamischer Prozess zu verstehen, der ein ständiges Überprüfen, Nachjustieren und Fortschreiben beinhaltet.

Handlungsfelder der Medienkompetenzstrategie
Handlungsfeld 1: Vernetzung
Handlungsfeld 2: Lokale Strukturen
Handlungsfeld 3: Aus-, Fort- und Weiterbildung
Handlungsfeld 4: Zentrale Orte für Angebote
Handlungsfeld 5: Öffentliche Wahrnehmung
Handlungsfeld 6: Zusammenarbeit
Handlungsfeld 7: Förderstrukturen



4.1 Handlungsfeld 1: Vernetzung

Ausgangssituation

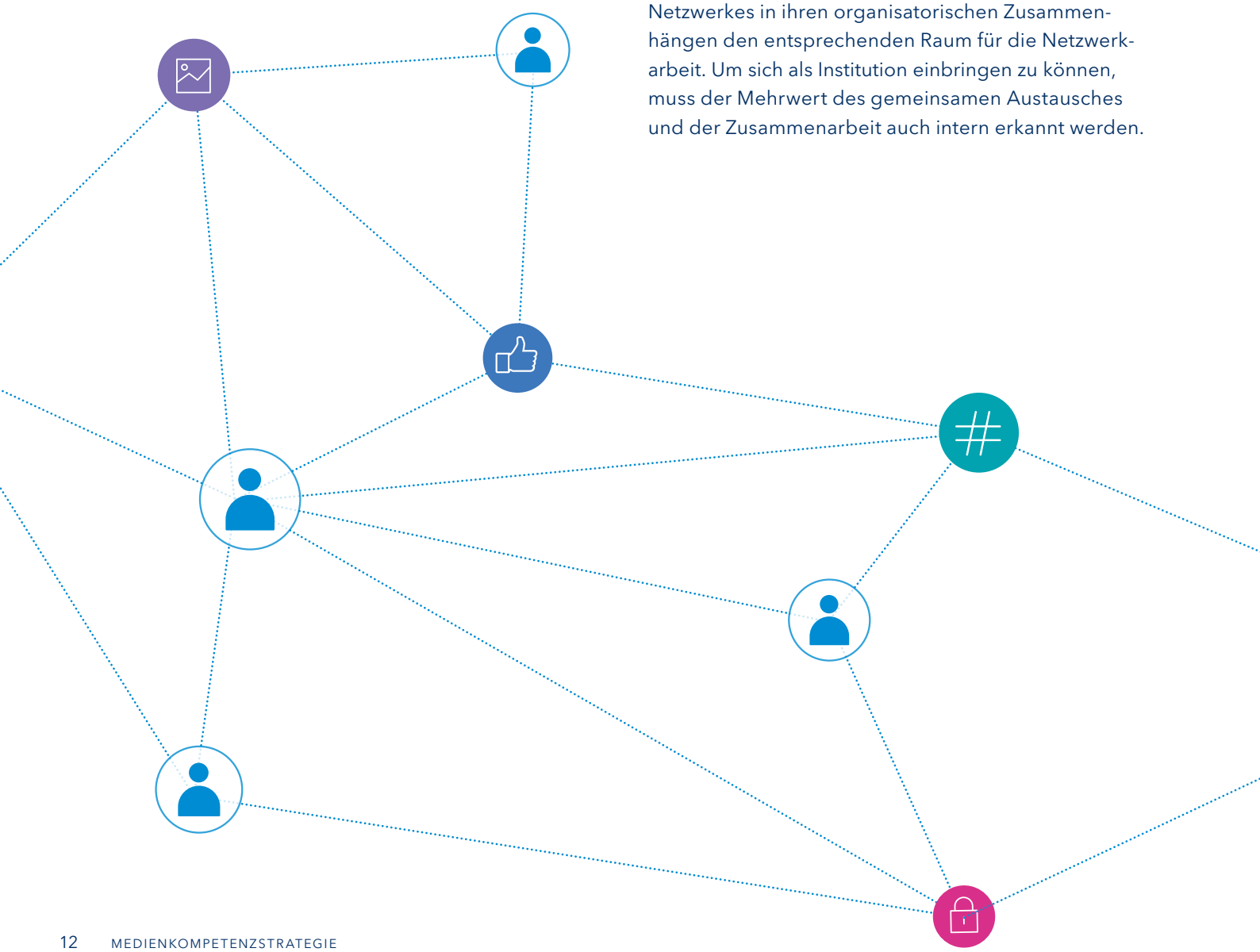
Schleswig-Holstein lebt von einer vielfältigen medienpädagogischen Landschaft und einer guten Vernetzung der relevanten Akteurinnen und Akteure. Es existiert bereits ein stabiles Netzwerk, welches von unterschiedlichsten Institutionen und Akteurinnen und Akteuren geprägt ist und eine maßgebliche Rolle in der Medienkompetenzvermittlung einnimmt.
Der Offene Kanal Schleswig-Holstein hat mit seinen vier Standorten im Land als subsidiärer Kooperationspartner der Landesregierung eine besondere Stellung.

