

FLIMMO – Elternratgeber für TV, Streaming und YouTube; Hannah Kleinbub

FLIMMO bietet pädagogische Einschätzungen zu Filmen, Serien und Kanälen, alles mit einem verständlichen Ampel-Check. So wird klar, worauf Eltern achten sollten. Es gibt eine Inhaltsangabe und ein Fazit, differenzierte Altersempfehlungen oder besonders gute Inhalte werden hervorgehoben. Nutzer*innen finden zudem Tipps zur Medienerziehung.

FLIMMO war früher ein analoges Heft (> zum Beispiel bei einer Kinderarztpraxis etc. ausgelegt), heute jedoch ein reines online Format mit Website und Social Media Präsenz. Die Inhaltsfülle ließ sich einfach nicht mehr analog darstellen. Durch den Umstieg zu online-only ist aber ein großes Werbemittel weggebrochen.

Wie kann man nun Eltern über Social Media erreichen? Aktiv versucht FLIMMO dies seit Ende 2024. Die genutzten Plattformen sind Instagram, WhatsApp und Facebook, alles ist im Verlauf der Zeit rein organisch gewachsen. Auf den Kanälen werden Inhalte wie im web-Angebot nochmal an die Plattformen angepasst und aufbereitet. Dazu gehören Filmtipps, Reels (Kurzformvideoformat) und Medienerziehung, welche zeitnah und relevant auftreten. Die Inhalte auf beispielsweise Instagram müssen für sich informativ sein und einen Mehrwert bieten für die Eltern, dabei so niedrighschwellig wie möglich sein.

Hanna Kleinbub sieht die Chancen von Social Media folgendermaßen: man kann Eltern über den Algorithmus dort erreichen, wo sie sowieso sind aber nicht aktiv suchen. Man erhält zudem höhere Reichweiten, wenn Eltern oder Kooperationspartner die Beiträge teilen. Social Media ermöglicht einfache Kooperationen mit Partnern, Interaktion und Vernetzung ist unkomplizierter möglich. Über Kommentare unter den Beiträgen, direkte Nachrichten oder Umfragen bekommt man schnell Rückmeldungen. Die niedrighschwelligeren Inhalte erreichen nochmal andere Elterngruppen als mit langen Texten auf der Website. Wenn man Werbung schaltet, kann man passende demographische Gruppen auswählen. Kurformvideos wie Instagram-Reels erleichtern den Vertrauensaufbau, da sie persönlicher und nahbarer wirken.

Jedoch verbergen sich hinter einer Social Media Präsenz auch Herausforderungen. Dazu gehört besonders der große zeitliche Aufwand. Der Algorithmus will, dass man am besten mehrmals die Woche und regelmäßig postet. Dass man mit anderen Angeboten im ständigen Konkurrenzkampf steht und Nutzer*Innen sowieso schon mit einer Informationsflut zu kämpfen haben, erschwert die Social Media Präsenz. Man muss mit dem Community Management und Kritikwellen umgehen können. Plattformeinschränkungen, zum Beispiel dass man auf Instagram in Beiträgen nichts direkt verlinken kann, stellen auch Hürden dar. Insgesamt, so Hannah Kleinbub von FLIMMO, überwiegen jedoch die Chancen.

Plattformen wie TikTok oder das FediVerse sind jeweils nicht so geeignet, da die Zielgruppe Eltern dort nicht so sehr unterwegs ist. Für FLIMMO ist Instagram die wichtigste Plattform.

Das Internet ABC – Sandra Fitz

Das Internet-ABC verbindet drei wichtige Zielgruppen miteinander: Eltern, Kinder und Lehrkräfte. Es handelt sich um eine Handreichung für Medienbildung.

Das Projekt Internet ABC Schule in Thüringen läuft seit 2013 und richtet sich primär an Grundschulen. Ein intensives Wochenprojekt für die Kinder, das außerdem einen Elternabend und eine Lehrkräftefortbildung beinhaltet. Das Projekt kommt sehr gut an, jedoch konnte man in den Jahren nur 92 von 420 Thüringer Grundschulen erreichen, dies ist also noch ausbaufähig. Das Internet ABC ist nicht Teil des Lehrplans, nicht verlässlich angebunden. Es besteht zwar eine Kooperationsvereinbarung, jedoch reichen die personellen und finanziellen Mittel nicht mehr. Fünf Medienpädagoginnen können neben all den anderen Projekten nicht noch mehr Arbeit für das ABC leisten.

