70. JAHRGANG NR. 1 / FEBRUAR 2026

€ 10,–

merz

MEDIEN + ERZIEHUNG

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK



DIGITALITÄT ALS SCHULENTWICKLUNGSAUFGABE

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE MEDIENPÄDAGOGIK

WEITERE THEMEN:

DIGITALE BILDUNG FÜR MENSCHEN MIT MIGRATIONSHINTERGRUND

MEDIENERZIEHUNGSKOMPETENZ – FÖRDERANGEBOTE FÜR ELTERN

MEDIALER SPORTKONSUM VON JUGENDLICHEN

kopaed

Dieser Beitrag befasst sich mit der Leitidee der sozialraumorientierten, kooperativen Medienbildung und wiegt Idealvorstellungen und Praxiserfahrungen gegeneinander ab. Konkrete Beispiele veranschaulichen die Grenzen und Herausforderungen dieser Leitidee in der medienpädagogischen Kooperationspraxis – sie weisen aber auch auf die Stellschrauben hin, an denen weitergedreht werden kann.

SOZIALRAUMORIENTIERTE KOOPERATIVE MEDIENBILDUNG

CHANCEN. HERAUSFORDERUNGEN. STELLSCHRAUBEN.

Stoyan Radoslavov

Sozialraumorientierte Kooperative Medienbildung folgt dem Grundsatz, dass mehrere Bildungsakteure im gleichen Sozialraum die gleichen Kinder und Jugendlichen beim Aufwachsen in einer mediatisierten Gesellschaft aktiv medienpädagogisch begleiten. So die Idealvorstellung. In den letzten 10 Jahren konnte das *Büro Berlin des JFF* diese Idealvorstellung aus verschiedenen Blickwinkeln erkunden – wir durften die Anbahnung von Bildungspartnerschaften zwischen schulischen und außerschulischen Akteuren empirisch erforschen, die medienpädagogische Zusammenarbeit zwischen Medienkompetenzzentren und Berliner Schulen wissenschaftlich begleiten, eigene Bildungspartnerschaften mit ausgewählten Schulen in Berlin-Neukölln mitgestalten, medienpädagogische Sozialraum-Projekte in ausgewählten Kiezen umsetzen und mehrere Bündnisse für Bildung mit schulischer Teilnahme bundesweit initiieren. Die in diesem Zeitraum gesammelten Forschungs- und Praxiserkenntnisse erden.

DER KIEZ ALS MEDIATISIERTER SOZIALRAUM

Diese Raumvorstellung liefert die konzeptionelle Grundlage für die sozialraumorientierte, kooperative Medienbildung zwischen verschiedenen Bildungsakteuren vor Ort. Bildungsakteure agieren aber oft in funktional geschlossenen Systemen (Luhmann, 2002) –

ihre Zusammenarbeit erfordert daher Systemöffnungsprozesse auf zwei Ebenen.

- Die *lokale* Systemöffnung impliziert die Bereitschaft und Energie der Bildungsakteure, sich auf andere Bildungsstrukturen und -Prozesse im gleichen Sozialraum einzulassen.
- Die *mediale* Systemöffnung impliziert die Bereitschaft und Energie der gleichen Akteure, Mediatisierungsphänomene in ihrer Arbeit zu integrieren.

Gesellschaftliche Umbrüche wie Mediatisierung erzeugen neue Erwartungen, die nicht direkt in den bestehenden Operationsmodus von Institutionen übersetzbar sind. Im schulischen Kontext erfolgt die Mediatisierung selektiv und, wenn ja, mit einem hohen Grad an Komplexitätsreduktion und Anpassung. Strittige Medienerziehungsfragen, wie Cybermobbing, Hate Speech oder exzessive Mediennutzung, werden mitunter in den Verantwortungsbereich der elterlichen Erziehung geschoben. Außerschulische medienpädagogische Partner werden oft als Notfalleinsatz oder Dienstleister punktuell eingeholt – eine medienpädagogische Zusammenarbeit auf Augenhöhe verbleibt eher die Ausnahme (Radoslavov et al., 2021). Dabei sind es unterschiedliche Faktoren, die mediale und lokale Systemöffnungsprozesse blockieren, zum Teil liegt es an den Personen, die dem Thema nicht aufgeschlossen sind, zum Teil aber auch an systemischen Abwehrreaktionen, die medienpädagogische Zusammenarbeit in Sozialräumen hemmen.