Handlungsbedarf

Die Vielschichtigkeit des Themas Medienkompetenz, die vielen hiermit verbundenen Perspektiven und methodischen Ansätze und die zahlreichen unterschiedlichen Zielgruppen machen für die Umsetzung einer Medienkompetenzstrategie starke Netzwerke der Medienkompetenzförderung notwendig.

Das bestehende Netzwerk Medienkompetenz soll künftig stetig erweitert und transparent ausgebaut werden. Auch die Ressourcen und das Know-how von Unternehmen sollten dabei genutzt werden, denn insbesondere neue Blickwinkel auf die Themen der Medienkompetenz entstehen durch die Zusammenarbeit von mehreren Akteurinnen und Akteuren.

Zugleich brauchen die Akteurinnen und Akteure des Netzwerkes in ihren organisatorischen Zusammenhängen den entsprechenden Raum für die Netzwerkarbeit. Um sich als Institution einbringen zu können, muss der Mehrwert des gemeinsamen Austausches und der Zusammenarbeit auch intern erkannt werden.



Vernetzung

Maßnahmen

Maßnahme 1 „Partizipative Prozesse ermöglichen“:

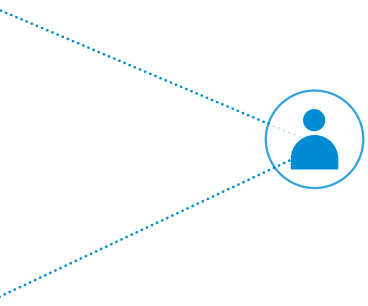
Um die fortlaufende Digitalisierung aller gesellschaftlichen Bereiche und deren Implikationen für alle Gesellschaftsgruppen in den Blick zu nehmen, ist ein übergreifender und professioneller Kommunikations- und Arbeitsprozess zwischen allen politischen und gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren erforderlich. Der Inhalt ist die Bewertung der medialen Entwicklung, die Befähigung aller Bürgerinnen und Bürger sowie die Bereitstellung von Informationen.
Die zielgruppenorientierte Ausgestaltung von Zielen und Maßnahmen lässt sich nur partizipativ und an den Interessen und Bedürfnissen der Adressierten und Beteiligten ausgerichtet umsetzen.

Maßnahme 2 „Netzwerke erweitern“:

Die vorhandenen Netzwerke müssen identifiziert und Möglichkeiten geschaffen werden, diese bei Bedarf zusammenzuführen und auszubauen. Gleichzeitig braucht es eine Definition dessen, wer in einem Netzwerk beteiligt ist bzw. welche Perspektiven noch fehlen.
Insbesondere Hochschulen und Unternehmensverbände und Unternehmen, vor allem der Medienwirtschaft, sollten in die Netzwerke eingebunden werden, um eine Rückkopplung und Erweiterung der Themenfelder zu ermöglichen. Forschungsansätze sind gemeinsam zu entwickeln (beispielsweise zur digitalen Transformation).

Maßnahme 3 „Netzwerkarbeit attraktiv gestalten und sichtbar machen“:

Vorhandene Kooperationen zwischen Institutionen werden als gute Beispiele für die Vernetzung von Akteurinnen und Akteuren sichtbar gemacht. Gesprächs- und Fortbildungsformate sollen dazu anregen, sich von diesen inspirieren zu lassen. Den beteiligten und potenziell neuen Mitgliedern des bestehenden Netzwerkes Medienkompetenz sollte bewusst gemacht werden, welcher Mehrwert sich aus der Vernetzung ergibt. Entsprechend bedarf es auch einer netzwerkeigenen Öffentlichkeitsarbeit. Ein Webauftritt soll mehr Transparenz über Akteurinnen und Akteure und deren Aktivitäten liefern. Um die Netzwerkstrukturen abzubilden, soll ein Portfolio der Mitwirkenden erstellt werden. Eine entsprechende Suchfunktion soll Orientierung für Interessierte innerhalb und außerhalb des Netzwerkes ermöglichen.



4.2 Handlungsfeld 2: Lokale Strukturen

Ausgangssituation

Die lokale Nähe schafft Verbundenheit und Vertrautheit, um die verschiedenen Zielgruppen zur Beschäftigung mit dem Thema zu motivieren. Insbesondere in den ländlichen Regionen gewinnt beispielsweise der Mehrwert in der Überwindung von Raum und Zeit durch digitale Services und Dienste wegen der größeren Distanzen an Bedeutung. Die Nutzung solcher Angebote setzt einen kompetenten und souveränen Umgang mit entsprechenden Technologien voraus.

Handlungsbedarf

Es ist zentral, die Schnittmengen verschiedener Angebote in der Medienkompetenzförderung diverser Zielgruppen herauszuarbeiten und als Anknüpfungspunkte für eine kooperative Zusammenarbeit nach innen und außen sichtbar zu machen.

Um die Umsetzung einer gemeinsamen Medienkompetenzstrategie voranzutreiben, braucht es verantwortliches und verbindliches Handeln auf allen Ebenen sowie entsprechende Strukturen.
Dazu zählen die Bereitstellung von Zeit, Räumen und Kompetenzen, aber auch ein gemeinsames Bewusstsein für die Notwendigkeit von Medienbildung.
Dies gilt für die Akteurinnen und Akteure ebenso wie für die Ämter und Gemeinden (u. a. Bürgermeisterinnen und Bürgermeister sowie Gemeindevertretungen), die in die Weiterentwicklung von lokalen Strukturen eingebunden werden sollen, damit tatsächlich alle Menschen erreicht werden.

