

Projektantrag:

# MEDIEN UND DIGITALITÄT



Erforschen, entdecken und anwenden



Projektlaufzeit Phase 1: 01.07.2019 – 30.06.2021

Transfer Phase 2: 01.07. 2021 – 30.6. 2023  
(vorbehaltlich einer Haushaltsfinanzierung und Förderung)

## Kontakt:

Landeshauptstadt Hannover  
Dezernat IV/ Fachbereich Jugend und Familie  
**51.43.03 Fachberatung für Kindertagesstätten Oliver Baacke**  
**51F Familienmanagement Bärbel Kuhlmei**  
c/o Mediennetz Hannover  
Telefon 0511 168 40934 / - 43338  
Mail: [oliver.baacke@hannover-stadt.de](mailto:oliver.baacke@hannover-stadt.de); [mediennetz@hannover-stadt.de](mailto:mediennetz@hannover-stadt.de)

## Projektvorhaben: Medienwerkstatt für die frühe Bildung

### „Cloudi und Smarten“

Projektlaufzeit Phase 1: 01.07.2019 – 30.06.2021

## Medien und Digitalität - erforschen, entdecken und anwenden!

1

### 1. Ziele



- Entwicklung eines Bewusstseins und einer Haltung im Umgang mit dem digitalen Wandel und Medien, insbesondere als Aufgabe/Lernfeld für das pädagogische Personal in den Kindertagesstätten als Grundlage, darüber mit Eltern und Kindern ins Gespräch zu kommen.
- Wissens- und Kompetenzzaneignung im technischen - und im medialen Bereich für Eltern, Erzieher\*innen und Kinder in die pädagogische Alltagsarbeit (Orientierungs- und Bildungsplan) implementieren.
- Mediale Bildung an der Lebenswelt der Kinder und Familien orientieren.
- Orientierung im medialen Transformationsprozess der Gesellschaft bieten und Interessen kompetent begleiten.
- Kreative und niedrigschwellige Zugänge und Ansätze der medialen Bildung für alle Kinder eröffnen, z.B. den „Making-Ansatz“ (inhaltliche Erläuterung auf S. 6)
  - transferieren für die Zielgruppe der unter Sechsjährigen,
  - erproben als Option für einen flächendeckenden Ansatz (in Anlehnung an die Erfahrungen der Sprachförderung)
  - kontinuierlich anpassen durch reflektiertes Handeln in Kindertageseinrichtungen und informellen Bildungseinrichtungen.
- Sprachförderung durch interaktive Technologie ergänzen.
- Formelle und informelle Bildungs- und Lernorte der Kinder vernetzen.

- Chancengleichheit durch bildungsorientierte mediale Angebote fördern, u.a. durch Wissen, Lernangebote, demokratische Teilhabe.
- Lebenslanges und generationenübergreifendes Lernen fördern.

## 2. Kinder und Medien

Die Verbreitung mobiler Medien, deren Multifunktionalität und die zunehmende Digitalisierung alltäglicher Lebensbereiche durchdringt das Leben von Familien nachhaltig. Kindern stehen täglich verschiedene Medien und Funktionalitäten zur Verfügung. Bereits sehr junge Kinder lernen die Anwendung von Smartphones, Tablets, VR-Brillen, Spielekonsolen, Apps oder digitalen Spielzeugen durch Beobachtung und am Vorbild. Sie orientieren sich am Verhalten ihrer Bezugspersonen wie Eltern, älteren Geschwistern und den pädagogischen Fachkräften in Kindertageseinrichtungen.

Um Kinder an einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien heranzuführen und eine gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe an Medien und den Digitalisierungsprozessen aller Kinder auch perspektivisch zu fördern, ist das Erlernen einer medialen Kulturtechnik unverzichtbar. Dies gilt im Besonderen für jene Kinder, deren häusliche mediale Zugänge sich auf Spiel- und Unterhaltungsfunktionen begrenzen. Gerade für sie würden mit einer altersgerechten medialen Bildung zusätzliche Perspektiven eröffnet.

## 3. Medien in der frühen Bildung

Digitale Medienkompetenz soll sich zu einem integrierten Bestandteil des pädagogischen Alltagswissens in Kindertagesstätten entwickeln. Hierauf verständigte sich bereits 1996 die Jugend- und Familienministerkonferenz. Im Jahr 2004 erneuerte sie den Auftrag zur Schaffung von Handlungskompetenz im Bereich der Medienpädagogik in der Kinder- und Jugendhilfe. Und regte eine proaktive Auseinandersetzung mit dem medialen Lebensalltag von Kindern an, um der Lebensrealität und den Interessen von Kindern adäquat begegnen zu können.