Gerade im Hinblick auf den kommenden Rechtsanspruch auf Ganztagsbetreuung in Deutschland ist die medienpädagogische Zusammenarbeit zwischen schulischen und außerschulischen Akteuren naheliegend. Während Schulen Menschen, Kompetenzen und Angebote für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen im gebundenen Ganztag fehlen, brauchen außerschulische Partner vor allem strukturierte Zugänge zu Kindern und Jugendlichen. Immer öfter gehen schulische Akteure proaktiv auf außerschulische Einrichtungen mit konkreten Kooperationsanfragen zu. Immer öfter zeigen sich außerschulische Akteure bereit, ihre Angebote an das System Schule anzupassen – medienpädagogische Angebote werden an zeitliche oder inhaltliche Systemvorgaben wie die Doppelstunde oder den Rahmenlehrplan angepasst.

Die lokale und mediale Systemöffnung finden jedoch beiderseits nur begrenzt statt – die sozialraumorientierte, kooperative Medienbildung, die darauf aufbaut, verbleibt bis dato eine Idealvorstellung.

Gibt es ein Rezept für gute, kooperative Medienbildung im Sozialraum? Viele. Es hapert jedoch nicht am Konzept, sondern an der Umsetzung (Heckmann, 2023).

Im folgenden Beitrag werden einige Praxisimplikationen zusammengefasst, die Bildungsakteure bei der Umsetzung sozialraumorientierter, kooperativer Medienbildung unterstützen können.

DIE BASICS

WER IST DIE HAUPTZIELGRUPPE?

Auf den ersten Blick wirkt diese Frage redundant. Natürlich geht es um die Kinder und

Jugendlichen im Sozialraum. Schulsysteme neigen jedoch oft dazu, diese Zielgruppe funktional einzurahmen, indem sie von Schüler*innen oder Lernenden sprechen. Hierdurch werden andere Zielgruppeneigenschaften systematisch ausgeblendet. Damit wir die Zielgruppe medienpädagogisch abholen, brauchen wir eine holistische Auffassung von Kindern und Jugendlichen mit all ihren Lebenswelten, Beziehungen, Identitäten und Entwicklungsaufgaben (merz, 2018).

WO SIND DIE HANDLUNGSRÄUME?

Kinder und Jugendliche wachsen in Sozialräumen auf – diese lassen sich aber immer schwieriger nach analogen/digitalen Räumen aufteilen. Die schulische Pinnwand und der personalisierte *TikTok-Feed* prägen die Informationsräume von Digital Natives (Brüggen & Materna, 2024), der Basketballplatz und der *Minecraft*-Server bieten Räume für das gemeinsame Spielen, die Theke im Jugendzentrum oder der *Snapchat-Snapstreak* sind Räume, in denen Heranwachsende Austausch und Beziehungen erlernen. Das Aufwachsen in mediatisierten Sozialräumen ist für Kinder und Jugendliche selbstverständlich. Der *WIK*I-Report* hebt die Bedeutung mediatisierter Sozialräume für das Wohlbefinden von Kindern und Jugendlichen hervor. Sie bieten ihnen Handlungsmacht, Sicherheit, Anerkennung und Zugehörigkeit – oft stärker als Schule oder Nachbarschaft (Fegter et al., 2024). Diese mediatisierten Sozialräume müssen identifiziert, bereitgestellt und als Schutz-, Lern-, Austausch-, Spiel-, Bastel- oder Kreativräume gemeinsam mitgestaltet werden. Noch nie standen Medien- und Raumaneignung so dicht beieinander (Müller, 2018).