Gerade in den ländlichen Regionen werden funktionierende und ineinandergreifende Netzwerke benötigt, die die Menschen niedrigschwellig beim Erwerb von Medienkompetenz unterstützen.

Maßnahmen
Maßnahme 1 „Lebenslange Medienkompetenzförderung gewährleisten“:
Um die Medienkompetenzförderung in allen Abschnitten des Lebens zu verankern, sollte sie in bestehende Strukturen eingebunden und dort etabliert werden.
Maßnahme 2 „Strukturelle Rahmenbedingungen verbessern“:
Die verschiedenen Institutionen sind aufgefordert, die nötigen Räume und Ressourcen für Vernetzung zu schaffen, denn nur mit ausreichend Zeit und Rückhalt in den Institutionen können gemeinsame Vereinbarungen und Maßnahmen im Netzwerk getroffen werden. Finanzielle, zeitliche und räumliche Ressourcen für Projekte und Maßnahmen, die sich aus der Netzwerkarbeit bzw. der Erweiterung des Netzwerkes ergeben, müssen entsprechend Berücksichtigung finden.

Lokale Strukturen

Maßnahme 3 „Medienpädagogische Arbeit in den Regionen einrichten“:

Um lokale Strukturen zu verbessern, braucht es in erster Linie Orientierung und Sichtbarkeit.
Ein Wegweiser soll diese Funktion übernehmen und abbilden, wer in der Region für welche Beratung bzw. Vermittlungsangebote ansprechbar ist (siehe Handlungsfeld 4: Zentrale Orte für Angebote).
Um das lokale Engagement und bisherige Aktivitäten zu bündeln, soll der Offene Kanal Schleswig-Holstein in den vier Regionen Kiel, Flensburg, Lübeck und Westküste als Ansprechpartner für die regionale medienpädagogische Projektarbeit dienen.

Maßnahme 4 „Ländliche Regionen mit (digitalen) Angeboten stärken“:

Gerade in den Regionen, in denen die Angebotsstruktur eher in der Fläche verteilt und nicht konzentriert auffindbar ist, soll die digitale Selbsthilfe und Teilhabe gestärkt werden. Dies birgt große Potenziale für Menschen, die beispielsweise Angehörige pflegen oder Kinder betreuen.
Um mit vorhandenen Ressourcen die unterschiedlichen Zielgruppen im ländlichen Raum zu erreichen, bieten sich Mehrgenerationenprojekte zur Medienkompetenzförderung an.
Ältere Menschen profitieren von den Mediennutzungskompetenzen jüngerer Menschen und geben umgekehrt ihr Reflexionsvermögen im Herstellen von Zusammenhängen an die jüngere Generation weiter.

Maßnahme 5 „Medienkompetenzförderung flächendeckend verorten“:

Personelle Ressourcen und vorhandene Erfahrungen in der medienpädagogischen Arbeit u. a. mit Heranwachsenden (z. B. ehrenamtliche Strukturen in Sport- und Kulturvereinen) sollen genutzt werden, um Fürsprechende und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für die Medienbildung zu gewinnen.
Der Gesundheitssektor (z. B. Krankenhäuser, Pflege- und Rehabilitationseinrichtungen) eignet sich gut, um den Menschen den Zugang in die digitale Medienkommunikation zu vermitteln.
Eine Stärkung dieses Bereiches soll eruiert werden. Auch Schulen können als außerschulischer Bildungsort fungieren. Hier können Schülerinnen und Schüler beispielsweise Unterstützung für Erwachsene anbieten. Hiervon werden beide Seiten profitieren.

Maßnahme 6 „Zielgruppenspezifische Angebote schaffen“:

Die Angebote zur Medienkompetenzförderung sollen an den verschiedenen Bedarfen, Vorkenntnissen und Erwartungen der Zielgruppen ausgerichtet werden. So braucht es beispielsweise neben Grundlagenkursen auch Formate für Fortgeschrittene, die bereits durch ihr privates Interesse oder das berufliche Umfeld mit neueren technischen Geräten sozialisiert sind. Jugendliche bewegen sich ganz selbstverständlich in Medienwelten, insbesondere in digitalen Spielen und sozialen Netzwerken. Hier könnten entsprechende Ansätze entwickelt werden, damit Jugendliche, aber auch Eltern, medienpädagogische Peer-Arbeit leisten, um anderen Personen die Ängste und Hürden zu nehmen. Auf der anderen Seite lernen die Heranwachsenden durch den Austausch und den Blick von außen, ihre jeweiligen Lieblingsmedien zu reflektieren.