Das hier vorgelegte Rahmenkonzept soll als Grundlage für eine systematische Implementierung medienpädagogischer Angebote in Einrichtungen der frühen Bildung im Stadtgebiet Hannover dienen. Kindern und Eltern soll die Orientierung im Medienschwung erleichtert werden. Es geht darum, Absichten und Wirkungen zu erkennen, Medienerlebnisse zu verarbeiten und einen ethischen Umgang zu erlernen.

Der „Making-Ansatz“ fokussiert auf eine bildungsorientierte und kreative Nutzung, ebenso wie auf den Schutz der Privatsphäre der Kinder. Er knüpft an bekannte pädagogische Theorien der frühen Bildung wie Piaget, Montessori, Reggio, situationsorientiertes Lernen oder das Konzept der Early Excellence Centren an. Er nutzt das ressourcenorientierte Selbstverständnis dieser Ansätze, das Grundverständnis einer aktiven Beteiligung und Einbeziehung von Kindern und Eltern, die Ermöglichung von Erfahrungs- und Erlebnisräumen und bietet Raum für Eigenverantwortlichkeit und Selbstwirksamkeit der Kinder.

Der Making-Ansatz kann daher leicht in den pädagogischen Alltag übertragen werden. Making erweitert die bisherigen Bildungswege um einen medialen Schwerpunkt. Dieser methodische Ansatz fördert frühzeitig einen kompetenten Umgang mit (digitalen) hilfreichen Werkzeugen. Zudem unterstützt er die Auseinandersetzung mit Eltern und Kindern zu ethischen Fragen im Umgang und Verhalten mit digitalen Geräten erfahrungsbezogen und konstruktiv.

Die Erprobung startet mit **zwei Pilotereinrichtungen**, die den Erfahrungstransfer in den pädagogischen Alltag verfolgen.

Sofern sich das Implementierungskonzept und die Inhalte nach einer Erprobungsphase von mindestens zwei Jahren als erfolgreich erweisen, wird über den Bereich 51.4 Kindertagesstätten ein politischer Beschluss über die Weiterführung und Ausweitung

herbeigeführt. Die Pilotkindertagesstätten werden zu Konsultationskitas mit dem Schwerpunkt Medien für die trägerübergreifende Kindertagesstättenlandschaft der Landeshauptstadt.

#### 4. Welche Medien sind gemeint?

Der Begriff der digitalen Medien subsumiert alle Medien, die mittels digitaler Codes auf elektronischen Geräten funktionieren. Geräte wie Smartphones, Tablets und Computer mit ihrer Touch-Technologie sind kleine „Alleskönner“. Praktisch alle Haushalte mit Kindern zwischen drei und 19 Jahren verfügen über mindestens ein Mobiltelefon<sup>1</sup>, das von nahezu allen Erwachsenen und zunehmend mehr und jüngeren Kindern in den Taschen getragen wird.

Nahezu jedes Kind hat über die Familie Zugang zu einem Smartphone und kann bzw. könnte dieses zur Unterhaltung, zur Kommunikation, aber auch zur Begleitung analoger Lern-, Gestaltungs- und Forschungsprozesse nutzen. Maßgeblich sind die Vorbildfunktion und das Mediennutzungsverhalten der Eltern, älterer Geschwister und teilhabender pädagogischer Fachkräfte.

Darüber hinaus kommen Kinder mit einer Vielzahl von digital steuerbaren Geräten in Berührung. Der digitale Spielzeugmarkt für Kinder ab zwei Jahre boomt. In zunehmend mehr Elternhäusern gehören sendefähige und vernetzte Smart Toys, wie Lern-Tablets für Kinder (u.a. Storio Max 7), intelligent reagierende oder antwortende Kuscheltiere und Puppen, wie „Hallo Barbie“ und „My Friend Cayla“, Parantel Control Apps wie der smarte Schnuller Pacif-i, digitale Socken oder Body-Apps für Babys, GPS Tracker „Wo ist Lilly“ in Kleidung oder Smartwatches, digitale Schu(l)tzranzen oder auf Kinder ausgelegte digitale Sprachassistenten wie Aristotle zur medialen Familienausstattung. Letztere können auch Aufgaben der Eltern übernehmen, z.B. ein Lied spielen, wenn das Kind weint, oder das Nachtlicht einschalten. Die hier verbaute Technologie wirft für Eltern und das pädagogische Fachpersonal ganz neue Fragen zum Schutz der Privatsphäre von Kindern auf, da z.T. Daten an Werbefirmen weitergegeben werden, Kinder mit Überwachungs- und Kontrollfunktionen sozialisiert werden und sich Fremde über ungesicherte Bluetooth - Verbindungen mit den Geräten verbinden und Kontakt aufnehmen können.

