

Medienscouts an Schulen

Empfehlungen für die Ausbildung und Arbeit

LANDESAMT FÜR
SCHULE UND BILDUNG



Freistaat
SACHSEN

Claudia Kuttner



VORWORT

Wir nennen sie Digital Natives und meinen Kinder und Jugendliche, die in Windeseile mit beiden Daumen zugleich ihre Kurznachrichten schreiben, uns milde lächelnd unser neues Smartphone erklären und nicht verstehen, weshalb wir uns noch SMS schreiben.

Kein Wunder: Sie wachsen ganz selbstverständlich mit digitalen Medien auf und haben deshalb keinerlei Berührungängste damit. Aber natürlich verfügen sie nicht per se über Medienkompetenz. Diese muss zunächst gefördert werden, um junge Menschen zu stärken und zu unterstützen, damit sie zum Beispiel durch unbekümmerte Nutzung sozialer Netzwerke, exzessives Computerspiel oder irreführende Fake News keinen Schaden nehmen.

Schule ist dafür ein wichtiger Ort und zugleich eine gute Gelegenheit, Medienkompetenzförderung mit dem so genannten Peer-to-Peer-Ansatz zu verknüpfen: Kinder und Jugendliche erwerben dabei nicht nur neue Kenntnisse und Fertigkeiten, sondern geben diese auch an Mitschülerinnen und Mitschüler weiter. Das Potential, das sich daraus für die Schulgemeinschaft ergibt, kann nicht hoch genug geschätzt werden!

Bilden wir also Kinder und Jugendliche zu Medienscouts aus und laden sie ein, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten mit anderen zu teilen – vielleicht sogar mit Lehrerinnen und Lehrern, Eltern und Großeltern.

Inspiziert durch Medienscout-Projekte in zahlreichen anderen Bundesländern startete das Referat Medienbildung und Digitalisierung des Landesamtes für Schule und Bildung 2019

die Initiative »Medienscouts in Sachsen«. In den kommenden Jahren soll diese stetig wachsen. Fortbildungsangebote für Lehrkräfte, Netzwerkarbeit und die Empfehlung, die Medienscout-Arbeit bei der Entwicklung von schulischen Medienbildungskonzepten mitzudenken, sind hierfür wichtige Bausteine. Einen weiteren stellt mit vielen Informationen, Materialien und Tipps nun dieser Leitfaden dar, der Schulleitungen, Lehrkräfte sowie Schülerinnen und Schüler dabei unterstützen soll, in der Schule ein Medienscout-Projekt zu etablieren.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Medienscout-Initiativen!



Angela Potowski
Landesamt für Schule und Bildung (LaSuB)

[Immer auf dem Laufenden:
Medienscout-Aktivitäten in Sachsen](#)

MEDIENSCOUTS & SCHULKULTUR

Kinder und Jugendliche engagieren sich in ihrer Freizeit in ganz unterschiedlichen Handlungsfeldern. Warum sie das tun, hat viele Gründe: den eigenen Interessen nachgehen und diese vertiefen, neue Erfahrungen sammeln, in der Gruppe aktiv sein, Verantwortung übernehmen und etwas bewegen wollen. Dass auch Schule einen wichtigen Aktionsraum für freiwilliges Engagement darstellt, wird nicht zuletzt anhand vieler Erfahrungsberichte deutlich. Diese zeigen eindrucksvoll, wie Kinder und Jugendliche anderen im Rahmen von Nachhilfe- und Streitschlichtungsprogrammen helfen, wie sie sich bundesweit für den Klimaschutz und gegen Diskriminierung einsetzen, wie sie Veranstaltungen für den guten Zweck organisieren, das Schulhaus gestalten und Schülerfirmen gründen.

Medienschout-Arbeit ist dem gegenüber ein vergleichsweise junges Handlungsfeld, das einmal mehr Themen aufgreift, die außerhalb von Schule »passieren« und – wie und warum auch? – vor Schule keinen Halt machen: Es geht um die zunehmende Bedeutung digitaler Medien für alle Lebensbereiche und damit um einen tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandel. Diesen Wandel mitzugestalten, ist auch Aufgabe von Schule, weshalb Konzeptpapiere und Empfehlungen für Schulleitun-

»ALSO SCHÜLER SOLLEN LERNEN. ABER WARUM KÖNNEN SCHÜLER NICHT AUCH WAS MACHEN? UND DAS NICHT NUR ALS AUSHÄNGESCHILDPROJEKT!«

Schülerin, 17 Jahre

»ICH MÖCHTE EINFACH, DASS SICH AN UNSERER SCHULE ETWAS ÄNDERT. ICH HAB DA NICHT MEHR VIEL VON, SEHE DAS ABER ALS MEINEN AUFTRAG FÜR DIE GENERATIONEN NACH MIR AN.«

Medienschout, 17 Jahre

gen und Lehrkräfte seitens Politik und Wissenschaft nicht lange auf sich warten ließen. Zahlreiche wichtige Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz fanden so ihren Anstoß. Was hierbei allerdings auffällt ist, dass Kinder und Jugendliche fast ausschließlich *Zielgruppe* dieser Maßnahmen sind: Sie sollen lernen, was von pädagogischen Fachkräften vorab methodisch-didaktisch aufbereitet wurde, und bestenfalls weisen sie ihre neu erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten auch nach – die Idee des »Internetführerscheins« sei hier stellvertretend benannt.

Mit dem Medienschout-Konzept wird diesem gängigen schulischen Verfahren des Lehrens und Prüfens etwas gegenübergestellt: Als »Medien-Coaches«, »Handy-Scouts«, »Schüler-MedienLotsen«, »Netzgänger«, »Digitale Helden« usw. treten Kinder und Jugendliche nicht nur als Lernende, sondern auch als Lehrende auf – gegenüber anderen Kindern und Jugendlichen und nicht selten auch gegenüber ihren Lehrkräften. Sie formulieren die Agenda, teilen ihr Wissen mit anderen, bringen ihre Erfahrungen und Perspektiven ein. Sie gestalten

ten Lernprozesse, erstellen selbst Konzepte und arbeiten miteinander, um die zu unterstützen, denen sie täglich an ihren Schulen begegnen.

Über die Förderung von Medienkompetenz hinaus gestalten Medienschouts dabei oft auch maßgeblich Schulentwicklungsprozesse mit: So sind sie nicht selten an der Formulierung von schulischen Medienbildungskonzepten beteiligt, initiieren neue Kommunikations- und Kooperationsstrukturen, liefern wichtige Impulse für Diskussionen der medialen Ausstattung und tragen durch ihre zahlreichen Aktivitäten zu einer lebendigen Außenwirkung von Schulen bei.

Um das Potential, das der Medienschout-Arbeit innewohnt, entfalten zu können, sollte all dem Raum gegeben werden. Weder sollte ein Medienschout-Projekt als dekoratives Aushängeschild für eine vermeintlich partizipative Schulentwicklung herhalten müssen noch sollte die Arbeit von Medienschouts auf präventive Tätigkeiten à la »Medienpolizei der Schule« oder »verlängerter Arm des Lehrerzimmers« reduziert werden. Damit würde man eine große Chance verschenken: nämlich Schulkultur mit engagierten Kindern und Jugendlichen gemeinsam zu gestalten.


HINWEISE ZUR NUTZUNG DES LEITFADENS

Jede Schule ist ein bisschen anders – entsprechend variieren auch die Motive und Bedingungen für die Ausbildung und Arbeit von Medienscouts. Vor diesem Hintergrund sind die Hinweise im vorliegenden Leitfaden als *Anregungen* zu verstehen, die im Bemühen formuliert wurden, ein möglichst breites Spektrum an Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

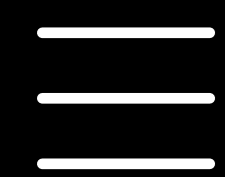
Verlinkungen innerhalb des Leitfadens sind rot hervorgehoben.

Gern kann der Leitfaden ausgedruckt werden. Die Entscheidung, ihn ausschließlich als PDF anzubieten, resultiert aus der Fülle der integrierten Links. Diese führen entweder auf relevante Aspekte innerhalb dieses Dokuments oder aber verlinken auf weiterführende Informationen im Internet. Die Auslagerung einiger Informationen wie Material- und Linksammlungen hat den Vorteil, diese langfristig aktuell halten zu können, ohne den Leitfaden regelmäßig neu auflegen zu müssen.

Damit man den Leitfaden ein bisschen wie eine Website nutzen kann, ruft man ihn mit Tablet, Laptop oder PC am besten im Vollbildmodus auf. Um sich zwischen den Seiten dynamisch bewegen zu können, wurden ergänzend zu den bereits beschriebenen Verweisen auch sämtliche Punkte in der Inhaltsübersicht sowie die Menüpunkte am oberen Seitenrand mit den entsprechenden Kapiteln verlinkt. Mit einem Klick auf das Menüsymbol oben links, gelangt man zudem stets zurück zur Inhaltsübersicht.

Online-Verlinkungen sind gekennzeichnet durch  und blau hervorgehoben.





1 »MEDIENSCOUTS«:

Was genau ist das eigentlich?

- ↪ 1.1 Peer-Education S. 06
- ↪ 1.2 Arbeitsbereiche von Medienscouts S. 07
- ↪ 1.3 Ohne Ausbildung geht es nicht S. 08

4 REKRUTIERUNG:

Kinder und Jugendliche für die Medienscout-Arbeit

begeistern S. 19

2 AUSBILDUNG:

Die Medienscout-Ausbildung planen

- ↪ 2.1 Ausgangssituation & Ziele bestimmen S. 09
- ↪ 2.2 Ausbildungsweg wählen S. 10
- ↪ 2.3 Personelle Unterstützung finden S. 12
- ↪ 2.4 Finanzierung klären S. 13

5 KONTINUITÄT:

Medienscouts an Schulen langfristig etablieren

- ↪ 5.1 Das Team im Blick S. 20
- ↪ 5.2 Werbung S. 21
- ↪ 5.3 Schulinterne Legitimierung und Verankerung der Medienscouts S. 22

3 INHALTE:

Themen, Methoden und Materialien

- ↪ 3.1 Themen & Methoden S. 14
- ↪ 3.2 Materialien finden S. 15
- ↪ 3.3 Materialien erstellen und remixen S. 17
- ↪ 3.4 Materialien teilen S. 18

6 NETZWERKEN:

Netzwerke bilden und ausbauen

..... S. 23

7 RECHTLICHES:

Rechtliche Grundlagen & Vereinbarungen

..... S. 24

1 »MEDIENSCOUTS«: WAS GENAU IST DAS EIGENTLICH?

Medienscouts sind in der Regel Schüler_innen der Mittel- und Oberstufe, die ein persönliches Interesse am Umgang und der Auseinandersetzung mit (digitalen) Medien haben und sich nach entsprechender **Ausbildung** zumeist außerhalb des Unterrichts im Kontext Medienkompetenzförderung freiwillig engagieren. Die **Arbeitsbereiche** von Medienscouts variieren dabei zum Teil stark und können auch über Aktivitäten an der eigenen Schule hinausreichen.

Medienscouts sind...