4.3 Handlungsfeld 3: Aus-, Fort- und Weiterbildung

Ausgangssituation

Nahezu alle Menschen nutzen digitale Medien – privat, im beruflichen Kontext oder um administrative Dinge zu regeln. An die dabei erlangten Kenntnisse im Umgang mit technischen Geräten, aber auch an den Formen der Informationsvermittlung sowie der ganz persönlichen Haltung zur medienvermittelten Information, kann angeknüpft werden, denn die Reflexion des eigenen Medienhandelns und der Erwerb von Medienkompetenz sind für das Wirken in allen Bereichen des öffentlichen Lebens wichtig. Einen bedeutenden Zeitpunkt stellt dabei der Übergang von der Schule in den Beruf dar und bedarf daher besonderer Aufmerksamkeit. Dabei geht es bei der Förderung von Medienkompetenz um die Person selbst, die dann autonom entscheiden kann, welche Bedeutung Medien in verschiedenen Zusammenhängen – auch beruflich – für sie haben können.

Handlungsbedarf

Die Aufgabe, Medienkompetenzförderung in der Ausbildung verschiedener Berufe umzusetzen, liegt vor allem bei den Ausbilderinnen und Ausbildern. Diese zu sensibilisieren und zu schulen, ist zentraler Aspekt einer qualifizierten Aus-, Fort- und Weiterbildung. Dazu braucht es eine flächendeckende Sensibilisierung zu Fragen der Medienerziehung und Mediennutzung. Um dabei auch kontinuierliche Entwicklungen aufzunehmen, benötigt es vor allem Kommunikation zwischen den verschiedenen Trägern sowie die Weiterentwicklung der jeweiligen Ausbildungsgänge.

Daneben ist es zentral, Fachpersonen in ihrem beruflichen Handeln entsprechend der aktuellen medialen Herausforderungen und erforderlichen Kompetenzen für einen souveränen Umgang mit digitalen Medien fortzubilden. Nicht nur die Bedingungen für die Berufspraxis unterliegen dem stetigen technologischen Wandel, auch die unmittelbare Arbeit mit den jeweils adressierten Zielgruppen wird durch die fortlaufende Digitalisierung aller Lebensbereiche um medienpädagogische Aspekte erweitert. Um dieser Aufgabe kompetent nachkommen zu können, müssen die Fachkräfte nicht nur selbst über Medienkompetenz verfügen, sondern auch in die Lage versetzt werden, andere zum Erwerb zu befähigen.

Die Entwicklung von didaktisch und pädagogisch guter Aus- und Weiterbildung sowie von Fortbildungsangeboten in der beruflichen Praxis erfordert neben der fachlichen Expertise einen stetigen Austausch mit weiteren Expertinnen und Experten aus den jeweiligen Berufsfeldern. Qualitätsstandards und Inhalte für die Aus-, Fort- und Weiterbildungsangebote müssen entsprechend der Bedarfe identifiziert und festgelegt werden.

Aus-, Fort- und Weiterbildung

Maßnahmen

Maßnahme 1 „Qualitätskriterien entwickeln“:

Qualitätsstandards und -kriterien für medienpädagogische Formate und Projekte sollen eruiert und definiert werden.

Maßnahme 2 „Medienpädagogische Ausbildung ausbauen und koordinieren“:

Eine enge Verzahnung der Schulen für berufliche Bildung und der allgemeinbildenden weiterführenden Schulen wird angestrebt. Hier kann ein Austausch über die zu vermittelnden Inhalte und Erfahrungswelten stattfinden. Daraus können wertvolle Synergien für die medienpädagogische Weiterbildung entstehen. Mit den verschiedenen Berufskammern werden Gespräche über deren Bedarfe, aber auch über die Notwendigkeit der Vermittlung von Medienkompetenz geführt.
Dabei geht es vor allem darum, die Integration des Themas in die Ausbildung auszuloten und nach und nach umzusetzen. Die Hochschulen sollen gebeten werden, zu prüfen, wie und ob eine medienpädagogische Grundbildung in den Studiengängen der pädagogischen Berufe integriert ist und ob eine Verankerung in weiteren Studienfächern sinnvoll ist. Sie werden gebeten, Angebote für alle Studierenden bereit zu halten. Die Landesregierung strebt eine Koordinierung der verschiedenen Qualifizierungsstrukturen der Aus-, Fort- und Weiterbildung im Bereich der Medienkompetenz an. So können themenbezogene Impulse für Ausbildung und Studium, Best-Practice-Beispiele und Medienbildung verstärkt in den Fokus genommen werden.

Maßnahme 3 „Medienpädagogische Fort- und Weiterbildung erweitern“:

Je nach Zielgruppe müssen die entsprechenden Multiplikatorinnen und Multiplikatoren identifiziert und für Menschen verschiedener Altersgruppen spezifische Angebote in der Fort- und Weiterbildung entwickelt werden. Dabei ist der gesamte Prozess des lebenslangen Lernens in den Blick zu nehmen, und die verschiedenen Erfordernisse sind zu berücksichtigen – denkbar sind Kooperationen mit Volkshochschulen und die Etablierung von Themen der Medienbildung (beispielsweise in Kitas, Jugend-, Senioren- oder Kulturzentren).