**Inhaltlich** bieten sich folgende **Anknüpfungspunkte beim Erwerb von Medienkompetenz:**



<sup>1</sup> Vgl. FIM Studie 2016 Südwestdeutscher Medienverbund :50

Für die Anwendung von Medien lassen sich **vier Funktionen** kategorisieren<sup>2</sup>:



<b>Spiel und Unterhaltung</b>	<b>Training und Lernen</b>	<b>Information</b>	<b>Kommunikation</b>
Digitale Adaptionen von traditionellen Spielen z.B. Memory, Puzzle, Mensch-ärgere-dich-nicht, Lerntablets „Storio – Max 7“	Sprache und Schrift, z.B. mit Angeboten wie dem „ABC auf der Spur“, dem „ABC – Bilder-Wörterbuch“, der „Sprachwerkstatt“, dem „Erstellen eines eigenen Bilderbuchs“, „Jagd nach Geräuschen“ und der Produktion eigener Hörspiele, Sprachförderung (muttersprachlich/ Erlernen der deutschen Sprache), Buchblogbau, Bilderbuchkino, Lerntablets „Storio –Max 7“	Recherchen im Internet zu Themen, z.B. Ich und Du – Nachbarschaft (Bookcreator), Natur im Wandel (Fotodokumentation), Lerntablets „Storio –Max 7“	Kontaktaufnahme und –pflege mit Verwandten, Bekannten (auch an weit entfernten Orten) über Email, skype/facetime, SMS, snapchat, social media, Lerntablets „Storio – Max 7“
Digital konzipierte Spiele, u.a. Apps zum Verkleiden, Fußballsoftware	Mathematik und Konstruktion, mathematische Grundoperationen mit spielerischem Charakter, wie „Zahlenmemory“, „Wie viele sind das?“, „Minecraft“, Mandala aus geometrischen Funktionen	Erweiterung sinnlicher Wahrnehmung, u.a. mit digitalen Lupen, Geschwindigkeitsmessungen, Unterwasserkameras, Beispiel: „Was passiert im Ameisenhaufen?“	Gemeinsame Reflexion und Austausch zu Erlebnissen und sozialem Miteinander, u.a. „Darf ein Handy schlafen?“
Filme, u.a. Videoplattformen in Apps oder bezahlte Filme (u.a. Youtube Kids)	Ästhetisch-kulturelle Bildung, u.a. im Bereich Musik, „Lieder verfilmen“, „Trickfilme mit Knete“, Hörspiele, vom Daumenkino zum laufenden Bild, „Unterwegs im Farbenland“, 3 D-Simulationen.	Lexikalische Apps, u.a. „Was wächst denn da?“, Vogelstimmen bestimmen etc.	Erinnern und Erzählen, u.a. Fotoarchiv, eigenes Fotobuch

<sup>2</sup> Vgl. Helene Knauf TPS 10/2017 :5 „Digitale Medien im Kindergarten“

Spiel und Unterhaltung	Training und Lernen	Information	Kommunikation
Augmented reality (AR), in die Realität werden zusätzliche Informationen/Bilder eingeblendet, Interagieren verschiedener Akteure (bekanntestes Spiel „pokemon go“, gibt es auch in Form von Malbüchern)		Überwachung GPS Tracker, Parantel Controll Apps für Eltern, z.B. in Form von smartwatch, Kleidung, Schu(l)tzranzen, Schnuller „Pacif-i“, Smart home HuB, u.a. Aristotle, Sprachassistenzsysteme Aristotle	Online Communities (auch von Eltern und Erzieher*innen)
Virtual Reality (VR): Eintauchen in rein virtuelle Welt	VR: Erfassen von Proportionen und Distanzen, Trainieren von Orientierungsfähigkeit	VR: Veranschaulichung von komplexeren Themen, z.B. Betrachtung des Mondes, „Was ist Vollmond?“, die Welt von oben.	VR: Gemeinsame Interaktion in einer virtuellen Umgebung, z.B. gemeinsam die Welt unter Wasser erleben – auch zusammen mit Eltern, Erzieher*innen
(vernetzte) Smart Toys wie Kuscheltiere „My friendly Teddy“, Puppen „Hello Barbie“, „My Friend Cayla“, Roboter „I-Que“	Smart Toys: Interaktives Lernen durch Integration smarterer Elemente in die haptische Spielwelt, Diagnostisches Potential (Lernschwierigkeiten)	Smart Toys: Entlastung der Eltern, durch Objekterkennung und Sprachbefehle  Interagieren statt passiver Medienkonsum	

