

Auf Kurs bleiben mit eurem Medienkonzept

Tipps für die nachhaltige Implementierung
von Medienkonzepten



CONCEPTOPIA

Ein Projekt der

fjmk
Fachstelle für
Jugendmedienkultur NRW

Gefördert von der

 **SozialstiftungNRW**



DIE ARBEIT VON CONCEPTOPIA

In Conceptopia dreht sich alles rund um die Entwicklung von Medienkonzepten und medienpädagogischen Visionen.

DER WEG IST DAS ZIEL

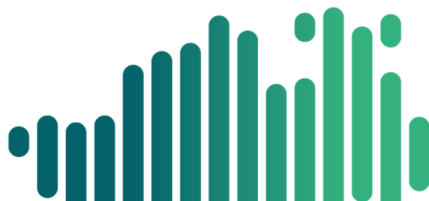
Wir unterstützen Akteur*innen der **Kinder- und Jugendhilfe**, um sie auf dem Weg zum Medienkonzept zu begleiten. Dabei ist unser Motto stets: **Der Weg ist das Ziel!**

Conceptopia bedeutet dabei Empowerment, Partizipation und Vernetzung, damit die Kinder- und Jugendhilfe in **NRW** den aktuellen und noch kommenden Herausforderungen von Digitalität und Digitalisierung mit **nachhaltigen** Lösungen begegnen kann.

FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Und auch wir befinden uns stets **auf dem Weg** unsere Angebote zu verbessern und zu erweitern. Daher haben wir im Rahmen unserer Förderung durch die **SozialstiftungNRW** die Chance ergriffen, alte Prozesse zu evaluieren und noch nachhaltiger zu gestalten. Als **erstes Ergebnis** veröffentlichen wir diese **Broschüre** mit Tipps zur Implementierung von Medienkonzepten.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg für die Umsetzung der Tipps!



WAS IST EIN MEDIENKONZEPT?

Ein Medienkonzept ist eine **pädagogische Handreichung**, die den Umgang mit digitalen Medien definiert und Schritte zur Förderung von **Medienkompetenz** umfasst. Es steht im Einklang mit bereits bestehenden Leitlinien einer Einrichtung und ergänzt diese. Ein Medienkonzept sensibilisiert für **medienpädagogische Themen**, dient als Nachschlagewerk, schafft Orientierung und Handlungssicherheit und sorgt nicht zuletzt auch für eine nachhaltige strukturelle **Verankerung** von Medienkompetenzförderung. Es unterstützt bei der **Professionalisierung** und ermöglicht eine strukturierte, zeitgemäße und partizipative pädagogische Praxis. Dies dient auch der Argumentation der eigenen Medienarbeit im **Dialog** mit Trägern und beim Stellen von Förderanträgen.

DER BERATUNGSPROZESS

Die **Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW** hat im Rahmen des Projekts Conceptopia von 2020-2023 insgesamt zehn **Modellgruppen** auf dem Weg zum Medienkonzept begleitet. Daraus ist ein Beratungskonzept entstanden, das systematisch, aber auch flexibel durch die organisatorischen und inhaltlichen Elemente einer **Medienkonzept-Entwicklung** führt. In der Regel bildet ein Arbeitskreis der Mitarbeitenden des Trägers das Herzstück der Beratung. Mit einer Mischung aus fachlichem Input und Diskussionen leiten wir durch die **Konzept-Bausteine** und ergänzen diesen Prozess mit Fortbildungen und Partizipationsmöglichkeiten für **alle Mitarbeitenden** sowie insbesondere für die Kinder und Jugendlichen der Einrichtung.

Weitere Infos auf unserer Homepage im Bereich “Medienkonzepte”.





DIE WIRKUNGSANALYSE

EVALUATION DER MEDIENKONZEPTE

Die Förderung der Sozialstiftung NRW hat uns ermöglicht, die **Wirkung von Medienkonzepten** aus vergangenen Beratungen zu evaluieren. Ziel war es, herauszufinden, ob und wie die Umsetzung der Medienkonzepte in der **Praxis** gelingt und welche **Erfahrungen** die pädagogischen Fachkräfte diesbezüglich weitergeben möchten. Die reflektierten Medienkonzepte sind zum Evaluationszeitpunkt circa zwei Jahre alt. **Veränderungen** werden in der Praxis nicht von einem auf den anderen Tag sichtbar, somit ist dies ein geeigneter Zeitraum, um herauszuarbeiten, welche Teile des Medienkonzepts sich bereits **bewährt** haben und welche sich (noch) nicht so gut umsetzen ließen.