WAS MEINEN WIR MIT MEDIENBILDUNG?

Die praktische Auslegung von Medienbildung erzeugt die häufigsten Dissonanzen in der Zusammenarbeit. Und nein, der tradierte, diskurstheoretische Streit um bildungspolitisch umkämpfte Begriffe wie Medienkompetenz, Medienbildung, Medienpädagogik oder Medienarbeit bringt auch keine Klarheit in die Kooperationspraxis hinein. Während schulische Akteure im mediendidaktischen Kompetenzfeld ‚Lernen mit digitalen Medien' verbleiben, fokussieren außerschulische Akteure auf das freizeitorientierte Gebiet ‚Leben mit digitalen Medien'. Pfadabhängige Grabenkämpfe zwischen bildungspolitischen Abteilungen wie ‚Bildung' und ‚Jugend' werden somit weiter reproduziert. Gute kooperative Medienbildung sollte diese Auslegungen im Interesse der Zielgruppe abwägen, die Fachkräfte in den Dialog bringen, und im Idealfall die Ansätze thematisch oder methodisch miteinander verzahnen. Ja, es ist möglich, informelle Bildungsprozesse wie die Aktive Medienarbeit im Unterricht unterzubringen. Und ja, es ist möglich, curricular basierte Medienkompetenzförderung in Jugendeinrichtungen umzusetzen.

DAS SETTING

WELCHE BEDARFE HAT DIE ZIELGRUPPE?

Ganz oft fangen Kooperationsanbahnungen mit Akutanfragen an – ein Cybermobbing-Fall in der Klasse, eine virale *TikTok*-Challenge auf dem Schulhof oder eine Falschnachricht, die die Runde im Online-Chat macht.

Solche Vorfälle können ein guter Türöffner für die Pilotierung der Zusammenarbeit sein. In der Praxis verbleibt es jedoch oft bei punktuellen, einmaligen ‚Feuerwehr-Einsätzen'. Immer weniger Kolleg*innen haben Lust auf eine ‚Hit&Run-Medienpädagogik' – vor allem, weil sie die langfristige Wirksamkeit ihrer Arbeit nicht erspüren können. Die kooperative Konzeption und Koordination von Medienbildungsangeboten im Netzwerk erfordert vorab eine systematische Bedarfsermittlung bei den Kindern und Jugendlichen sowie bei Eltern und pädagogischen Fachkräften. Erst auf dieser Grundlage lässt sich die Zusammenarbeit bedarfsorientiert planen und priorisieren.

WELCHEN AUFTRAG HAT DAS KOOPERATIONSNETZWERK?

Dass die medienpädagogische Zusammenarbeit langfristig angelegt werden sollte, ist keine Überraschung. Dass sie alle relevanten Zielgruppen im Sinne einer ganzheitlichen Medienbildung einschließen sollte – ebenso. Wichtig ist, dass alle beteiligten Parteien klare Zielvorstellungen teilen, eine Rollenklärung vornehmen und diese im Idealfall schriftlich festhalten: Ein praxiswirksames Medienkonzept, eine Kooperationsvereinbarung oder ein Bildungsverbundsvertrag – alle Formen haben ihre fallspezifischen Vorteile. Wichtig ist, dass diese Auftragsformulierung eine langfristige und möglichst verbindliche Orientierung für alle beteiligten Parteien bietet.

WELCHE RESSOURCEN STEHEN ZUR VERFÜGUNG?

Gute Medienpädagogik braucht Ressourcen: qualifizierte Referent*innen, Hardware, Software-Lizenzen, Konzepte, Materialien, Räumlichkeiten, qualitätssichernde Maßnahmen usw. Die Ressourcen für kooperative Medienbildung sind auf schulischer wie außerschulischer Seite begrenzt. Zurecht fordern beide Seiten mehr Personalstellen und mehr frei verfügbare Projektmittel. Darüber hinaus würde es aber helfen, wenn im Kooperationsnetzwerk bereits vorhandene medienpädagogische Ressourcen für alle sichtbar gemacht werden. Auf diesen Grundlagen können Synergien gezielt angestrebt und Prioritäten ressourcenbewusst gesetzt werden.

