

## Panel 2 - Reingeschaut – Medienpraktisch vor Ort arbeiten oder neue Räume schaffen – Zusammenfassung

Wie schaffen wir es, mit Medienbildung wirklich alle zu erreichen?

Diese Frage stand im Mittelpunkt des Jahrestreffens der Fachstelle Strategische Medienbildung in Weimar. Und sie klingt erst einmal einfach – ist aber in der Praxis ziemlich komplex.

Im Panel 2 „Reingeschaut – Medienpraktisch vor Ort arbeiten oder neue Räume schaffen“ ging es genau darum: Wie kann Medienbildung so gestaltet werden, dass sie Menschen in ganz unterschiedlichen Lebenswelten erreicht – und vor allem auch angenommen wird?

Ich habe in diesem Panel vor allem zugehört – und dabei wurde schnell deutlich: Es geht weniger um Technik, sondern vielmehr um Menschen.

Drei Projekte haben ihre Arbeit vorgestellt – der „ProbierLaden“ aus Jena, der „Digitale Engel“ und die „Hörspielwiese“. Sie haben auf ganz unterschiedliche Weise gezeigt, wie Medienbildung vor Ort funktionieren kann.

Ein zentraler Punkt, der sich durch alle Beiträge gezogen hat: Die persönliche Ansprache ist entscheidend. Viele Menschen – vor allem ältere – begegnen digitalen Themen mit Unsicherheit, Skepsis oder sogar Angst. Und genau dort setzen die Projekte an.

Es geht darum, Hemmungen abzubauen, Vertrauen zu schaffen und Menschen ernst zu nehmen.

Ein besonders anschauliches Beispiel ist der ProbierLaden in Jena. Eine offene Anlaufstelle mitten in der Stadt – ohne Termin, ohne Kosten und mit einer Atmosphäre, die eher an ein Wohnzimmer erinnert als an einen Kursraum. Hier können Menschen mit ganz unterschiedlichen Fragen vorbeikommen – vom ersten Umgang mit dem Smartphone bis hin zu konkreten Problemen im Alltag.

Was gut funktioniert: niedrigschwellige Angebote, ausgebildetes Fachpersonal und ein Ort, an dem man sich willkommen fühlt.

Das Projekt „Digitaler Engel“ erreicht viele Menschen mit seinem mobilen Format. Mit einem Infomobil richten sich die Angebote gezielt an ländliche Regionen – dorthin, wo es oft weniger Zugang zu Medienbildung gibt. Gerade im ländlichen Raum zeigt sich aber auch eine der größten Herausforderungen: Menschen überhaupt zu erreichen.

Denn Angebote allein reichen nicht aus. Es braucht Vertrauen – und das entsteht vor allem durch persönliche Kontakte und bekannte Gesichter vor Ort.

Der erste Zugang entsteht oft über Menschen, die vor Ort bekannt sind, Vertrauen genießen und andere mitnehmen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Kontinuität. Viele Angebote sind projektbasiert und zeitlich begrenzt.

Im Panel 2 wurde deutlich: Vertrauen entsteht nicht nur durch einmalige Veranstaltungen, sondern durch Regelmäßigkeit. Menschen kommen wieder, wenn sie wissen, dass ein Angebot verlässlich ist, wenn sie sich ernst genommen fühlen – und wenn sie merken, dass sie etwas mitnehmen können.

Gleichzeitig bleibt die Frage, wie man diejenigen erreicht, die bisher noch gar keine Berührungspunkte mit digitalen Themen hatten. Gerade hier braucht es besonders viel Geduld, persönliche Ansprache und niedrigschwellige Zugänge.

In der zweiten Runde des Panels ging es dann darum: Was machen wir daraus? Was braucht es, um Medienbildung weiterzuentwickeln?

Ein Ergebnis war: Die bestehenden Netzwerke müssen noch stärker genutzt werden. Es braucht mehr Austausch, mehr Zusammenarbeit – und vielleicht auch neue Formen der Vernetzung.

Die Idee: ein gemeinsames Forum – eine Art digitales Schwarzes Brett, über das sich Projekte vernetzen und gezielt nach Unterstützung oder Fördergeldern suchen können.

Ein weiterer Punkt, der in den Gesprächen deutlich wurde: Gute Angebote sprechen sich herum. Wenn Menschen positive Erfahrungen machen, geben sie diese weiter. Entscheidend ist dabei immer der Mehrwert für die Teilnehmenden – und das Gefühl, ernst genommen zu werden.

Ein weiterer wichtiger Faktor sind gut ausgebildete und vertrauenswürdige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren – Menschen, die Inhalte vermitteln können und gleichzeitig nah an den Zielgruppen sind. Viele dieser Projekte laufen aktuell noch in einer Art Pilotphase. Gewünscht wird aber eine Verstetigung – also langfristige Strukturen und verlässliche Finanzierung.

Denn wenn Medienbildung wirklich alle erreichen soll, braucht es mehr als einzelne Projekte. Es braucht Kontinuität, Vertrauen und Angebote, die in der Gesellschaft verankert sind. Wenn man eine zentrale Botschaft aus dem Panel mitnimmt, dann ist es diese:

Menschen erreicht man nicht allein durch Angebote, sondern durch Nähe, durch persönliche Ansprache – und durch das Gefühl, ernst genommen zu werden.

Selina Lampe, Medienpädagogin, Wartburg-Radio 96,5 Eisenach