

Erfolgreiche Strategien im Projekt Medienstarter

– aus der Sicht der Projektumsetzenden.
Ergebnisse zweier Erhebungen

vorgelegt durch
Susanne Giel
Gubener Str. 25
10243 Berlin
Tel. ++49.30.29004730
E-Mail: sgiel@startplus.de

Inhaltsverzeichnis:

	Seite
1 Zusammenfassung	3
2 Das Vorgehen	3
3 Das Handlungsspektrum von Medienstarter	4
4 Schlüsselkonzepte: Produktorientierung und inhaltliche Offenheit	5
5 Vom Workshop in den Beruf: Berufsorientierung und Berufsvorbereitung	7
5.1 Fachliche Kenntnisse und Kompetenzen	7
5.2 Schlüsselkompetenzen	8
5.3 Kreativität fördern	10
6 Förderliche und hinderliche Rahmenbedingungen	10
7 Fazit – erfolgreiche Strategien	12
8 Anhang: Fragebogen	
Anhang: Folien der Gruppendiskussion	

1 Zusammenfassung

Im Rahmen des Projekts Medienstarter wurde die Medienpädagogik als Methode zur Hinführung zu Medien, zur Berufsorientierung und Berufsvorbereitung entwickelt und genutzt.

Die Produktorientierung in der Umsetzung einzelner Vorhaben schaffte zahlreiche Lern- und Kompetenzentwicklungsgelegenheiten. Die Teilnehmenden lernten verschiedene Geräte, Techniken sowie Arbeitsprozesse kennen. Sie erwarben fachliche Kenntnisse und vertieften überfachliche Qualifikationen. Die Jugendlichen erhielten Einblicke in Medienberufe und wurden in die Lage versetzt, entscheiden zu können, welche Berufe ihnen (nicht) liegen. Sie verfügten am Ende der Projekte über hochwertige Bewerbungsunterlagen, die sie mit Zertifikaten und Arbeitsproben aufwerten konnten.

In der Kooperation mit Schulen und Jugendfreizeiteinrichtungen sind Flexibilität und klare Absprachen nützlich. Besteht eine intrinsische Motivation zur Beteiligung an Medienstarter, können die Institutionen von fachlichem und medienpädagogischem Know-how profitieren.

2 Das Vorgehen

Um die gesammelten Erfahrungen im Rahmen von Medienstarter sichtbar zu machen und für künftige Vorhaben nutzen zu können, sollten erfolgreiche Strategien, typische Herausforderungen sowie deren Lösungen systematisch reflektiert werden.

Unter folgenden Fragestellungen wurden die Projektdurchführenden in zwei Schritten befragt:

- Welche Kompetenzen konnten Teilnehmende in der Projektumsetzung erwerben?
- Welchen Nutzen hat die Auseinandersetzung mit Medien in Hinblick auf die Berufswahlentscheidung?
- Welche Strategien haben sich bewährt und waren erfolgreich?
- Welche Rahmenbedingungen befördern Erfolge?

In einem ersten Schritt erfolgte eine schriftliche Befragung. Ein elektronischer Fragebogen mit insgesamt sechs offenen Fragen wurde per E-Mail an alle Projektmitarbeitenden versandt (s. Anhang). Von insgesamt 15 antworteten sieben Personen. Auf der Grundlage der Auswertung der schriftlichen Befragung wurden – zumindest die angestellten Projektmitarbeitenden – zu einer gut zweistündigen Gruppendiskussion eingeladen, um die zentralen Strategien und deren Erfolge zu ermitteln und in einem Austauschprozess zu reflektieren.

Die Gruppendiskussion wurde dokumentiert, in Passagen transkribiert und unter den oben genannten Fragestellungen analysiert. Die Ergebnisse mündeten – unter dem Fokus transferierbarer Erfahrungen – in den vorliegenden Bericht. Dieser rekonstruiert und präsentiert das explizite und implizite Handlungswissen der Projektdurchführenden.

3 Das Handlungsspektrum von Medienstarter

Das Modellprojekt „Medienstarter“ – mit einer Laufzeit von 2,5 Jahren – nutzte eine breite Palette von Medien und Techniken, um jungen Menschen die Möglichkeit zu geben, sich in Medien- und Veranstaltungsberufen zu orientieren bzw. auf sie vorzubereiten. Umgesetzt wurde es von Honorarkräften und angestellten Mitarbeitenden.

Zielgruppen waren Schülerinnen und Schüler, vor allem aus Gesamt- und Hauptschulen, Besuchende von Jugendfreizeiteinrichtungen sowie Jugendliche und junge Erwachsene, die sich am Übergang Schule – Beruf befanden. Diese wurden in unterschiedlichen Settings erreicht:

- Schülerinnen und Schüler nahmen an einwöchigen Schulprojekten teil.
- Jugendliche aus den Jugendfreizeiteinrichtungen setzten unter Anleitung des Medienstarter-Teams im Rahmen kontinuierlicher Treffen konkrete Vorhaben um.
- Die Jugendlichen am Übergang Schule – Beruf nahmen an Medienstarter im Rahmen einer dreimonatigen Vollzeit-Berufsorientierung teil.