WER KOORDINIERT DIE ZUSAMMENARBEIT?

In der bisherigen Kooperationspraxis haben wir leider viele medienpädagogische Bildungspartnerschaften einschlafen sehen. Kein natürlicher Tod. Zwei Krankheitsursachen sind hier besonders hervorzuheben.

- Die ‚*Hauptansprechperson*', die nicht ewig da sein wird

In vielen Schulen gibt es die eine besonders engagierte Ansprechperson, die aus intrinsischer Motivation die medienpädagogische Kooperation im Sozialraum anbahnt, koordiniert und vorantreibt: eine Lehrkraft, eine Elternvertretung, eine Schulsozialarbeiter*in, eine Hortleitung – in seltenen Fällen ein*e an der Schule angestellte*r Medienpädagog*in. Oft ist sie*er ein*e Einzelkämpfer*in, die*der sehr viel Energie investiert, das Kollegium ‚mitzunehmen' und die Schulleitung von der Sinnhaftigkeit der Zusammenarbeit zu überzeugen: Systemöffnungsanstrengungen. Sobald diese Hauptansprechperson das Kooperationsnetz-

werk verlässt, bricht meistens die auf Eigeninitiative basierende Zusammenarbeit zusammen. Das Gleiche trifft auf außerschulische Einrichtungen zu – sobald diese eine kooperationsantreibende Person weg ist, schläft die Zusammenarbeit mit benachbarten Schulen oft ein. Vor diesem Hintergrund ist es ratsamer, so schnell wie möglich eine multiprofessionelle Arbeitsgruppe Medien im Kooperationsnetzwerk einzurichten. Im Idealfall verfügt die Arbeitsgruppe über Praxis- und Verwaltungskompetenz und kann gut zwischen den zwei Handlungsebenen navigieren. Nachdem die Basics einmal geklärt sind, kann das Gremium proaktiv Bedarf ermitteln, Aufträge formulieren, Ressourcen planen, Zusammenarbeit koordinieren und dokumentieren.

- Die *Koordinationsressourcen*, die in den meisten Fällen fehlen

Und das auf beiden Seiten. Während das Schulpersonal für Kooperationsarbeit nicht freigestellt wird, bekommen außerschulische Partner oft nur die reinen Angebotsstunden finanziert. So wird die Koordination der medienpädagogischen Arbeit ressourcentechnisch nach unten priorisiert. Das hat fatale Folgen für die nachhaltige Entwicklung der Zusammenarbeit: in vielen Kooperationsnetzwerken wissen die Akteure nicht mal, welche medienpädagogischen Angebote im Netzwerk parallel laufen. Und jenseits der rein praktischen Angebotskoordination nach der Leitfrage ‚Wer führt wann und wo welches Angebot mit welcher Zielgruppe durch?' ist es genauso wichtig, die Zusammenarbeit zu konzipieren, zu reflektieren und insgesamt anschlussfähiger zu gestalten: Transfer, Multiplikation, Schul- und Sozialraumentwicklung (Radoslavov et al., 2021).



Abb. 1: Im Rahmen der Projektwoche *Social Media Me* setzten sich Jugendliche aus dem Ernst-Abbe-Gymnasium in Zusammenarbeit mit dem Medienkompetenzzentrum Neukölln mit Identitätsfragen, Geschlechterrollen und Schönheitsidealen auseinander *// Medienkompetenzzentrum Neukölln*

DIE PÄDAGOGISCHE PRAXIS …

… bräuchte mehrere separate *merz*-Beiträge. An dieser Stelle nur ein paar zentrale Take Aways aus der Praxis der kooperativen Medienbildung:

- *Räume schaffen:* Erprobungs-, Erfahrungs-, Schutz- oder Austauschräume sind die Voraussetzung für Bindungs- und Vertrauensaufbau mit allen Zielgruppen. Im Rahmen eines Projekttages können Präventionsaspekte viel organischer integriert werden als in einer Doppelstunde. Im Rahmen einer Projektwoche lassen sich komplexere Zusammenhänge besser erfahrbar machen als in einem Projekttag (Abb. 1).