- ... **Ansprech- und Vertrauenspersonen** für verschiedene **Zielgruppen**
- ... **Fortbildende** für diverse **Themen** rund um (digitale) Medien
- ... **Sprachrohr** für Anliegen der Schülerschaft (in dieser Funktion verweisen sie auf bisher womöglich ungehörte Bedarfe und Ideen)
- ... **Unterstützende** beim Einsatz von Medien im Unterricht sowie der Ausgestaltung schulischer Veranstaltungen und **Konzepte**
- ... **Beratende** zu Fragen der Mediennutzung und damit verbundenen Potentialen und Herausforderungen für Schule und Bildung
- ... **Multiplikatorinnen & Multiplikatoren** für relevante medienbezogene Inhalte, die im Schulalltag sonst weniger Platz finden

Kurzum: Medienscouts sind ein gutes Beispiel dafür, dass Kinder und Jugendliche Schulentwicklungsprozesse nicht nur mittragen, sondern durch vielfältige Impulse auch initiieren und gestalten.

1.1 Peer-Education

Medienscout-Arbeit verfolgt i. d. R. einen so genannten Peer-to-Peer-Ansatz: Peer steht für »Gleichaltrige« bzw. »Gleiche« – entsprechend ist Peer Education eine Methode, bei der ausgebildete Kinder und Jugendliche mit anderen Kindern und Jugendlichen in eine Lehr-Lern-Beziehung treten, dabei Neues beibringen und unterstützen, das aktuelle Handeln zu reflektieren. Als fast Gleichaltrige und Gleichgesinnte sprechen Peers die gleiche Sprache, teilen gemeinsame Codes und nutzen ähnliche Medien.

Für die Peer-to-Peer-Arbeit ergeben sich einige Vorteile:

- Die Kommunikation kann »auf Augenhöhe« erfolgen.
- Medienscouts können sich aufgrund des geteilten Erfahrungsraums besser in »ihresgleichen« hineinversetzen und so die Anliegen anderer Kinder und Jugendlicher tatsächlich nachvollziehen.
- Die Hemmschwelle, Probleme gegenüber Gleichaltrigen anzusprechen, ist oft geringer. Das erleichtert die Auseinandersetzung und Bearbeitung.

Peer-to-Peer-Projekte sind darüber hinaus zumeist mit umfangreichen Lernprozessen verknüpft: Indem Kinder und Jugendliche in die Rolle von Lehrenden bzw. Lernbegleiter_innen versetzt werden, festigen sie vorhandene Kenntnisse, bauen Wissen aus und erwerben vielfältige soziale und kommunikative Kompetenzen (z. B. im Team arbeiten, Anliegen formulieren). Zudem sammeln sie wertvolle Erfahrungen mit Blick auf kreative Teilhabe, demokratische Prozesse und Selbstwirksamkeit. Für all das braucht es jedoch auch Raum zum Ausprobieren – Unterrichtskontexte, die mit Leistungsdruck und Notengebung verknüpft sind, eignen sich dafür nur bedingt.

Wie sieht die Medienscout-Arbeit in anderen Regionen Deutschlands aus?

[Übersicht: Medienscout-Konzepte in anderen Bundesländern](#)



Medienscouts der Theodor-Storm-Schule Husum klären im Workshop über Kettenbriefe auf. (Foto: Lisa Severin)

1.2 Arbeitsbereiche von Medienscouts

Alles, was mit Medien zu tun hat, ist potentiell auch für Medienscouts relevant. Welche konkreten Themen im Rahmen welcher Formate bearbeitet werden, ist dabei vom Interesse und der Größe der jeweiligen Medienscout-Gruppe abhängig. Mitunter kann das Spektrum an Angeboten so auch deutlich über das Konzept peer-to-peer hinausgehen und weitere Zielgruppen ansprechen:

- technischer Support für Lehrkräfte beim Einsatz von Medien im Unterricht
- Workshops und Sprechstunden für Mitschüler_innen zu unterschiedlichen Themen
- (Mikro-)Fortbildungen für Lehrkräfte zum Medieneinsatz im Unterricht oder zu anderen medienbezogenen Themen
- administrative Aufgaben (z. B. Wartung und Administration von Soft- und Hardware, Organisation und Betreuung des Technikverleihs)
- **Mitarbeit an Konzepten** zur medienbezogenen Schulentwicklung
- Organisation von Ausstellungen zu medienbezogenen Themen (z. B. »Faszination Computerspiele«)
- Unterstützung bei schulbezogenen Veranstaltungen (z. B. Tag der offenen Tür, Schulentwicklungstag)
- **Gremienarbeit** (z. B. Mitarbeit im Medienausschuss)
- Info-Veranstaltungen und Fortbildungen für Eltern (z. B. Elternabende zu medienbezogenen Themen)
- schulexterne Workshops für Schüler_innen anderer Schulen (z. B. an Grundschulen, im Schulverbund)
- Fortbildungen für ältere Erwachsene (z. B. Angebote an der Volkshochschule, Fortbildungen für Großeltern)

Große Ziele sind toll – zu viel sollte man sich zu Beginn der Medienscout-Arbeit jedoch nicht vornehmen, damit es nicht zu Überforderungen kommt und das Team langsam zusammenwachsen kann.

Nach der Ausbildung ist es ratsam, sich zunächst auf wenige Arbeitsbereiche und Zielgruppen zu konzentrieren, hierbei Erfahrungen zu sammeln und einen Fundus an **Materialien** aufzubauen. Die sukzessive Ausweitung der Arbeit geschieht dann je nach Interessen der Medienscouts und **Bedarfen an der Schule** ganz automatisch.

Bereits länger bestehende Medienscout-Gruppen sollten gelegentlich reflektieren, ob die bisherigen Arbeitsfelder angesichts der zeitlichen Ressourcen ggf. reduziert werden

sollten oder bei Interesse auch ausgeweitet werden können. Insbesondere für größere Gruppen könnte auch eine Aufteilung nach Kompetenzbereichen hilfreich sein (z. B. Workshop-Team, Team Technischer Support, Team Grundschule). Das kann entlasten und zugleich den Fokus auf spezifische Interessen und Stärken der Medienscouts ermöglichen (z. B. eine bevorzugte Auseinandersetzung mit technischen Aspekten oder die Arbeit mit unterschiedlichen Zielgruppen).

Medienscouts sind eine große Bereicherung für Schulen. Ihre Arbeit sollte jedoch stets in ein umfassenderes Konzept eingebunden sein. Die Herausforderungen, die sich im Kontext Medienbildung stellen, können und sollten sie nicht allein stemmen müssen.



Foto: [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Social Web macht Schule gGmbH

1.3 Ohne Ausbildung geht es nicht

Wenn von Kindern und Jugendlichen im Zusammenhang mit digitalen Medien die Rede ist, fällt häufig der Begriff »Digital Natives«. Nicht selten ist dieser mit der Annahme assoziiert, dass mit dem Aufwachsen in einer Welt, die ohne Internet kaum denkbar erscheint, zugleich der beiläufige Erwerb einer umfänglichen Medienkompetenz verknüpft ist. Dem muss allerdings widersprochen werden: Kinder und Jugendliche, die häufig digitale Medien nutzen, eignen sich in der Regel zwar viele Kenntnisse und Fertigkeiten an, die für die konkrete Nutzung relevant sind, Medienkompetenz umfasst aber weit mehr als das – und vieles davon lernt man eben nicht nebenbei...

Kinder und Jugendliche, die sich als Medienscouts engagieren möchten, sollten also zunächst in ihrer eigenen Medienkompetenz gefördert werden, bevor sie andere unterstützen und beraten. Empfehlungen dazu werden etwa in der KMK-Strategie formuliert (Übersicht rechts). Zudem sind Medienscouts bestenfalls auch **didaktisch-methodisch geschult** und in der Lage, in verschiedenen sozialen Situationen sicher aufzutreten.

Die folgenden Kapitel beschäftigen sich daher ausführlich mit der **Ausbildung** von Medienscouts sowie mit **Materialien** für die Ausbildung, aber auch für die spätere Arbeit.

Die Ausbildung von und Zusammenarbeit mit Medienscouts ist idealerweise ein wechselseitiger Lehr-Lern-Prozess, in dem sämtliche Beteiligten von der Expertise ihres Gegenübers profitieren.

Die Kulturlministerkonferenz (KMK) formuliert in ihrer Strategie [Bildung in der digitalen Welt](#) sechs Kompetenzbereiche, die es im Laufe der Schulzeit zu fördern gelte (nicht nur in Bezug auf digitale Medien):

Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren

- Suchen und Filtern
- Auswerten und Bewerten
- Speichern und Abrufen

Analysieren und Reflektieren

- Medien analysieren und bewerten
- Medien in der digitalen Welt verstehen und reflektieren

Schützen und sicher Agieren

- Sicher in digitalen Umgebungen agieren
- Persönliche Daten und Privatsphäre schützen
- Gesundheit schützen
- Natur und Umwelt schützen

Produzieren und Präsentieren

- Entwickeln und Produzieren
- Weiterverarbeiten und Integrieren
- Rechtliche Vorgaben beachten

Kommunizieren und Kooperieren

- Interagieren
- Teilen
- Zusammenarbeiten
- Umgangsregeln kennen und einhalten (Netiquette)
- An der Gesellschaft aktiv teilhaben

Problemlösen und Handeln

- Technische Probleme lösen
- Werkzeuge bedarfsgerecht einsetzen
- Eigene Defizite ermitteln und Lösungen suchen
- Digitale Werkzeuge und Medien zum Lernen, Arbeiten und Problemlösen nutzen
- Algorithmen erkennen und formulieren

KMK 2016, S. 16-19 (eigene Darstellung)

[Konzeption »Medienbildung und Digitalisierung in der Schule«](#) – Konkretisierung der Strategie der KMK durch das Sächsische Staatsministerium für Kultus (SMK)

2 AUSBILDUNG: DIE MEDIENSCOUT-AUSBILDUNG PLANEN

2.1 Ausgangssituation & Ziele bestimmen

Zwei Fragen sind für das Medienscout-Konzept einer Schule entscheidend:

- Inwiefern könnte die Medienscout-Arbeit unsere Schule bereichern? (Motivation & Ziele)
- Welche Voraussetzungen sind an unserer Schule vorzufinden? (Rahmenbedingungen)

Beide Fragen werden idealerweise von Lehrkräften und interessierten Kindern und Jugendlichen *gemeinsam* diskutiert, um schon in der Konzeptionsphase die verschiedenen Perspektiven zu berücksichtigen. Die Antworten liefern wertvolle Hinweise etwa für die Wahl des **Ausbildungsformats**, für die **Team-Zusammenstellung** und die anvisierten **Arbeitsbereiche**. – Gibt es beispielsweise niemanden an der Schule, der die Ausbildung durchführen könnte, so sollte **externe Unterstützung** hinzugezogen werden. Ist Cybermobbing an der Schule immer wieder eine Herausforderung, sollte dies auch ein **Thema** der Medienscout-Arbeit sein...