## 5. Making – als methodischer Grundansatz für Kinder und deren Eltern

Seit ca. 2012 verbreitet sich der Making – Ansatz im In- und Ausland als Lernprinzip, u.a. in Form von Mitmachwerkstätten und Aktivitäten mit digitalen Werkzeugen. Die Lernphilosophie ließe sich leicht mit dem Konzept des selbstbestimmten Lernens der Early Excellence Centren verzahnen.

*„Making fördert das kreative Gestalten und Selbermachen, insbesondere mit digitalen Technologien. Making Aktivitäten faszinieren Kinder und Jugendliche und Erwachsene. Technisches Verständnis, kreatives Problemlösen, soziales Miteinander und handwerkliches Geschick werden nebenbei trainiert.“<sup>3</sup>*

Auch vorschulische Einrichtungen würden den methodischen Ansatz des Making verstärkt nutzen können, wenn es mehr entwickelte Inhalte für Kinder unter sechs Jahren hierzu geben würde. Diese Zielgruppe ist aber aufgrund der fehlenden Lese- und Schreibkompetenz noch wenig im Fokus des medialen Lernens. Beobachtungen zeigen, dass bereits sehr junge Kinder mit Ausdauer und Begeisterung eigene Produkte mit digitalen Werkzeugen entwickeln und produzieren, z.B. mittels Tablets, Smartphones und Platinen. Oder sie erweitern ihre Realität um virtuelle Bilder aus Büchern oder eigenen Zeichnungen, u.a. über augmented reality apps. Das kreative Selbermachen des Making würde das Interesse von Kindern, die ihre Welt haptisch und kognitiv verstehen und erkunden wollen, um virtuelles Wissen ergänzen.

„Making“ orientiert sich an folgenden Prinzipien:

- Kinder und (auch) Erwachsene sind selbst Akteur\*innen, also die Ideenentwickler\*innen, Erfinder\*innen, Gestalter\*innen und Produzent\*innen.

<sup>3</sup> „Making Aktivitäten mit Kindern und Jugendlichen“, Hrsg. Dr. Sandra Schön, Dr. Martin Ebener, Kristin Narr (Salzburg research Forschungsgesellschaft im InnovationsLAB zum Arbeiten und Lernen mit Web, TU Graz „Lehr- und Lerntechnologien“) Verlag Bims e.V. Bad Reichenhall

- Jede Person entwickelt, adaptiert, gestaltet und produziert aktiv ein Produkt oder Ergebnis (ggf. auch digital).
- Kreativitätsentwicklung und Raum für eigene Ideen, Varianten und Ergebnisse werden unterstützt.
- Das selbstorganisierte Lernen wird durch die Bereitstellung von Materialien und Wissen gefördert.
- Der interdisziplinäre Ideen-, Erfahrungs- und Wissensaufbau sowie -austausch erfolgt in einer kooperativen Atmosphäre, ebenso wie das gemeinsame Arbeiten.
- Es werden Möglichkeiten eröffnet, die Welt aktiv zu gestalten und zu verbessern, d.h. Nachhaltigkeit, Umweltschutz, partizipative Vorgehensweisen sind inhärent: Up-cycling, Mülltrennung, soziales Engagement...

Making – Aktivitäten mit Kindern müssen i.d.R. durch Erwachsene angeregt und begleitet werden. Sie unterstützen persönliche und gruppenbezogene Lernprozesse und können in altershomogenen und –heterogenen (generationenübergreifenden) Gruppen angewandt werden. Sie sind personenzentriert, projektorientiert und bieten auf einer didaktischen Ebene die Möglichkeit der Individualisierung bei der Erreichung von Lernzielen. Making bietet die Chance, die Zugangsschwelle zu digitalen Werkzeugen für Erzieher\*innen und Eltern zu senken und auch deren mediales Wissen auf kreative Weise zu erweitern.

## 6. Zielgruppen in der frühen Bildung

**Kinder** sind interessiert an ihrer digitalisierten und medialen Lebensumwelt, in die sie selbstverständlich hineinwachsen. Für sie hat sich der kompetente Umgang mit Medien zu einer vierten Schlüsselkompetenz in einer zunehmend technologischen Lebens-, Bildungs- und Arbeitswelt entwickelt. „Junge Kinder entwickeln digitale Kompetenzen am besten über eigene Erfahrungen mit digitalen Medien.“<sup>4</sup> Sie entdecken ihre Welt explorativ.