  Eine langfristig angelegte Medien-AG im Ganztag ermöglicht wiederum den kontinuierlichen Bindungsaufbau in einer festen, interessengeleiteten Gruppe.
- *Bezugspersonen etablieren:* Es ist von großem Mehrwert, wenn mehrere Angebote

Social Media Me



Abb. 2: Im Rahmen des Kooperationsprogramms *Medienguides* kommen engagierte Jugendliche und Fachkräfte aus Kooperationsschulen zusammen, um Themen wie Gaming, Desinformation oder Storytelling medienpädagogisch zu erarbeiten
// Medienkompetenzzentrum Neukölln

im Kooperationsnetzwerk von den gleichen Referent*innen umgesetzt werden – diese Menschen arbeiten regelmäßig zu medienpädagogisch relevanten Themen mit den Kindern und Jugendlichen, ihren pädagogischen Fachkräften und mit ihren Eltern, bauen Vertrauensbeziehungen zu allen Zielgruppen auf und können irgendwann den medienpädagogischen Austausch im Netzwerk hervorragend moderieren.

- *Konkrete Themen in den Mittelpunkt rücken:* Medienpädagogische Themen wie Deepfakes, Agentic AI, Cybermobbing, Gaming oder Schönheitsideale bieten handfeste Schnittstellen für die Angebotsgestaltung und für den pädagogischen Austausch mit allen Zielgruppen und Bildungsakteuren. Gerade zielgruppenübergreifende Fachtage bieten eine hervorragende Möglichkeit, Themen zu setzen und den intergenerativen Austausch zwischen den Zielgruppen zu fördern (Abb. 2).
- *Bildungsübergänge gestalten:* Im Informatikunterricht erlernen Kinder und Jugendliche Coding-Grundsätze, in einer frei wählbaren AG dürfen sie dann Roboter in Bewegung bringen, im benachbarten Jugendclub gibt es einen frisch eingerichteten MakerSpace und in der Bibliothek nebenan eine ganze Angebotsreihe zum Thema Robotik. Auch wenn sie oft die gleichen Kinder und Jugendlichen im Kiez anvisieren, finden solche Angebote oft losgekoppelt voneinander statt. Mit etwas mehr Abstimmung können solche Angebote Räume, Zeiten, Konzepte, Technik und Referent*innen so einsetzen, dass interessierte Kinder und Jugendlichen im Sozialraum viel nachhaltiger in ihrem Kompetenzerwerb begleitet werden.
- *Schulsozialarbeit aktiv einbeziehen und empowern:* Sie kann sowohl das ‚Lernen', als auch das ‚Leben' in einer mediatisierten Gesellschaft pädagogisch auffangen. Noch wichtiger: in Kooperationsnetzwerken kann die Schulsozialarbeit zwischen den Systemen ‚Bildung' und ‚Jugend' vermitteln (Bröckling, 2020).
- *Anlauf- und Beratungsstelle einrichten:* Kinder und Jugendliche, Eltern, aber auch pädagogische Fachkräfte brauchen eine zentrale Anlaufstelle im Kooperationsnetzwerk, an die sie sich bei individuellen, medienpädagogischen Fragen wenden können. So bietet das Medienkompetenzzentrum Neukölln seit 2024 einmal die Woche die offene Medien-Sprechstunde an, kommt somit in direkten Austausch mit allen Zielgruppen und ermittelt deren Bedarfe kontinuierlich (Abb. 3).

Medienguides

EIN FAZIT

… fällt nicht leicht.
Ja, die sozialraumorientierte, kooperative Medienbildung ist eine Idealprojektion, die in der aktuellen Bildungspraxis nicht erreicht werden kann. Vor allem, weil sie eine lokale und mediale Systemöffnung erfordert, die so vom Bildungssystem in ihrer jetzigen Konstellation noch nicht leistbar ist. Es gibt jedoch die kleinen, feinen Stellschrauben der medienpädagogischen Zusammenarbeit im Kiez, an denen wir gemeinsam weiterdrehen können.