Motivation & Ziele formulieren

- Warum sollte es auch an unserer Schule Medienscouts geben? (z. B. um für medienbezogene Herausforderungen zu sensibilisieren und diese gemeinsam zu bearbeiten, um neue schulische Partizipationsmöglichkeiten

für Kinder und Jugendliche zu schaffen, um jugendliche Medienwelten besser kennenzulernen und einzubeziehen, um Lehrkräfte zu entlasten, um die Elternarbeit auszubauen)

- Welche Ziele möchten wir vor diesem Hintergrund mit Blick auf **Zielgruppen und Arbeitsbereiche** verfolgen?
- Welche Rolle könnten Medienscouts im Digitalisierungsprozess der Schule spielen? Inwiefern könnte durch den Einbezug von Medienscouts die Sichtweise von Kindern und Jugendlichen in **Diskussionen um Schulentwicklung** zukünftig stärker berücksichtigt werden?

Um zu diesen Fragen ein möglichst breites Stimmungsbild und viele Ideen einzuholen, lohnt es, auch jene zu befragen, die im Schulalltag bisher weniger extrovertiert in Erscheinung treten. Schulentwicklung ist schließlich eine Gemeinschaftsaufgabe! Methodisch könnten zum Beispiel Fragebögen und Kurz-Interviews eingesetzt werden. Dieses Vorhaben wäre nicht nur eine sinnvolle Initiative innerhalb einer Projektwoche, sondern auch ein spannendes Unterrichtsprojekt mit großem Alltagsbezug und -nutzen!

Rahmenbedingungen identifizieren

- **Medienbildung:** Welche Angebote und Initiativen gibt es an der Schule schon? Welcher Bedarf besteht darüber hinaus? Könnte die Medienscout-Arbeit eine sinnvolle Ergänzung darstellen?
- **Partizipation:** Welche Möglichkeiten gibt es für Kinder und Jugendliche bereits, um an der Gestaltung der Schule mitzuwirken? Welche Erfahrungen wurden damit gemacht? Wurde in der Vergangenheit der Ruf nach erweiterten Möglichkeiten der Teilhabe laut? Würde die Schulleitung diese Initiative unterstützen?
- **personelle Ressourcen:** Können sich Lehrkräfte und andere schulische Mitarbeitende (der Schule oder im Schulverbund) vorstellen, die Medienscout-Arbeit zu begleiten oder auch inhaltlich anzuleiten? Zeigen Schüler_innen bereits Interesse an der Medienscout-Arbeit? Gibt es Möglichkeiten, die Ausbildung und Arbeit mit anderen Initiativen (z. B. Schülervertretung, Streitschlichtung, Konfliktlotsen) zu verbinden? Ist eine Zusammenarbeit mit engagierten Eltern denkbar?
- **strukturelle Voraussetzungen:** Ließe sich die Medienscout-Arbeit als Ganztagsangebot, Arbeitsgemeinschaft, Projekt oder Wahlpflichtfach umsetzen? Steht ein Raum für regelmäßige Ausbildungs- und Arbeitstreffen oder auch Sprechstunden zur Verfügung? Wie ist dieser medientechnisch ggf. ausgestattet? Wie steht es um finanzielle Ressourcen für Projektarbeit?

2.2 Ausbildungsweg wählen

Die Ausbildungskonzepte für Medienscouts variieren von Schule zu Schule. Grob kann man zwischen der schulinternen und der schulexternen Ausbildung unterscheiden: Schulintern wird diese häufig im Rahmen von Ganztagsangeboten, Arbeitsgemeinschaften oder Projektwochen durch engagierte Lehrkräfte(-Teams), durch andere schulische Mitarbeitende und/oder erfahrene Medienscouts der Schule realisiert. Dies setzt allerdings entsprechende **personelle Ressourcen** voraus. Zudem sollten vorab Fortbildungen eingeplant werden, in denen **inhaltlich** und **methodisch** auf die Medienscout-Ausbildung vorbereitet wird.

Kann das nicht geleistet werden oder wird aus anderen Gründen (z. B. einer einheitlichen Landesinitiative) ein alternatives Konzept bevorzugt, bieten sich Möglichkeiten einer (ergänzenden oder umfänglichen) schulexternen Ausbildung an: etwa durch Einrichtungen, Initiativen und Freiberufler mit medienpädagogischer Ausrichtung. – Unabhängig davon, ob **schulexterne Fachkräfte** bei der Ausbildung nur unterstützen oder sie diese vollständig durchführen, bleibt mindestens eine **Begleitperson aus dem Schulteam** jedoch unerlässlich! Idealerweise nimmt sie ebenfalls an der Ausbildung teil und kann anschließend über die organisatorische Unterstützung hinaus auch Ansprechperson für inhaltliche Fragen sein.

Die Ausbildungslandschaft ist bunt: Einige Bundesländer setzen auf landesweite Programme, andere zeichnen sich durch vielfältige einzelschulspezifische Konzepte aus.

[Übersicht: Medienscout-Ausbildung in verschiedenen Bundesländern](#)

Zeitlicher Umfang der Ausbildung

Ob regelmäßige Treffen oder intensive Workshops innerhalb kurzer Ausbildungsphasen: Die zeitlichen Ressourcen der schulinternen und -externen Ausbilder_innen und die der Kinder und Jugendlichen sind gleichermaßen im Blick

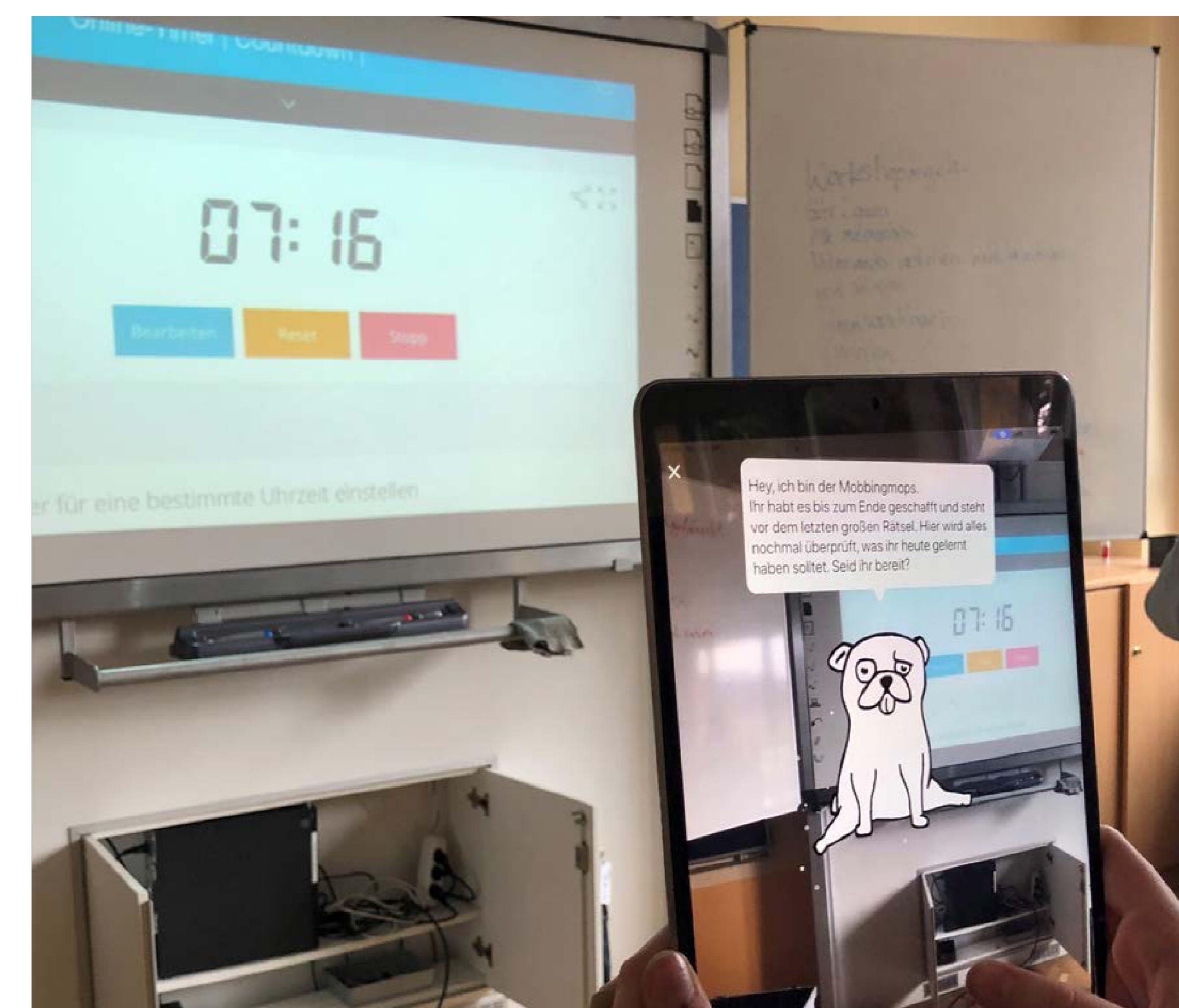


Foto: [CC-BY 4.0 Social Web macht Schule gGmbH](#)

zu behalten. Bei der Terminfindung sind beispielsweise zu berücksichtigen: Prüfungs- und Korrekturzeiträume, Ferien, fixe Termine konkurrierender Ganztagsangebote, AGs und Gremiensitzungen sowie die Fahrpläne der Schulbusse. Das gilt selbstverständlich auch für die späteren Medienscout-Arbeitstreffen.

Einige Schulen realisieren die Ausbildung innerhalb des Profilunterrichts. Diese Entscheidung sollte jedoch sorgfältig abgewogen werden, da dadurch insbesondere der außerunterrichtliche Charakter des Projekts und die jahrgangsübergreifende Team-Arbeit verloren gehen. Sobald durch Zensuren Leistungsdruck im Spiel ist, kann zudem der **Peer-to-Peer-Ansatz** leiden.

Inhaltlicher Umfang der Ausbildung

Die inhaltliche Gestaltung der Ausbildung sollte neben eigenem **Grundlagenwissen** unbedingt die Interessen der zukünftigen Medienscouts sowie die spezifischen **Bedarfe** der Schüler_innen und Lehrkräfte berücksichtigen.

Im Falle einer ausschließlich schulinternen Ausbildung kann ebenso von Bedeutung sein, was von den Beteiligten zunächst ohne großen Aufwand »bedient« werden kann: Nicht selten bringen Jugendliche und Lehrkräfte schließlich bereits eine hohe Expertise in einem bestimmten Themengebiet mit. Wenn die Ausbildung durch **schulexterne Fachkräfte** durchgeführt oder ergänzt wird, können darüber hinaus auch deren inhaltliche Schwerpunkte (z.B. aktive Medienarbeit, Sucht-Prävention) das Themenspektrum bereichern.

Auf der Grundlage der ermittelten Interessen, Bedarfe und ggf. Vorkenntnisse können schließlich das **Themenspektrum** und die angestrebten **Angebotsformate** abgesteckt und die Ausbildung entsprechend strukturiert werden.

Das gewählte Ausbildungskonzept sollte gelegentlich auf den Prüfstand gestellt werden – insbesondere wenn Medienscout-Gruppen schon länger bestehen: Sind Ausbildungsformat und zeitlicher Umfang noch passend? Sollten im Verlauf des Schuljahres mehr Workshops zur Auffrischung und inhaltlichen Vertiefung stattfinden? Ist eine Ausweitung des **Themenspektrums** sinnvoll? Funktioniert die Zusammensetzung des Teams? usw.

Zielgruppe der Ausbildung

Kein Medienscout-Team gleicht dem anderen. Oft wachsen die Strukturen ganz natürlich und idealerweise gilt: Wer sich engagieren möchte, sollte das auch dürfen. Vor dem **Anwerben zukünftiger Medienscouts** lohnt es dennoch, mit Blick auf Größe und Altersstruktur einige Vorüberlegungen zu treffen (ohne jedoch individuelle Lösungen auszuschließen). So kann sich die Frage der Limitierung der Personenanzahl (z. B. 2 Medienscouts pro Klasse, insgesamt max. 15 Medienscouts) dringlich stellen, wenn die Medienscouts beispielsweise von nur einer Lehrkraft ausgebildet und begleitet werden können oder aber nur ein kleiner **Arbeitsraum** zur Verfügung steht. Ebenso können Altersempfehlungen sinnvoll sein: Liegt der **Arbeitsschwerpunkt** auf Workshops für jüngere Klassen und Lehrkräfte könnte dies sehr junge Medienscouts überfordern. Endet die Schulzeit mit der 10. Klasse, sollte die Medienscout-Ausbildung spätestens mit der 9. Klasse starten, damit die ausgebildeten Medienscouts

auch noch aktiv werden können. – Darüber hinaus ist zu überlegen, ob die Medienscouts ein eigenständiges Team stellen oder vereinzelt auf Klassenebene arbeiten sollen. Kurz- oder langfristig könnte auch eine Verknüpfung mit bzw. eine Erweiterung von bestehenden schulischen Projektgruppen (z. B. Konfliktlotsen) praktikabel sein.

An den meisten Schulen startet die Ausbildung ab der 7. oder 8. Klasse oder später – über wesentlich jüngere Medienscouts liegen dagegen bisher nur wenige Erfahrungsberichte vor. In Sachsen wird in einem Modellprojekt u. a. erprobt, inwiefern sich das **Peer-to-Peer-Konzept** auch schon für Grundschulkindern eignet.

[☞ mehr erfahren](#)



2.3 Personelle Unterstützung finden

Nachdem geklärt ist, welcher **Ausbildungsweg** besonders passend erscheint, gilt es, die geeignete personelle Unterstützung zu finden. Das gilt sowohl für die Ausbildung durch geschulte außerschulische Fachkräfte als auch bei schulinternen Ausbildungskonzepten und der Betreuung nach der Ausbildung.



Foto: [CC-BY 4.0](#) klangumfang | Büro für Medien und Kultur

Schulexterne Unterstützung

In vielen Bundesländern gibt es zentrale Ansprechpersonen für die Koordination der Mediencout-Ausbildung. Die wichtigste Anlaufstelle in Sachsen ist das Landesamt für Schule und Bildung (LaSuB).

Angela Potowski
medienscouts@lasub.smk.sachsen.de

Die konkrete Umsetzung einer schulexternen Ausbildung kann zum Beispiel durch medienpädagogische Einrichtungen und freiberufliche medienpädagogische Fachkräfte erfolgen.

[Übersicht über medienpädagogische Ansprechpersonen für die Ausbildung von Mediencouts in Sachsen](#)

Darüber hinaus können für spezifische **Ausbildungsinhalte** auch weitere (pädagogische) Fachkräfte für Vorträge und Workshops angefragt werden, zum Beispiel:

- Polizei
- Verbraucherzentrale
- Jugendzentren und Jugendseinrichtungen
- Eltern und ehemalige Schüler_innen mit fachlicher Expertise im Medienbereich
- ehemalige Mediencouts
- Expert_inn_en im Schulverbund
- Studierende

Schulinterne Unterstützung

Auch im Fall einer Ausbildung durch schulexterne Fachkräfte bedarf es an Schulen mindestens einer Begleitperson oder besser: eines **kleinen Teams** zur Unterstützung.

- bei der Organisation (zeitliche und räumliche Koordination der Ausbildung durch schulexterne Fachkräfte, Räume aufschließen, Gruppen-Treffen terminieren, schulinterne Workshops verbindlich vereinbaren, **Finanzierungsfragen**, ...)
- als Fürsprecher_in im Kollegium bzw. gegenüber der Schulleitung
- als Vertrauensperson bei **problematischen Fällen** oder Unsicherheiten
- für konstruktives **Feedback** und motivierende Worte

Neben einer Lehrkraft bzw. einem Lehrkräfte-Team, das die Ausbildung der Mediencouts ganz oder anteilig realisiert, können z.B. folgende Personengruppen die Mediencout-Arbeit an der Schule unterstützen:

- Vertrauenslehrkraft bzw. Beratungslehrkraft
- sozialpädagogische Fachkräfte
- erfahrene Mediencouts
- Mitglieder der Schülervertretung oder anderer Projekte (z. B. Konfliktlotsen)
- Integrationsbeauftragte
- Praxisberater_innen
- junge Erwachsene, die an der Schule derzeit ein Freiwilliges Soziales Jahr oder den Bundesfreiwilligendienst absolvieren
- Studierende, die gerade ein Schulpraktikum absolvieren oder an der Schule ein Medien-Praxisprojekt im Rahmen einer Qualifikationsarbeit durchführen möchten

2.4 Finanzierung klären

Ganz ohne Geld geht es nicht. Das gilt in besonderem Maße für die **Ausbildung** durch schulexterne Fachkräfte, aber auch dann, wenn die Ausbildung und Arbeit schulintern von Lehrkräften oder anderen schulischen Mitarbeitenden durchgeführt und begleitet wird.

Die Frage der Finanzierung stellt sich zudem im Zusammenhang mit der Anschaffung von Arbeitsmaterialien (z. B. Stifte, Zeitschriften-Abos, Hard- und Software), der Produktion von **Werbematerialien** (z. B. Flyer, Poster, T-Shirts, ggf. Website-Kosten) sowie hinsichtlich der Finanzierung von **team-bildenden Maßnahmen** und Reisetätigkeiten (z. B. Workshops außerhalb der Schule, **Netzwerktreffen**, Fortbildungsbesuche).

Potentielle Finanzierungsquellen:

- Staatliche Mittel zur Umsetzung von Ganztagsangeboten (GTA), Arbeitsgemeinschaften und Projekten
- Eigenmittel der Schule (Qualitätsbudget)
- Landesmittel (z. B. Landesmedienanstalt)
- Stiftungen
- Förderprogramme auf Bundes- und Landesebene
- Schulförderverein oder Ehemaligenverein
- Spenden von Betrieben (Geld oder Sachmittel, z. B. Hardware oder Möbel für ein **Medienscout-Büro**)
- Spenden (Krankenkassen, Stadtwerke, Sparkasse,...)
- Einnahmen durch **schulexterne Workshop-Angebote** (z. B. in benachbarten Grundschulen, an der Volkshochschule)
- Preisgelder (Teilnahme an Wettbewerben)
- Fördergelder für Kooperationen von schulischer und außerschulischer Medienbildung

Einige Medienscout-Konzepte setzen ergänzend auf eine Kostenbeteiligung durch die Medienscouts. Der Eigenbeitrag sollte jedoch möglichst gering gehalten werden und sich auf die anteilige Finanzierung **team-bildender Maßnahmen** beschränken.

Anträge zur Finanzierung von Ganztagsangeboten (GTA) an sächsischen Schulen können bei der Sächsischen Aufbaubank jeweils bis 28. Februar für das kommende Schuljahr gestellt werden.

[mehr erfahren](#)



Medienscouts gestalten einen Info-Abend für Eltern im Talk Show-Format. Foto: MedienScouts Neumünster-Brachenfeld (nicht frei lizenziert)

3 INHALTE: THEMEN, METHODEN UND MATERIALIEN

3.1 Themen & Methoden

Entsprechend der unterschiedlichen **Schwerpunkte der Medienscout-Arbeit** variieren auch die Inhalte der Ausbildung. Abgesehen von einigen fachlichen und methodischen Grundlagen sind für das inhaltliche Spektrum der Ausbildung vor allem die Interessen der zukünftigen Medienscouts sowie die **schulspezifischen Bedarfe** entscheidend. Darüber hinaus können thematische Impulse seitens **schulexterner Fachkräfte** die Ausbildung inhaltlich bereichern.

Mediencouts sind bestens darüber informiert, welche Themen an der Schule gerade besonders relevant sind – oft lange bevor sie bei den Lehrkräften ankommen (**Peer-to-Peer-Ansatz**). Diese Expertise sollte schon in der Ausbildung unbedingt genutzt werden! Einmal mehr stärkt das den partizipativen Charakter des Projektes und das Erleben von Selbstwirksamkeit.

Zu viel auf einmal überfordert! Das inhaltliche Spektrum sollte daher nur allmählich erweitert werden. – Den Start machen am besten die priorisierten Themenfelder und Inhalte, bei denen sich vielleicht sogar schon an Vorkenntnissen anknüpfen lässt.

Inhaltliche Schwerpunkte

Mediencouts beschäftigen sich zum Beispiel mit:

- Social Media & Online Communitys
- Smartphones & Apps
- Selbstdarstellung, Datenschutz & Privatsphäre im Netz
- (Cyber-)Mobbing
- Gaming, In-Game- / In-App-Käufe & Spielsucht
- Hate Speech, Hass im Netz & Politische Radikalisierung
- »Filterblasen«, Fake News & Meinungsfreiheit
- Sexuelle Übergriffe im Netz (z. B. Cyber-Grooming)
- Mediensucht-Prävention
- Digitalisierung & Umweltschutz/nachhaltige Entwicklung
- Medienproduktion

[Materialtipps zu den Schwerpunkten](#)

Empfehlenswertes Grundlagenwissen

Unabhängig von der Schwerpunktsetzung sollten Mediencouts für einen rechtssicheren Umgang mit Materialien gerüstet werden und diese Hinweise auch an Workshop-Teilnehmende weitergeben können. Das Kopieren, Weiterleiten, Produzieren und Veröffentlichen von Inhalten zählt heute – trotz rechtlicher Wissenslücken – schließlich für die meisten zum Internetalltag. Zugleich stellen die folgenden Themen auch wichtige Hintergrundinformationen für viele der genannten inhaltlichen Schwerpunkte dar:

- Urheberrecht & **Open Educational Resources**
- Persönlichkeitsrechte & Recht am eigenen Bild
- Datenschutz, Datensicherheit & Big Data

[Materialtipps zum Grundlagenwissen](#)



Foto: pixabay.com (Pixabay License)

Methoden-Training

Sich mit den Inhalten auszukennen, garantiert noch nicht den Erfolg eines Workshops. Medienscouts sollten sich daher auch mit Lehr-Methoden auskennen, ihre Lehr-Kompetenz schulen und dabei ihren eigenen Stil entwickeln können. Daraus ergeben sich zum Beispiel folgende mögliche Ausbildungsfelder:

- »Eisbrecherspiele« kennen und einsetzen
- Workshops dramaturgisch sinnvoll aufbauen
- komplizierte Sachverhalte erläutern & zentrale Inhalte visualisieren
- unterschiedliche Präsentations- und Beratungstechniken kennen und zielgerichtet einsetzen
- Gruppenarbeiten anleiten
- Feedback- und Reflexionsrunden moderieren
- Rhetorik & Körpersprache
- unterschiedliche Ansprache verschiedener Zielgruppen

[🔗 Materialtipps zum Methoden-Training](#)

Arbeiten im Team

Medienscouts arbeiten oft über einen langen Zeitraum hinweg eng miteinander zusammen. Die gemeinsame Projektarbeit und **team-bildende Maßnahmen** helfen, ein »Wir-Gefühl« zu entwickeln. Zudem kann die Zusammenarbeit durch die Auseinandersetzung mit folgenden Themen erleichtert werden:

- Ideen sammeln – Worauf ist beim Brainstorming im Team zu achten?
- **Kooperation & Kollaboration** – Was genau ist das und worauf kommt es an?
- Zeit-Management & Arbeitsorganisation – Welche Methoden und Tools helfen bei gemeinsamen Projekten?
- Konflikt-Management – Wie entstehen Konflikte und wie lassen sie sich bearbeiten?
- **Selbstfürsorge & Achtsamkeit** – Was hilft, um mental gesund zu bleiben?

[🔗 Materialtipps zur Team-Arbeit](#)

»ANFANGS OFT NOCH SCHÜCHTERN, LEITEN SIE SPÄTER GANZ SELBSTBEWUSST UND SOUVERÄN DURCH DIE WORKSHOPS. DIE ENTWICKLUNG DER JUGENDLICHEN ÜBER DIE ZEIT IST ZUM TEIL WIRKLICH ERSTAUNLICH!«

Begleit-Lehrkraft



Foto: [CC-BY 4.0 klangumfang](#) |
Büro für Medien und Kultur – Projekt #NoHateNoFake

3.2 Materialien finden

Wer Medienscouts ohne **schulexterne Fachkräfte** ausbilden möchte, muss trotzdem nicht bei null anfangen: Das Internet bietet zahlreiche sehr gute Materialien für die medienpädagogische Arbeit, die nicht nur im Unterricht einsetzbar sind, sondern sich auch hervorragend für die Ausbildung und Arbeit von Medienscouts eignen.

Viele Informations- und Übungsmaterialien gibt es zwar auch (noch) in Papierform und können bei einigen Anbietern z.T. kostenlos angefordert werden, die digitalen Versionen bieten demgegenüber aber zahlreiche Vorteile: von der platzsparenden und übersichtlichen Archivierung über leichtere Möglichkeiten der **Bearbeitung** bis hin zur unkomplizierten **Weitergabe** (z. B. via Messenger, Mail und Cloud).

Open Educational Resources

Bereits bei der Suche sollte der Zweck berücksichtigt werden: Wer sich die Möglichkeit offen halten möchte, die Materialien nicht nur zu nutzen, sondern diese für die eigenen Belange auch bearbeiten und später weitergeben zu können, ist gut beraten, insbesondere nach freien Bildungsmaterialien Ausschau zu halten. So genannte Open Educational Resources (OER) lassen sich nämlich vervielfältigen, verändern, kombinieren und verbreiten – und das ganz ohne das mulmige Gefühl, sich in einer rechtlichen Grauzone zu bewegen.

Bei der Suche nach geeigneten Materialien für die Medienscout-Ausbildung und Arbeit empfiehlt sich also die Suche nach OER. – Für deren Kennzeichnung hat sich inzwischen die Lizenz von Creative Commons (CC) durchgesetzt. Mit dieser wird eindeutig bestimmt, was mit den Materialien gemacht werden darf und was nicht.



Dieser Leitfaden ist zum Beispiel unter CC-BY lizenziert, d.h. er darf beliebig vervielfältigt, verbreitet, bearbeitet und öffentlich wiedergegeben werden. Einzige Voraussetzung dafür ist die Namensnennung der Autorin.

Bei vielen der Materialtipps unter **Themen & Methoden** handelt es sich ebenfalls um OER – zum Teil allerdings mit Einschränkungen: So dürfen etwa Materialien unter der Lizenz CC-BY-NC unter Angabe der Urheberschaft zwar ebenfalls beliebig bearbeitet und geteilt, nicht aber für kommerzielle Zwecke eingesetzt werden («NC» steht für »non-commercial«). Für die meisten **Medienscout-Arbeitsbereiche** ist diese Einschränkung allerdings nicht relevant.

Tipps, wie über Online-Suchdienste gezielt freie Bildungsmaterialien gefunden werden können und welche Verzeichnisse und Plattformen gute Ausgangspunkte für die Recherche darstellen, sind zum Beispiel unter [OER.schule](#) zusammengestellt.

Einen guten Einstieg in das Thema OER bietet die [Website der Informationsstelle »OERinfo«](#)



Foto: [CC-BY 4.0 Social Web macht Schule gGmbH](#)

3.3 Materialien erstellen und remixen

Nicht jedes Material, das man findet, ist perfekt für den gewünschten Zweck geeignet: Mal sollte ein Text kürzer oder einfacher formuliert sein, mal bietet sich eine alternative Visualisierung an. – Es kann viele Gründe geben, bestehende Materialien nicht 1:1 zu übernehmen. Möchte man hier keine faulen Kompromisse eingehen oder aber gar komplett neue Materialien für die Medienscout-Arbeit erstellen, bietet sich der Rückgriff auf [Open Educational Resources](#) an. Diese können so verändert, aktualisiert, optisch angepasst und zusammengewürfelt werden, dass es für die eigene Arbeit stimmig ist.

Gemeinsam arbeiten

Egal ob bestehende Materialien genutzt oder komplett neue konzipiert werden – die gemeinsame Arbeit muss irgendwie organisiert werden. Dabei empfiehlt es sich einmal mehr, an der Medienpraxis der Kinder und Jugendlichen anzusetzen: Welche digitalen Tools nutzen sie bereits in der Freizeit oder zum Lernen? Womit kennen sie sich aus?

Damit das kooperative und kollaborative digitale Arbeiten gelingt, braucht es zudem Regeln. Werden erstellte Texte oder Bilder einfach aus dem Archiv gelöscht und durch andere ersetzt, trägt das schließlich nicht unbedingt zu einem [guten Arbeitsklima](#) bei.

Darüber hinaus sollte geprüft werden, welche Unterstützung die Schule für die Team-Arbeit bereitstellen kann: Ein Medienscout-Büro? Ein passwortgeschützter Zugang zum Schulserver? Ein Raum auf der digitalen Lernplattform der Schule?

Tipp: [☞ Werkzeugkasten für Kollaboratives Lernen im Internet](#) der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM)

Weitere Tipps zum [Arbeiten im Team](#) sind auf Seite 15 zusammengestellt und verlinkt.

Nicht alle müssen alles machen

Vor allem größere Medienscout-Gruppen teilen sich für die Vorbereitung von Workshops, Info-Abenden usw. entlang ihrer Interessen in Teams ein. Das kann mittel- und langfristig dazu führen, dass die Expertise der einzelnen Medienscouts je nach [Thema](#) unterschiedlich hoch ist. Vor diesem Hintergrund kann sich auch eine *offizielle* Einteilung nach [Kompetenzbereichen](#) und Ansprechpersonen anbieten, auf die bei Nachfrage Ratsuchender verwiesen werden kann. Eine solche Aufteilung kann sogar dazu beitragen, dass ein »Mitmachen bei den Medienscouts« für einige attraktiver wird: Die Aussicht, vor allem Workshops umsetzen zu kön-

Kollaboratives Arbeiten ist Arbeiten in der Gruppe. Anders als bei der Kooperation, bei der Arbeitspakete aufgeteilt und i.d.R. separat bearbeitet werden, bezeichnet Kollaboration eine engere Form der Zusammenarbeit: Hierbei sind sämtliche Aktivitäten auf ein gemeinsames Ziel ausgerichtet, der Beitrag aller Beteiligten ist gleichermaßen wichtig und am Ende steht ein Ergebnis, das die Handschrift der Gruppe, nicht die einer Einzelperson trägt. Wichtig ist in diesem Prozess, sich aufeinander einzustellen, zuzuhören und gegenseitig zu unterstützen.

nen oder ausschließlich für den technischen Support zuständig zu sein, kann schließlich so manche Hürde bei der [Anmeldung für das Projekt](#) nehmen.

Corporate Design

Damit die erstellten Materialien später nicht alle unterschiedlich aussehen, sollte über grundlegende gemeinsame Gestaltungsregeln gesprochen werden. Ein so genanntes Corporate Design erhöht nicht nur den Wiedererkennungswert, sondern erleichtert auch ein zukünftiges Remixen der erarbeiteten Informations- und Fortbildungsmaterialien – ganz ohne zeitfressende visuelle Angleichungen. Allzu streng sollte man dabei aber auch nicht sein: Jede Medienscout-Generation hat ihren eigenen Stil und das ist auch gut so!

Regelmäßige Aktualisierungen

In regelmäßigen Abständen sollten die erstellten Materialien auf Aktualität geprüft werden: Sind noch alle Infor-

mationen korrekt? Stimmen die Mindestaltersangaben für Apps noch? Gibt es neue relevante digitale Tools oder Links, die ergänzt werden sollten?

3.4 Materialien teilen

Die Zusammenstellung und Erarbeitung von Workshop-Materialien macht viel Arbeit. Oft wird dabei auf Vorarbeiten anderer aufgebaut: Diese werden optisch oder inhaltlich verändert, aktualisiert, verbessert und wild zusammengemischt. – Wie wäre es, wenn die so erstellten Materialien als **Open Educational Resources** auch wieder anderen zur Verfügung stünden, zum Beispiel **Schulen der Umgebung** oder gar unbekanntem Interessierten im Netz, damit diese damit weiterarbeiten können?

Wer an dieser »Kultur des Teilens« partizipieren möchte, sollte zunächst prüfen, ob die eigenen Materialien dafür infrage kommen:

- Werden auch keine **Urheber- oder Persönlichkeitsrechte** verletzt?
- Sind alle Inhalte korrekt?

Anschließend stellt sich die Frage, welche Art der Weiter-nutzung erlaubt sein soll (z. B. mit oder ohne Bearbeitungsmöglichkeit). Bei der Frage nach der passenden Lizenzierung hilft zum Beispiel diese Infografik: [»Welche ist die richtige CC-Lizenz für mich?«](#)

Die Veröffentlichung der Materialien kann dann zum Beispiel auf der eigenen Medienscout- bzw. Schulwebsite oder auf einschlägigen [OER-Plattformen](#) erfolgen.



Foto: [CC-BY-SA 4.0](#) SIN – Studio im Netz (entstanden im Rahmen des Medienamps 2016 für Medienscouts aus Bayern)

4 REKRUTIERUNG: KINDER UND JUGENDLICHE FÜR DIE MEDIENSCOUT-ARBEIT BEGEISTERN

Kinder und Jugendliche für den Start eines Medienscout-Projektes zu finden, ist in der Regel nicht schwer. Es lockt schon allein die Möglichkeit, mal etwas Neues auszuprobieren – und dann noch im Zusammenhang mit dem, was vielen ohnehin Spaß macht: der Umgang mit Medien!

Dennoch sprechen mindestens **4 Gründe dafür, die Suche nach Medienscouts in der Schule öffentlichkeitswirksam zu betreiben:**

1. Ein Medienscout-Team, das nur aus Kindern und Jugendlichen besteht, die von Lehrkräften direkt angesprochen wurden, kann schnell elitär anmuten. Zudem besteht die Gefahr, so nur jene ins Boot zu holen, die bereits sehr engagiert sind – bisher unauffälligere Schüler_innen haben da das Nachsehen. Die Ansprache aller vermittelt dagegen, dass auch alle willkommen sind.

Manchmal kann das Interesse an der Medienscout-Ausbildung sogar die verfügbaren Kapazitäten übersteigen! An einigen Schulen gibt es daher Auswahlprozesse: Im persönlichen Gespräch oder via Motivationsschreiben begründen interessierte Kinder und Jugendliche ihren Wunsch zur Mitarbeit im Medienscout-Team und formulieren ihre Erwartungen und Ideen.

2. Die Suche nach einem Team macht zugleich auf das Projekt aufmerksam. Und da Medienscouts einer Schule – ähnlich wie die Vertrauenslehrkraft – im besten Fall allen bekannt sind, kann die **Werbung** gar nicht früh genug starten.
3. Der Aufruf kann auch genutzt werden, um bereits auf die verantwortungsvolle Funktion zu verweisen, die ein Medienscout innehaben wird. Die Mitglieder eines guten Medienscout-Teams sollten eben nicht nur auf Spaß und Gruppenzugehörigkeit aus sein, sondern in den jeweiligen **Arbeitsbereichen** auch vertrauensvolle und zuverlässige Ansprechpersonen sein.
4. Die Suche lässt sich hervorragend mit einem Aufruf an alle Kinder und Jugendlichen der Schule verknüpfen, Ideen für die Arbeit der zukünftigen Medienscouts einzureichen (z.B. Themenwünsche, Unterstützungsbedarfe).

Für die Bekanntmachung der geplanten Medienscout-Arbeit und um den **Medienscout-Nachwuchs** sicher zu stellen, braucht es geeignete **Werbung**.

In der Ausschreibung sollte an möglichen Motiven für die Mitarbeit angesetzt werden.

Im Gespräch stellen langjährige Medienscouts insbesondere folgende Beweggründe für ihr Engagement heraus:

- intensive Auseinandersetzung mit spannenden Themen und dabei Neues lernen
- neue Erfahrungen sammeln (z.B. Lehr-Erfahrung, Veranstaltungsorganisation)
- soziale Aspekte (z.B. anderen helfen, zusammen mit Jugendlichen unterschiedlicher Klassenstufen arbeiten, Freude an der Team-Arbeit, Gruppenzugehörigkeit, neue Leute kennenlernen)
- Partizipationsmöglichkeiten (»Schule mitgestalten«)
- **Anerkennung** (seitens Schulleitung und Peergroup)
- Ausbau des eigenen Kompetenz-Portfolios & Beleg durch ein **Zertifikat** oder einen Hinweis im Zeugnis

»ICH HAB IM NETZ SELBST VIEL MIST ERLEBT UND MIR IST ES EINFACH WICHTIG, DASS DAS ANDEREN NICHT PASSIERT. DARUM MACH ICH DAS HIER.«

Medienscout, 16 Jahre

5 KONTINUITÄT: MEDIENSCOUTS AN SCHULEN LANGFRISTIG ETABLIEREN

Die Medienscout-Arbeit steht und fällt mit einem engagierten Team. Ein bisschen Werbung und Rückenwind durch die Schulleitung können aber auch nicht schaden.

5.1 Das Team im Blick

Um ein unerwünschtes, vorzeitiges Aus der Medienscout-Arbeit durch den Wegfall der **betreuenden Fachkraft** zu verhindern, empfiehlt sich die Aufteilung der Verantwortung auf ein **Ausbildungs- bzw. Begleit-Team**. Eine Lücke kann so ggf. kompensiert werden. Sind mehrere Lehrkräfte und schulische Mitarbeitende involviert, besteht zudem die Möglichkeit einer Arbeitsteilung je nach Zeit, Interessen und Kompetenzen. Die Vielfalt der Medienscout-Arbeit kann auf diese Weise einmal mehr gesteigert werden.

Um zu verhindern, dass das Projekt mit dem Schulabschluss älterer Medienscouts oder durch sich wandelnde Interessen über die Sommerferien einschläft, sollte zudem das Thema **Medienscout-Nachwuchs** frühzeitig bedacht werden. Einige Medienscout-Gruppen starten zu diesem Zweck nicht erst am Ende des Schuljahrs entsprechende **Werbe-Aufrufe**, sondern haben ihr Konzept um eine kontinuierliche Nachwuchsförderung erweitert. Besonders erfolgreich sind dabei Ansätze, bei denen interessierte Kinder und Jugendliche über einen bestimmten Zeitraum hinweg die Medienscouts bei der Arbeit begleiten können, nach und nach kleine Aufgaben

übernehmen und schließlich an der Ausbildung teilnehmen. Auf diese Weise erarbeiten sie sich sukzessive einen festen Platz im Team und können direkt von den Erfahrungen der älteren Medienscouts profitieren.

Langfristig bestehende Medienscout-Teams zeichnen sich durch ein **gutes Arbeitsklima** aus. Dafür förderliche Faktoren sind zum Beispiel:

- Partizipation & Selbstwirksamkeit: eigene Interessen und Ideen einbringen und umsetzen können
- Kreativität & Offenheit: Neues ausprobieren können – es muss nicht alles beim ersten Anlauf klappen!
- positive Feedback-Kultur
- Leistungen würdigen (die eigenen und die der anderen) & Erfolge gemeinsam feiern
- Zuverlässigkeit: verlässliche Zeiten, Räume und Absprachen (ggf. Verantwortlichkeiten und Kompetenzbereiche innerhalb der **Arbeitsfelder** festlegen)
- Reflexionsrunden: sich im Team über Bedürfnisse und Erwartungshaltungen austauschen und gelegentlich das bisherige Vorgehen auf den Prüfstand stellen
- team-bildende Maßnahmen (z. B. gemeinsame Snackrunden während der Arbeitstreffen, Ausflüge, Sommerfest am Ende des Schuljahres)
- Transparenz: Regeln gemeinsam festlegen und über team-relevante Aspekte informiert sein (z.B. geplante Neuerungen, Absprachen mit der Schulleitung, Konflikte in der Gruppe)

Medienscout-Projekte setzen in der Regel auf dem Prinzip der Freiwilligkeit auf. Gerade in stressigen Zeiten müssen sich die Beteiligten aber aufeinander verlassen können. Damit es hier nicht zu Spannungen und Frustration kommt, lohnt das gemeinsame Aushandeln von Regelungen, die zwischen gewünschter Freiwilligkeit und notwendiger Verbindlichkeit moderieren.

Neben der **inhaltlich-methodischen Ausbildung** sollte immer auch über Handlungsspielräume sowie **Rechte & Pflichten** gesprochen werden. Darauf aufbauend lässt sich dann ein gemeinsames »Medienscout-Selbstverständnis« formulieren.

Gerade engagierte Kinder und Jugendliche neigen dazu, die eigenen Belastungsgrenzen auszureizen. Die außerunterrichtlichen Aktivitäten sollten jedoch nicht dazu führen, dass anderes auf der Strecke bleibt – weder der Spaß an der Sache noch der fürsorgliche Blick auf sich selbst: Geht es mir gut? Bin ich gestresst? Was kann ich tun, damit es mir womöglich besser geht? **Medienscout-Gesundheit** sollte daher ein wichtiges **Thema** der Ausbildung sein. Neben der Stärkung der Selbstverantwortung der Kinder und Jugendlichen spielt eine auch diesbezüglich aufmerksame Begleitlehrkraft eine wichtige Rolle. Bei der Planung der Medienscout-Einsätze sind zudem etwa Prüfungszeiträume zu berücksichtigen. Angesichts des aktuellen Arbeitspensums ist dann individuell zu prüfen, ob interveniert werden muss.

5.2 Werbung

An den meisten Schulen gibt es bereits Erfahrungen mit Projekt-Werbung: Welche schulinternen Kommunikationskanäle haben sich dabei als weniger bzw. besonders erfolgreich erwiesen? Welche kreativen und auch ungewöhnlichen Wege wurden noch nicht ausprobiert?

Um weitere geeignete Werbemöglichkeiten zu identifizieren, lohnt es zudem, über den Tellerrand hinauszublicken: Wie sieht die Medienscout-Werbung an anderen Schulen aus? Am besten lässt sich das über Internetrecherchen (*#medienscouts*) und persönliche Kontakte im **Netzwerk** herausfinden. – Ein paar Ideen gibt es schon auf dieser Seite:

Die neuen Medienscouts stellen sich vor

- Auftaktveranstaltung zum Start des Projektes (z. B. mit Musik und Kuchen in der großen Pause)
- 5-Minuten-Vorstellungsrunden zu Stundenbeginn am Schuljahresanfang (sukzessive Ansprache aller Klassen)
- persönliche Ansprachen auf dem Schulhof
- Info-Stand bei Projekttagen/-wochen, dem Tag der offenen Tür, bei GTA- bzw. AG-Börsen, bei Schulfesten usw.
- Medienscout-Portraits in der Schülerzeitung bzw. Interviews für Schulradio oder -TV
- Vorstellungsrunde bei Elternabenden

Medienscouts der Schule erkennen

- Medienscout-Dresscode (z. B. T-Shirts, Sweatshirts)
- Erkennungszeichen (z. B. Buttons, Schlüsselbänder)
- einheitliche Accessoires (z. B. Thermobecher, Tablet-Hülle, Notizhefte)
- Medienscout-Logo (z. B. auf T-Shirts, Buttons, Thermobechern)

Regelmäßige Werbung im Schulhaus

- Aushänge & Flyer (**Finanzierung**)
- Lautsprecher-Durchsagen (z. B. Ankündigung der Sprechstunde)
- kurze, unterhaltsame Video-Clips, die z. B. via Schul-TV, oder über die Vertretungsplan-Monitore ausgestrahlt werden (mit oder ohne Ton)
- Angebote im Rahmen von Projekttagen/-wochen
- Organisation von medienbezogenen Ausstellungen
- Medienscout-»Kummerkasten« für Anregungen und anonyme Kontaktaufnahmen
- **Medienscout-Büro** (in den Pausen und/oder für Sprechstunden geöffnet)

Medienscout-Werbung online

- Medienscout-Website (integriert auf der Schul-Website oder extern)
- Imagefilme auf der Schulwebsite
- Hinweise auf der internen Lernplattform der Schule
- Social Media-Präsenz (**Rechtliches**)
- Einrichten einer Mail-Adresse mit Medienscout-Bezug (z. B. *medienscouts@schulname.de*)

Sind die Medienscouts und all ihre **Arbeitsbereiche** an der Schule hinreichend bekannt? Falls nicht: Was könnte helfen?

Schüler_innen und Lehrkräfte entsprechend zu befragen (persönlich auf dem Schulhof oder durch Online-/Fragebögen zu Unterrichtsbeginn), kann dabei unterstützen, die Sichtbarkeit von Medienscouts langfristig zu verbessern.

Werbung über die Schulmauern hinaus

- siehe Medienscout-Werbung online
- Elternbriefe
- Aufnahme der Medienscouts ins Schulprogramm u. a. Dokumente und Konzepte, die für Schulinteressierte spannend sein könnten
- Besuche und aktive Mitgestaltung von regionalen und bundesweiten Veranstaltungen (z. B. Schulmesse, Medienkompetenztag) und andere Möglichkeiten des **Netzwerks**
- falls Workshops an Grundschulen oder an der Volkshochschule als **Arbeitsbereiche** angestrebt werden: persönliche oder postalische Kontaktaufnahme mit Info-Brief und/oder Flyer
- Zusammenarbeit mit der örtlichen Presse: zu Veranstaltungen einladen, eigene Pressemitteilungen formulieren (**Rechtliches**)



5.3 Schulinterne Legitimierung und Verankerung der Medienscouts

Auch seitens der Schulleitung kann viel getan werden: für die Kontinuität eines Medienscout-Projektes und dafür, dass Medienscouts als wichtige Ansprechpersonen in Schulentwicklungsfragen wahrgenommen werden.

Aufnahme des Medienscout-Konzepts in schulisch relevante Papiere

Werden die Medienscouts im Schulprogramm, im Medienbildungskonzept und/oder im Präventionskonzept nicht nur erwähnt, sondern als wichtige Säule innerhalb der schulischen Aktivitäten herausgestellt, betont das ihre Relevanz und stärkt einmal mehr ihre Akzeptanz – auch im Kollegium. Die Frage, ob nach den Sommerferien ausreichend personelle und finanzielle Kapazitäten für die Medienscout-Ausbildung und -Arbeit zur Verfügung stehen sollten, kann so nur schwerlich mit »nein« beantwortet werden.

Medienbildungskonzepte umfassen häufig zugleich Fortbildungskonzepte für Lehrkräfte. Ein darin enthaltener Baustein könnten regelmäßige Mikro-/Fortbildungen durch Medienscouts sein. An einigen Schulen erhalten Lehrkräfte auf diesem Weg z. B. kurzfristig Unterstützung beim Kennenlernen neu angeschaffter Technik. [Tipps des LaSuB für die Entwicklung von Medienbildungskonzepten](#)

Einbezug in die Gremienarbeit

An vielen Schulen gibt es inzwischen so etwas wie Medien-AGs, Medienausschüsse oder Mediensteuerungsgruppen. Hier wird in kleineren Teams etwa das Medienbildungskonzept formuliert, über notwendige medientechnische Anschaffungen, den Ausbau der digitalen Infrastruktur und die dazugehörigen Anträge diskutiert, oder aber besprochen, wie digitale Medien stärkeren Einsatz im Unterricht finden können. Medienscouts sollten bei solchen Treffen mit ihren Ideen, ihrer Expertise und als Sprachrohr der Schüler_innen konsequent berücksichtigt und entsprechend eingeladen werden (z. B. durch die Aufnahme in den Mail-Verteiler).

Anerkennungsstrukturen schaffen

Medienscouts tragen mit ihren **Aktivitäten und Impulsen** zum Teil erheblich zur Gestaltung von Schule bei (**Medienscouts & Schulkultur**). Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, um dieses Engagement ideell und finanziell wertzuschätzen:

- Erleichterung der Arbeitsbedingungen (**besondere Rechte, Werbung**)
- unkomplizierte Verfahren bei **Unterrichtsbefreiungen**
- Unterstützung **team-bildender Maßnahmen**
- Auszeichnung der Medienscout-Arbeit (z. B. lobende Erwähnung durch die Schulleitung in Reden, Vermerk auf dem Zeugnis, Medienscout-Zertifikat)
- je nach räumlichen Kapazitäten: Einrichten eines Medienscout-Büros

Die Einrichtung eines eigenen Büros erleichtert nicht nur den Medienscout-Alltag, sondern weckt auch viel Aufmerksamkeit und stellt eine große Wertschätzung der Medienscout-Arbeit dar!



Foto: pixabay.com, StartupStockPhotos (Pixabay License)

6 NETZWERKEN: NETZWERKE BILDEN UND AUSBAUEN

Ausbildungskonzepte erstellen und umsetzen, Materialien für Workshops konzipieren, Förderanträge schreiben, an medienpädagogischen Wettbewerben teilnehmen, kreative Medienscout-Werbung entwickeln, Informationsveranstaltungen für Eltern zu medienbezogenen Themen organisieren... – All das kann man auch gemeinsam mit anderen tun. Hierfür geeignete Anlaufstellen können zum Beispiel benachbarte Schulen, Schulen im Verbund oder Partnerschulen sein. Wer darüber hinaus Gleichgesinnte sucht und auf Kooperationen aus ist, ist gut damit beraten, die bundesweiten Medienscout-Aktivitäten zu verfolgen: digital und durch Besuche überregionaler Veranstaltungen.

Im Netzwerk mit Schulen der Umgebung

- Wie wäre es, eine Medienscout-Ausbildung durch **schulexterne Fachkräfte schulübergreifend** durchführen zu lassen und entsprechend **gemeinsam** zu **finanzieren**? – Das bietet sich mindestens immer dann an, wenn die medienpädagogische Einrichtung eine Mindestanzahl an Teilnehmenden voraussetzt, die andernfalls nicht zustande kommen würde.
- Darüber hinaus kann der Kontakt mit (zukünftigen) Medienscouts anderer Schulen nicht nur eine spannende Erfahrung sein, sondern auch den Beginn einer längerfristigen Zusammenarbeit markieren: So können über die Ausbildungsphase hinaus auch Konzepte für die **Medienscout-Nachwuchsförderung** geteilt sowie **Arbeitsmaterialien** kollaborativ erstellt werden.

- Medienscouts von verschiedenen Schulen der Region können auch gemeinsam Workshops und Veranstaltungen planen und durchführen (z. B. Fortbildungen für Eltern und Großeltern, Ausstellungen). Dafür kann sich das Modell »Gastgeberschule« ebenso wie die Idee der »Wanderausstellung« eignen.
- Eine spannende Form der Netzwerkarbeit ist auch die Kooperation zwischen Grund- und weiterführenden Schulen, wobei Medienscouts höherer Jahrgangsstufen Workshops für Kinder benachbarter Grundschulen anbieten. Bei dieser Gelegenheit lernen die Kinder schon einmal ihre eventuell zukünftige Schule kennen und die Medienscouts können ihre Kenntnisse rund um »kindliche Medienwelten« vertiefen.

Möglichst früh zu netzwerken heißt, das Rad nicht komplett neu erfinden zu müssen. Stattdessen: von anderen lernen, miteinander gestalten!

Tipps für überregionales Netzwerken

- digitale Möglichkeiten der Vernetzung nutzen (**Werbung**)
- an Fachtagungen im Kontext Medienbildung und Schule teilnehmen (z. B. Medienkompetenztage)
- an Fortbildungen und Netzwerktreffen für Medienscouts und Medienscout-Ausbilder_innen teilnehmen: Auf bundesweiter Ebene gehört dazu insbesondere die Bundesjugendkonferenz Medien ([BJKM](#)) sowie die Bundesausbilderkonferenz Medien ([BAKM](#)).
- medienpädagogischen Initiativen, Projekten, Einrichtungen, Personen usw. über deren Social Media-Kanäle folgen, um auf dem Laufenden zu bleiben
- Newsletter mit medienpädagogischem Bezug abonnieren (hilft auch beim Finden neuer **Materialien!**)



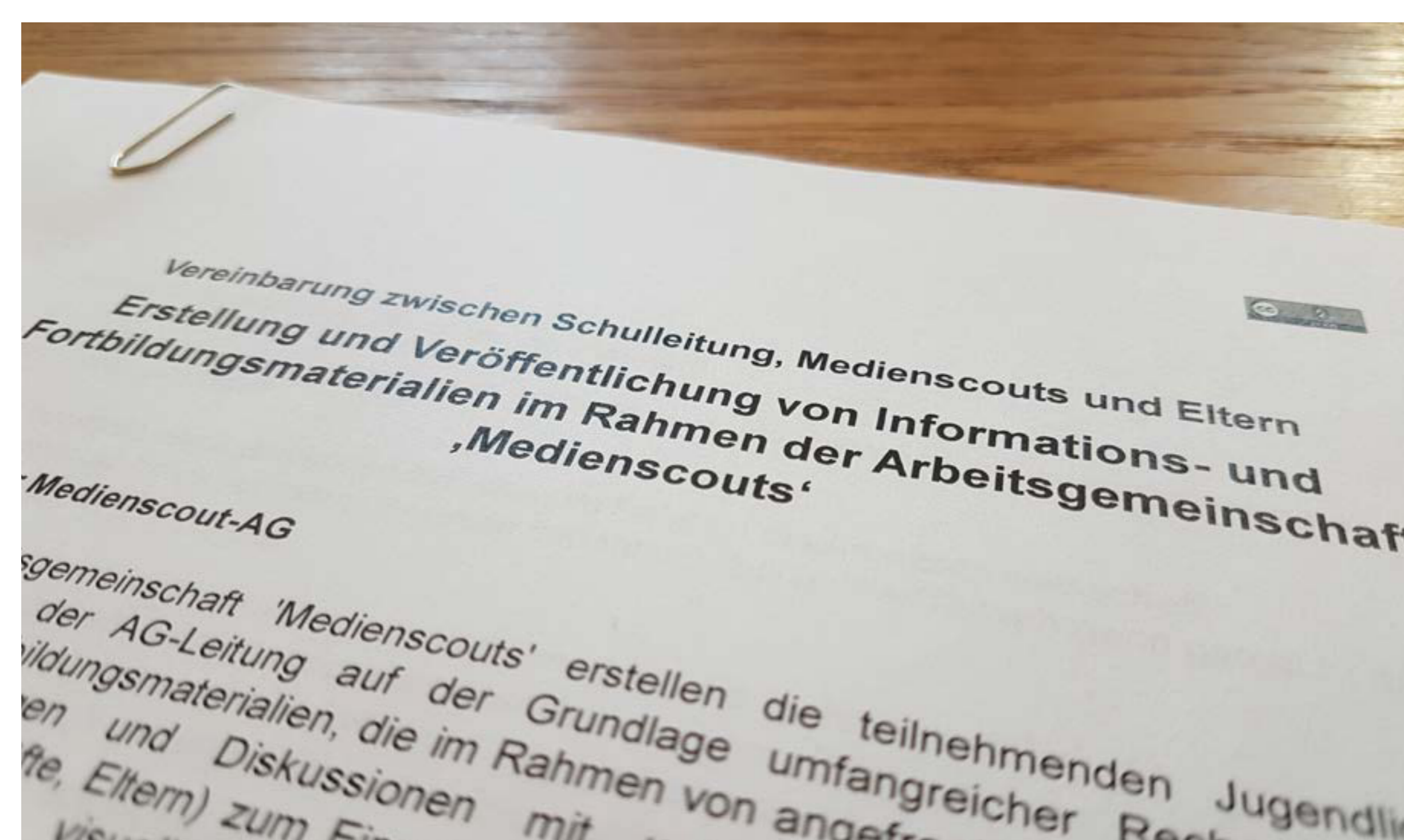
300 Medienscouts aus ganz Deutschland auf der BJKM 2019 | Foto: [CC-BY 4.0](#) Moritz Stemmler für Prävention 2.0 e. V.

7 RECHTLICHES: RECHTLICHE GRUNDLAGEN & VEREINBARUNGEN

Wie für schulische Projektarbeiten üblich sollten auch mit Blick auf Medienscout-Initiativen einige rechtliche Fragen geklärt und Vereinbarungen zwischen den Beteiligten getroffen werden.

Versicherung: Inwiefern sind Medienscouts und deren Begleitung in der unterrichtsfreien Zeit versichert – etwa wenn Workshops außerhalb der Schule (z.B. an Grundschulen der Umgebung) angeboten oder im Rahmen der Aus- und Fortbildung besucht werden (Teilnahme an Tagungen, am Medienkompetenztag usw.)?

Unterrichtsbefreiungen: Unter welchen Voraussetzungen dürfen Medienscouts zugunsten ihrer Arbeit dem Unterricht fern bleiben? Gelten diese Regelungen auch in Prüfungsphasen und gleichermaßen für alle Klassenstufen? Inwiefern ist der verpasste Unterricht nachzuholen?



Zentral für die meisten Medienscouts ist der **Umgang mit Materialien**. An dieser Stelle sei nochmals auf das **empfohlene Grundlagenwissen** verwiesen. Dieses sollte selbstverständlich auch im Rahmen der Medienscout-Arbeit Anwendung finden, z.B.:

- Recht am eigenen Bild: Für die Erstellung und Veröffentlichung von Informationen über die und von den Medienscouts (z. B. Fotos, Imagefilm, Tonaufnahmen), auf denen sie erkennbar sind, braucht es deren Erlaubnis – und das am besten schriftlich.
- Urheberrecht: Medienscouts arbeiten nicht nur mit Materialien Dritter und müssen dabei das Urheberrecht beachten, sondern werden mit ihren Materialien auch selbst zu Urheberinnen und Urhebern. Eigene Medienscout-Materialien entstehen allerdings meist – wenn auch nicht immer – in der Gruppe. Wie soll damit im Falle einer **Veröffentlichung** umgegangen werden? Wer wird wie namentlich genannt? Und: Dürfen die Materialien als **Open Educational Resources** veröffentlicht werden?

Um in diesen Punkten rechtssicher agieren zu können, wurde (unterstützt durch den Juristen Dr. Paul Klimpel) ein Vorschlag für eine schriftliche Vereinbarung zwischen Schulleitung, Medienscouts und Eltern formuliert. Das Dokument steht zum Download zur Verfügung und kann gern individuell angepasst werden:

[📄 Vereinbarungsvorlage](#)

Im Verlauf der gemeinsamen Arbeit sollten zudem Vereinbarungen zu den bevorzugten **Kommunikationswegen** getroffen werden – zwischen Schulleitung und Medienscouts sowie team-intern:

- Wie ist hinsichtlich schulinterner Absprachen zu verfahren (z. B. Anfragen zu Unterrichtsbefreiungen, Festlegen von schulinternen/-externen Workshop-Terminen, Investitionen in Medientechnik und Workshop-Materialien)? Wer sind die jeweiligen Ansprechpersonen? Wie kurzfristig dürfen Anfragen gestellt werden? Gibt es öffentliche Terminkalender? usw.
- Steht den Medienscouts seitens der Schule ein geschützter digitaler Raum für terminliche Absprachen, für Diskussionen und die **gemeinsame Arbeit an Materialien** zur Verfügung? Welche Formen des medialen Austauschs innerhalb der Medienscout-Gruppe sind datenschutzrechtlich unbedenklich (z. B. geteilte Kalender, Cloud-Nutzung, team-interne Kommunikation via Messenger)?
- Was ist bei der **Kommunikation »nach außen«** zu beachten (z. B. beim Verfassen und Veröffentlichenden von Pressemitteilungen, bei Einladungen an Eltern, bei der Darstellung der Medienscout-Arbeit auf einer eigenen Website und über Social Media)?

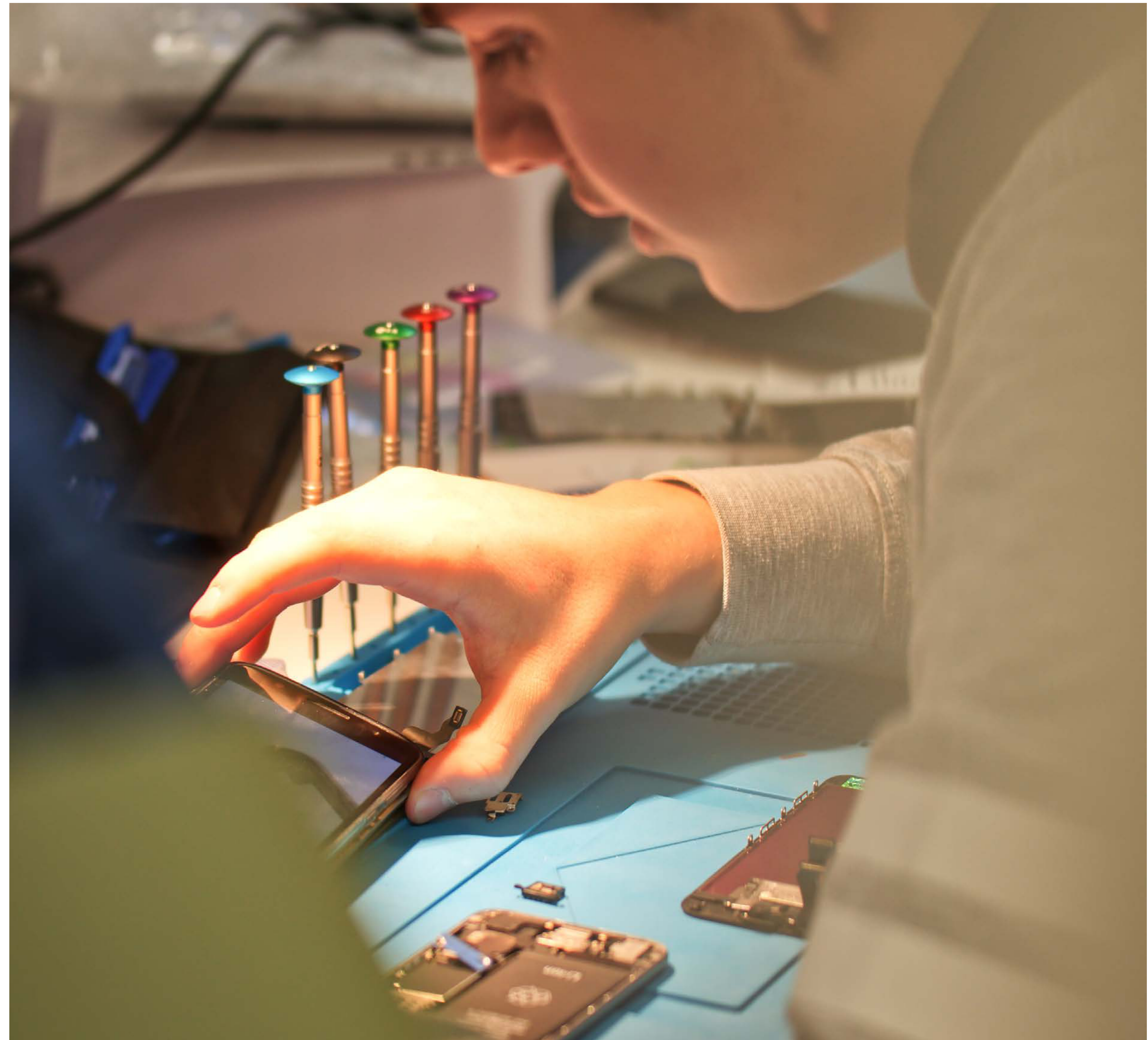
Vereinbarungen sollten idealerweise gemeinsam getroffen und deren Hintergründe transparent gemacht werden. Es empfiehlt sich zudem, regelmäßig (z. B. zu Schuljahresbeginn) zu prüfen, ob sich bestehende Vereinbarungen bewährt haben oder modifiziert werden sollten.

Klärungsbedarf ergibt sich zudem aus der spezifischen Anlage der Mediencout-Arbeit als **Peer-to-Peer-Projekt**: Damit die Arbeit mit anderen Kindern und Jugendlichen in gewünschter Weise offen, vertraulich und auf Augenhöhe gestaltet werden kann, braucht es in bestimmten Phasen schließlich die Abwesenheit Erwachsener.

- **Aufsichtspflicht:** Dürfen Workshops auch ohne anwesende Lehrkräfte durchgeführt werden? Gilt dies für alle Mediencout-Angebote (also z. B. auch für Workshops mit jüngeren Kindern)?
- **Schweige- vs. Meldepflicht:** Inwieweit ist das, was im Rahmen von Workshops und Sprechstunden an Mediencouts herangetragen wird, vertraulich zu behandeln? Was ist bei der Konfrontation mit kinder- und jugendschutzrelevanten Informationen zu beachten (z. B. wenn Ratsuchende über sexuelle Übergriffe im Netz berichten)? Ab wann ist welche Ansprechperson auf welche Weise in die Beratung einzubeziehen?

Um die Eigenständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Mediencouts zu stärken – aber auch als Vertrauensbeweis und Akt der Anerkennung (!) – sollte die Schulleitung über **besondere Rechte für Mediencouts** beraten, zum Beispiel:

- Erhalten Mediencouts einen Schlüssel für häufig genutzte Räume? Was umfasst ggf. eine erweiterte Aufenthaltserlaubnis im Schulhaus?
- Haben **technisch versierte Mediencouts** alle erforderlichen Zugangsdaten und Berechtigungen, um administrativ tätig sein zu können (z. B. Server- und Website-Verwaltung, Wartung von Soft- und Hardware)? Wurden hierzu alle notwendigen rechtlichen Vereinbarungen getroffen?



Nachhaltigkeit & Chancengleichheit: Mediencouts setzen alte Technik instand, um Mitschüler_innen ohne digitale Endgeräte zu unterstützen. Foto: [CC-BY 4.0](#) MedienScouts Neumünster-Brachenfeld (Schülerfirma Repair&Care)

**Herausgeber:**

Landesamt für Schule und Bildung

Referat 33 | Medienbildung und Digitalisierung

Annaberger Straße 119

09120 Chemnitz

Telefon: +49 371 5366-0

E-Mail: poststelle@lasub.smk.sachsen.de

www.lasub.smk.sachsen.de

Redaktion:

Claudia Kuttner

Angela Potowski

Gestaltung und Satz:

Eisenhauer – Bürokultur / Leipzig

Titelbild:

Stawowy

Redaktionsschluss:

30. September 2020

Bezug:

Dieser Artikel ist ausschließlich elektronisch als PDF verfügbar.



Der Leitfaden ist urheberrechtlich geschützt, steht jedoch unter der Lizenz *Creative Commons Namensnennung 4.0 International* (CC-BY 4.0).

Damit kann der Leitfaden unter Angabe der Urheberin beliebig vervielfältigt, verbreitet, bearbeitet und öffentlich wiedergegeben werden. Der

ausführliche Lizenztext findet sich hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Als Namensnennung ist vorgesehen „Claudia Kuttner für das Landesamt für Schule und Bildung (LaSuB)“.

Grafiken und Bilder, deren Urheberschaft und Lizenzen abweichen, sind an entsprechender Stelle gekennzeichnet.