Ein Teil dieser Vorhaben mündete in Großprojekte wie dem Postleitzahlen-Contest, der Medienstadt und der Theaterstadt.

Die Teilnehmenden erhielten Einblicke in ein breites Feld von Arbeitsprozessen, die die gesamte Palette an Medien- und Veranstaltungsberufen repräsentierten. Folgende sind zu nennen:

- Film- und Videoproduktion: von der Ideenfindung, Konzeption, dem Drehbuch, der Planung über die Umsetzung bis zum Schnitt, Tonmischung, Planung; Disposition, DVD-Produktion
- Bildbearbeitungs- und Videoschnitttechnik, Bildgestaltung, Komposition, Kameraarbeit
- Choreographie, Rhythmus
- Webdesign
- Internet-Radio
- Tonaufnahme
- Veranstaltungsplanung und -technik.

Die Jugendlichen hatten die Möglichkeit, unterschiedliche Geräte, Software, Techniken und Arbeitsabläufe kennen zu lernen.

Das Spektrum der Medienprojekte

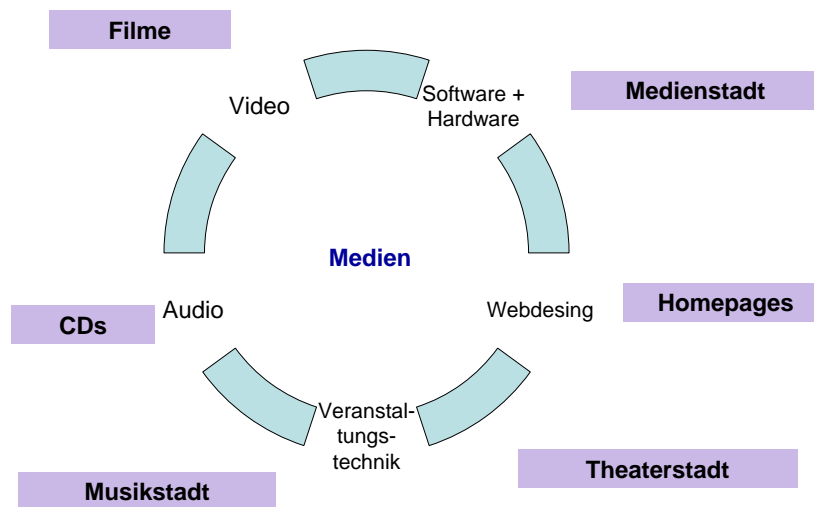


Abb. 1: Das Spektrum der Medienprojekte

4 Schlüsselkonzepte: Produktorientierung und inhaltliche Offenheit

Gemeinsame Klammer der Vielfalt an Medien, Techniken und Arbeitsprozessen in unterschiedlichen Kontexten war, dass alle Projekte am Ende in ein Produkt mündeten, die über die eigentliche Projektgruppe hinaus vorgestellt und genutzt werden konnten. So entstanden Videofilme, Internetpräsenzen, CDs, DVDs, Theateraufführungen und Konzerte.

Bereits die schriftliche Erhebung verdeutlichte, dass die Präsentation der Projektergebnisse das zentrale Highlight im Prozess ist. In diesem Schritt liegt die Quelle von Zufriedenheit und Begeisterung auf Seiten der Teamerinnen und Teamer sowie der Teilnehmenden. Zur Illustration seien hier einige Beispiele der Aussagen der Befragten wiedergegeben:

Highlights

„die Atmosphäre war sehr locker und am Ende alle wirklich richtig stolz!“

„Die gemeinsame Präsentation am Ende macht auch großen Eindruck bei den Schülern selbst.“

„Der Abschluss eines Projekts ist immer ein Highlight.“

„Es ist schön zu sehen, dass sie ihre Produkte mit Stolz vorstellen. In diesem Moment wird ihnen bewusst, was sie in der Zeit geschaffen haben.“

„Die Theaterpremiere von ‚Theaterstadt‘ hat mich zu Tränen gerührt. Dass die 280 Jugendlichen (hauptsächlich Hauptschüler) tatsächlich nach einer Woche auf der Bühne standen und ein Stück aufführten (...) berührte mich sehr.“

Abb. 2: Highlights in Zitaten

In der anschließenden Gruppendiskussion bestätigte sich der Eindruck, dass die Produktorientierung ein Schlüsselbaustein im Konzept von Medienstarter ist. Der „Erfolgsdruck“ bzw. „Zwang“ zur Erstellung eines vorzeigbaren Produkts ist zu Beginn für Teamerinnen/Teamer sowie auch für die Jugendlichen eine große Herausforderung, die durchaus auch Befürchtungen auslösen kann.

„Bei dem Anspruch etwas fertig zu bekommen, verliert man andere Aspekte aus dem Auge, so z. B. ‚was wollen die Jugendlichen?‘ Das Problem eines festen Plans ist, dass er auf Kosten der Offenheit für andere Aspekte geht.“

Trotz der Belastung durch den Ergebnisdruck besteht unter den Teamerinnen/Teamern Einigkeit darin, dass gerade in der Orientierung auf ein Endprodukt die wichtigsten Lernprozesse stattfinden. Nicht zuletzt liegt hierin der größte Motivationsfaktor.