Ab 2027 sollen dreitägige Fortbildungen (Multiplikatorenschulung, das ganze Kollegium soll ausgebildet werden, die Fortbildung kann abgerechnet werden) angeboten werden, wegen Räumlichkeiten wird mit den Standorten Erfurt und Gera gestartet. Perspektivisch sollte das aber ausgeweitet werden, damit mehrere Schulen gleichzeitig ausgebildet werden können. So soll das Internet ABC besser in den Unterricht eingegliedert werden, auch durch ein Siegelprinzip. Durch diese Fortbildungen sollen in fünf Jahren 100 Schulen erreicht werden. Man kommt dem Buchungsandrang jedoch jetzt schon nicht hinterher. Wichtig an den Fortbildungen ist auch, dass sie explizit nicht online stattfinden sollen weil direkter Austausch wichtig und auch von den Lehrkräften gewünscht ist.

Die Lehrkräfte können durch die Fortbildung auch ohne externe Medienpädagog*innen das Internet ABC vermitteln, der online Leitfaden bietet zudem noch viele weitere Möglichkeiten.

Weitere Projekte, die sich vorgestellt haben:

Waldspatz-Medien, deutschlandweit aktiv.

Stiftung Zuhören, Medienbildung, mit dem Projekt „Hörforscher“ an Schulen.

SPREUWEIZEN, bundesweit aktiv. Mit Workshops soll an Schulen Medienkompetenz vermittelt werden, Social Media Konsum und Fake News erkennen, der Influencing-Workshop wird oft gebucht. Studierende werden ausgebildet und dann in den Bundesländern eingesetzt.

Podcasts

Sowohl Nutzende als auch Produzierende profitieren von diesem Format. Man kann ein bestimmtes Thema in sechs Folgen ausführlich besprechen und sich flexibler anhören als eine online Fortbildung. Je nachdem welche Ansprüche man hat, muss ein Podcast auch gar nicht aufwendig produziert sein – bei einem Waldspaziergang reden kann auch ansprechend für die Zielgruppe sein. Es muss kein regelmäßiges Format sein, aber thematische Begrenzung kann hilfreich sein. Podcasts sind langlebige Formate und versprechen Flexibilität. Die Verbreitung geschieht aber eher in der eigenen Bubble auf Website, WhatsApp Kanal oder Newsletter.

Lösungsansätze diskutiert

Forderung an die Politik: Alle Lehrkräfte und weitere pädagogische Fachkräfte müssen das Thema Medienkompetenz als Teil ihrer Ausbildung haben.

Ein Vorschlag zur besseren Verbreitung war das „Fahrgastfernseh“, das man aus dem sächsischen ÖPNV kennt: Bildschirme in Bussen und Straßenbahnen, die tägliche Informationen und Quizze bieten. Man strebt eine Kooperation an, um die Bildschirme mit Medienbildungsthemen in Form von niedrigschwelligen Quizzen, Zahlen und Wissens-Snacks zu bespielen. Auf diese Art erreicht man sehr viele Menschen.

Ein Informationsflyer zur Medienbildung könnte in Arztpraxen, Geburts- und Krankenhäusern ausgelegt werden oder bei verpflichtenden Untersuchungen und Geburtsvorbereitungskursen. Medienbildung fängt schon vor der Geburt an, das Bewusstsein dafür muss auch bei den Eltern früh ansetzen.

Die Öffentlichkeitsarbeit könnte auch lokale Medien mehr einbeziehen, beispielsweise der lokale Radiosender oder die lokale Zeitschrift. Die eigene Betriebsblindheit damit überwinden. Insgesamt soll die Bevölkerung durch Werbung im öffentlichen Raum (> Stichwort Nudgeing) positiv auf das Thema Medienbildung und Medienkompetenz eingestimmt werden, jegliche Werbung sollte dabei immer auch einen Mehrwert bieten.

Eine bessere Vernetzung unter den verschiedenen Projekten sorgt nicht nur für relevanten Austausch, man kann auch miteinander Medienbildung bewerben.

Besonders gut funktioniert Medienbildung, wenn dabei verschiedene Gruppen gleichzeitig angesprochen werden – Projektwochen, Workshops, Elternabende.