Die Frage des Einstiegsalters beantwortete die Enquetekommission des deutschen Bundestages 2007 mit folgender konsensfähigen Formulierung:

*„Die direkte Auseinandersetzung mit Kindern muss beginnen, sobald sie selbst Erwartungen an die Medien richten. Ab diesem Zeitpunkt sind Medien mehr als eine bloße Reizquelle, sie werden als Vermittler von Botschaften und als Aktionsfelder realisiert. Dies ist Voraussetzung für gezielte Förderung von Medienkompetenz, die nun einsetzen und kontinuierlich komplexer werden kann.“<sup>5</sup>*

Da die Entwicklung von Medienkompetenz stark durch das Erziehungshandeln und die Medienkompetenz der Eltern, älteren Geschwister und pädagogischen Fachkräfte in den Kindertagesstätten geprägt wird, brauchen insbesondere jene Kinder, die durch ein familiäres Konsum- und Unterhaltungserleben geprägt werden, bildungsorientierte und kreative Zugänge zu sinnvollen digitalen Werkzeugen und Prozessen. So können zum Beispiel Bilderbuch-Apps zur spielerischen Aneignung der Erst- und ggf. einer Zweitsprache genutzt werden. Damit steigt nicht nur die Chancengleichheit im Bildungsverlauf, sondern auch die Chance, dass sie sich besser vor Risiken, Übergriffen oder Abhängigkeiten schützen können.

**Familie und Kindertageseinrichtung** tragen gemeinsam Verantwortung für die Begleitung von Kindern durch eine digitale Welt. Die Einbeziehung des familiären Bildungsortes beinhaltet die Option für eine Bildungspartnerschaft. Dies setzt neben einem fundierten Wissen und Bewusstsein in den Anwendungsbereichen von Medien, eine hohe Sensibilität und Respekt gegenüber dem familiären medialen Umgang und dem Verhalten von Eltern voraus, sowie

<sup>4</sup> Eva Reichert-Graschhammer TP 10/2017 S:11

<sup>5</sup> Theunert/Demmler 2007 S:3

kommunikative und interaktive Kompetenzen auf Augenhöhe bei pädagogischen Fachkräften. Ziel ist, die Sachkunde der Eltern zu fördern ohne sie zu überfordern oder zu bevormunden. Der Fokus bei Eltern sollte, ebenso wie bei Kindern, auf der Ermunterung zur kreativen und bildungsorientierten Nutzung digitaler Medien und auf einer kritischen (Selbst-) Reflexion aus Anwender- und Verbrauchersicht liegen. Dies stärkt den Blick auf kritische Aspekte der Mediennutzung, beispielsweise Medien als Reizquelle, Vorbildfunktion, Recht auf Privatsphäre der Kinder, Recht am eigenen Bild, Kontrollbedürfnisse.

Smartphone und technische Geräte sind kaum mehr aus dem Alltag und der Kommunikation der Eltern und deren Kinder wegzudenken. Daher lehnen nur wenige **Eltern** den Umgang mit mobilen Medien und digitaler Technologie grundsätzlich ab. Sie sind allerdings häufig unsicher in Bezug auf einen angemessenen Umgang, u.a. mit mobilen Medien, bei der SocialMedia-Nutzung, der Wahl von Apps, Spielzeugen, GPS-Trackern oder technischen Haushaltshelfer\*innen (Alexa, Aristotle by Nabi etc.)<sup>6</sup> oder kennen sich zu wenig mit den Risiken bezüglich möglicher Abhör- und Kontaktaufnahmemöglichkeiten oder der Datenverarbeitungsmöglichkeiten bei sendefähigen Spielgeräten aus.

Ein fundiertes Wissen der Erzieher\*innen zu Kriterien bei der Auswahl medialer Angebote, Tipps und Informationen zu den bildungsorientierten und kreativen Potentialen mobiler Medien auch für zuhause, Handreichungen oder praktische Einblicke in App-Anwendungen könnte unterstützend für Eltern wirken. 81% der Eltern von drei- bis fünfjährigen Kindern sehen sich primär verantwortlich für den Medienschutz. Gut die Hälfte der Eltern schätzt sich etwas kompetent ein, jede\*r Zehnte meint, eher wenig gerüstet zu sein.<sup>7</sup> In Hannover formulierten in der Repräsentativerhebung Familie 2013 über die Hälfte aller Eltern einen Bedarf an Unterstützung bei der Mediennutzung. Dies bestätigte sich bei Befragungen im Rahmen der „Medienfrühstücke“ 2016 - 2017.