„Die Motivation ist letztlich auch, etwas fertig zu stellen, einen eigenen Beitrag zum Produkt zu leisten.“

Eine der wichtigsten Aufgaben der Teamerinnen/Teamer liegt darin, kontinuierlich zu motivieren, vor allem, wenn das Ziel aus den Augen zu geraten droht. Die Belohnung erfolgt durch ein Erfolgserlebnis, das gerade die Jugendlichen erleben, „die viele Probleme haben“. Dadurch, dass die Themensetzung sowie die inhaltliche Ausgestaltung in den Händen der Jugendlichen liegt, ist gewährleistet, dass zielgruppengerechte Projekte entstehen. Somit ist die Voraussetzung geschaffen, dass die Teilnehmenden Eigeninitiative entwickeln, sich mit den Produkten identifizieren und Spaß haben können. Zuweilen – vor allem dann, wenn aus den Gruppen keine eigenen Ideen kommen – hat es sich bewährt, zumindest Vorschläge in der Hinterhand zu haben oder auch mit – vielfältig gestaltbaren – Rahmenthemen Impulse zu setzen.

5 Vom Workshop in den Beruf: Berufsorientierung und Berufsvorbereitung

Im Übergang von Schule zum Beruf konnten Medienstarter-Projekte – je nach konkreter Akzentsetzung – berufsorientierende wie auch berufsvorbereitende Funktionen erfüllen. Die Teilnehmenden erhielten Einblicke in die Berufswelt, lernten Anforderungen in Medienberufen kennen und bekamen einen Eindruck von Arbeits- und Produktionsweisen. Sie erlebten die Hinführung zu technischem Verständnis, Hemmnisse im Umgang mit Technik und Software konnten abgebaut werden.

Die Jugendlichen erkundeten, „ob sie daran Spaß haben und auch beruflich in so eine Richtung denken“ und vielleicht eine „eindeutige Entscheidung treffen“. Dabei kam es nicht in erster Linie darauf an, sich *für* einen Medienberuf zu entscheiden. Auch die Erkenntnis, dass das Berufsfeld nicht den Erwartungen entspricht (gerade im Medienbereich sind illusionäre Vorstellungen verbreitet), kann ein wichtiger Schritt in der Berufsorientierung sein.

Nicht selten wurden bislang „unentdeckte Talente“ sichtbar. Gerade bei Außenseitern (zuweilen Gemobbten) beobachteten Teamerinnen/Teamer, dass diese eine neue, projekttragende Rolle einnehmen konnten.

„Die Workshops können auf den Geschmack bringen, auf das was möglich ist, machen vielleicht Appetit auf mehr“

Darüber hinaus gehend konnte Medienstarter Beiträge zum Berufseinstieg leisten. Die Teilnehmenden verfügen am Ende über hochwertig gestaltete Bewerbungsunterlagen. Sie erstellten und behielten Arbeitsproben, die sie in Bewerbungsverfahren einsetzen können. Die Chancen für den Berufseinstieg wurden zusätzlich durch Zertifikate über die Teilnahme und die erworbenen Fähigkeiten gesteigert.

Für den Berufseinstieg sind selbstverständlich auch fachspezifische Kenntnisse und überfachliche Kompetenzen vorteilhaft, die im Folgenden aufgeführt sind.

5.1 Fachliche Kenntnisse und Kompetenzen

Die vermittelten fachlichen Kenntnisse sind entsprechend dem Aktivitätenspektrum von Medienstarter vielfältig.

- Softwarekenntnisse: Bildbearbeitungs- und Videoschnittsoftware, Audiosoftware, Tonmischung, DVD-Produktion, Shortcuts etc.
- Gestaltungskenntnisse: Bildgestaltung, Komposition, Farbenlehre, Tongestaltung, Dramaturgie, Genres und ihre Stilmittel, Choreographie etc.
- Handwerkliche, praktische Hardware-Kenntnisse: Umgang mit Kamera und Mikro, Rhythmus, Raumgestaltung, Beleuchtung, Bühnenbau, Schauspiel, Maske etc.
- Kenntnisse über Abläufe: Veranstaltungsplanung, Konzeption, Planung, Disposition, Drehbucheerstellung

Die verschiedenen Kenntnissfelder werden sowohl theoretisch vermittelt, praktisch erprobt und umgesetzt. Theorie und Praxis gehen dabei im Idealfall fließend ineinander über, denn seitens der Teilnehmenden ist das Interesse an theoretischem Wissen nicht ausgeprägt, sie „wollen eher machen“. Gerade im Rahmen der Projektwochen an Schulen mussten für die theoretische Vermittlung kreative didaktische Elemente eingesetzt werden, da die Jugendlichen sonst wieder in ihre Rolle als Schülerinnen/Schüler zurück fielen. Hilfreich war in dem Zusammenhang, dass die Themen und Inhalte der Teilnehmenden verfolgt wurden und nicht die der Pädagoginnen/Pädagogen.