Abb. 3: Die *Offene Mediensprechstunde* findet jeden Mittwoch im *Medienkompetenzzentrum Neukölln* statt. Das Beratungsangebot richtet sich an junge Menschen, pädagogische Fachkräfte und Eltern im Kiez und bietet individuelle Unterstützung bei Mediennutzungsfragen *// Medienkompetenzzentrum Neukölln*

Literatur

Bröckling, G. (2020). Politische Medienbildung als Kooperationsaufgabe von Schule, Schulsozialarbeit, Jugendarbeit und Medienpädagogik. In F. Hollenstein & J. Nieslony (Hrsg.), *Schulsozialarbeit in mediatisierten Lebenswelten* (S. 226–237). Springer VS.

Brüggen, N., Bröckling, G. & Wagner, U. (2017). *Bildungspartnerschaften zwischen Schule und außerschulischen Akteuren der Medienbildung.* FSM – Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. https://medien-in-die-schule.de/bildungspartnerschaften

Brüggen, N. & Materna, G. (2024). *Die Informationsräume und das Informationshandeln junger Menschen und ihr Umgang mit Desinformation. Eine medienpädagogische Analyse mediatisierter Sozialräume*. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. https://jff.de/fileadmin/user_upload/jff_informationsraeume_20240719_3_.pdf

Brüggen, N. & Wagner, U. (2017). Medienaneignung und sozialraumbezogenes Medienhandeln von Jugendlichen. In D. Hoffmann, F. Krotz & W. Reißmann (Hrsg.), *Mediatisierung und Mediensozialisation*. Springer VS. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-14937-6_12

Fegter, S., Million, A., Fischer, L., Exeler, E., März, S. & Schamun, K. (2024). *Wohlergehen von Kindern in sozialräumlichen Kontexten. Intersektionale Perspektiven auf die Erfahrungen von Kindern an nicht-schulischen Lernorten.* WIKK*I. https://agjf.de/images/Aktuelles/Fachliteratur/WIKKI_Report_2024-3.pdf

Heckmann, C. & Wolter, H. (2023). *Gebt die Kinder nie auf! – Was wir am Beispiel der Rütli-Schule über Bildung lernen können*. Gräfe und Unzer Edition.

Luhmann, N. (2002). *Das Erziehungssystem der Gesellschaft*. Suhrkamp.

merz | medien + erziehung (Hrsg.). (2018). *Jugend. Medien. Raum. Identität, 62*(1). https://merz-zeitschrift.de/issue/view/103

Müller, E. (2018). Jugendliche, Smartphones und ländliche Räume. *merz | medien + erziehung, 62*(1), 39–45. DOI: https://doi.org/10.21240/merz/2018.1.14

Radoslavov, S., Berg, K. & Bröckling, G. & Lauber, A. (2021). *Medienbildung für GUTE SCHULE. Abschlussbericht der wissenschaftlichen Begleitung (2019–2021)*. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

Radoslavov, S., Berg, K. & Thümmel, M. (2021). Training on the Job: Von außerschulischer Expertise profitieren. Praxiserfahrungen mit kooperativer Medienbildung. *On lernen digital, 6*.

Dr. Stoyan Radoslavov arbeitet als medienpädagogischer Referent im Büro Berlin des JFF. An der Schnittstelle zwischen Forschung und Praxis begleitete er das Landesprogramm ‚Medienbildung für GUTE SCHULE', koordinierte im Medienkompetenzzentrum Neukölln mehrere Bildungspartnerschaften mit Schulen im Bezirk und betreut bundesweit sozialraumbasierte Bündnisse für Bildung im Rahmen der ‚Kultur-MachtStark'-Initiative ‚Labs4Future'.

Medien-sprechstunde