Zunehmend spielen Medien eine Rolle beim Service für Eltern (digitales Anmeldesystem, Ferienbörse), in der Kommunikation und Interaktion zwischen Eltern und anderen Eltern sowie Eltern und Einrichtungen, u.a. bei der Organisation von Kontakten (instant messenger, social media, Whats app-Gruppen, facebook) oder bei der Informationsgewinnung (Elternblogs, vertrauenswürdige Erziehungsratgeber und Gesundheitsseiten). Hierzu bedarf es u.a. des Wissens zu Risiken, Nebenwirkungen und zum Schutz der Privatsphäre aller Beteiligten.

**Pädagogische Fachkräfte** sind im Kontext einer veränderten Lebenswelt von Kindern und Familien gefordert, sich Wissen anzueignen sowie Bewusstheit und eine Haltung im Umgang mit Technologien und Medien zu entwickeln. Sie werden häufig mit den differierenden Haltungen von Eltern und Kolleg\*innen bezüglich des Einstiegsalters zum Erwerb von Medienkompetenz, und der weit verbreiteten Sorge um Gefährdungen und Risiken konfrontiert. Um eine fundierte Haltung zu vertreten und darüber mit Eltern, Kindern, Kollegen\*innen ins Gespräch zu kommen, bedarf es des Wissens über Partizipation, die Wahrung von Kinderrechten, Kinderschutz, wie auch über Chancen, Risiken und Möglichkeiten der kreativen und bildungsorientierten Aneignung medialer Werkzeuge, pädagogischer Programme oder technischer Abläufe.

Obwohl Medienbildung in allen Bildungs- und Orientierungsplänen der Länder zum Bildungskanon der Kinder- und Jugendhilfe zählt, mangelt es in der frühen Bildung an fundiertem Wissen über die medialen Alltagswelten von Kindern und am differenzierten Bewusstsein zu den Möglichkeiten und Gefährdungen. Themen sind u.a. Anwendungen und Auswahlkriterien von Apps und der Umgang mit der „Wahrung“ der Daten. Eine

---

<sup>6</sup> Vgl. MoFam – mobile Medien in der Familie :4 Ulrike Wagner, Susanne Eggert, Gisela Schubert

<sup>7</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund FIM Studie 2016 S: 75 und 82



sozialräumliche Vernetzung ermöglicht die Erschließung der medienpädagogischen Ressourcen und Kompetenzen des Umfeldes für die Einrichtungen der frühen Bildung, u.a. der Bibliotheken, Kultur- und Stadtteilzentren, Einrichtungen des Kinder- und Jugendschutzes, des Seniorenbereichs und der Volkshochschule auch. Sie könnten ihr Knowhow sozialräumlich adäquat sowohl im Rahmen von Projekten mit Kindern und Familien, wie auch für Qualifizierungen von Eltern und Erzieher\*innen oder bei einer Prozessbegleitung einbringen.

Zusätzlich zu den Anforderungen im pädagogischen Kontext steigen auch jene in den organisatorischen und kommunikativen Bereichen der Kindertageseinrichtungen. Sichtbar wird dies im Rahmen der Präsenz im Internet, u.a. bei der Selbstdarstellung von Einrichtungen, öffentlichen Präsentationen oder der internen und externen Datenverarbeitung, beispielsweise im Kontext des zentralen Anmeldeverfahrens, der Verarbeitung von personenbezogenen Daten, der Dokumentation von Entwicklungs- und Bildungsverläufen der Kinder oder von Arbeitsabläufen der themen- oder projektbezogenen Recherche.

Auch in der Koordination und Kommunikation von Elternkontakten, der Organisation von Veranstaltungen und Elternabenden, der interkulturellen Elternkommunikation spielen Medien eine immer größere Rolle, z.B. über Film, Fotografie, Bildbearbeitung, Elternbriefe, Übersetzungshilfen mittels facebook, twitter oder instant messenger wie whats app, threema etc..

Kindertagesstätten bemängeln, dass die technische Infrastruktur und Ausstattung mit Ressourcen kaum Schritt mit den äußeren Entwicklungen hält. Dies zeigt sich auch darin, dass Erzieher\*innen nur auf wenige (medial gestützte) Curricula in der Fortbildung oder auf praktische Begleitung bzw. Coachings durch externe medienpädagogische Fachkräfte zurückgreifen können.