5.2 Schlüsselkompetenzen

Neben der Sensibilisierung für einen kritischen Umgang mit Medien konnten unabhängig vom Feld der Medienberufe die Teilnehmenden im Rahmen von Medienstarter berufsfeldübergreifend ihre Schlüsselkompetenzen erweitern. Entscheidend dafür ist, dass es sich um „Echt-Projekte“ handelt, die sich den realen Arbeitsabläufen in der Medienbranche annähern.

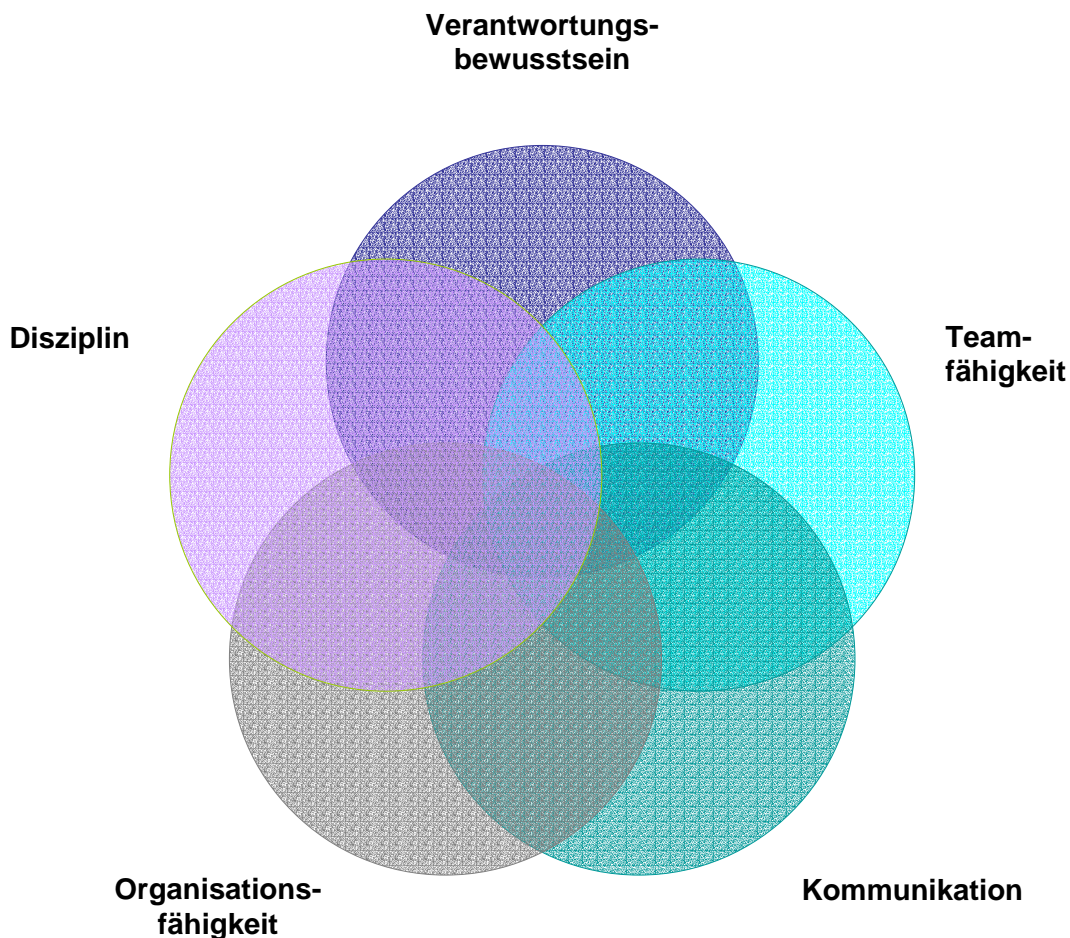


Abb. 3: Schlüsselkompetenzen

Teamfähigkeit wurde gefordert und befördert, indem die Einzelprojekte in Teams umgesetzt wurden. Bei der Kleingruppenbildung bewährte es sich, den Jugendlichen die Wahlfreiheit zu überlassen. Insgesamt zeigte sich, dass ein Mindestmaß an Gemeinsamkeiten für gut funktionierende Gruppen förderlich ist. Die Medienpädagoginnen/pädagogen unterstützten die Teamprozesse durch wertschätzende Rückmeldungen und verliehen durch ihre fachliche Kompetenz Sicherheit. In der Umsetzung ihrer Pläne erlebten die Teilnehmenden, „dass man aufeinander angewiesen ist“. Vor allem die Großprojekte, die verschiedene Workshops vernetzten, machten erlebbar, „dass man verschiedene Kompetenzen braucht“.

Im Hinarbeiten auf die Abschlusspräsentation lagen zahlreiche Möglichkeiten das Verantwortungsbewusstsein zu fördern. Dies lässt sich mit folgender Aussage illustrieren:

„Die Szene bricht zusammen, wenn jemand aussteigt, da versuchen alle, ihn wieder ins Boot zu holen.“

Zum Verantwortungsbewusstsein gehörte ebenfalls zu kommunizieren, wenn sich Einzelne oder Gruppen überfordert fühlten:

„Jugendliche, die sich übernehmen, müssen das Zuviel an Verantwortung kommunizieren.“

Voraussetzung zum Offenlegen von Grenzen war das Kennen der eigenen Stärken und Schwächen. Medienstarter-Mitarbeitende konnten unterstützen, indem sie selber eigene Grenzen aufzeigten und transparent machten.

Ein weiteres zentrales Element der pädagogischen Arbeit bestand in regelmäßigen Feedbackgesprächen. Konstruktiv sowohl Kritik als auch Lob zu äußern und anzunehmen, darin bestand die wichtigste begleitende Funktion der Teamerinnen und Teamer. Einerseits wurde dadurch die Berufsorientierung vertieft, andererseits Kommunikationsstrategien eingeübt. Im Rahmen von Gruppenprojekten sind kommunikative Fähigkeiten auch dann gefragt, wenn es darum geht, „eigene Ideen durchzusetzen“.

Um ein Medienprojekt zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen, benötigten alle Beteiligten Organisationsfähigkeiten. Gerade der Termindruck bedeutete für die Teilnehmenden eine ungewohnte Herausforderung. Sie erlebten, wie wichtig „zeitliche und ökonomische Strukturierungen“ sind. Planungsinstrumente, wie Geduld und Hartnäckigkeit seitens der begleitenden Pädagoginnen/Pädagogen boten wertvolle Hilfestellungen.

In engem Zusammenhang zu Organisation und Planung steht Disziplin. Gerade „Sachen beginnen und auch beenden zu können“, die Erfahrung unter „Druck fertig zu werden“ sind wichtige Elemente. Hier wurde die Produktorientierung wieder wirksam: Die Disziplin wird durch den Erfolg in der Präsentation belohnt. Zusätzlich erlebten die Jugendlichen, beispielsweise in der Erstellung von Videofilmen, dass „Film ist keine Zauberei Sondern Arbeit!“

Zusammenfassend lässt sich die erfolgreiche Vermittlung von Schlüsselkompetenzen mit folgenden Zitaten verdeutlichen:

- „Kompetenzen entstehen durch Reibung und Auseinandersetzung!“
- „Am meisten lernt man, wenn was schief geht!“

5.3 Kreativität fördern

Da Medienstarter nicht nur den Anspruch hat berufsorientierende Impulse zu setzen, sondern auch Kreativität zu fördern, stellen sich folgende Fragen: Wie kann das gut gelingen? Mit Hilfe welcher Strategien ist Kreativitätsförderung in der Projektumsetzung gut gelungen? Zunächst schlaglichtartig einige Antworten auf die Fragen:



Abb. 4: Strategien, um Kreativität zu fördern

Kreativität verfügt über mindestens zwei Wurzeln: Vorausgesetzt wird ein gewisses Talent, mindestens genauso wichtig ist das Beherrschen von Grundregeln und -fertigkeiten im Umgang mit Medientechnik. An diesen beiden Wurzeln setzte Medienstarter an. Einerseits wurden Handlungs- und Gestaltungsräume geschaffen, die das Entdecken versteckter Talente erst ermöglichen. Freiheiten und Flexibilität (dazu gehören auch mögliche Gruppenwechsel) schafften Gelegenheiten, dass Jugendliche ihre eigenen Talente entdecken oder dass sie von anderen bemerkt – und dann aufmerksam gemacht – wurden. Andererseits erlernten die Teilnehmenden zunächst einmal Grundfertigkeiten, die dann kreativ und spielerisch genutzt werden konnten.

6 Förderliche und hinderliche Rahmenbedingungen

Um seine Erfolge zu erzielen und Wirkungen auszulösen, benötigt jedes Modellprojekt spezifische Rahmenbedingungen. Förderliche Voraussetzungen hinsichtlich der Zielgruppenzusammensetzung und -größe, günstiger Kooperationsbedingungen sowie des organisatorischen Rahmens, wurden im Rahmen der Erhebungen genauer beleuchtet.

Unter dem Aspekt der Zielgruppenmerkmale ergab sich folgendes Bild: Hinsichtlich des Bildungsstands stellten die Teamerinnen und Teamer fest, dass Projekte unabhängig von der

Schulart gut funktionieren können. Entscheidend war nur, dass die Anleitenden sich auf die Zielgruppe einstellten, das Verhältnis von Theorie und Praxis den Erwartungen der Schülerinnen und Schüler anpassten. Förderlich war des Weiteren, wenn die zusammengestellten Gruppen gemeinsame Nenner hatten, wie z. B. ein ähnliches Alter (vor allem bei jüngeren Jugendlichen), um eine gemeinsame Arbeitsbasis herstellen zu können. Als entscheidend erwies sich ebenfalls die Gruppengröße, die jeweils von verschiedenen anderen Faktoren wie z. B. Anzahl der Betreuenden und die Ausstattung mit Geräten angepasst sein sollte. Beste Ergebnisse ließen sich in Gruppen mit ca. acht bis zehn Teilnehmenden erzielen. In der Jugendarbeit kann freiwillige Teilnahme eine ausschlaggebende Rolle spielen. Im Rahmen von Schulprojektwochen ist diese nur eingeschränkt herstellbar, da es eine Teilnahmepflicht gibt. Ausreichend bzw. günstig war jedoch, dass sich die Schülerinnen und Schüler freiwillig den Projektuntergruppen zuordnen konnten und sie ohnehin die Abwechslung vom Schulalltag begrüßten.

„In den Projektwochen ist die Teilnahme Pflicht und so sind die Jugendlichen nur teilweise freiwillig da, weil die Alternative Unterricht wäre. Und trotzdem sind sie nicht unmotiviert. Es entsteht die Illusion der Freiwilligkeit, da sie sich selbst in die Workshops eintragen dürfen.“

Die Kooperation mit den Schulen lief in der Regel reibungslos. Je mehr sich jedoch die Lehrkräfte für die Projekte sowie die Entwicklung ihrer Schülerinnen und Schüler interessierten, umso erfolgreicher verlief die Zusammenarbeit. Ähnliches trifft auf die Kooperation mit Jugendfreizeiteinrichtungen zu: Sofern es in der Einrichtung eine oder mehrere Personen gab, die das Projekt „zu ihrer Sache“ machten, verliefen die Vorhaben erfolgreich und nutzbringend für alle Seiten. Nahm jedoch die Jugendfreizeiteinrichtung nicht freiwillig teil (weil bspw. die Jugendverwaltung die Kooperation einforderte), war es schwierig, kontinuierlich über einen längeren Zeitraum mit den Jugendlichen an einem Vorhaben zu arbeiten.

Günstig war es in jedem Fall, wenn es klare Kooperationsvereinbarungen – idealerweise mit eindeutigen Verantwortungsbereichen – gab.

„Am besten ist es, die Absprachen zu verschriftlichen (per Mail noch mal zuschicken), um Verbindlichkeit herzustellen und um sich auf was berufen zu können. Absprachen zwischen Tür und Angel werden immer vergessen.“

Ob Schule oder Jugendfreizeiteinrichtung, beide Institutionen profitieren durch ein kostenloses Angebot. Sie konnten auf Kompetenz und ausgereifte medienpädagogische Konzepte zugreifen, nicht zuletzt die Produkte – z. B. zur Außendarstellung – für sich nutzen. Wichtig für das Gelingen der Projekte war eine angemessene technische Ausstattung.

„Für die Akzeptanz der Jugendlichen ist der Stand der Technik sehr wichtig. Teilweise haben sie zu Hause ein besseres Equipment – und dann fragen sie sich: Warum soll ich herkommen?“

Für die Berufsvorbereitung wäre es ideal, wenn die technische Ausrüstung der der freien Wirtschaft entsprechen würde.

7 Fazit – erfolgreiche Strategien

Eine der wesentlichen Stärken von Medienstarter bestand darin, dass das Projekt flexibel auf Angebote reagieren und eine umfassende Palette von Möglichkeiten anbieten konnte. Das Herzstück des medienpädagogischen Konzepts lag in der Produktorientierung der einzelnen Projekte. Diese boten den Rahmen für weitere didaktische Strategien.

Wie der Erfolg zustande kommt

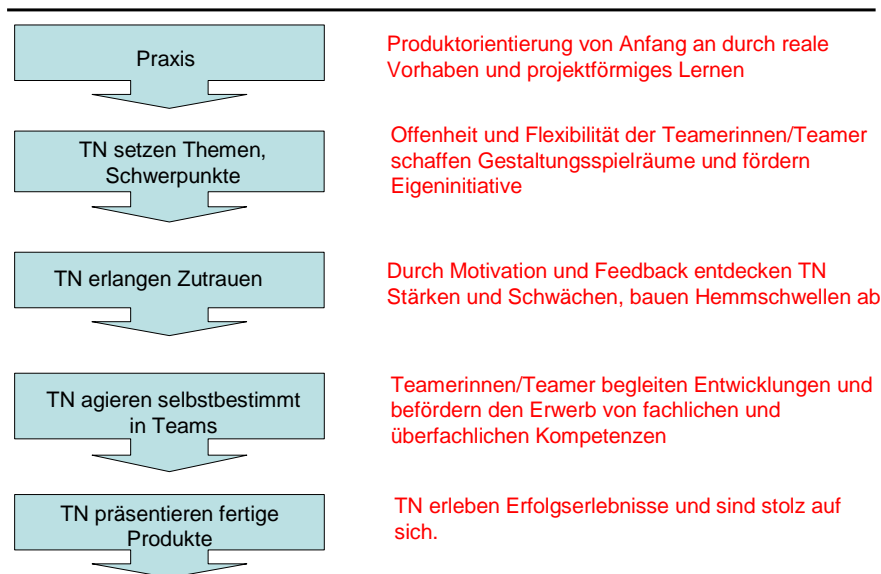


Abb. 5 Handlungsmodell in Medienstarter

Die Fertigstellung der Produkte ist für alle Beteiligten – Teilnehmende ebenso wie Anleitende – herausfordernd. Gerade in der Herausforderung liegt jedoch ein zentraler Schlüssel zum Erfolg. Das Projekt hält vielfältigste Lernmöglichkeiten bereit, die der realen Arbeits- und Berufswelt sehr ähnlich sind. Die Beteiligten werden gleichzeitig durch die abschließende Präsentation belohnt.