METHODIK DER WIRKUNGSANALYSE

Im Rahmen der Wirkungsanalyse wurde zunächst eine **quantitative Umfrage** erstellt und an die ehemaligen Modellgruppen des Projekts Conceptopia sowie an eine Einrichtung aus dem Bereich der Erziehungshilfe versendet. Die **Ergebnisse** der quantitativen Umfrage waren hilfreich, um im zweiten Schritt Interviewfragen zu konzipieren. Insgesamt sechs Fachkräfte wurden dann zu **qualitativen Interviews** eingeladen, um detailliert über die Arbeitserfahrungen mit dem Medienkonzept zu sprechen.

Unsere Tipps basieren alle auf diesem Erfahrungsschatz!



HERAUSGEARBEITETE THEMENFELDER

Aus den Interviews haben wir nach **Analyse und Clusterung** der Antworten die zwei relevantesten Fragestellungen abgeleitet und ein abschließendes **Fazit** gezogen. Die folgenden **Tipps** drehen sich dementsprechend um diese Punkte:

- **Das Konzept ist fertig – wie leben wir es?**
- **Wie halten wir das Konzept aktuell?**
- **Fazit: Auf Kurs bleiben mit eurem Medienkonzept!**

Wir haben die Evaluation an wissenschaftlichen Methoden orientiert, es handelt sich jedoch **nicht** um eine wissenschaftliche Studie. Daher haben wir die Zitate unserer Interviewpartner*innen im Sinne der Lesbarkeit minimal **vereinfacht und/oder gekürzt**.

DANKE AN DIE INTERVIEWPARTNER*INNEN

Jugendzentren Köln gGmbH

Marietheres Waschk // Fachberatung Jugend/Bildungsreferentin

Daniel Heimbach // Jugendzentrum.digital

David Thorausach // Bauspielplatz Friedenspark

Jugendamt Rhein-Kreis Neuss

Andreas Bendt // Leitung Kinder- und Jugendarbeit/-schutz

Katrin Herbst // Mitarbeiterin Kinder- und Jugendarbeit/-schutz

Jugendhilfe Olsberg

Sharon Soest // Pädagogische Leitung



DAS KONZEPT IST FERTIG – WIE LEBEN WIR ES?

EINFÜHRUNG IN DAS MEDIENKONZEPT STEUERN

Die Veröffentlichung des Medienkonzepts gilt es bewusst zu gestalten – ein einfaches Verschicken per Mail reicht nicht aus. Ein entscheidender Schritt ist es, die **Gesamtheit aller Mitarbeitenden** abzuholen, die mit dem Medienkonzept arbeiten werden. Um hierbei starke Dissonanzen zu vermeiden, lohnt es sich, bereits vor der Fertigstellung des Konzepts ein **Feedback von Kolleg*innen** einzuholen, die nicht am Entwicklungsprozess beteiligt waren. Zur Einführung ist es hilfreich, das Medienkonzept im Rahmen von **Schulungen, Workshops oder Fachtagen** vorzustellen. Dabei sollte vor allem die Reflexion der erarbeiteten **Haltung** und der gemeinsamen **Leitlinie** im Vordergrund stehen. Die Haltung sollte stets individuelles Handeln zulassen – und ob das Medienkonzept hierfür eine gute Grundlage bietet, lässt sich am besten während einer gemeinsamen Veranstaltung diskutieren. Außerdem haben die von uns befragten Träger gute Erfahrungen damit gemacht, das Medienkonzept in **Einstellungsgespräche oder Onboarding-Prozesse** zu integrieren.

VERFÜGBARKEIT SICHERSTELLEN

Das Medienkonzept sollte für alle Mitarbeitenden **leicht zugänglich** sein. Wie genau die Träger diese Verfügbarkeit gestalten, ist individuell. Möglichkeiten bieten Plattformen wie z.B. Padlet, Moodle oder intern genutzte Datenbanken. Auch eine Veröffentlichung auf der Homepage des Trägers kann ein **schnelles Auffinden** erleichtern. Ziel sollte es aber immer sein, dass das Medienkonzept nicht nur als **Nachschlagewerk** dient, sondern die Fachkräfte die Inhalte weitestgehend **verinnerlichen**.