## 7. Projektverlauf

1. **Auswahl von zwei Pilotkindertageseinrichtungen** durch die Landeshauptstadt Hannover Fachbereich Jugend und Familie Bereich Kindertageseinrichtungen:
  - a. Familienzentrum Rote-Kreuz-Straße 29
  - b. Familienzentrum des CJD für inklusive Begabungsförderung

Auswahlkriterien:

- i. Standort, vorrangig in einem sozialdiversen Stadtteil,
- ii. Mindestens zwei weitere Projektpartner\*innen aus den informellen bzw. formellen Bildungsbereichen des Stadtteils,
- iii. Motiv der Bewerbung
- iv. Entscheidung des Teams und des Trägers zur Beteiligung am Projekt
- v. Bereitschaft zur Kooperation mit den anderen Standorten
- vi. Bereitschaft zur Kooperation mit der wissenschaftlichen Begleitung

## 2. Projektmeilensteine

- a. 01.07.2019 – 30.06.2021  
Start: 01.07.2019

- i. Entwicklung und Erprobung des konzeptionellen Ansatzes für die Kita / das Familienzentrum
- ii. Kooperationspartnerschaften im Sozialraum

In Planung Phase II:

- b. 01.07.2021 – 30.06.2022

- i. Erstellung einer Handreichung
- ii. Öffnung in den Sozialraum
- iii. Öffnung als Konsultationseinrichtung für Dritte

- c. 01.07.2022 – 30.06.2023

- i. Konsultationsphase 1x wöchentlich für 2 Stunden für Informations- und Besuchskontakte

3. **Bereitstellung eines Budgets für die** technische Ausstattung, ggf. „Medien – Koffer“ (siehe Kalkulationsliste Pos. 3). Max. Summe: 4.195 Euro inkl. MwSt für den gesamten Projektverlauf pro Kindertagesstätte. Die tatsächlichen Anschaffungen sind Ergebnis des Beratungsprozesses.

## 4. Begleitende Qualifizierungsangebote

Die niedersächsische Landesmedienanstalt fördert 50 Prozent der Qualifizierungskosten durch Blickwechsel e. V. mit Bescheid vom 14.02.2019

## 5. Wissenschaftliche Begleitung

- a. Zusage durch das NIFBE/ Niedersächsische Institut für frühkindliche Bildung und Entwicklung am 30.04.2019, Inhalt: Medien und der Nutzen für die Vielfalt
- b. Im Abstimmungsprozess: **Leibniz Universität, Institut für Sonderpädagogik (IfS)** Inhalt: „Wie und wozu nutzen Kinder und deren Familien digitale Werkzeuge im Alltag?“ Start voraussichtl. März 2020.

## 6. Entwicklungspartnerschaften mit Unternehmen

- a. Ggf. Kontaktaufnahme mit vier Unternehmen nach Projektstart.

## 7. Ansprechpartner\*innen und stadtinterne Projektbegleitung

Angesiedelt im **Dezernat IV**, Landeshauptstadt Hannover, Fachbereich Jugend und Familie

- a. Bereich Kindertageseinrichtungen, OE 51.43.03 Oliver Baacke  
[oliver.baacke@hannover-stadt.de](mailto:oliver.baacke@hannover-stadt.de) Telefon: 0511 168-40934
- b. Familienmanagement, 51F Bärbel Kuhlmeier, Telefon: 0511 168-43338

## 8. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Federführung: OE 51.4 / OE 51.43.03

- a. Entwicklung der Botschafterfiguren „Cloudi“ und „Smarten“
- b. Verwendung bei externen Print- und Internetveröffentlichungen:
  - i. Logo der Landeshauptstadt Hannover und Logo „Familien leben in Hannover“
  - ii. Logo der Niedersächsischen Landesmedienanstalt
  - iii. Vermerk in Veröffentlichungen: Mitglied im Mediennetz Hannover

10

## 8. Kostenkalkulation

### Position 1: Qualifizierung/Prozessbegleitung für den Entwicklungszeitraum

01.07.2019 – 30.06.2021

Kostenplan für 24 Monate				
Position	Inhalte	Kosten	LHH 50 %	NLM 50 %
<b>Konzeptentwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausarbeitung von Konzept und Programmen</li> <li>• Info- / Arbeitsmaterialien für die Kitas</li> </ul> <p><i>20 Arbeitsstunden</i></p>	600,- €	x	x
Studientage (2 Inhouse-schulungen pro Kita: 6 Tage, 2 Medien-pädago-g*innen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienpädagogische Grundlagen für die Arbeit in der KiTa</li> <li>• (Medienbildung, Medienkompetenz)</li> <li>• Entwicklungspsychologische Grundlagen; Wahrnehmung von</li> <li>• Medieninhalten durch Kinder / Mediennutzung durch Kinder</li> <li>• Medienpädagogische Konzepte / Projektarbeit</li> <li>• Medienpraktische Methodenbausteine / technische Kompetenz</li> <li>• Datenschutz und rechtliche Fragen</li> <li>• Medienerziehung in der Familie</li> <li>• Bereitstellung von Informations- und Arbeitsmaterialien</li> </ul> <p><i>Zur Kalkulation pro Tag: Bereitstellung von Broschüren, Anschauungsmaterial, Verbrauchsmaterial, Arbeitsmittel, Kopien, Technik: 50,- € und</i></p> <p><i>Honorar: 1.200 € (für 2 Medienpädagog*innen inkl. Vor- u. Nachbereitung; inkl. Fahrtkosten)</i></p>	7.500,- €	x	x
Prozessbegleitung (3 – 6 Besuche pro Jahr pro Kita,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienbildung implementieren (Team und Einrichtung)</li> <li>• Entwicklung von Leitlinien und eines Konzepts</li> <li>• Zusammenarbeit mit Familien / Medienerziehung in der Familie</li> <li>• Unterstützung bei Umsetzungsproblemen</li> </ul>	9.600,- €	x	x

max. 12 insgesamt pro Kita in Phase I)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dokumentation der Projektarbeit (Beratung &amp; Unterstützung)</li> </ul> <p><i>Zur Kalkulation: Pro Coachingtermin 400 € (inkl. Vor- und Nachbereitung inkl. Fahrtkosten), 24 Besuche für 2 Kitas innerhalb von 24 Monaten (jeweils 1 Medienpädagoge/-in)</i></p>			
<b>Eltern-Info-Veranstaltungen</b> (mindestens ein Elternabend pro Jahr)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kinder &amp; Medien: Nutzung, Wahrnehmung, Wirkung, Warum Medienbildung in der Kita? (Projektvorstellung)</li> <li>Medienerziehung in der Familie passend umsetzen</li> </ul> <p><i>Zur Kalkulation: Pro Infoveranstaltung: 200 € plus FK (1 Medienpädagogin)</i></p>			NLM Projekt „Medien-Elternabend“
<b>Austauschtreffen</b> (halbtägig, ein gemeinsames Treffen pro Jahr für beide Kitas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berichte aus den Kitas (Stand der Dinge, Angebote, Feedback vom Team, den Kindern, den Eltern)</li> <li>Arbeit in Kleingruppen: Meilensteine &amp; Baustellen</li> <li>Umgang mit Herausforderungen / Praxistipps / weitere Planung</li> </ul> <p><i>Zur Kalkulation pro Treffen: Honorar: 800 € (für 1 Medienpädagogin inkl. Vor- u. Nachbereitung   inkl. Fahrtkosten)</i></p>	2.400,- €	x	x
<b>Summe Phase I</b>		<b>20.100 €</b>	<b>10.050 €</b>	<b>10.050 €</b>

### Position 2

**Sachmittel:** u.a. für Öffentlichkeitsarbeit, Honorarmittel für Dritte: 1.255 Euro Mittel der LHH

### Position 3: Projektausstattung für zwei Standorte

Finanzierung von zwei Standortausstattungen:

- Ein Familienzentrum per Zuwendung aus investiven Mitteln der LHH
- Zweites Familienzentrum aus der Verwendung einer Nachlassspende

Anzahl	Material, beispielhafte Auflistung	Kosten pro Stück/ Standort	Kosten für zwei Standorte
2	mobile 3 D- Drucker	350	700
2	Laptops 350	350	700
2	Raspberry Pi Laptops (Pi-Top)	350	700
2	Raspberry PI mit 7 Zoll Touchscreen	120	240
6	Tablets	450	900
2	Speichermedien	75	150
2	Bücher, Anleitungen	100	200
2	Robotik (evtl Ozobots)	350	700
2	Taschenbeamer	300	600
2	Koffer	150	300
2	Verbrauchsmaterialien/ Ersatzbeschaffung	600	1.200
2	Interaktive whiteboards (Stift-Fingersystem)	1.000	2.000
	<b>Gesamtkosten für Materialausstattung</b>	<b>4.195 Euro</b>	<b>8.390 Euro</b>