Im Rahmen von Medienstarter kann Berufsorientierung ebenso wie Berufsvorbereitung realisiert werden. Die Teilnehmenden erwerben fachliche Kenntnisse, entwickeln ihre Schlüsselkompetenzen (weiter) und erlangen Einblicke in Medienberufe. Sie lernen ihre Stärken, Schwächen, Talente kennen und verfügen über eine Erfahrungsbasis, um sich für oder gegen Berufe entscheiden zu können. Sie können erstellte Bewerbungen mit Zertifikaten und Arbeitsproben anreichern.

1. E-Mail-Anschreiben

Liebe Teamerinnen, liebe Teamer,

die Medienstarter-Zeiten gehen ihrem Ende entgegen. Dies soll Gelegenheit sein, Rückschau zu halten, die gemachten Erfahrungen systematisch zu erfassen und daraus für die Zukunft zu lernen. Dazu wollen wir in zwei Schritten vorgehen: 1. eine schriftliche Befragung zu den zentralen Aktivitäten und Projektumsetzungen sowie 2. ein Gruppengespräch, in dem es vorwiegend um den Nutzen der Projekte zur Berufsorientierung und um erfolgreiche Strategien gehen soll.

Zum Auftakt erhalten Sie im Anhang einen schriftlichen Fragebogen. Ihre ersten schriftlichen Antworten werde ich auswerten und Sie zur Vorbereitung unseres Gesprächs am 16.7.2008 um 15 Uhr nutzen. Auf dieser Grundlage werden wir Herausforderungen zusammentragen, Lösungen suchen und herausarbeiten, welchen Beitrag die von Ihnen durchgeführten Projekte zur Berufsorientierung leisten können.

Sie erhalten im Anhang ein Word-Dokument mit insgesamt sechs Fragen. Diese sollen Ihre Erinnerung reaktivieren. Ihre Antworten sollen mir einen Eindruck darüber vermitteln, was Inhalte Ihrer Arbeit waren, was Sie geleistet haben und auf welche herausragenden Erlebnisse Sie zurück blicken.

Sie sind herzlich eingeladen, alles zu notieren, was Ihnen einfällt, Sie können sich also den Raum nehmen, den Sie brauchen. Ich bitte Sie Ihre Antworten einzutippen und mir das gesamte Dokument bis zum 27.6.2008 zurückzusenden.

Die Ergebnisse – in anonymisierter Form – stelle ich Ihnen dann am 16.7. vor.

Bei Fragen oder Problemen können Sie mich telefonisch unter: 030.29004730 oder per E-Mail kontaktieren.

Ich danke Ihnen bereits im Voraus für Ihre Zeit und Mühen und sende beste Grüße
Susanne Giel

2. Fragebogen als Word-Datei:

- 1) Beschreiben Sie bitte, welche Aufgaben Sie im Rahmen von Medienstarter erfüllt haben und mit welchen Zielgruppen Sie es dabei zu tun hatten.
- 2) Was war Ihr persönliches Highlight im Rahmen von Medienstarter? Bitte begründen Sie.
- 3) Was nehmen aus Ihrer Sicht die Teilnehmenden aus den Projekten an Erfahrungen, Kenntnissen und Wissen mit?
- 4) Welchen Nutzen ziehen die kooperierenden Einrichtungen bzw. Schulen aus der Projektteilnahme?

5) Welche Faktoren waren aus Ihrer Sicht wichtig, damit die Projekte erfolgreich wurden?

- hinsichtlich der Zielgruppensammensetzung:

- hinsichtlich des Kooperationspartners:

- hinsichtlich der Rahmenbedingungen:

- hinsichtlich der Inhalte:

6) Für welche Herausforderungen in der Projektumsetzung wünschen Sie sich Lösungen?

Medienstarter im Rückblick

16.7.2008

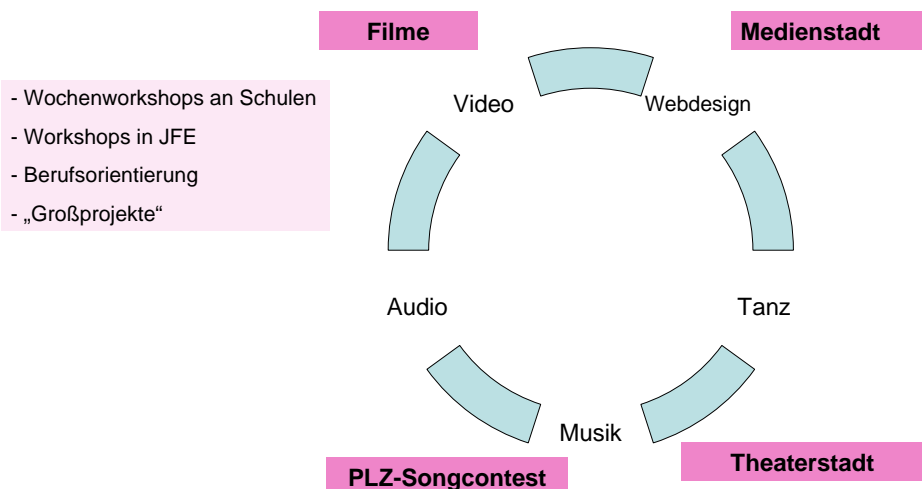
Vorbemerkung

- **Danke!!!**
- Ziel: Alle Ergebnisse fließen in einen Abschlussbericht.
 - Qualität von Medienstarter herausstellen
 - Erfolgsstrategien identifizieren
 - Chancen für Berufsorientierung herausstellen
 - Herausforderungen benennen
- Ergebnisse aus schriftlicher Befragung und dem Gespräch heute werden zusammengefasst.
- Anonymität ist gewährleistet

Zum Vorgehen heute

- Ergebnisse der schriftlichen Befragung
- Ihre Ergänzungen, Richtigstellungen
- Vertiefte Diskussion einiger Aspekte
 - Erfolgsrezepte
 - Der Beitrag von Medienstarter zur Förderung überfachlicher und kreativer Fähigkeiten
 - Voraussetzungen fürs Gelingen

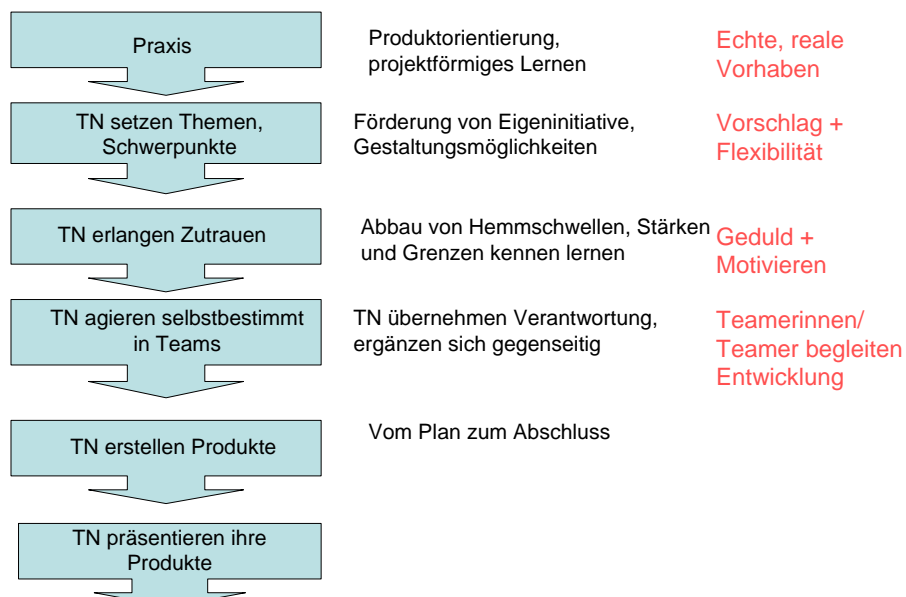
Das Spektrum der Aktivitäten



Highlights

- Deutliche **Begeisterung**: „zu Tränen gerührt“, „tief beeindruckt“, „Hochgenuss“....
- **Quellen von Begeisterung/ Zufriedenheit/Spaß**:
 - Wichtigste Quelle: Abschlusspräsentationen: alle sind stolz, Anstrengungen werden belohnt
 - (konstruktives, positives) Feedback: von Teilnehmenden, von Kooperationspartnern

Wie der Erfolg zustande kommt



Zielgruppen

- **Nebenzielgruppe:** Lehrerinnen und Lehrer, Erzieherinnen und Erzieher – deren Nutzen
 - Qualifizierung (medienpädagogische Ansätze)
 - Kompetenz
 - Entlastung
 - Neue Sicht auf deren Zielgruppen
 - Teilw. Produkt für Außendarstellung
- **Hauptzielgruppe:** Schülerinnen und Schüler (alle Schularten), Jugendliche (JFE + Berufsorientierung)

Nutzen für die Hauptzielgruppe

Spaß, Abwechslung

Fachkenntnisse:
Software, technische
Produktion, Choreografie,
Dramaturgie....

Überfachliche Kompetenzen:
Teamfähigkeit, Strukturierungs- und
Organisationsfähigkeit, Disziplin,
Flexibilität, Kreativität.....

Berufsorientierung: Einblick
in Berufswelt,
Interessenfeststellung

Berufseinstieg: gestärkte
Bewerbungsunterlagen, Zertifikate,
Produkte

Wie gelingt die Förderung überfachlicher Kompetenzen?

Wie kann durch Medienstarter Kreativität befördert werden?

Voraussetzungen für gutes Gelingen – auf der Ebene der Teilnehmenden

- Ein gewisses Maß an Teilnahmefreiwilligkeit
- Angemessene Gruppengröße
- Thematische Offenheit?
- Homogene Gruppenzusammensetzung?
-

Organisatorische Voraussetzungen

- Anteilnahme/Interesse der kooperierenden Einrichtung
- Klare Verantwortlichkeiten
- Verbindlichkeit
- Kontinuität
- Flexibilität
- Gute technische Ausstattung