ÜBER WEITERENTWICKLUNGEN INFORMIEREN

Es wird nicht selten vorkommen, dass Inhalte des Medienkonzepts **aktualisiert** werden müssen oder digitale/mediale Entwicklungen die Perspektive auf die Inhalte verändern. Diese **Veränderungen** gilt es in regelmäßigen Abständen zu kommunizieren, z.B. über monatliche **Newsletter, E-Mails, Teamkonferenzen** etc. So bleiben die Mitarbeitenden up-to-date.

ZEITLICHE RESSOURCEN GEWÄHRLEISTEN

Alle von uns befragten Träger haben den Mangel an zeitlichen Ressourcen als **größtes Hindernis** für die nachhaltige Implementierung von Medienkonzepten beklagt. Die Alltagsintegration des Medienkonzepts ist dadurch maßgeblich erschwert. Dies ist aber auch davon abhängig, wie hoch die **Ziele im Medienkonzept** gesteckt wurden und wie umfangreich die geplanten Maßnahmen sind. Daher gilt es, die Inhalte des Medienkonzepts nicht alle auf einmal, sondern **Schritt für Schritt** einzuführen, Ressourcen realistisch zu betrachten und die Mitarbeitenden dabei nicht zu überfordern. Für einen der von uns befragten Träger erwies es sich als beste Lösung, eine **dedizierte Stelle** für Medienpädagogik/Medienarbeit zu schaffen. Dies ist aber nicht für alle Träger möglich. Mindestens sollten **Hilfestellungen** wie ein Methodenpool/-koffer erarbeitet werden, um die Umsetzung zu erleichtern.

NEUE KOOPERATIONEN SCHAFFEN

Was nicht allein geschafft werden kann, lässt sich über Kooperationen ermöglichen. **Neue Kooperationen** im Bereich Medienpädagogik, z.B. mit Medienzentren, Vereinen oder Freiberufler*innen schaffen wertvolle Synergien, geben neue Impulse oder erleichtern die Technik-Beschaffung.



WIE HALTEN WIR DAS MEDIENKONZEPT AKTUELL?

... DURCH VERANTWORTLICHKEITEN & NETZWERKE

Es ist lohnenswert, im Zuge der Medienkonzept-Entwicklung die Rolle von **Medienbeauftragten** zu definieren. Oftmals sind dies im weiteren Verlauf Personen, die am Arbeitskreis zur Medienkonzept-Entwicklung beteiligt waren – oder der **Arbeitskreis** wird fortgeführt und übernimmt die Aufgabe, Updates, Infos oder Hilfestellungen aufzubereiten. Hierfür sollten wie schon erwähnt genügend **zeitliche Ressourcen** zur Verfügung stehen. Die Medienbeauftragten können auch zuständig für die **Netzwerkarbeit** sein, die als Schlüssel für die Weiterentwicklung des Medienkonzepts empfunden wird.

... DURCH PARTIZIPATION

Ebenso wichtig ist es, im Blick zu behalten, welche Themen die **Kinder und Jugendlichen** aktuell bewegen und welche neuen Chancen oder Risiken entstehen. Die fortlaufende **Partizipation** der Zielgruppen ist hierfür unentbehrlich! In unserer Broschüre “Beteiligung an Konzeptprozessen” (sh. QR-Code) haben wir viele Methoden gesammelt, welche die Beteiligung der Kinder und Jugendlichen am Medienkonzept unterstützen. Ergänzend kann die **Studienlage**, etwa die JIM-Studie, herangezogen werden, um das aktuelle Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen aufzugreifen.



Schaut auch in die Broschüre
Beteiligung an Konzeptprozessen
der fjmK NRW.



... DURCH FESTE AUSTAUSCHFORMATE

Das Medienkonzept bleibt aktuell, wenn auch Sorgen und Kritik daran ihren Platz haben dürfen und es hierfür geeignete **Austauschformate** gibt. Aber natürlich sollen auch Fortschritte und Erfolge regelmäßig Wertschätzung erfahren. Austauschformate können kleine Fachtage, Workshops oder Fortbildungen sein. Wichtig für die Formate ist die **gute Mischung** aus Praxis, Diskussion und einem Überblick über aktuelle medienpädagogische Themen. Die Formate sollten in einer gewissen **Regelmäßigkeit** stattfinden, z.B. einmal jährlich. Neue Erkenntnisse sollten immer ins Medienkonzept zurückgeführt werden.