Maßnahme 4 „Formate der Bildung entwickeln und implementieren“:

Um die herausfordernden Rahmenbedingungen (Zeitmangel, hohe Arbeitsbelastung, Fachkräftemangel, anhaltende Krisensituationen usw.) zu berücksichtigen, sollen Konzepte gefunden werden, die die Förderung von Medienkompetenz als integralen Teil der Arbeit identifizieren. Es wird geprüft, inwieweit ein sogenannter „Medienführerschein“ ein geeignetes Werkzeug für die Fort- und Weiterbildung sein kann.

Maßnahme 5 „Offen zugängliches Ausbildungsmaterial erstellen“:

Das entwickelte Ausbildungsmaterial soll als freies Bildungsmaterial (Open Educational Resources) für alle zugänglich gemacht werden.

4.4 Handlungsfeld 4: Zentrale Orte für Angebote

Ausgangssituation

Um das medienpädagogische Beratungs- und Vermittlungsangebot flächendeckend und breit aufzustellen, sollen die vorhandenen Strukturen und Ressourcen genutzt und weiter ausgebaut werden. Das Netzwerk Medienkompetenz dient hierbei als Basis für die Zusammenarbeit verschiedener Akteurinnen und Akteure, da es bereits über Formate des Austausches und der Weiterentwicklung von Vorhaben verfügt.
Dabei wird eine Offenheit für künftige interdisziplinäre Vernetzungspotenziale verfolgt, die sich daraus ergeben, dass neue Akteurinnen und Akteure oder Angebote hinzukommen.

Handlungsbedarf

Die Bündelung der einzelnen Aktivitäten ermöglicht Synergieeffekte im Hinblick auf Inhalte, Formate und Methoden und schafft damit die Grundlage zur Etablierung fester Angebotsstrukturen.
Die Ausgestaltung der Präsenzangebote und Anlaufstellen sollte dabei vor allem in den Blick nehmen, welche Bedarfe sich aus dem unmittelbaren Umfeld des Sozialraums ergeben.

Beratungsangebote zur Nutzung von Endgeräten sind ebenso gefragt wie Orte für medienpädagogische Projektarbeit. Zugleich sind auch alle Formen der Präsenz (vor Ort, hybrid, virtuell) mitzudenken, damit adäquate Lösungen für die Teilnahme gefunden werden. Damit solche Räume und die darin verorteten Angebote von den verschiedenen Zielgruppen mit ihren spezifischen Anliegen wahrgenommen werden, ist eine gute Öffentlichkeitsarbeit vor Ort unabdingbar. Darüber hinaus soll eine Internetseite Information und Orientierung über die vielfältigen Aktivitäten im Land bereitstellen.

Maßnahmen

Maßnahme 1 „Themen medienpädagogischer Angebote identifizieren“:

Um alle Dimensionen der Medienkompetenz zu adressieren und die unterschiedlichen Zielgruppen auf allen Ebenen zu einem souveränen Umgang mit Medien und Technologien zu befähigen, werden verschiedene Inhalte und Formate angeboten, u. a. Workshops zu den Themen digitaler Resilienz, Datenjournalismus, Open Source, Programmieren, Datenschutz, Add-ons, Augmented und Virtual Reality, Fake News, Deepfakes, E-Sport, Gaming, Künstliche Intelligenz. Darüber hinaus sind weitere Themen der medienpädagogischen Arbeit wie z. B. Kinder- und Jugendmedienschutz, Präventionsarbeit und verschiedenste medienpädagogische Themen anzustreben. E-Sport und Gaming sind zentrale kulturelle Praktiken vieler junger, aber auch erwachsener Menschen. Die Landesregierung fördert und begleitet als erstes Land diesen Bereich.
Darunter fallen Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung, Suchtprävention und Gesundheitsförderung. Dieser Prozess soll weiterverfolgt werden, nächste Schritte werden eingeleitet, u. a. mit der Förderung des E-Sport-Teams, Unterstützung bei Gaming- und E-Sport-Veranstaltungen, Aufbau eines Landesverbandes E-Sport oder Unterstützung beim aktiven Ausbau von Vereinsstrukturen zur Suchtprävention und Medienpädagogik. Für Phänomene wie Deepfakes und Desinformation braucht es eine umfangreiche und grundlegende Informationsstrategie sowie medienpädagogische Angebote zur Überprüfung von Inhalten und Kontextualisierung gesellschaftlicher und politischer Auswirkungen von manipulierten Bewegtbildern.

Zentrale Orte für Angebote

Maßnahme 2 „Vorhandene Orte und Räume für medienpädagogische Angebote nutzen“:

Um den verschiedenen regionalen Bedingungen und persönlichen Teilhabevoraussetzungen gerecht zu werden, braucht es für alle zugängliche Räume. Dies können z. B. Labore mit moderner technischer Ausstattung sein oder Veranstaltungsorte mit feststehendem Terminplan, in denen Themen und Formate rund um das Thema Medienbildung angeboten werden.
Als erste Anlaufstellen dienen solche Institutionen, die bereits vorhandene Strukturen und Ressourcen aufweisen (u. a. Bibliotheken, Volkshochschulen, Offener Kanal Schleswig-Holstein). Ebenso ist denkbar, Räume in Schulen in der unterrichtsfreien Zeit und Räume der offenen Kinder- und Jugendarbeit, Gemeindezentren oder Vereinsräume zu nutzen. Der Offene Kanal Schleswig-Holstein soll bei der Medienkompetenzförderung der Bürgerinnen und Bürger weiter gestärkt werden, um so die in der Medienkompetenzstrategie formulierten Ziele nachhaltig verfolgen zu können.

Maßnahme 3 „Neue zugängliche Räume für Medienbildung schaffen und ausbauen“:

Die bereits erfolgreich operierenden Digitalen Knotenpunkte sollen fortgeführt werden. Zu prüfen ist, welche Orte sich darüber hinaus als zugängliche Räume für Medienbildung eignen und in die bereits gestartete Initiative aufgenommen werden können. Die Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek, die bereits über ein Zentrum für Digitalisierung und Kultur (ZDK) verfügt, soll zu einem Ort weiterentwickelt werden, den Menschen mit ihren verschiedenen Anliegen – also mit Fragen rund um die Medienkompetenz – aufsuchen können. Die Bibliotheken, insbesondere im ländlichen Raum, sollen in gemeinsamer Verantwortung mit den Kommunen nach dänischem Vorbild zu Medienkompetenzzentren und offenen Bibliotheken mit einem niedrigschwelligen und barrierefreien Angebot ausgebaut werden.

Maßnahme 4 „Digitale Anlaufstelle für Informationen und Angebote schaffen“:

Neben den Beratungs- und Vermittlungsorten in den verschiedenen Regionen bedarf es auch einer digitalen Anlaufstelle, die alle Aktivitäten und Akteurinnen und Akteure bündelt und auf einen Blick sichtbar macht, welche Medienkompetenzangebote von wem und für wen angeboten werden. Bereits vorhandene Materialien zur Medienkompetenzförderung können hier institutionsübergreifend für Interessierte und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, also alle Fachpersonen, die im Rahmen medienpädagogischer Vermittlungsarbeit tätig sind, verfügbar gemacht werden.
Beides erleichtert damit die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit. Hierfür soll (z. B. beim Offenen Kanal Schleswig-Holstein) eine Internetseite eingerichtet werden, die entsprechende Funktionen erfüllt und barrierefrei ist (z. B. Leichte Sprache, Deutsche Gebärdensprache, Vorlesefunktion).
Zur Erfassung des aktuellen Portfolios soll zunächst recherchiert werden, welche Angebote bereits bestehen. Hier bietet sich eine Schnittstelle zum Netzwerk Medienkompetenz an. Auch ein gemeinsamer Webauftritt, der die Aktivitäten des Netzwerkes und die Angebote sowie die jeweiligen Akteurinnen und Akteure im Land bündelt, wäre denkbar. Die Website soll beworben werden, so dass sie allen potenziell Interessierten bekannt ist.

4.5 Handlungsfeld 5: Öffentliche Wahrnehmung

Ausgangssituation

Zentrale Werkzeuge für die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit sind die niedrigschwellige Zugänglichkeit und die Barrierefreiheit von Angeboten zur Medienkompetenzförderung.
Zur öffentlichen Wahrnehmung gehört aber auch, für alle Menschen Angebote zu schaffen, die das Thema Medienkompetenz und dessen zentrale Bedeutung für unsere Gesellschaft vermitteln.

Handlungsbedarf

Zu der niedrigschwelligen Zugänglichkeit und Barrierefreiheit von Angeboten zur Medienkompetenzförderung gehören auch die Orte der Medienbildung, ein übersichtlicher Internetauftritt mit weitreichenden Informations- und Recherchemöglichkeiten und Netzwerke mit Akteurinnen und Akteuren aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen, die die Themen der Medienkompetenzförderung in ihre Institutionen und damit auch zu ihren Zielgruppen tragen. Besonders zu berücksichtigen ist hierbei, verschiedene Kanäle und Zugänge zu wählen, um beispielsweise auch Menschen mit Behinderungen zu erreichen.

Hinsichtlich der zentralen Bedeutung der Angebotsentwicklung im Bereich Medienkompetenz ist festzustellen, dass Medienkompetenz immer wieder unterschiedlich verstanden wird. Diese Unterschiedlichkeit soll in einer Kampagne durchaus bestehen bleiben. Wichtig ist, den Mehrwert von Medienkompetenz für alle Bürgerinnen und Bürger zu vermitteln und die unterschiedlichen Zugänge verschiedener Alters- und Zielgruppen in der Ansprache zu berücksichtigen. Dazu werden die verschiedenen Medienformen, die von den Menschen genutzt werden, vermittelnd im Rahmen der Kampagne genutzt.

Öffentliche

Die positive Ansprache der Menschen ist ebenso notwendig wie das Vorhaben, sie in ihren Generationsmedien direkt anzusprechen – dazu gehört auch ein zielgruppengerechtes Wording.

Dabei spielen für die Menschen analoge und digitale Orte gleichermaßen eine Rolle. Zu berücksichtigen ist, dass die Grenzen zwischen On- und Offline-Welten für viele nicht mehr getrennt sind, andere diese Trennung in ihrem Leben aber klar ziehen. Es muss demnach auch darum gehen, ein gegenseitiges Verständnis füreinander aufzubauen.

Die Digitalisierungsprozesse entfalten sich in rasanter Geschwindigkeit und sind in vielerlei Hinsicht nicht umkehrbar. Ziel sollte also sein, Ängste beim Umgang mit digitalen Medien zu nehmen, Reflexion über das eigene Medienhandeln und die damit verbundenen Möglichkeiten der Mitgestaltung zu erkennen und so die Potenziale der digitalen Medien sichtbar zu machen.

Im Vordergrund steht, das unreflektierte Handeln nicht per se zu verurteilen, sondern Vertrauen zu schaffen. Zwar müssen Risiken in der digitalen Wirtschaftswelt und Kommunikation ebenso thematisiert werden, um den Menschen einen sicheren Umgang mit Medien zu ermöglichen, im Fokus sollte aber stehen, ihnen zu verdeutlichen, dass durch die eigene Mediennutzung und mit Hilfe medialer Ausdrucksformen gesellschaftliche Veränderungen im Kleinen und Großen herbeigeführt werden können. Dies liefert die Grundlage für die Teilhabe an öffentlichen und politischen Diskursen.

Maßnahmen
Maßnahme 1 „Partizipative Prozesse fortsetzen“:
Die Menschen in Schleswig-Holstein sollen sich in die weiteren Prozesse bei der Umsetzung und Evaluation der Medienkompetenzstrategie aktiv einbringen können.
Maßnahme 2 „Marketingmaßnahmen ins Leben rufen“:
Die Informationsvermittlung soll durch Kooperationen mit relevanten, im Netz aktiven Personen (Influencerinnen und Influencer, Streamerinnen und Streamer) erfolgen und dort platziert werden, wo die Menschen sich aufhalten und informieren (Youtube, Instagram, TikTok, WhatsApp, Supermärkte, Marktplätze, Arztpraxen, Bürgerämter, Bushaltestellen).
Maßnahme 3 „Öffentlichkeitsarbeit anstoßen“:
In Schleswig-Holstein publizierte Medien sollen in Planungen und Kampagnen der Öffentlichkeitsarbeit eingebunden und dazu eingeladen werden, die digitalen Transformationsprozesse in der Gesellschaft als eigene Rubrik in ihren Publikationen zu behandeln, um so die weitere Diskussion des Themas anzuregen.

Wahrnehmung

4.6 Handlungsfeld 6: Zusammenarbeit

Ausgangssituation

In einem Prozess der Zusammenarbeit ist es zentral, dass keine weiteren Strukturen geschaffen, sondern bestehende Strukturen zusammengeführt und gegebenenfalls erweitert werden.
Alle Bürgerinnen und Bürger stehen im Fokus der Zusammenarbeit.

Handlungsbedarf

Der Prozess der Zusammenarbeit braucht Verantwortung und Verbindlichkeit, aber keinen strukturell-administrativen Mehraufwand. Eine inhaltliche Zusammenarbeit kann nur erfolgen, wenn Freiräume für das Thema geschaffen werden, in denen eine gemeinsame Aushandlung der verschiedenen Aspekte und die Verteilung von Verantwortung auf mehrere Schultern möglich sind.

Von großer Bedeutung ist, dass in den verschiedenen Behörden das Thema Medienkompetenzförderung als eigenes erkannt und identifiziert wird. Es sollte herausgearbeitet werden, wo dieses in den eigenen Strukturen vorkommt oder vorkommen sollte und das Wissen von Unternehmen genutzt werden.

Zusammenarbeit

Maßnahmen
Maßnahme 1 „Ministerielle Zusammenarbeit schärfen und stärken, branchennahe Unternehmensverbände sowie Unternehmen, insbesondere der Medienwirtschaft, einbinden“:
In den Ministerien und der Staatskanzlei werden Ziele, Arbeitsaufträge und Zuständigkeiten in Hinblick auf Medienkompetenzförderung formuliert. Strukturen aus anderen Ländern oder dem Bund, in denen die ministerielle Zusammenarbeit mit Unternehmen bereits verankert ist, werden recherchiert und auf deren Adaption hin geprüft. Es sind weitere Synergieeffekte beim Thema Medienkompetenz zu erzielen.
Maßnahme 2 „Ministerielle und behördliche Weiterbildung ermöglichen“:
In den Ministerien, der Staatskanzlei und den Behörden des nachgeordneten Bereichs soll gewährleistet werden, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dort mit dem Themenfeld der Medienbildung beschäftigen können.

4.7 Handlungsfeld 7: Förderstrukturen

Ausgangssituation

Eine nachhaltige Medienkompetenzförderung braucht nicht nur die Ad-hoc-Förderung von Leuchtturm- und Pilotprojekten, sondern langfristige Finanzierungsstrategien.

Handlungsbedarf

Verlässliche Finanzierungsinstrumente schaffen Verbindlichkeit in der Planung von Angeboten und Perspektiven. Die bereits etablierte Finanzierungsstruktur bildet damit die sehr gute Voraussetzung dafür, dass die Bürgerinnen und Bürger medienpädagogische Beratungs- und Vermittlungsangebote in ihrer unmittelbaren Nähe und über die Formate finden, die sie gerade brauchen.