„Akteur der Woche“ Projekte sollen kurzen Einblick in ihre Arbeit geben, aus der Datenbank.

BONUS:

Stichpunktartige Mitschrift der Podiumsdiskussion

(Katharina Schenk SPD, Jochen Fasco TLM, Steffen Schütz BSW, Thadäus König CDU)

Schluss Statements:

Schenk

- was für Medien werden unterstützt?
- Medienbildung als gesamtgesellschaftlicher Diskurs (> Senioren, Eltern, ...)
- Weiterbildung für alle Generationen

Schütz

- Verantwortung übernehmen, es nicht anderen überlassen
- 2 Dinge: Staat hat Bringschuld, Vertrauen weil Kommunikation von Mensch zu Mensch nicht von Digitalisierung ersetzt werden kann
- Vertrauensdefizit abbauen, Glaube in Demokratie stärken
- open source, algorithm offen legen als Vertrauensbasis
- einfache Standards, verständliche Kommunikation
- Podcast

König

- Staatskanzlei social media Verbot bis 16? Stark kritisiert. Rigides Verbot bis 14 soll eingeführt werden
- social media Verbot in den Diskurs getragen

Fasco

- Plattformen müssen Gesetze einhalten
- mehrere Minister etc anwesend, 1 Jahr lang zusammenarbeiten
- Sachen auch umsetzen! Strategisch rangehen!
- Senioren, Familien, Schulen

Wo läuft es gut? Wo nicht?

Fasco:

- man braucht Ressourcen (> Weiterbildung, Begegnung etc)
- TH eins der engagiertesten Länder zum Thema KI und Medienkompetenz
- nicht nur Vernetzung und Finanzierung, sondern was tun um Zivilgesellschaft (Kirchen, Unternehmen, ...) zu unterstützen?
- Plattformen SOLLTEN bezahlen, das Geld sollte in Medienkompetenz fließen

Schenk

- innovative Projekte formulieren, Zugang zu Angeboten bieten
- Fläche? Was bleibt, was nicht? Auswahl welche Projekte effizient sind, Förderplanung
- Social Media Verbot, schlecht über Junge Menschen reden obwohl das Problem auch ältere betrifft (> Hasskommentare von Erwachsenen im Netz)
- Sanktionen auch im Internet!! Kein rechtsfreier Raum! Medienkompetenz bei Erwachsenen sehr nötig

Schütz

- digitale Verwaltung? Lobt das BSW zur digitalen Souveränität
- einheitliche Standards für alle, smart state nötig
- Digitalisierung = Kommunikation, man redet über Verbote? Jugendliche umgehen social media Verbot sowieso
- digitale Akzeptanz: Internetzugang auch auf dem Land
- FdJ Freiwilliges Digitales Jahr

König

- wunder Punkt diskutieren: social media Verbot
- europäische Vorgaben erfüllen

Mittel social media Verbot realisieren, sozialen Netzwerken den Zugriff zu den Kindern verwehren

Fasco

- an Europa abgeben, DSI stärker an Plattformen ran
- Zoll vs Plattform?
- Altersverifikation als Verpflichtung Plattform
- Eltern unterstützen, Verantwortung nutzen

König

- Jugendliche umgehen Verifizierung? Nicht so einfach
- Zugang sofort zulassen? Warum nicht alle social media deaktivieren und mit Hürden freischalten?
- Elternverantwortung

Schütz

- kein 100% Schutz, aber bald soll Deutschland state kommen
- digitale Verifizierung bei Banken sehr viel einfacher als bei social Media

Familie Kinder Medien bei Kinderreichen Familien. Eltern in der Verantwortung aber ist nicht leicht. Kinder schützen.

Massenexperiment Mediennutzung bei Jugendlichen.

Kinder schützen wie?

Fasco

- Aufsicht und Bildung TLM, Regulierung und Durchsetzen der Regeln

Schenk

- Erwartungsmanagement, europaweite Regeln
- Altersverifikation Kontrolle und Kommunikation
- Medienpädagogik kann social Media positive Aspekte hervorheben
- gesund überlegen was Risiko ist und was Junge Menschen auch allein bewältigen können
- >Resilienz

Schütz

- differenzierte und differenzierende Diskussion
- Kinder stark machen, selbst stark sein
- Risiken und Chancen der social Media erkennen
- wo wollen wir hin mit der Digitalisierung?