... DURCH CHECK-UPS VON MEDIENPÄDAGOG*INNEN

Erfahrene **Medienpädagog*innen** können das Medienkonzept regelmäßig auf Aktualität prüfen und wertvolle Impulse geben. Hierfür sollte ein **Budget** eingeplant werden, genauso wie für Fortbildungen und externe Begleitung, falls sie benötigt wird. Wir gehen davon aus, dass in Zukunft vermehrt **KI-Tools** als **Inspirationsquelle** und **Formulierungshilfe** für das Medienkonzept genutzt werden. Wir appellieren aber daran, die Ergebnisse dabei immer kritisch zu prüfen und gegenzuchecken.

FAZIT: AUF KURS BLEIBEN MIT EUREM MEDIENKONZEPT

Das sagen unsere Interviewpartner*innen:

Gelebte Haltung und sichtbare Präsenz im Alltag

„Die Haltung von allen im Team ist dieselbe und wir müssen über diese keine Diskussionen führen. Da ist die Linie dieselbe, da ist das Handeln gleich und man hat dann auch eine Sicherheit drin. Das finde ich super praktisch für die Praxis. Das macht dann eben auch viel mehr Spaß mit Jugendlichen in dem Bereich zu arbeiten.“

David Thorausch // Bauspielplatz Friedenspark // Jugendzentren Köln gGmbH

Regelmäßige Reflexion und Aktualisierung

„Auch im Nachgang: Dass es uns erhalten bleibt, dass wir uns weiter mit dem Thema beschäftigen, dass wir uns austauschen, weiter Fachtage organisieren. Und das auch gewollt ist von allen.“

Andreas Bendt // Leitung Kinder- und Jugendarbeit/-schutz // Jugendamt Rhein-Kreis Neuss

Gutes Onboarding für neue Mitarbeitende

„Der Onboardingprozess hat sich definitiv verändert. Das klingt nach nichts, ist aber sehr viel. Weil es eine Basis bekommen hat und das ist das Wichtige, die gab es vorher nicht verschriftlicht.“

Marietheres Waschk // Fachberatung Jugend/Bildungsreferentin // Jugendzentren Köln gGmbH



Medienpädagogische Netzwerke aufbauen

„Gerade in der Jugendarbeit ist es essentiell notwendig, diese Netzwerkarbeit zu betreiben. Sich mal austauschen zu können unter Jugendeinrichtungen: Was macht ihr denn gerade, habt ihr eine schöne Idee, was kann ich denn noch machen?“

Andreas Bendt // Leitung Kinder- und Jugendarbeit/-schutz //
Jugendamt Rhein-Kreis Neuss

Medienpädagogische Ansprechpersonen im Team

„Wir haben seit diesem Jahr eine Mitarbeiterin, die hauptsächlich mit ihren Stunden in der Medienpädagogik beschäftigt ist. Um sich dem Thema umfangreicher widmen zu können, war es unerlässlich, dass dies außerhalb von Schichtzeiten und dem stationären Gruppendienst passiert. Daher haben wir speziell diese Stelle geschaffen.“

Sharon Soest // Pädagogische Leitung // Jugendhilfe Olsberg

Ressourcen realistisch planen und flexibel sein

„Das war auch eine Idee unserer Medienpädagogin:
Ganz ehrlich, das ist so viel Zeit, die wir den Mitarbeitenden mit dem Medienführerschein an zusätzlicher Arbeit zumuten, was im Alltag schwer umzusetzen ist. Pro Kind liegt man dabei locker bei ca. 45 Minuten. Das ist eigentlich utopisch. Deswegen müssen wir jetzt etwas ausarbeiten, was für die Kinder z.B. in einem Video schnell und leicht anzuschauen ist.“

Sharon Soest // Pädagogische Leitung // Jugendhilfe Olsberg





IMPRESSUM

**ComputerProjekt Köln e.V.
als Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW**

Vitalisstr. 383A
50933 Köln

www.fjmk.de

Tel.: 0221 677741920

Mail: info@fjmk.de

Geschäftsführer

Markus Sindermann, sindermann@fjmk.de

Durchführung Wirkungsanalyse

Sven Radtke

Redaktion

Laura Hinzen
Linda Längsfeld
Stefan Hintersdorf
Sven Radtke

Grafische Umsetzung

Linda Längsfeld

Danke an den Projektträger Jülich
für die fachliche Unterstützung!

CC BY Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW
September 2025



CONCEPTOPIA

Ein Projekt der



Gefördert von der