Neben einer finanziellen Förderung von Projekten und Institutionen ist auch eine Bestandsaufnahme der vorhandenen personellen, technischen und räumlichen Ressourcen vorzunehmen. An vielen Stellen zeigen sich bereits Anknüpfungspunkte, jedoch fehlt es punktuell noch an den entsprechenden Freiräumen, um diese für die Medienkompetenzförderung zu nutzen. Es braucht demnach eine Anpassung der bisher praktizierten Tätigkeitsfelder und Arbeitsstrukturen. Eine Vernetzung von Einrichtungen und Projekten kann finanzielle Synergieeffekte hervorrufen und den nachhaltigen Umgang mit entsprechender Technik unterstützen.

Förderstrukturen

Maßnahmen

Maßnahme 1 „Antragstellung weiterhin einfach ermöglichen und Überblick über Unterstützungen schaffen“:

Damit Fördergelder für medienpädagogische Projekte unkompliziert und bedarfsorientiert beantragt werden können, soll die Antragstellung barrierefrei und weiterhin niedrigschwellig gehalten werden und über die bereits etablierten und geübten Wege erfolgen. Der Förderzeitraum soll angemessen sein und die Umsetzung von Projekten ermöglichen, die eine nachhaltige und sich selbst tragende Entwicklung anstreben. Es soll ein Überblick darüber gegeben werden, welche Fördermöglichkeiten bestehen.

Maßnahme 2 „Geförderte Maßnahmen und Inhalte an der Medienkompetenzstrategie ausrichten“:

Folgende Maßnahmen sollen u. a. gefördert werden, um die Medienkompetenzförderung als Ziel zu erreichen: Präventionsarbeit, Aus-, Fort- und Weiterbildung, Workshops, Seminare für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Anforderung an die Förderung von Maßnahmen muss der Austausch unter den geförderten Projektträgerinnen und Projektträgern sein, um das Voneinander-Lernen anzustoßen und um die Maßnahmen konsequent an den Zielen und Handlungsfeldern der Medienkompetenzstrategie auszurichten.

5 Ausblick

Die landesweiten, regionalen und lokalen Anbietenden von Medienbildung leisten bereits seit vielen Jahren umfangreiche und profunde Arbeit, sowohl direkt für Bürgerinnen und Bürger als auch für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Diese und neue zu entwickelnde Angebote sollen durch die vorliegende Strategie unterstützt und weiter ausgebaut werden.

Die Unabhängigkeit und Subsidiarität aller Anbietenden wird dabei gewahrt werden. Schleswig-Holstein kann in der Zukunft durch eine hochqualifizierte, sich agil weiterentwickelnde und aufeinander aufbauende Arbeit unterschiedlichster Einrichtungen, Verbände, Institutionen und Privater weiterhin eine bundesweite Vorbildrolle für das abgestimmte Vorgehen ganz unterschiedlicher Bildungsanbieter einnehmen.
Das koordinierte Vorgehen wird dabei ermöglichen, neueste Themen und Entwicklungen auf technischer wie auf pädagogischer Ebene durch Anbietende mit ganz unterschiedlichen Ressourcen zu berücksichtigen. Das Wissen von Unternehmen und Hochschulen wird genutzt.

Aufgrund des steten Wandels von Themen und Entwicklungen kann die Strategie nur als eine Momentaufnahme verstanden werden. Deswegen ist es wichtig, dass eine fortlaufende Evaluation stattfindet. Dabei muss kritisch hinterfragt werden, ob die hier aufgestellten Ziele und Maßnahmen weiterhin relevant sind. Gleichzeitig muss auch eruiert werden, ob neue Maßnahmen oder sogar neue Handlungsfelder aufgenommen werden müssen.
Die Medienkompetenzstrategie wird somit kein starres Dokument, sondern soll stetig fortgeschrieben und angepasst werden. Ebenso soll evaluiert werden, welche Effekte und Auswirkungen sowohl die Leitlinie Medienkompetenz als auch die Medienkompetenzstrategie haben.

Die Medienkompetenzstrategie als Beitrag für eine lebendige Demokratie wird demnach prozess- und dialogorientiert fortgeschrieben. Die Partizipation wird weiterhin als zentraler Bestandteil der Strategie gesehen. Somit können die aktuellen Schwerpunkte, die bei den Anbietenden auflaufen, frühzeitig erkannt und aufgenommen werden. Kombiniert mit den gegenwärtig diskutierten Themen aus Gesellschaft, Politik und Verwaltung kann das Themenfeld Medienkompetenz als eine sämtliche Lebensbereiche durchdringende Querschnittsaufgabe breit abgebildet werden.

Durch diesen agilen, menschzentrierten, partizipativen und transparenten Prozess wird sichergestellt, dass die Leitlinie und die Medienkompetenzstrategie effektive Mittel zur Förderung von Medien- und Demokratiekompetenz sind und bleiben.
Die Landesregierung Schleswig-Holstein begegnet so nach dem Motto „Medienbildung für alle – überall!“ den gesellschaftlichen Anforderungen in einer komplexen Welt, die nicht zuletzt durch die Medien betreffenden Umbrüche gekennzeichnet ist. Sie ermöglicht damit allen Bürgerinnen und Bürgern an jedem Ort in Schleswig-Holstein den bereichernden und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien.