How-To: Medienpädagogische Bedarfsermittlung

Für ein gelungenes Medienkonzept und den Aufbau von hierfür geeigneten Strukturen muss sich ein Träger zunächst mit der Frage beschäftigen, welche medienpädagogischen Ressourcen bereits vorhanden sind (vgl. Abb. 1).
Die Ressourcenanalyse schafft Klarheit im weiteren Arbeitsprozess und kann motivieren. Häufig liegen mehr Ressourcen vor, als es Mitarbeitenden bewusst ist und gemeinsame Ziele werden klarer. *Eine detaillierte Beschreibung der medienpädagogischen Ressourcen findet ihr im Anhang*.

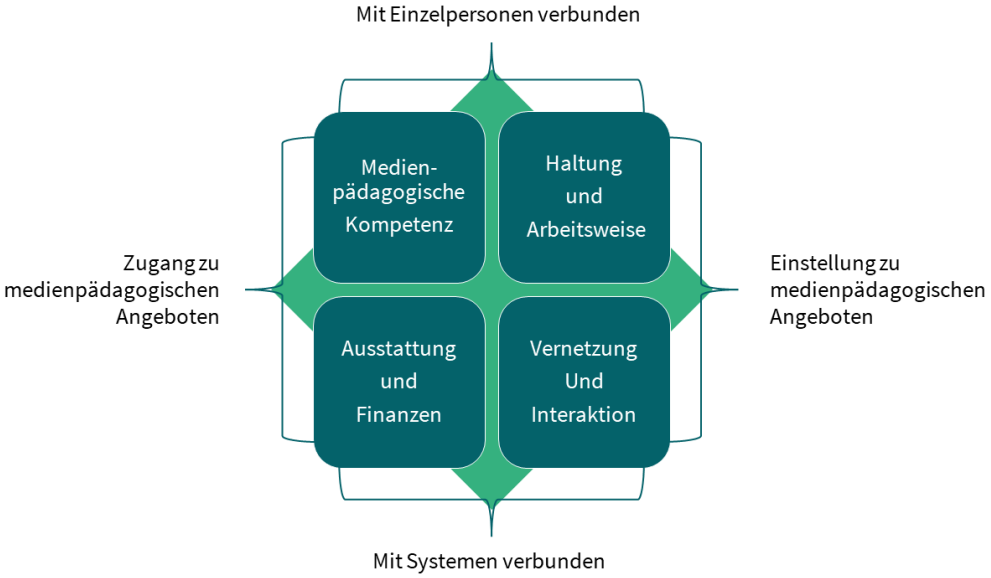

Abb. 1: Vier Dimensionen medienpädagogischer Ressourcen. Conceptopia Studie zur Analyse der Jugendförderung NRW im Rahmen der Digitalisierung 2021.

Basierend auf den erfassten Ressourcen empfehlen wir eine Ableitung der wichtigsten medienpädagogischen Bedarfe. Wie ihr bei einer solchen Bedarfsermittlung am besten vorgeht und wie ihr diese in eine Auftaktveranstaltung zur Medienkonzept-Entwicklung einbettet, zeigen wir euch in der folgenden Anleitung.

Materialien und Vorbereitung

- Flipchart-Papier, Post-Its und Stifte bereitlegen
- Es werden vier Flipcharts mit den einzelnen medienpädagogischen Dimensionen beschriftet (Haltung und Arbeitsweise etc., sh. Anhang) und im Raum verteilt aufgehängt.

- Im Fall einer digitalen oder hybriden Sitzung könnt ihr alternativ z.B. folgende Tools nutzen:
  Padlet (eine Art digitaler Notizblock, der das Flipchart ersetzen kann)
  Mentimeter (Umfragetool)
  Slido (Umfragetool)

Durchführung

- Es geht zunächst um die Frage nach dem Ist-Stand der vorhandenen Ressourcen. Ihr fragt also: **Wie sind wir bereits in den einzelnen Dimensionen aufgestellt?**
- Auf kleinen Zetteln bzw. Post-Its können die Beteiligten in der Brainstorming-Phase ihre Einfälle zum **Ist-Stand der Ressourcen** notieren. In der darauf folgenden Diskussion können die Zettel der Reihe nach erläutert und auf das Plakat geklebt werden. Wir empfehlen, für diese Phase eine*n Moderator*in festzulegen.
- Da die Dimensionen medienpädagogischer Ressourcen eng miteinander in Verbindung stehen, ist eine Zuordnung nicht immer eindeutig! Einzelne Punkte auf den Zetteln könnten zum Beispiel so aussehen:
  - ➔ **Haltung und Arbeitsweise:** Laura und Linda sind sehr engagiert, was das Thema digitale Medien angeht und bringen oft neue Ideen ein (Engagement).
  - ➔ **Vernetzung und Interaktion:** Unsere Zielgruppe ist zuhause meist gut ausgestattet (Zielgruppe).
  - ➔ **Ausstattung und Finanzen:** Das Jugendzentrum XY leiht uns immer Kameras, wenn wir sie für Ferienworkshops brauchen (Netzwerke und Kooperationen).
  - ➔ **Medienpädagogische Kompetenz:** Selina und Karo setzen digitale Medien sehr gekonnt in der Organisation und Bekanntmachung von Ferienangeboten ein (Verbesserung von Arbeitsprozessen).
- Nach Abschluss der Ressourcenanalyse wird sehr schnell und fast automatisch auch die Frage nach den hieraus resultierenden **Bedarfen und Wünschen** auf den Tisch kommen, zum Beispiel:
  - ➔ **Haltung:** Da es oft Konflikte im Team zum Thema Social Media gibt, sollten wir diesbezüglich eine gemeinsame Haltung entwickeln.
  - ➔ **Medienkompetenz oder Zielgruppe:** Wir möchten die Lebenswelt unserer Zielgruppe besser verstehen, um unsere Angebote an ihre Interessen anpassen zu können.

Dieser **Blick in die Zukunft** sollte direkt an die Ressourcenanalyse anschließen. Notiert gerne die gemeinsamen Pläne und Ziele, die dabei angesprochen werden. Sie stellen einen hilfreichen Leitfaden dar, der euch den Weg zu euren ersten Medienkonzept-Bausteinen weist.

- Im Anschluss oder auch in der Nachbereitung der Sitzung sollte dann eine **Clusterung der Bedarfe** und Wünsche nach den Themen der Medienkonzept-Bausteine aus Conceptopia erfolgen. Hierfür eignet sich auch ein Padlet, in dem die Bausteine als Spalten angelegt und die dazu passenden Wünsche bzw. Bedarfe darunter eingetragen werden.

  Damit habt ihr sofort eine Übersicht, welche Themen es bei der Bearbeitung der Medienkonzept-Bausteine zu berücksichtigen gilt.

Auftaktveranstaltung zur Medienkonzept-Entwicklung

Ein gemeinsamer Einstieg in den Medienkonzept-Prozess kann dabei helfen, das Großteam zu beteiligen sowie für das Thema und den kommenden Prozess zu sensibilisieren. Die Bedarfsermittlung ist immer ein wichtiger Teil einer solchen Auftaktveranstaltung, es können aber je nach zeitlichen Ressourcen auch bereits Methoden zur Haltungsentwicklung eingebettet werden. Im Folgenden findet ihr einen exemplarischen Ablauf einer solchen Sitzung, so wie wir sie in Conceptopia meist durchführen.

Uhrzeit	Inhalt
09:00 - 10:00	Aufbau, Vorbereitung, Technik testen
10:00 - 10:15	Ankommen, Begrüßung, Organisatorisches
10:15 - 10:45	Kurzer Einblick in das Thema Medienkonzepte
10:45 - 11:30	Personas-Test mit Vergleich, Diskussion der Ergebnisse
11:30 - 12:00	Pause
12:00 - 13:00	Durchführung der Bedarfsermittlung
13:00 - 13:30	Diskussion, Ausblick, weitere Schritte, Feedback

Dieser Ablaufplan ist selbstverständlich abhängig von der Anzahl der Teilnehmenden und der Verfügbarkeit von zeitlichen Ressourcen und sollte individuell angepasst werden.

ANHANG: Vier Dimensionen medienpädagogischer Ressourcen

CONCEPTOPIA

Haltung und Arbeitsweise

Wie ausgeprägt sind folgende Merkmale, die die alltägliche Praxis betreffen und sich auf die Durchführung von medienpädagogischen Maßnahmen auswirken?

- Themenbewusstsein
- Flexibilität
- Haltung
- Engagement
- Ausdauer

Vernetzung und Interaktion

Wie stark ist die Einrichtung in ein unterstützendes soziales Geflecht eingebunden? Blockiert der Träger neue Ideen oder begrüßt er sie? Bringt die Zielgruppe bestimmte Kompetenzen bzw. eigene Geräte mit? usw.

- Träger
- Kultur des Sozialraums
- Netzwerke und Kooperationen
- Zielgruppe

Ausstattung und Finanzen

Inwiefern sind materielle Ressourcen wie bspw. Fördermittel, technische Geräte oder passende Räumlichkeiten für medienpädagogische Maßnahmen vorhanden?

- Finanzielle Mittel
- Räumliche Ausstattung
- Technische Ausstattung
- Internet-Zugang

Medienpädagogische Kompetenz

Neben der klassischen Medienkompetenz benötigen pädagogische Fachkräfte auch Fähigkeiten organisatorischer, sozialer oder methodischer Natur. Wie stark sind sie bei Mitarbeitenden ausgeprägt?

- Medienkompetenz
- Kompetenz, sich in einer mediatisierten Gesellschaft zu orientieren und ihre Auswirkungen auf Kultur und Soziales zu verstehen
- Kenntnis über die Auswirkungen der mediatisierten Gesellschaft auf die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen
- Kenntnis über Methoden zur Förderung von Medienkompetenz und die Gestaltung von hierfür geeigneten Bildungsräumen
- Kompetenz, Medien und Technologien zur Verbesserung von Arbeitsprozessen im beruflichen Alltag einzusetzen
- Kompetenz, den organisatorischen Rahmen für medienpädagogische Angebote zu schaffen

Ein Projekt der fjmk Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW Gefördert vom Ministerium für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen