

Die JIM-Studie 2009

Mediennutzungsverhalten heutiger Jugendlicher

21.09.2009

**Fachtagung „Impulse zur Medienkompetenz“, Frankfurt a.M.
Deutscher Caritasverband e.V.**



Albrecht Kutteroff (LFK)

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)
Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK)

Überblick

Lizenzierung privater Hörfunk- und Fernsehveranstalter

Aufsicht und Kontrolle

- Programmbeobachtung Hörfunk und Fernsehen
Werbung, Jugendschutz und Einhaltung von Programmgrundsätzen
- Reichweitenuntersuchungen und Medienforschung
- Jugendschutz, auch für Internet

Medienpädagogik, Aus- und Fortbildung

- Rahmenbedingungen und Leitlinien
- Kooperationspartner und Projekte (Struktur)
- Beispielhafte Einzelprojekte und Kooperationen

Rahmenbedingungen für eine effektive und nachhaltige Arbeit

Die Vermittlung von Medienkompetenz als Koordinations- und Marketingproblem

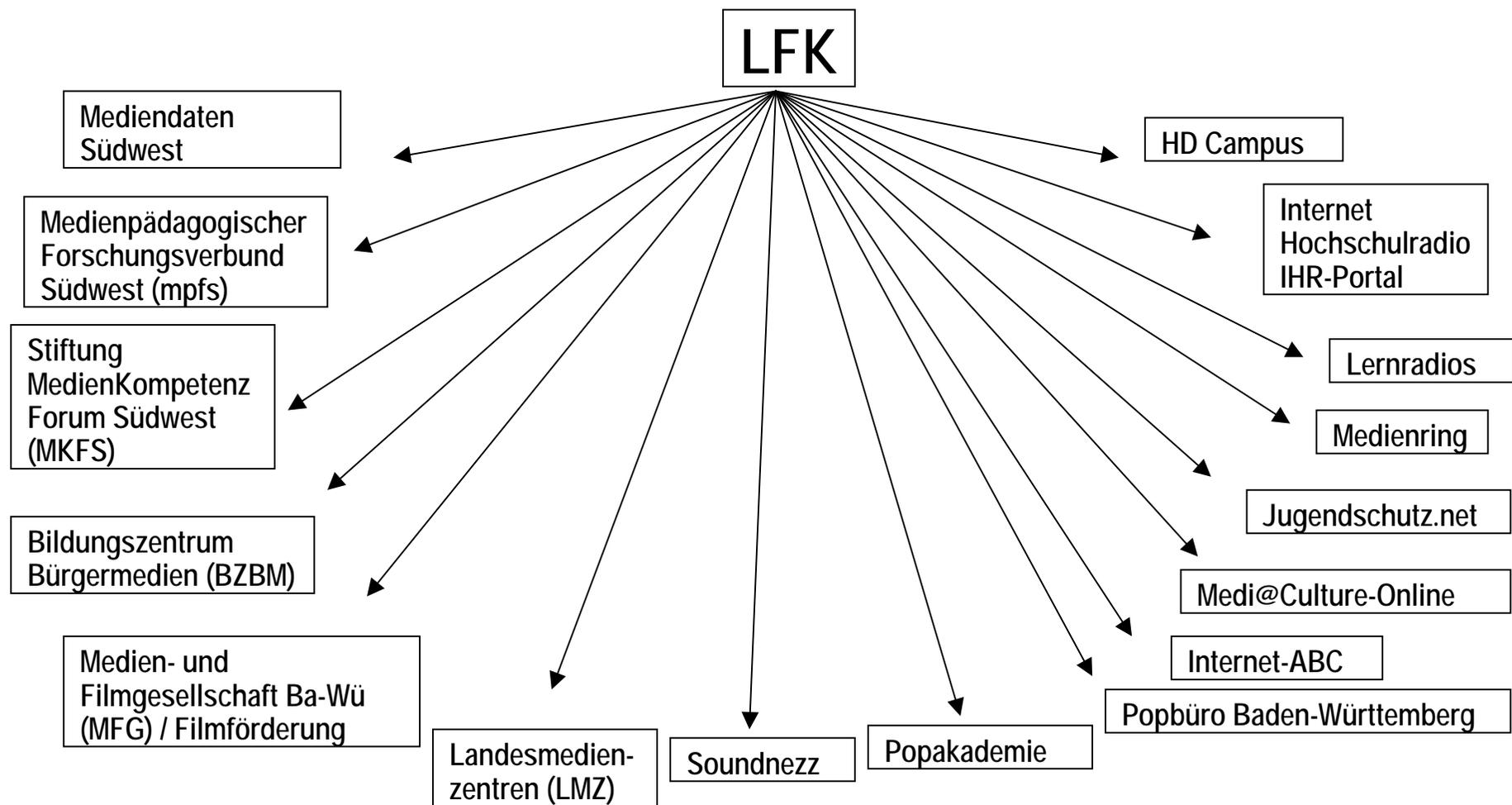
Rahmenbedingungen

- **Kooperation verschiedener Partner**
sowohl im institutionellem Rahmen als auch bei der
Umsetzung von Projekten
- **Verzicht auf institutionelle Eitelkeiten**
- **Nutzung verschiedener Distributionswege**
- **Investition in Marketingmaßnahmen**
- **„Nachhaltigkeit“ erfordert einen langen Atem**

Leitlinien

- **In einer digitalen Kommunikationsgesellschaft ist der kompetente Umgang mit Kommunikation zentrale Bildungsanforderung für diese Gesellschaft.**
- **Medienkompetenz ist wesentlicher Bestandteil der kommunikativen Kompetenz.**
- **„Marktkompetenz“ (Verbraucherschutz und Arbeitswelt) sollte als Teil der Medienkompetenz erkannt werden.**
- **Jugendschutz bedarf der Ergänzung durch Medienkompetenz.**
- **Jeder „Anschluss“ an das Mediensystem vermittelt Medienkompetenz soweit er reflektiert/betreut geschieht.**

Kooperationspartner und Kooperationsplattformen



medienportal
südwest 

www.medienportal.de



**Medienpädagogischer
Forschungsverbund Südwest**

Daten und Analysen von Heute
für Morgen

www.mpfs.de



**Mediendaten
Südwest**

Aktuelle Basisdaten zu TV,
Hörfunk, Print, Film und Internet

www.mediendaten.de



**MedienKompetenz Forum
Südwest**

Heute für Morgen lernen

www.mkfs.de

INFOPOOL
medienkompetenzsüdwest

**Infopool Medienkompetenz
Südwest**

Institutionen und Projekte im
Südwesten

www.infopool-medienkompetenz.de

Kooperationspartner: LFK • LMK • MFG • Ipb • SWR

[Newsletter](#) • [Impressum](#)



The screenshot shows the mpfs website homepage. At the top, there is a navigation menu with links to SiteMap, Home, Impressum / Kontakt, Über uns, Links, and Presse. Below this is a secondary menu with buttons for JIM-Studie, KIM-Studie, Materialien, Termine, and Bestellungen. A search bar is located on the left. The main content area features a date stamp for Thursday, February 12, 2009, and a breadcrumb trail: Sie sind hier: mpfs >> home. The first article is titled 'KIM-Studie 2008 veröffentlicht' and discusses the role of television for children. The second article is 'mpfs und handysektor auf der didacta 2009'. The third is 'Stuttgarter Tage der Medienpädagogik 2009'. The fourth is 'Tagung "Jugend heute"'. The fifth is 'Literaturdatenbank Medienforschung'. On the left sidebar, there is a section for 'Aktuell' featuring 'INFOPOOL medienkompetenzsüdwest' and a list of 'Ein Angebot von:' including LFK, LMK, handysektor, internet abc, and MEDIEN DATEN SÜDWEST.

Träger:



in Kooperation mit der
SWR Medienforschung

Bsp.:

JIM-Studie

Kooperationspartner:

- SWR Medienforschung
- Stiftung Lesen
- Landeszentrale für politische Bildung BW
- Landeszentrale für politische Bildung RP
- BpB
- Zeitungs Marketing Gesellschaft

KIM-Studie

InfoSet

10 Fragen 10 Antworten

Die Langzeitstudien „JIM“ und „KIM“

- Gesamtkonzeption

Ausgangssituation 1998:

- kaum Datenmaterial vorhanden
- Medienkompetenz zeichnet sich zunehmend als wichtiges Thema ab (Bildungsbereich, Jugendarbeit, Politik, „Schulen ans Netz“ etc.)
- Entwicklung der Langzeitstudien
 - „Jugend, Information, (Multi-)Media“ (JIM)
 - „Kinder und Medien“ (KIM)

Ziel der Studien:

- Versachlichung der öffentlichen Diskussion
- langfristig Entwicklungen im Medienbereich abbilden
- Entscheidungshilfe geben für Multiplikatoren, Politik, Medienschaffende

Studiendesign:

- Ständige Modifikation des Fragebogens bei möglichst großer Kontinuität
- Standardteil (ca. 2/3) und variabler Teil (ca. 1/3)

JIM 2009: Jugend, Information und (Multi-)Media

Grundgesamtheit:

Jugendliche von 12 bis 19 Jahren in Telefonhaushalten der BRD

Stichprobe:

Repräsentative Stichprobe, n=1.200 Personen

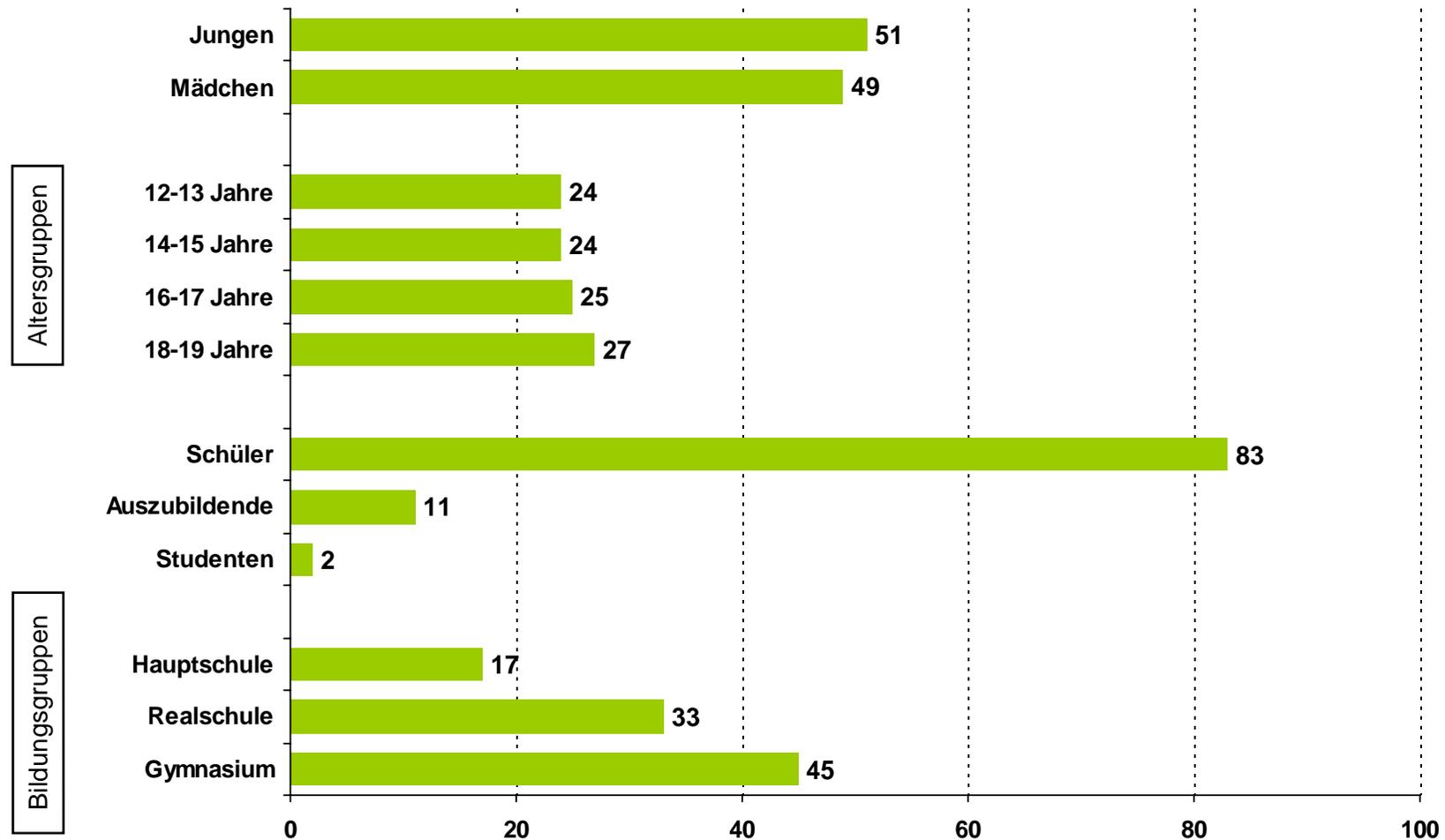
Erhebungszeitraum und –methode:

Telefonische Befragung (CATI) von Juni bis Juni 2009
(jährliche Erhebung seit 1998)

Durchführung:

ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung, Wiesbaden

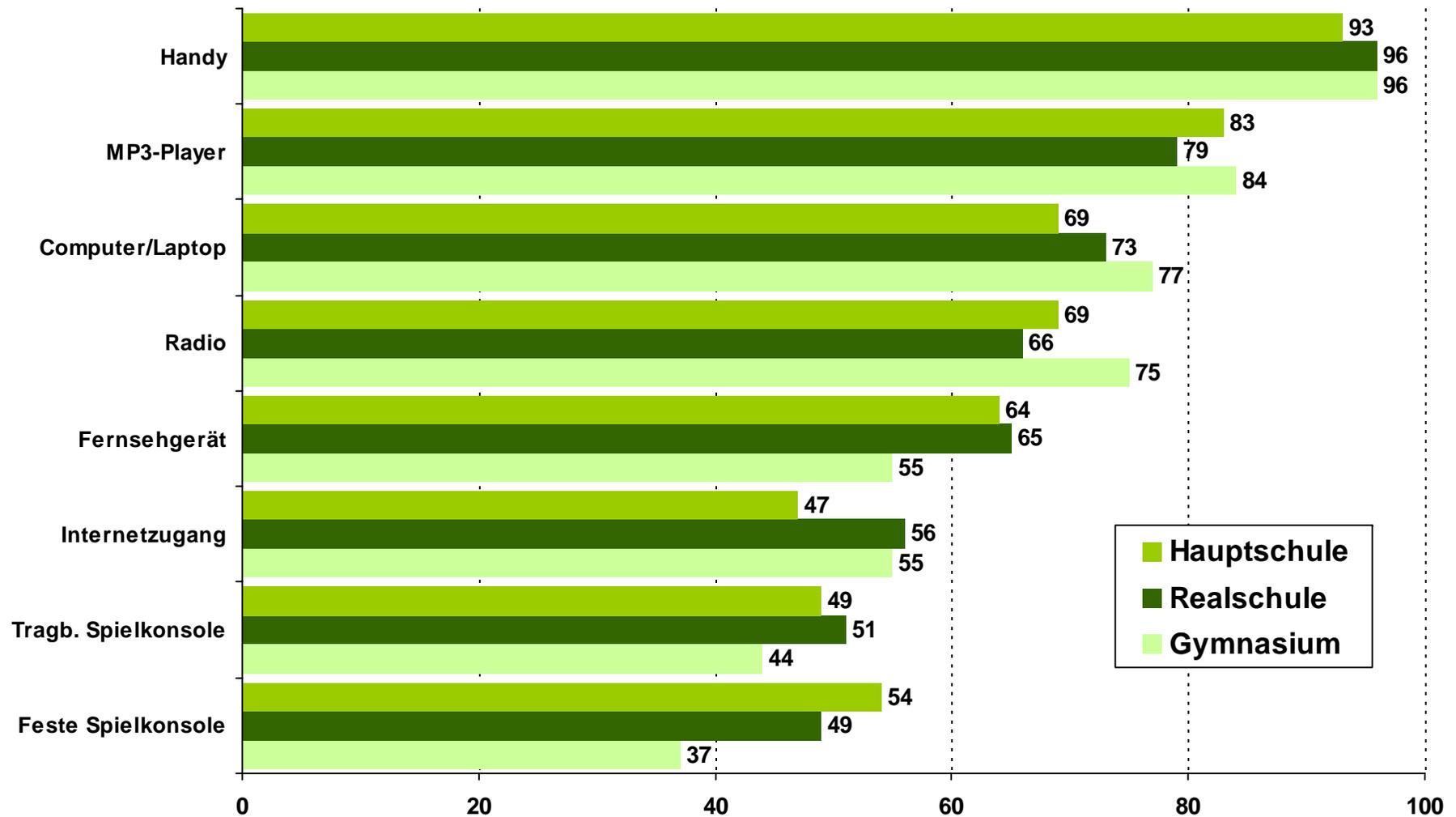
JIM 2009: Soziodemografie



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Gerätebesitz Jugendlicher 2009

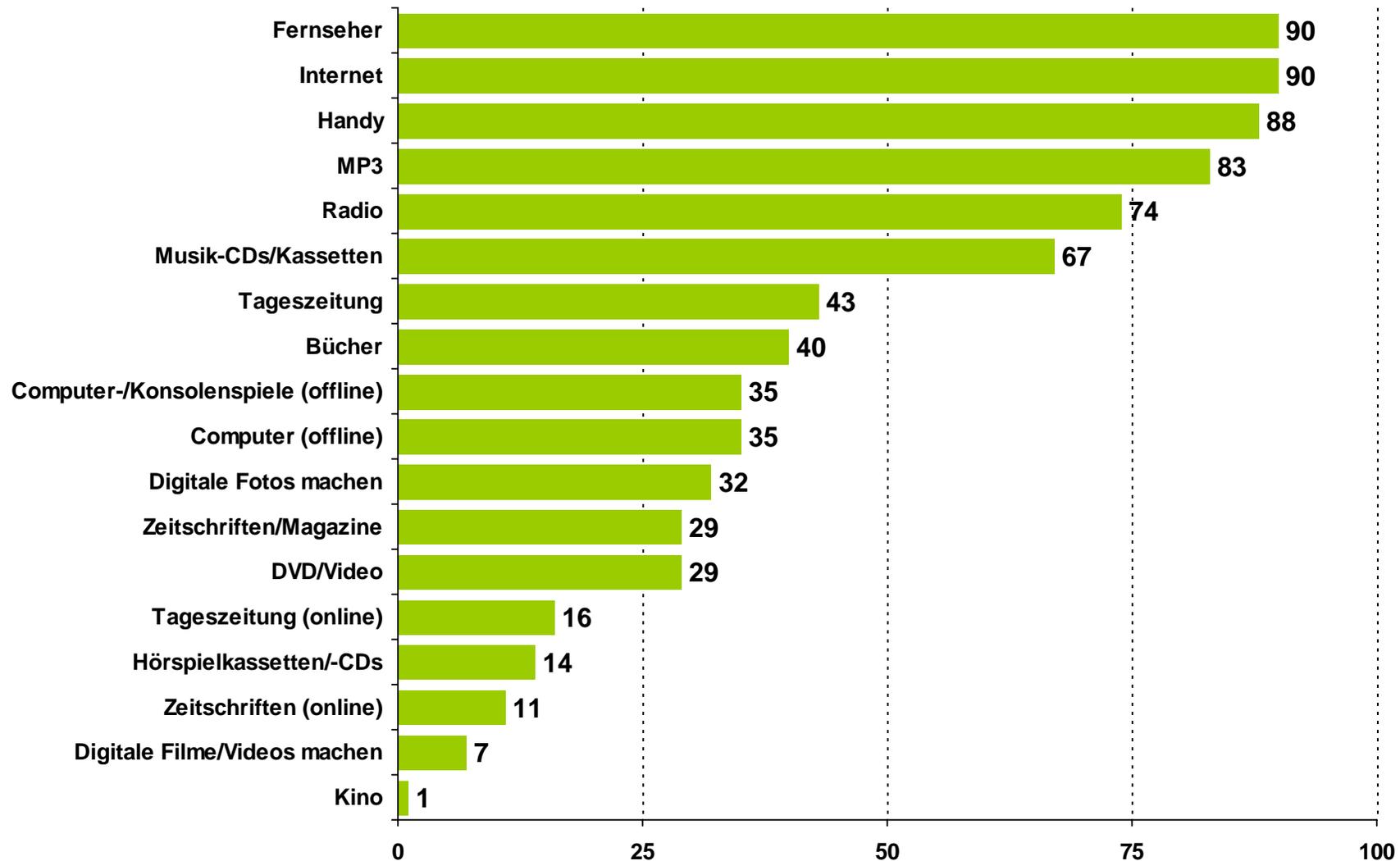


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2009

- täglich/mehrmals pro Woche -

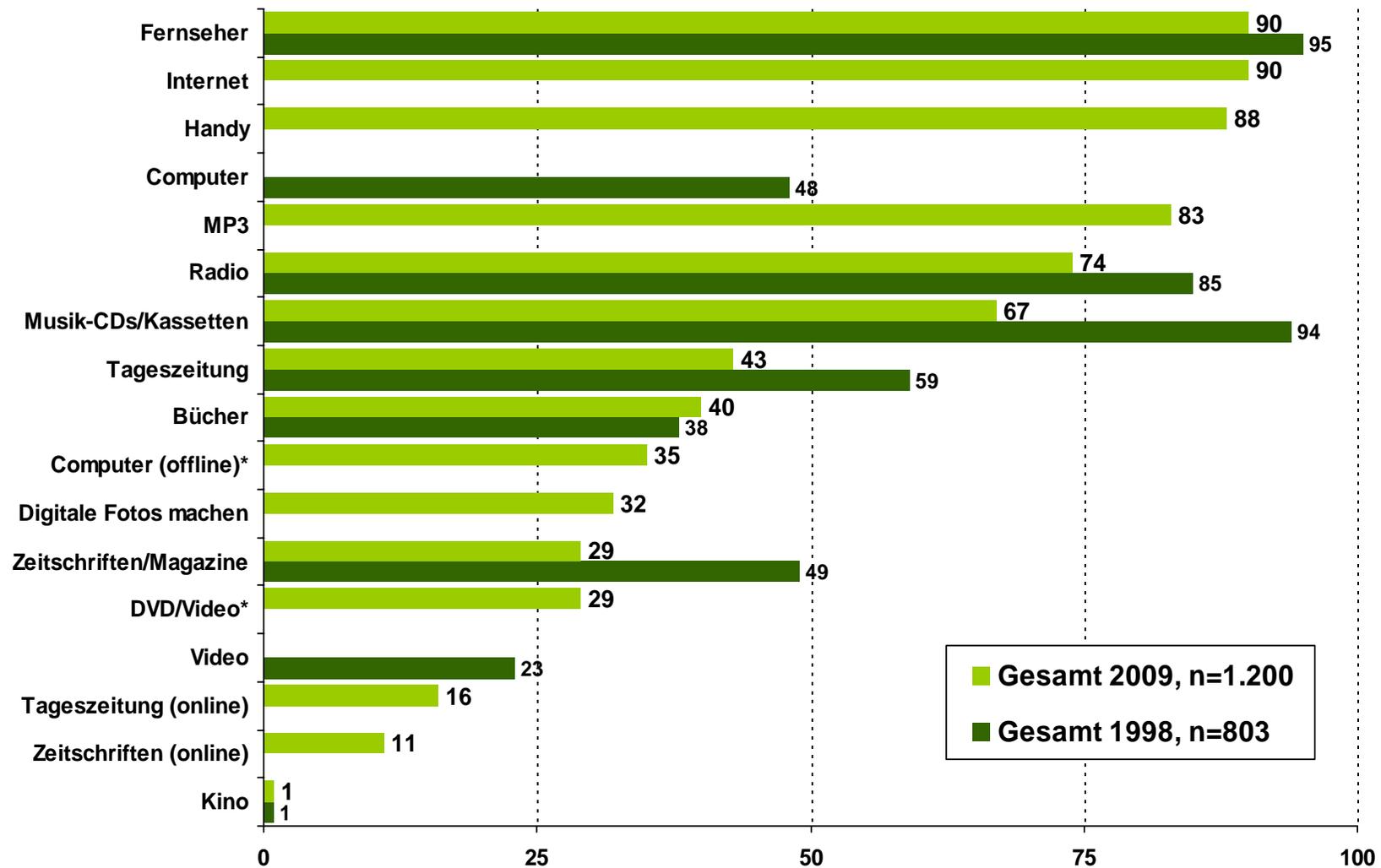


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2009/1998

- täglich/mehrmals pro Woche -



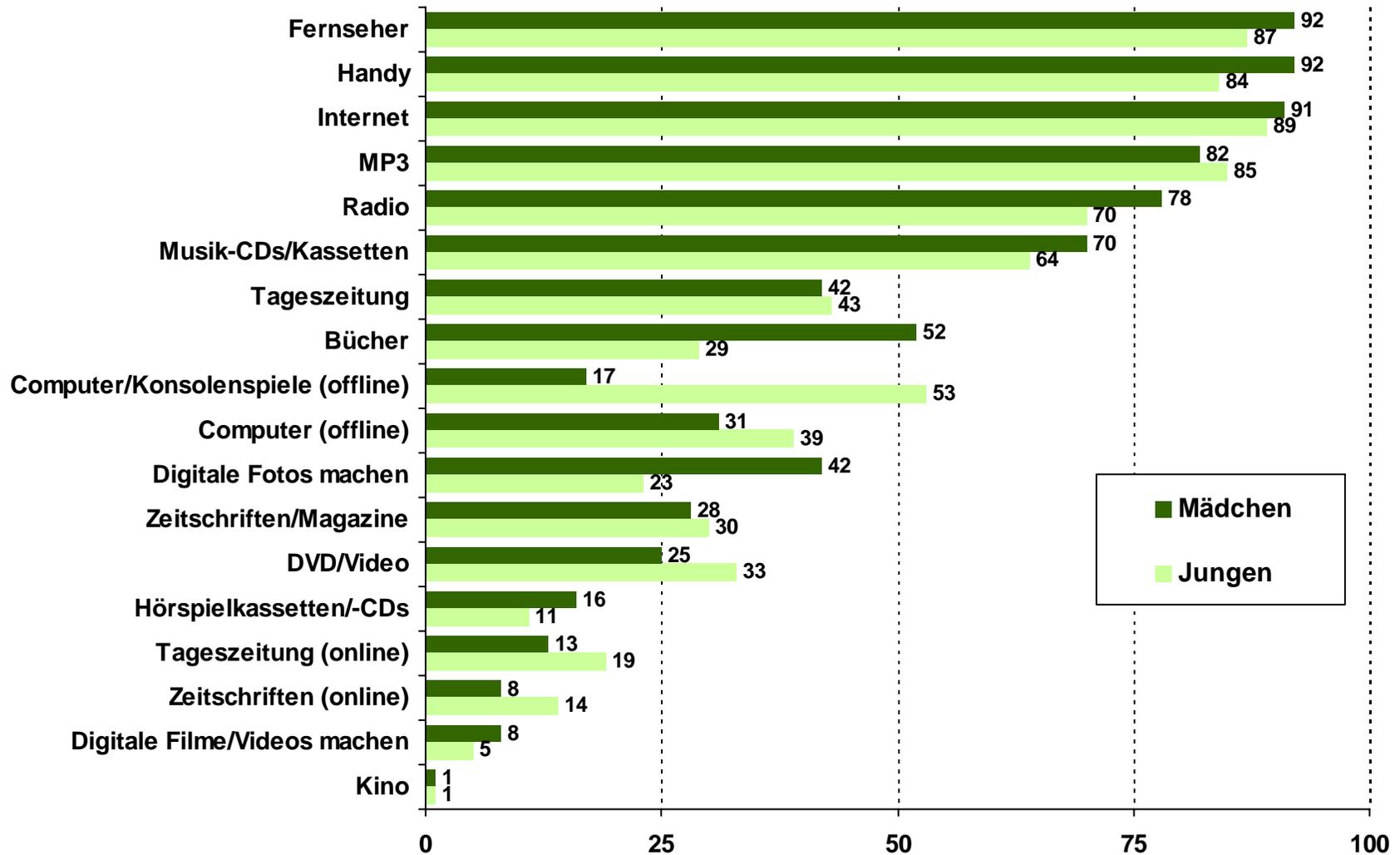
•Neue Fragestellung 2009

•Quelle: JIM 2009, JIM 1998, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2009

- täglich/mehrmals pro Woche -

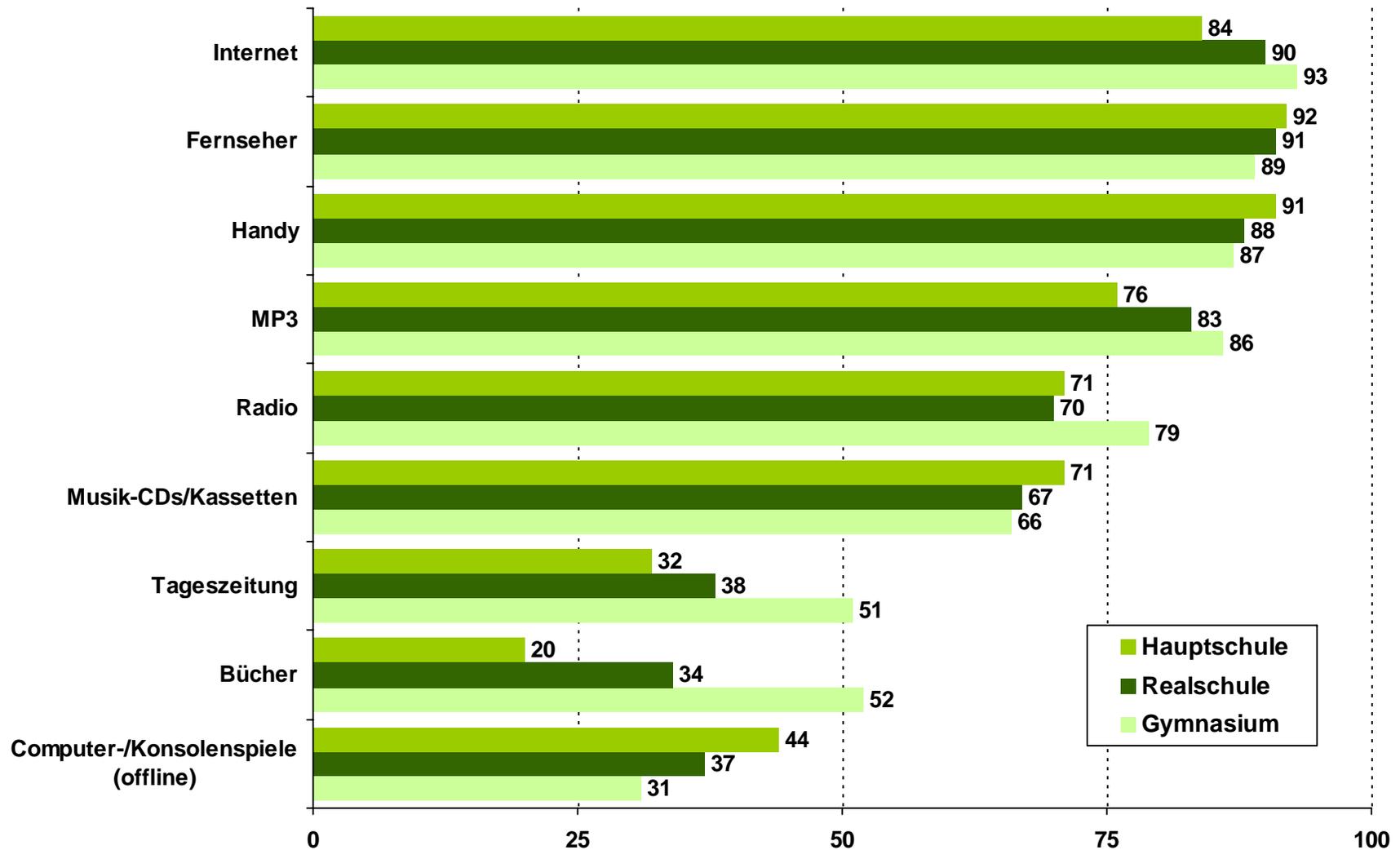


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2009 (1)

- täglich/mehrmals pro Woche -

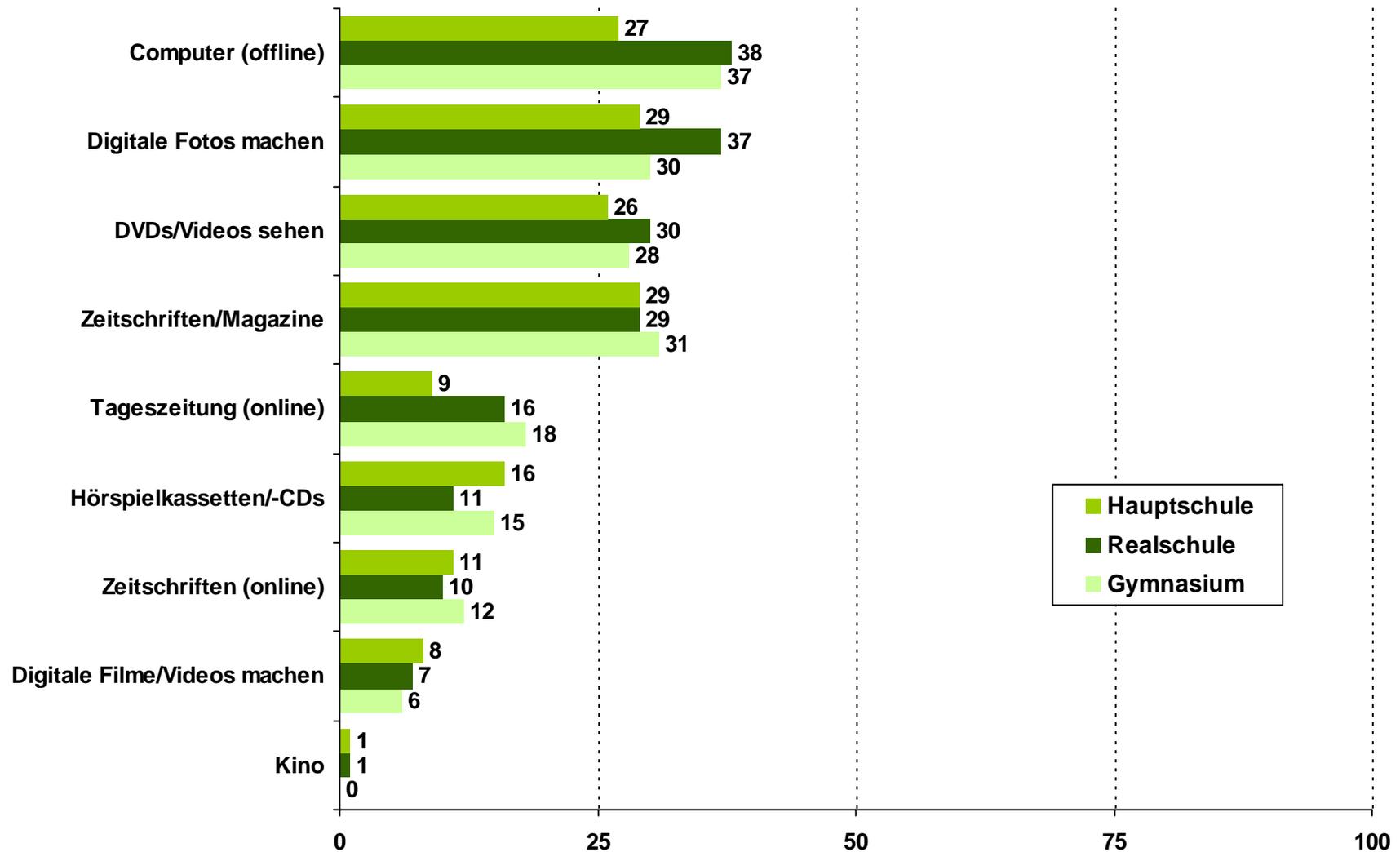


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2009 (2)

- täglich/mehrmals pro Woche -

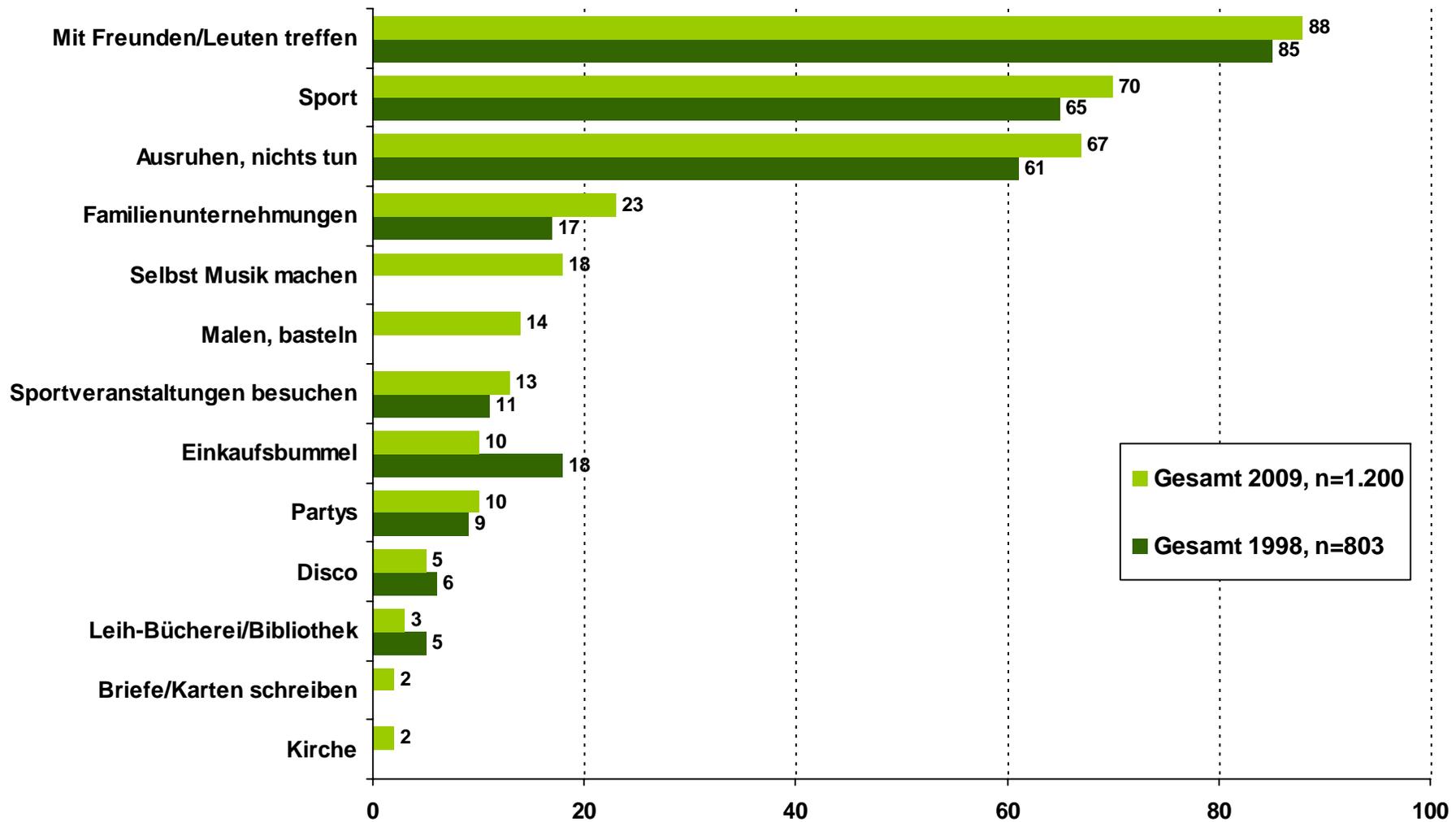


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Non-mediale Freizeitaktivitäten 2009/1998

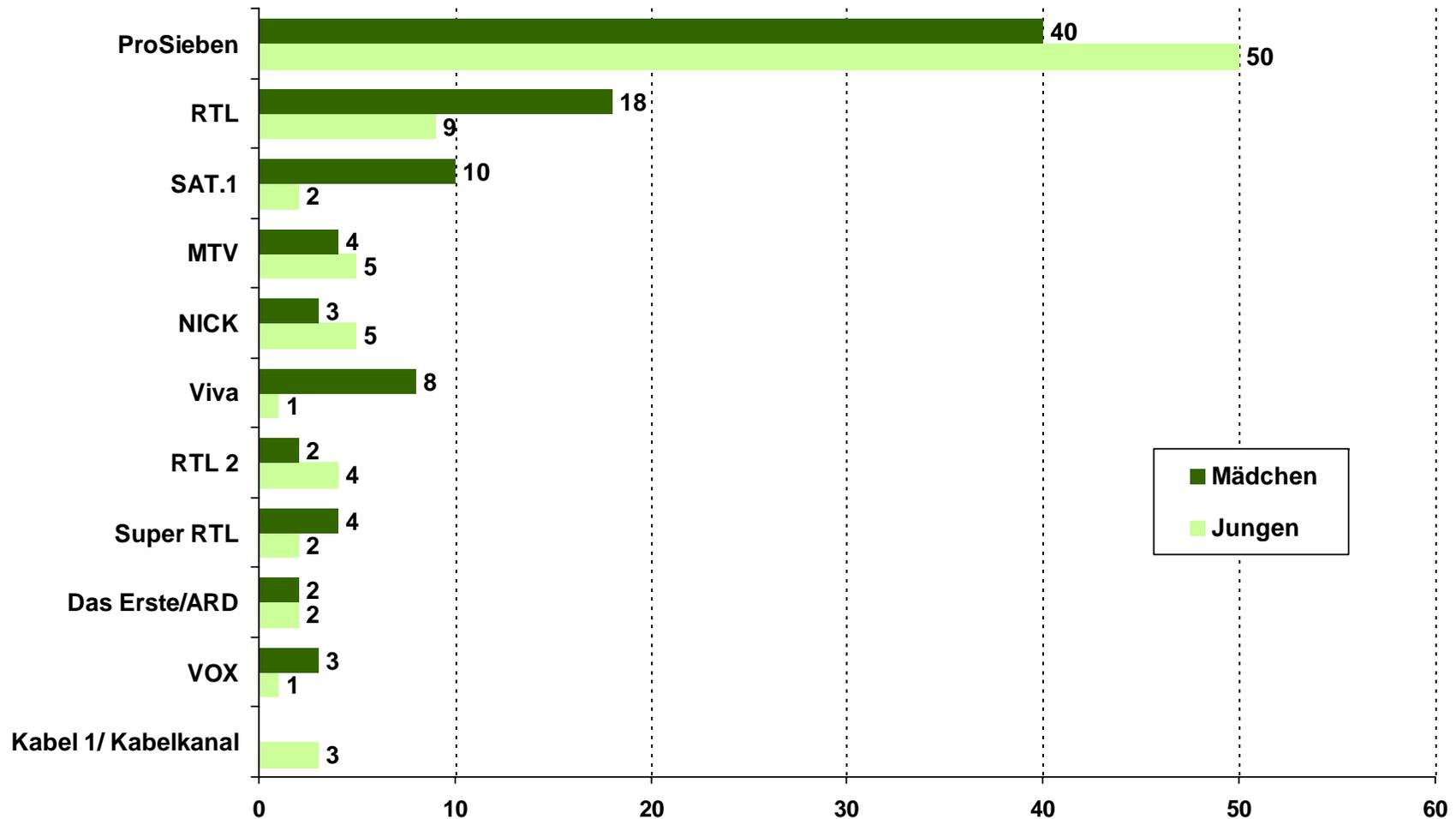
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2009, JIM 1998, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten

Liebstes Fernsehprogramm* 2009



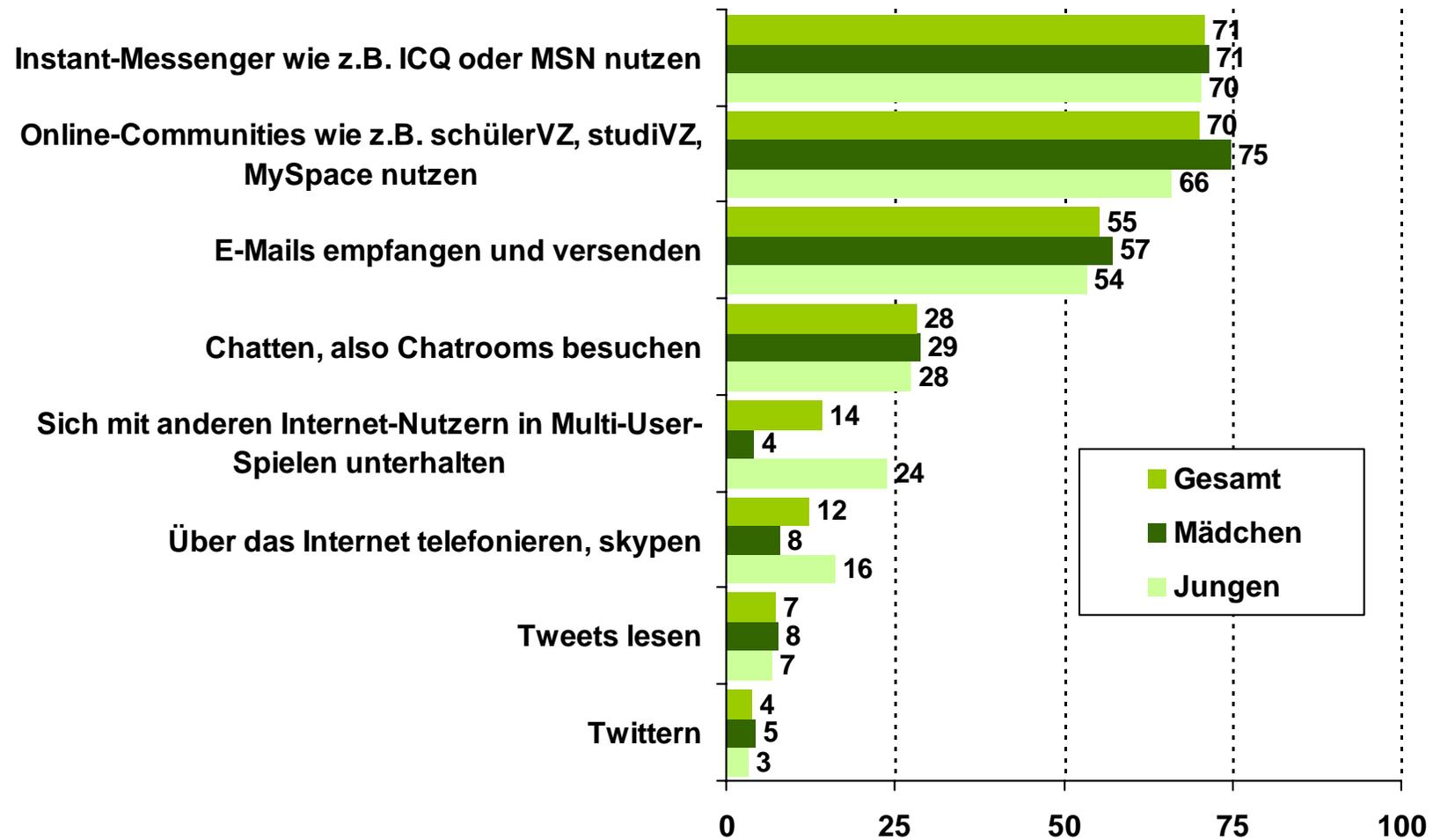
* Programme ab 2 % Nennungen (Gesamt)

Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation

- täglich/mehrmals pro Woche -

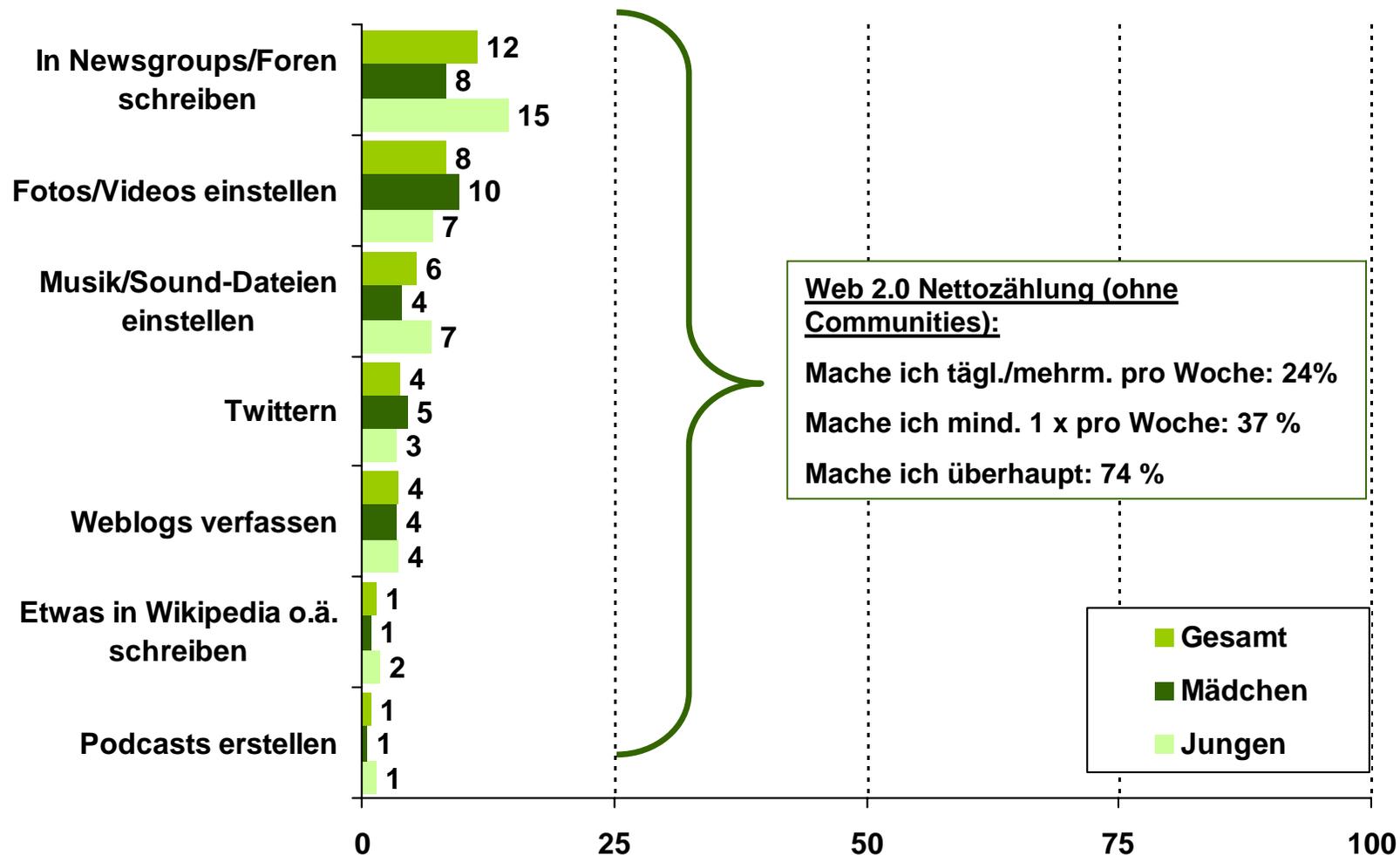


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Web 2.0

- täglich/mehrmals pro Woche -



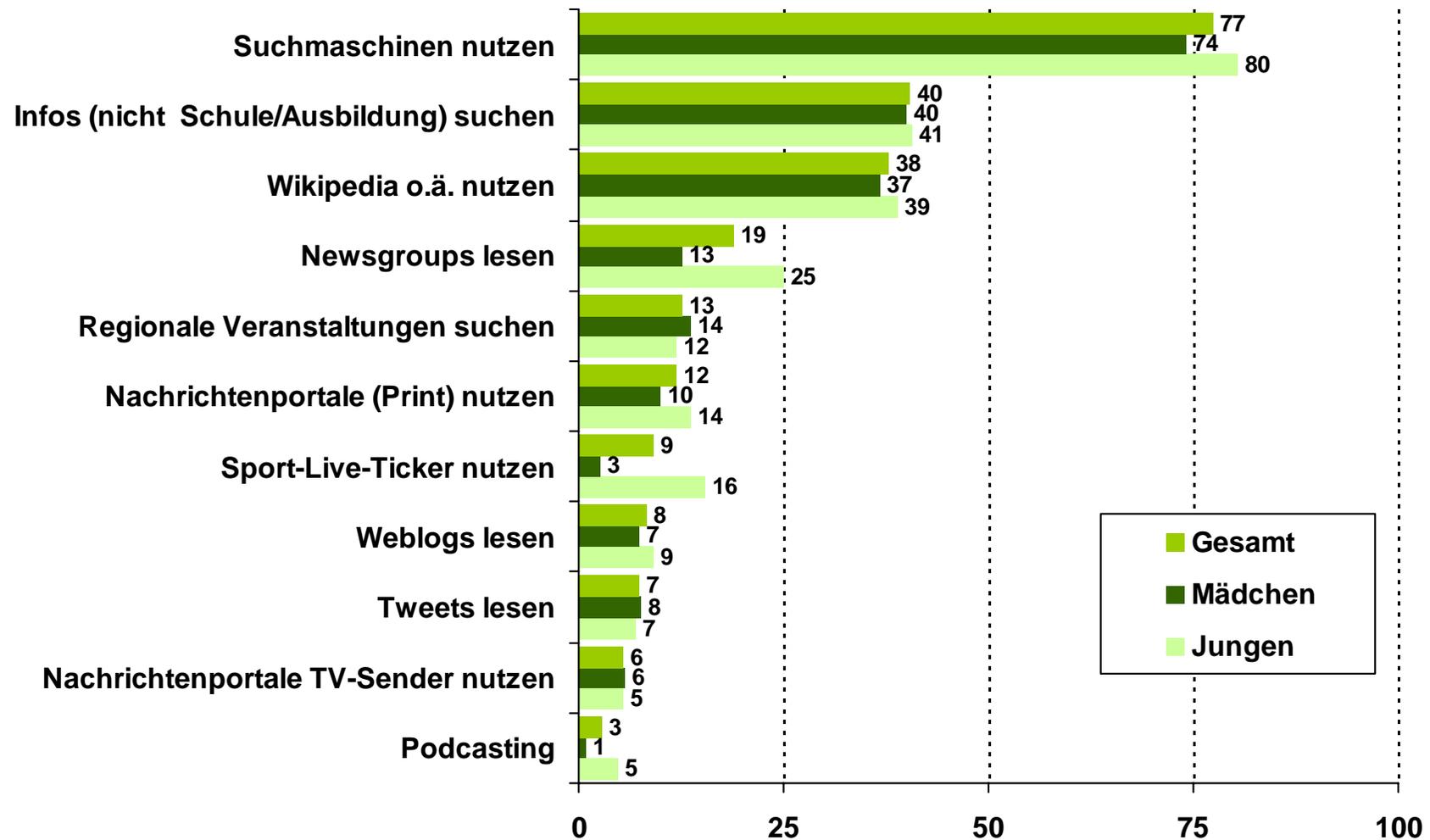
Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet/am Computer

Schwerpunkt: sich informieren

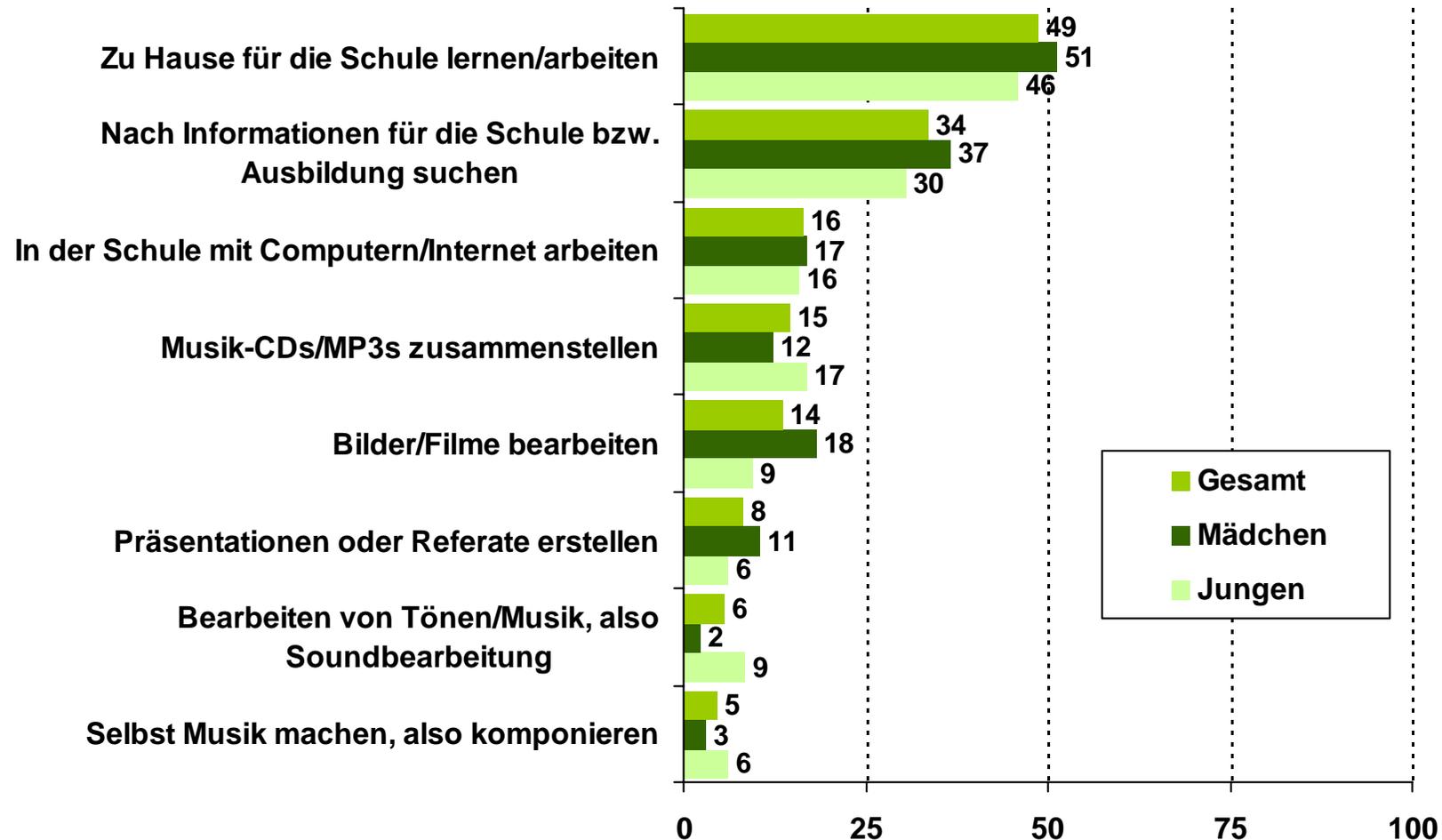
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet/am Computer Schwerpunkt: Schule/Freizeit - täglich/mehrmals pro Woche -

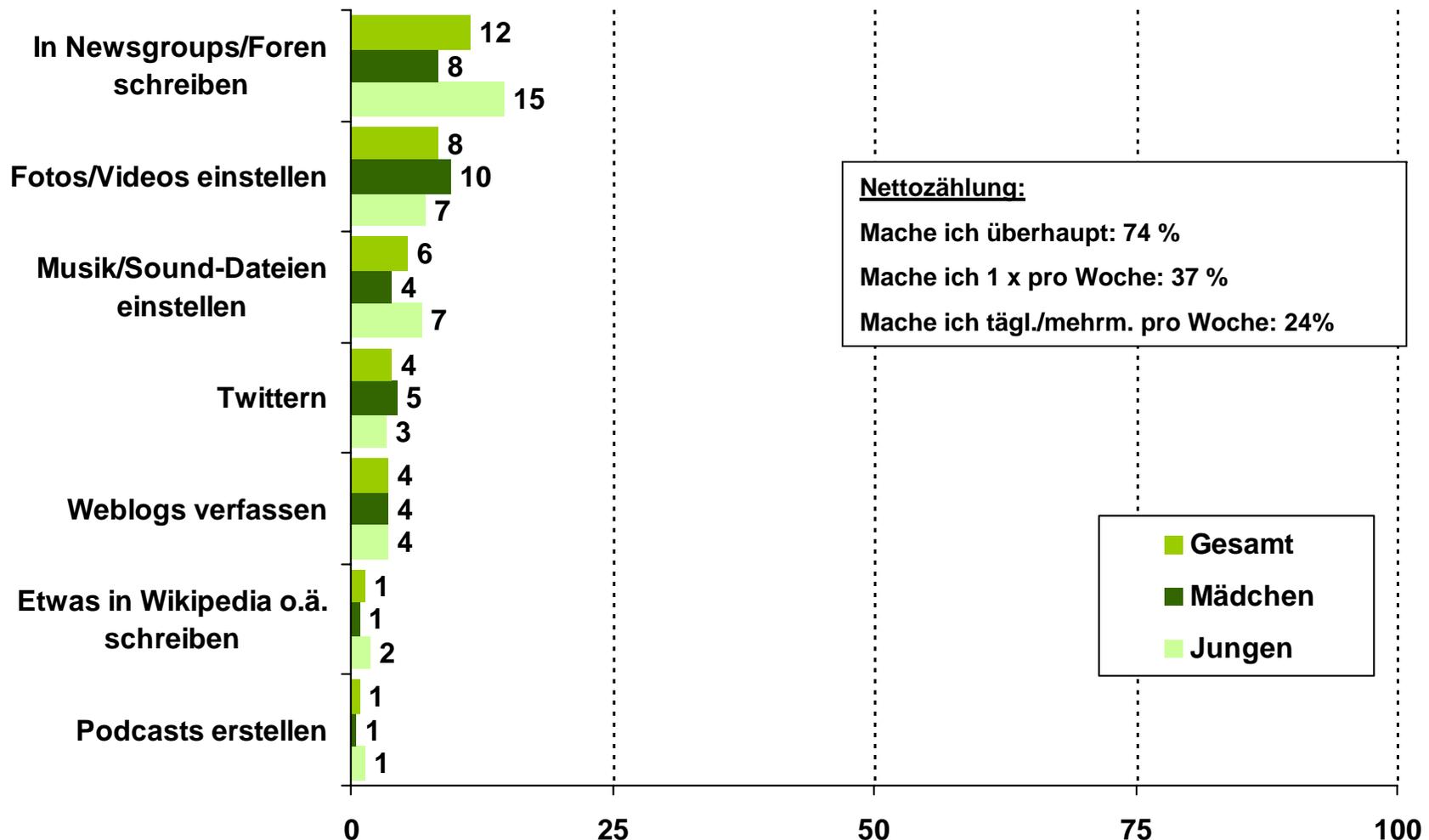


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet/am Computer: Web 2.0

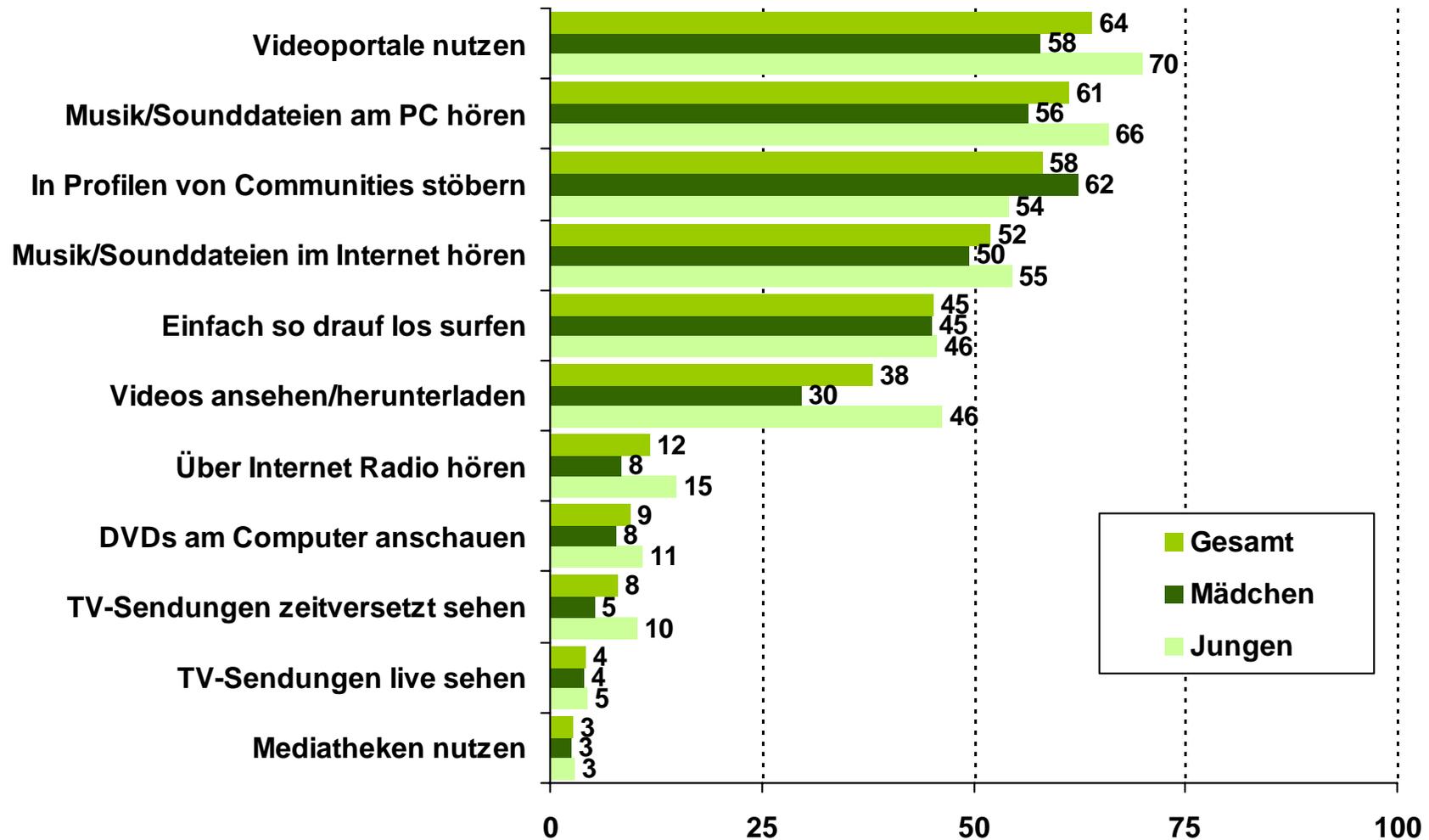
- täglich/mehrmals pro Woche / ohne Communities -



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet/am Computer Schwerpunkt: Unterhaltung - täglich/mehrmals pro Woche -

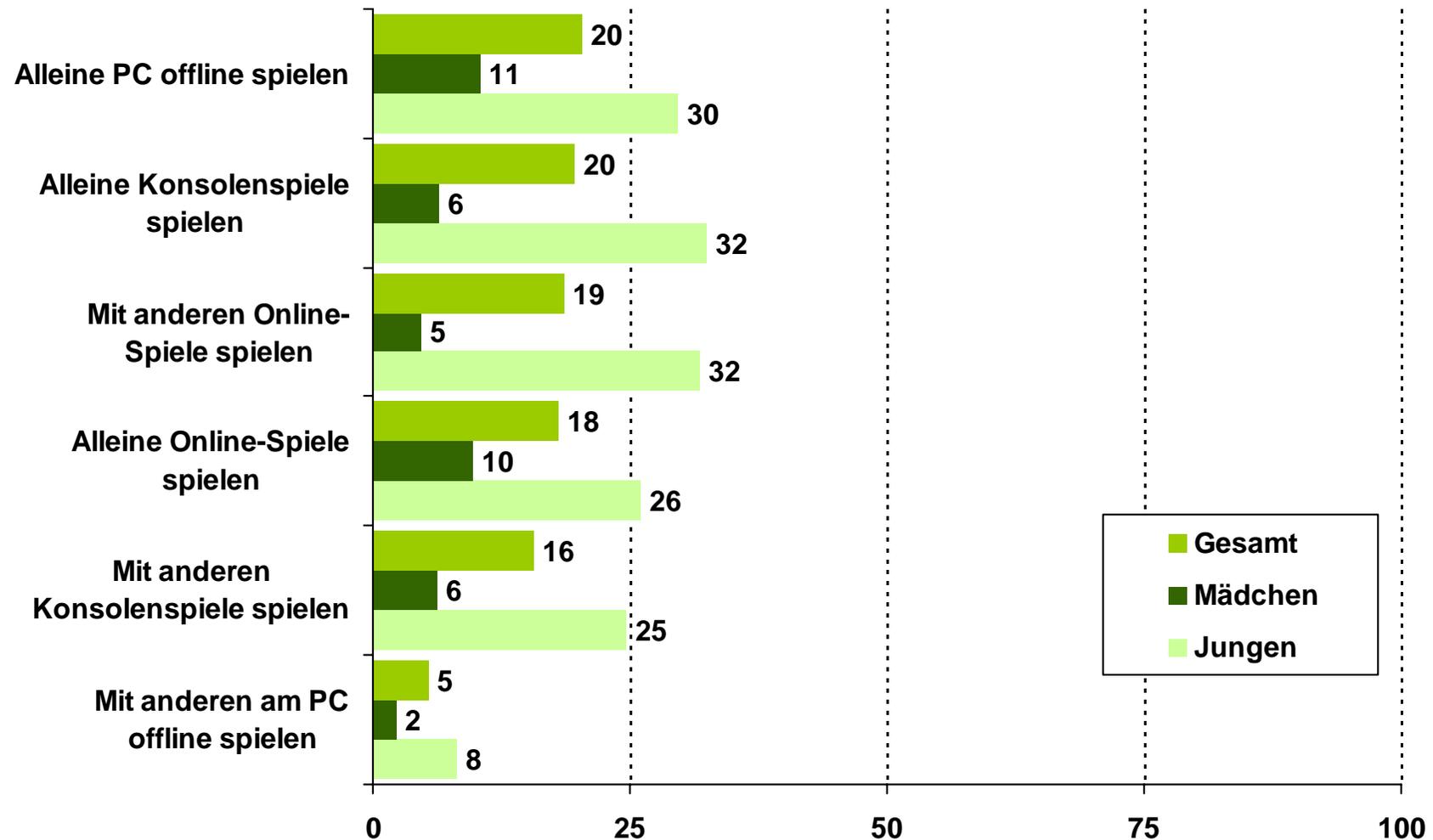


Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Spielen (Computer/Internet/Konsole)

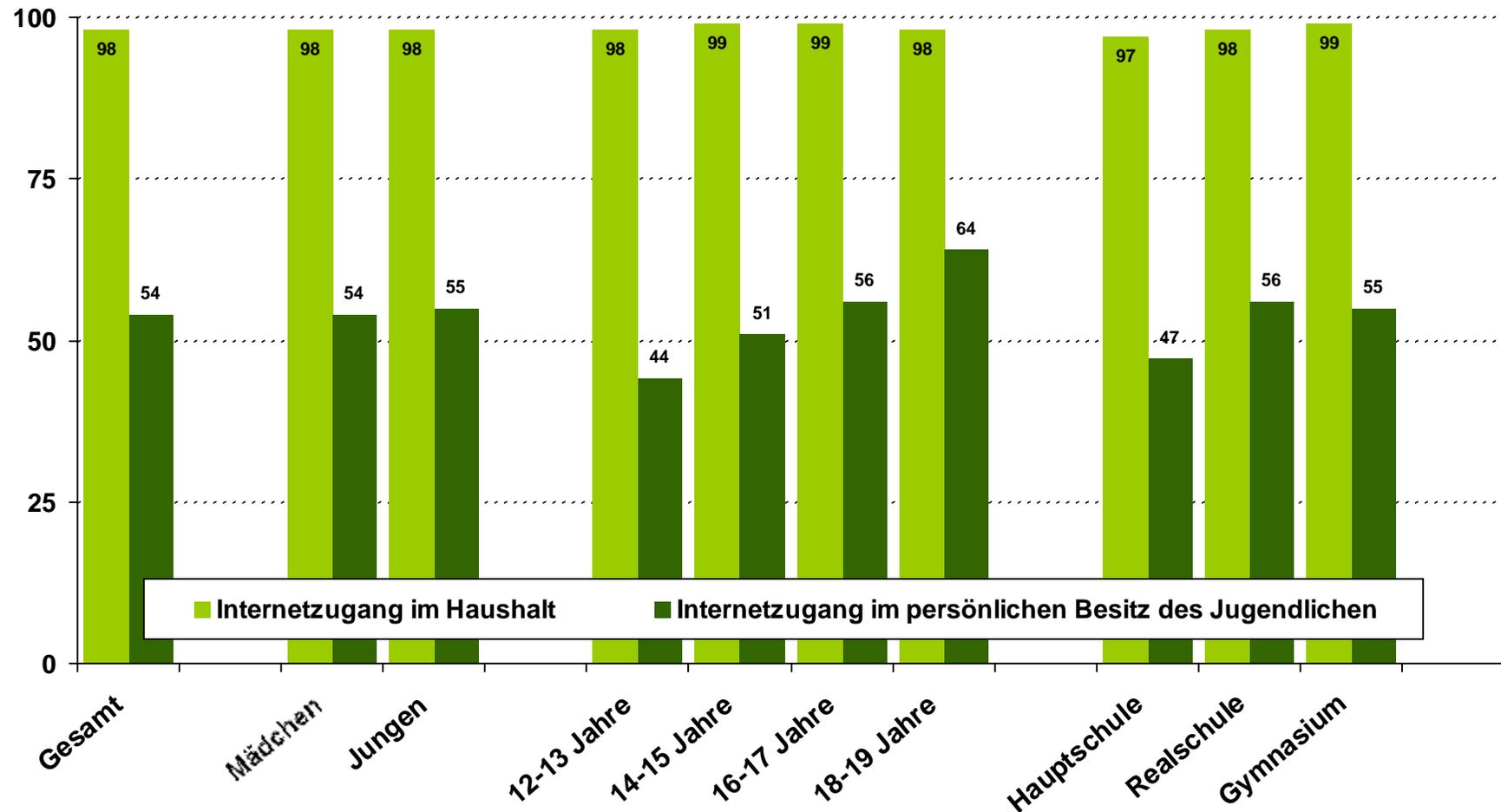
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

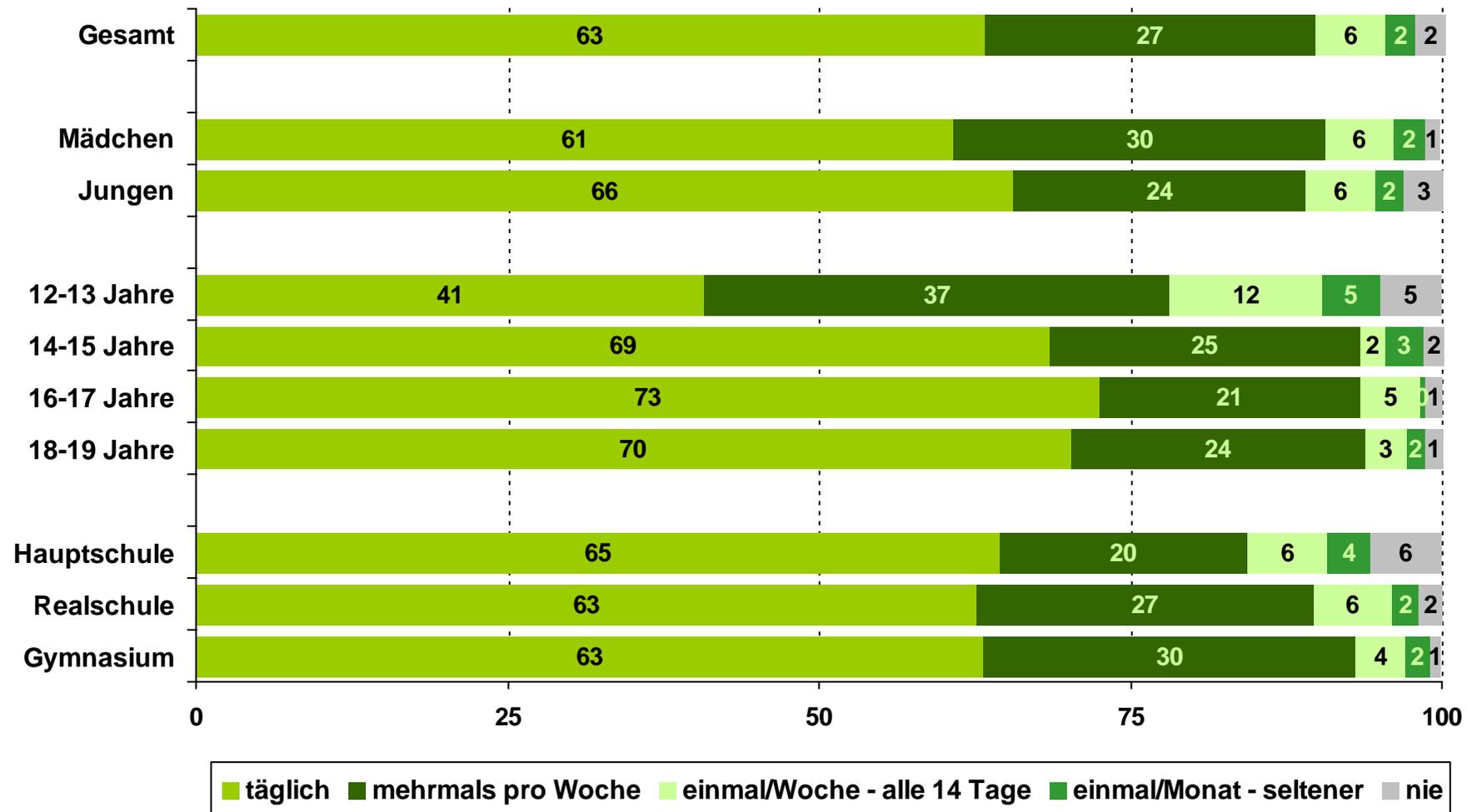
Internetzugang: HH-Ausstattung und persönlicher Besitz 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

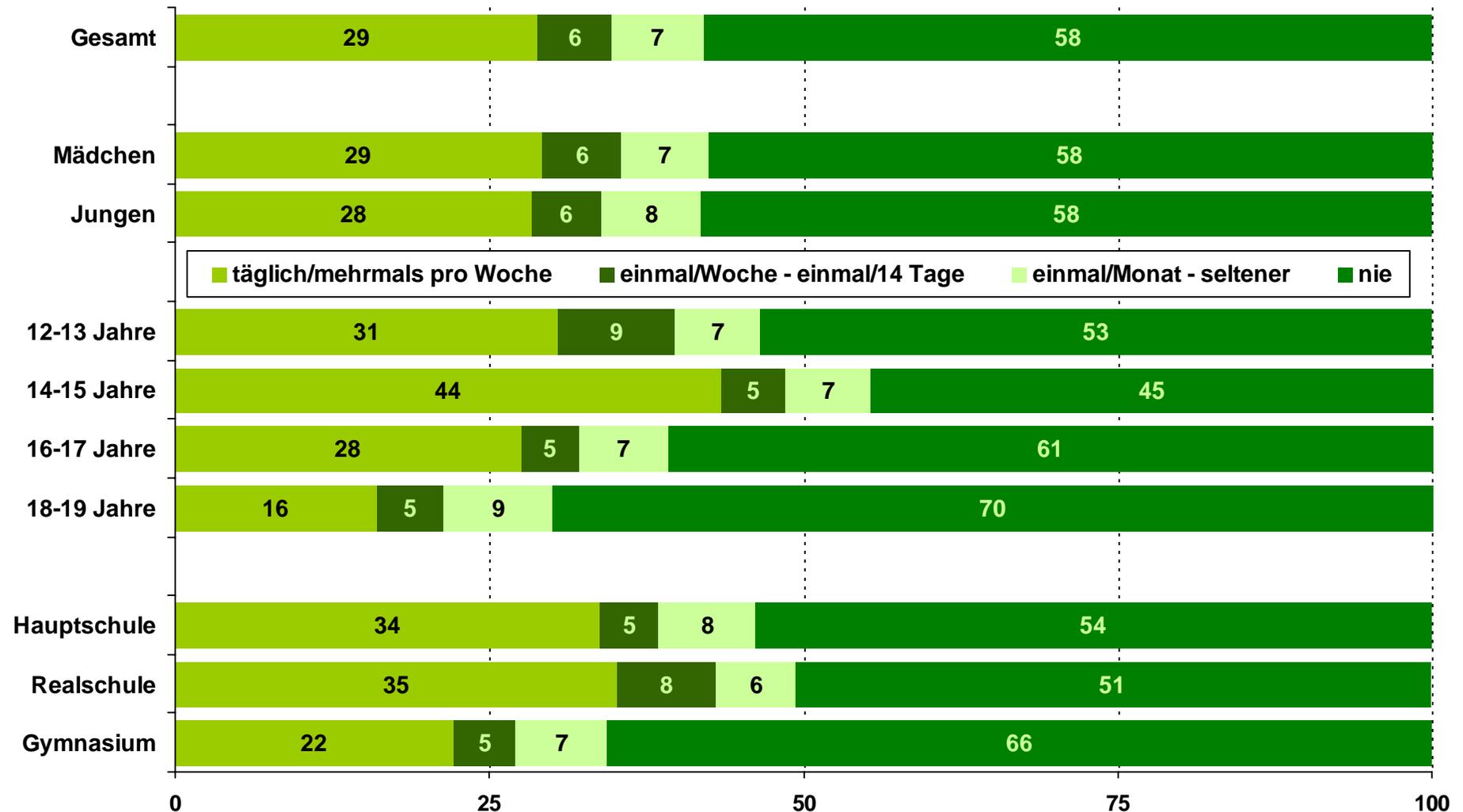
Internet: Nutzungsfrequenz 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

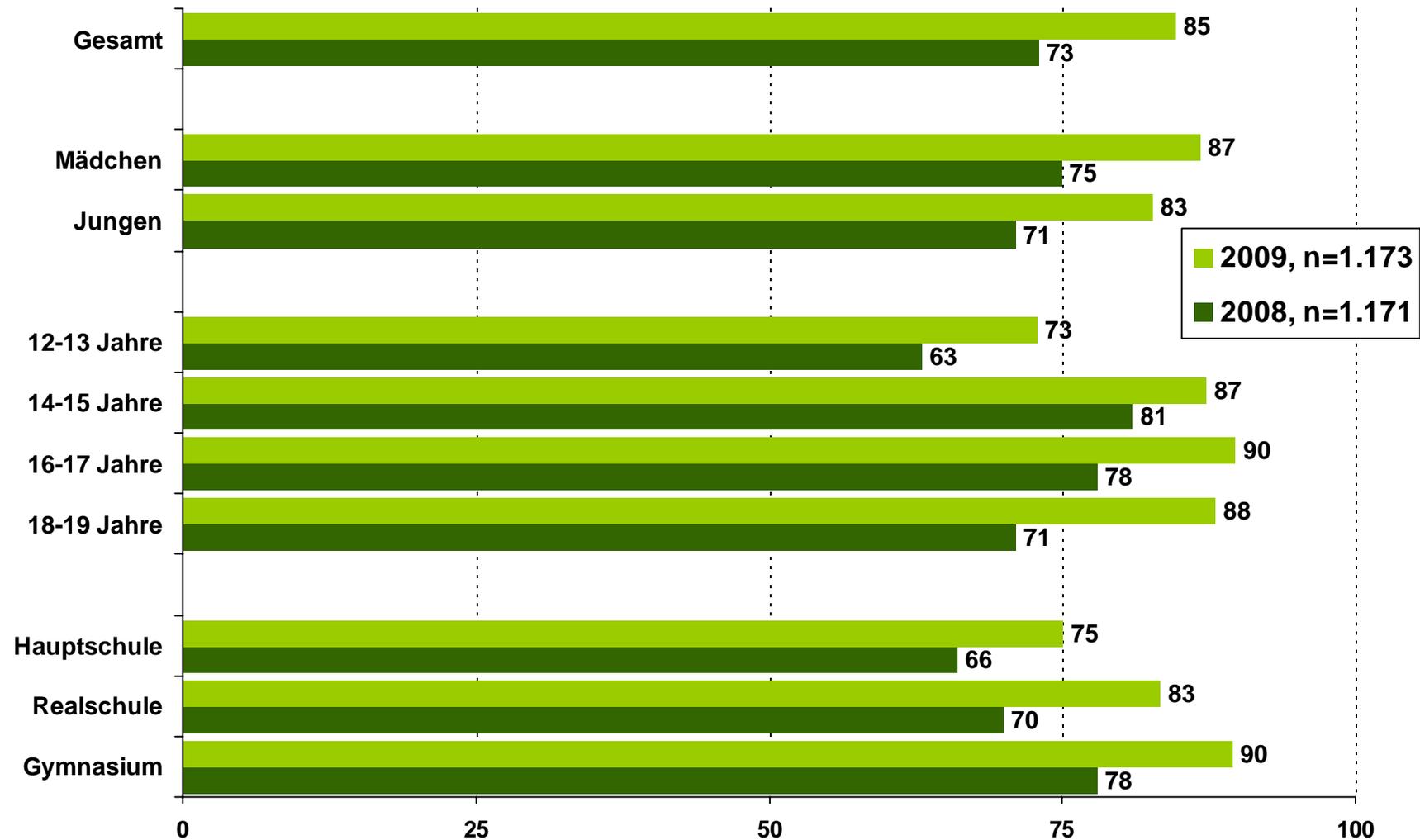
Chatrooms: Nutzungsfrequenz 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Internetnutzer, n=1.173

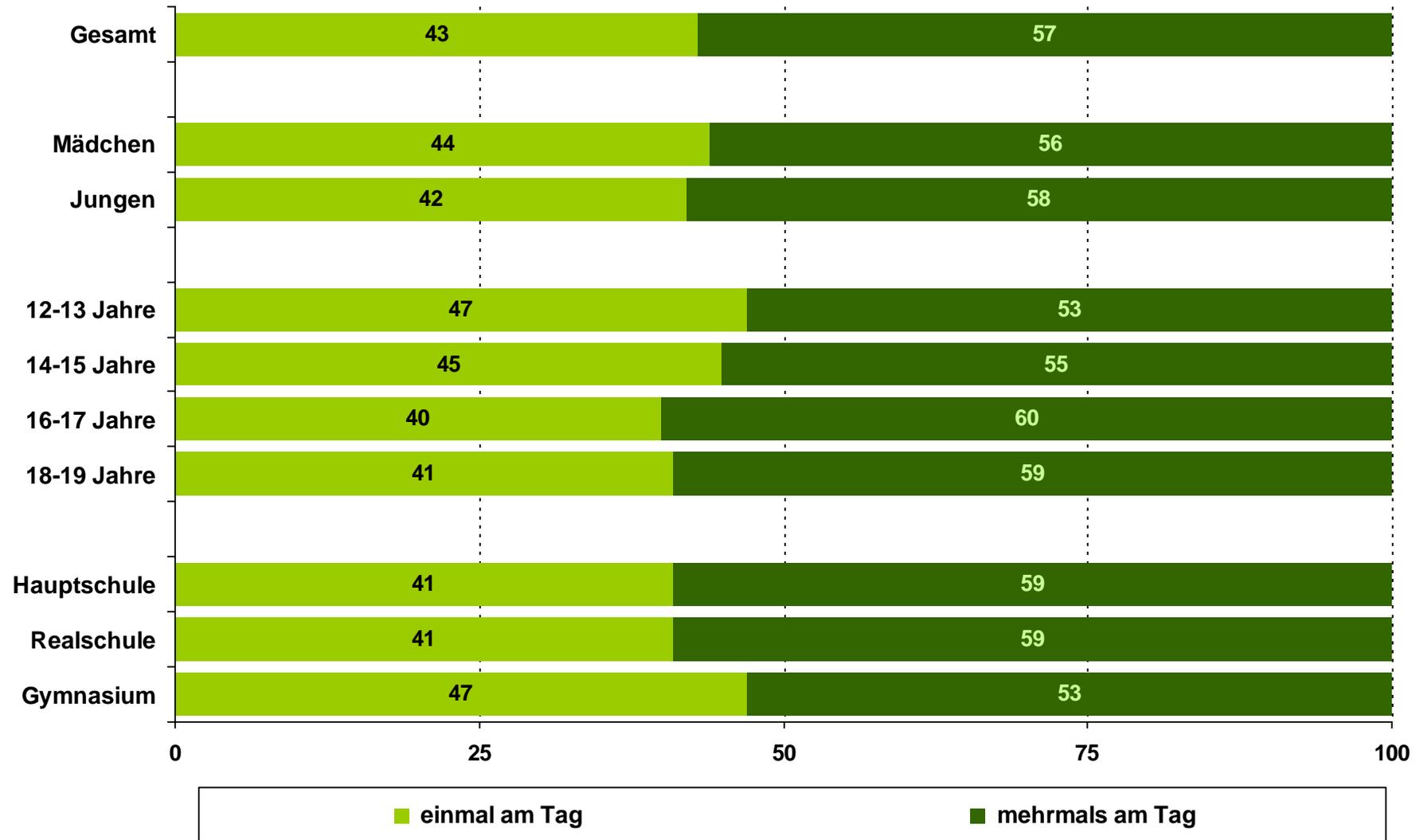
Nutzung von Online-Communities 2009 / 2008 (zumindest selten)



Quelle: JIM 2009, JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer

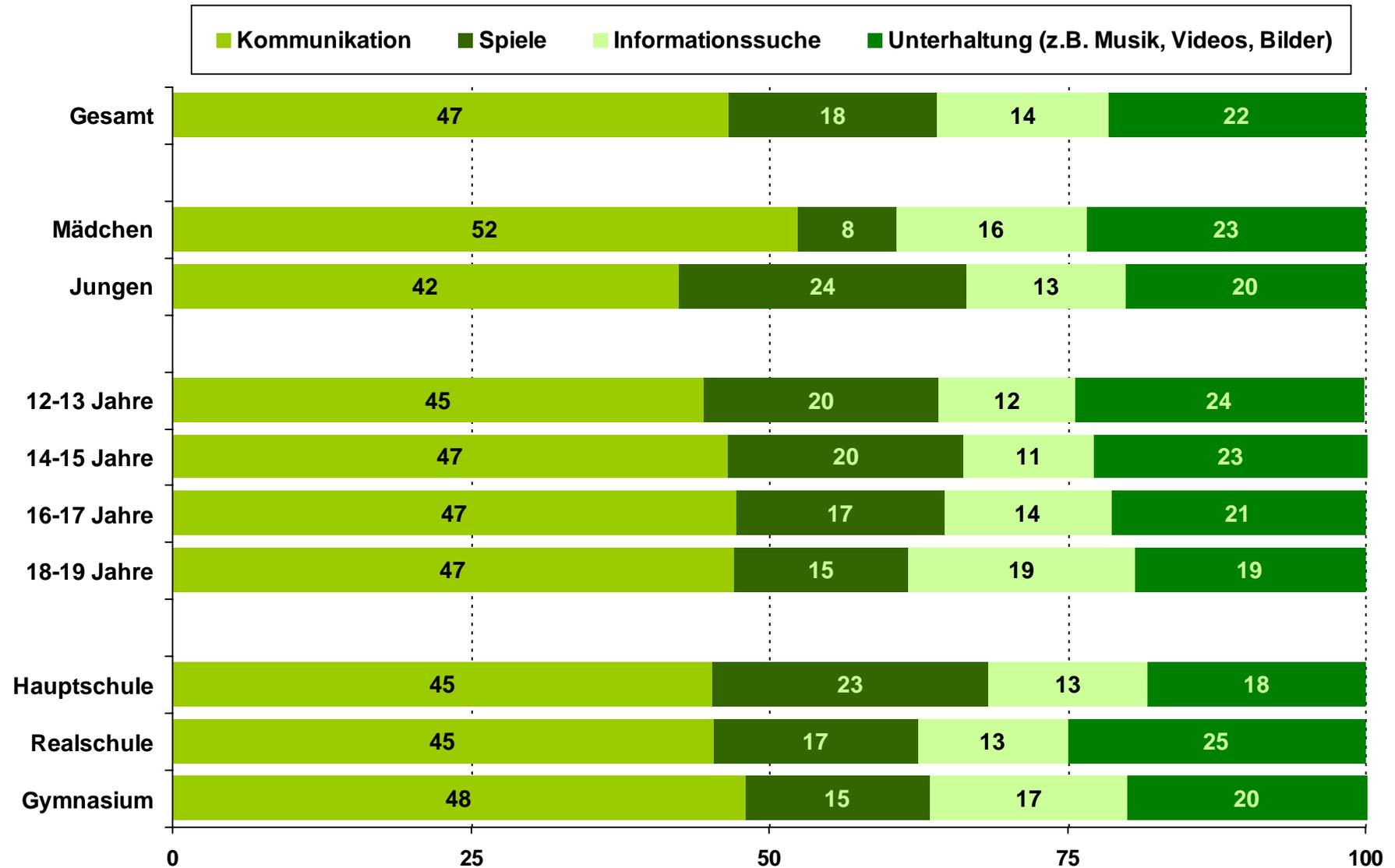
Tägliche Nutzung von Online-Communities 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Tägliche Community-Nutzer, n=588

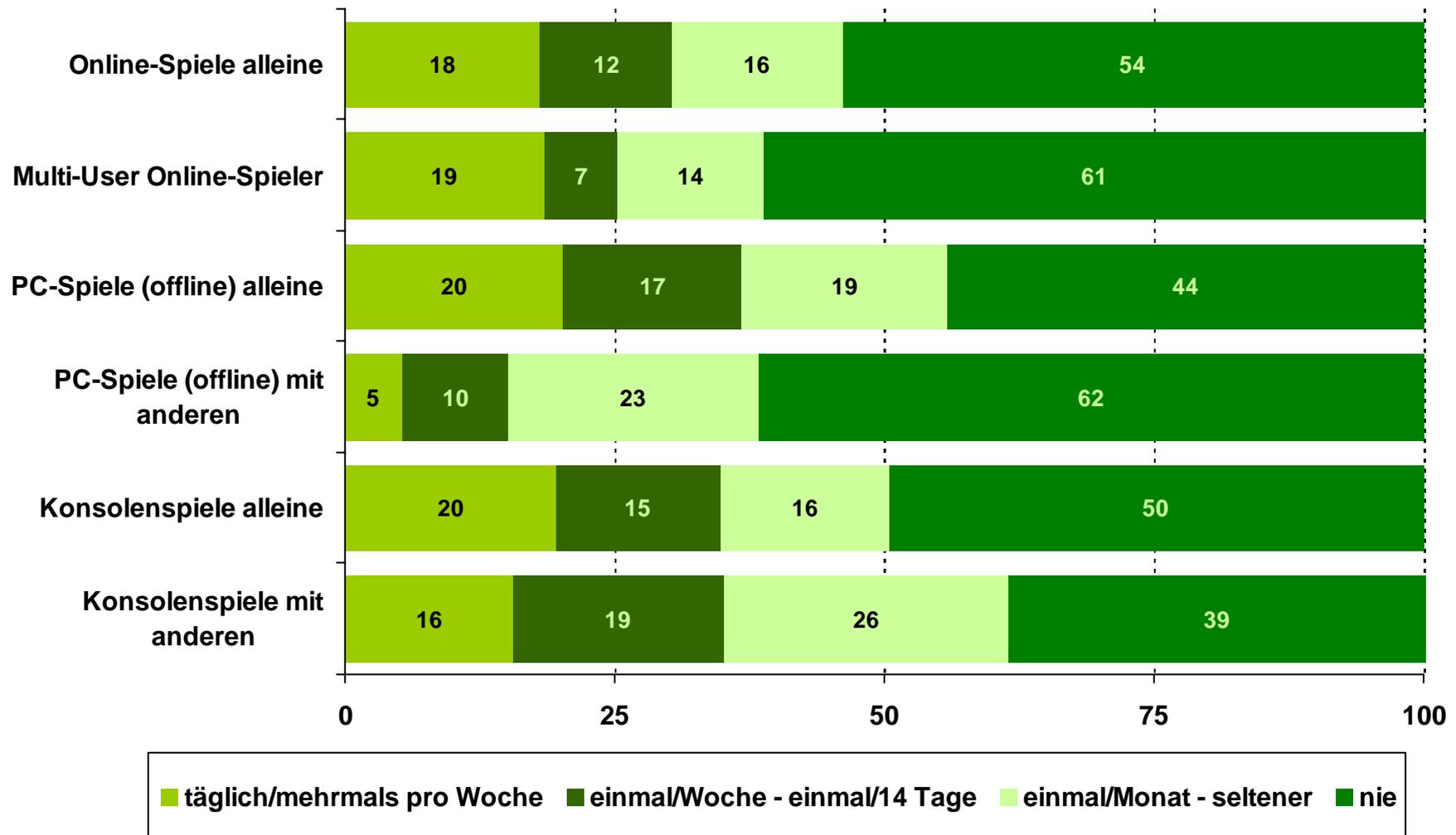
Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.173

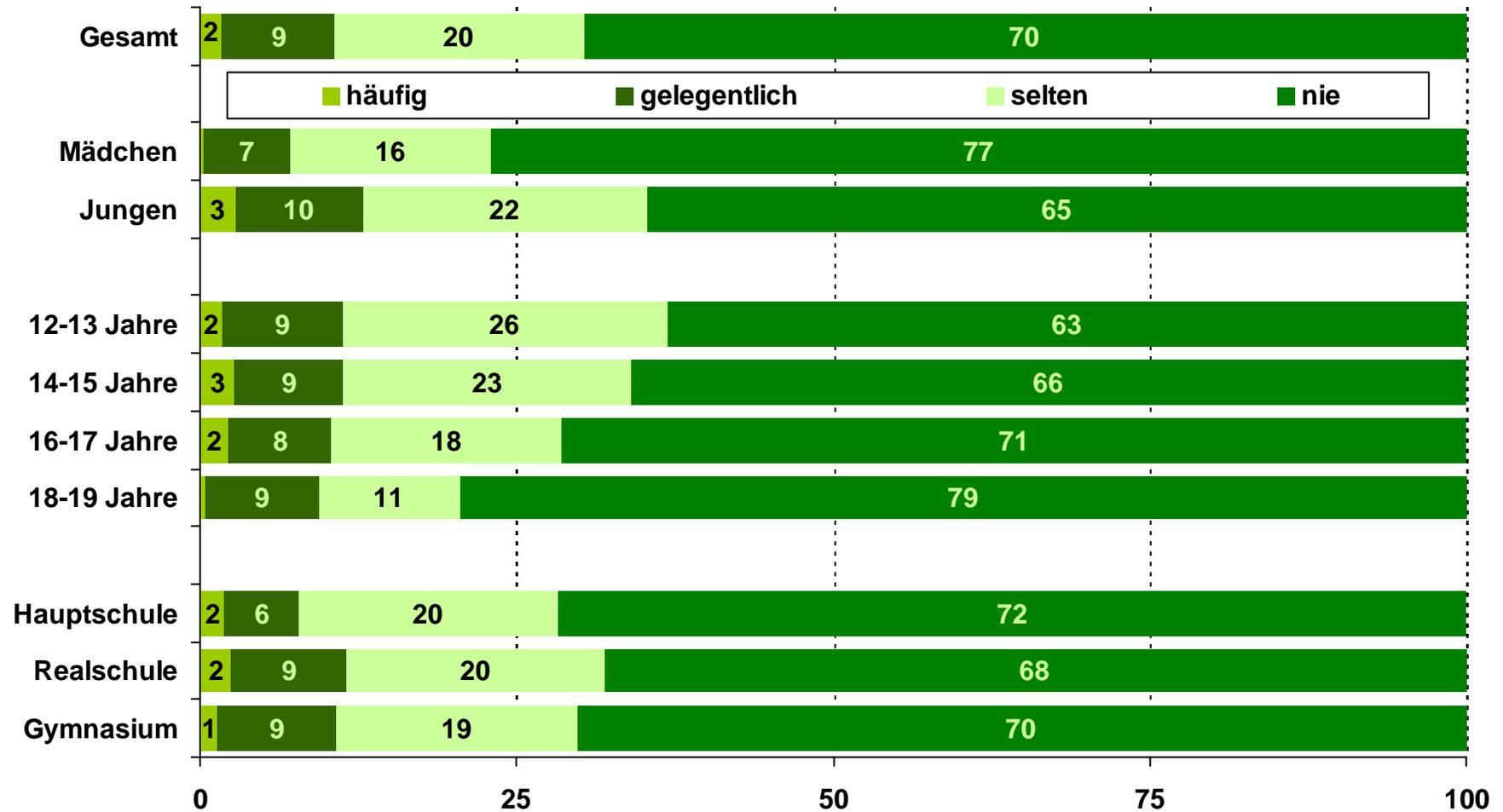
Computer-, Konsolen-, Onlinespiele: Nutzungsfrequenz 2009



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

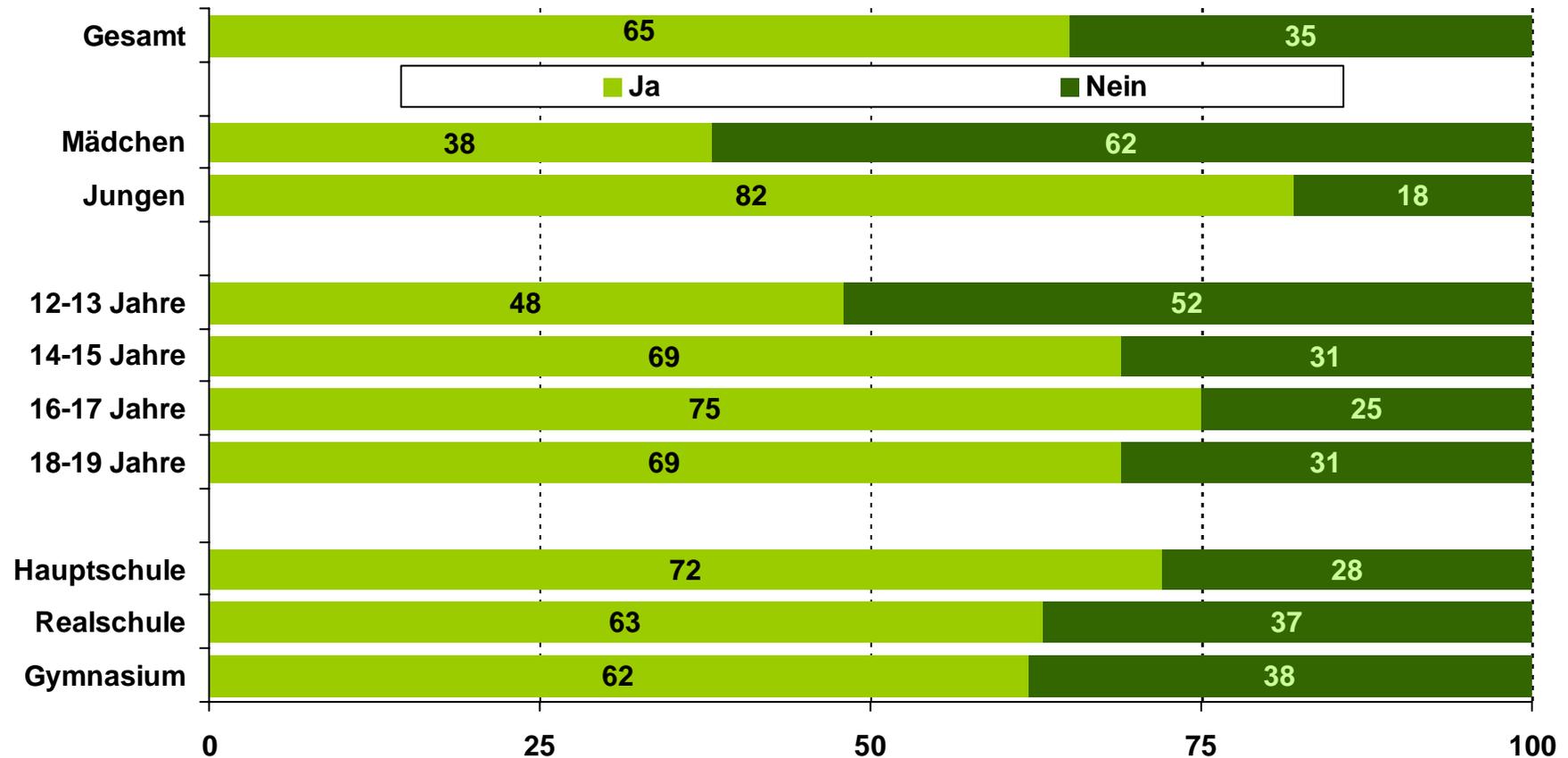
Computer-/Konsolenspiele: Probleme mit den eigenen Eltern JIM 2008



Quelle: JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer von PC-/Konsolenspielen, n=948

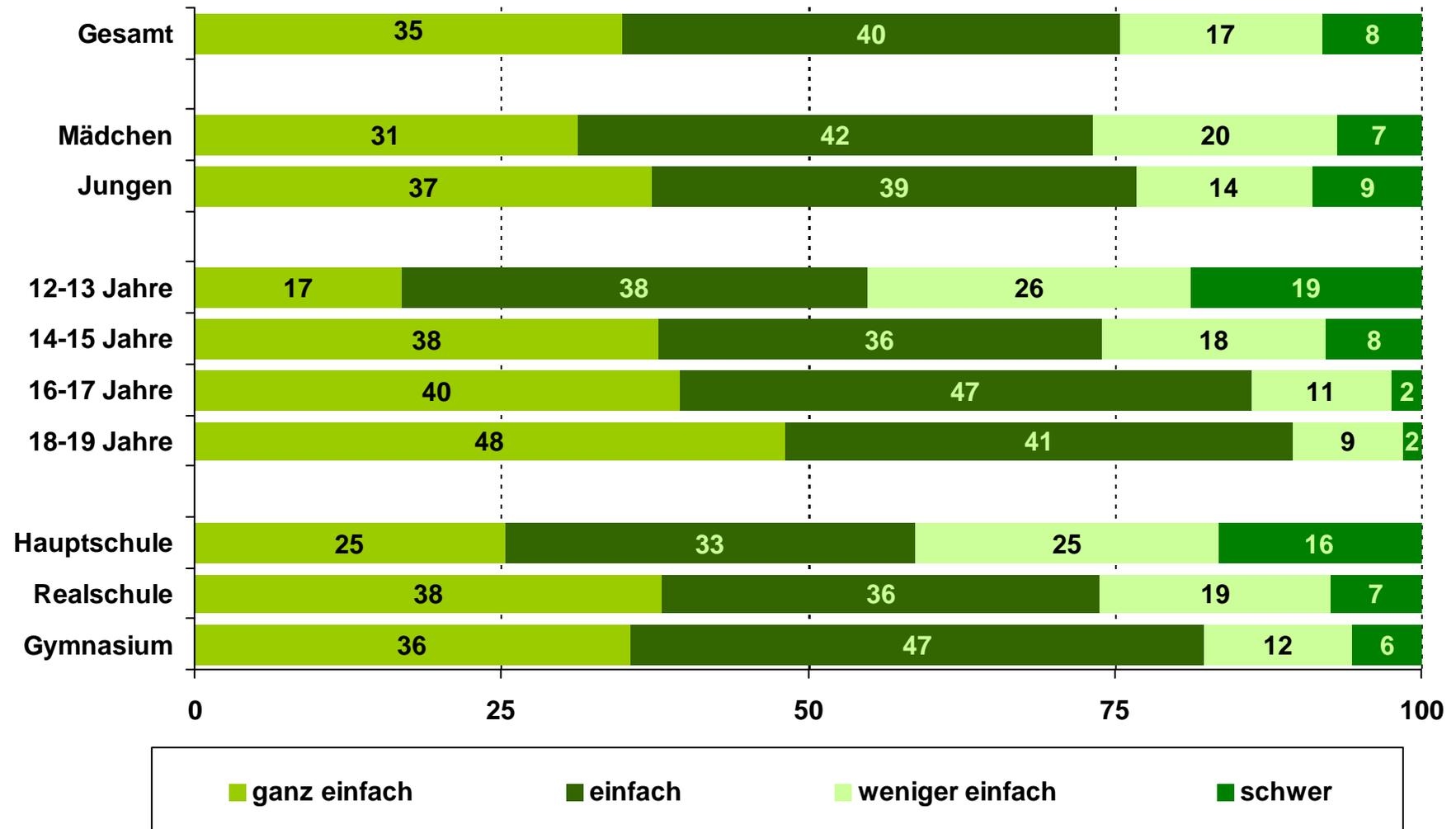
Computerspiele: Schon Spiele genutzt, für die man eigentlich zu jung war (Altersbegrenzung)



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer von PC-/Konsolen-Spielen, denen Altersbegrenzungen bekannt sind, n=954

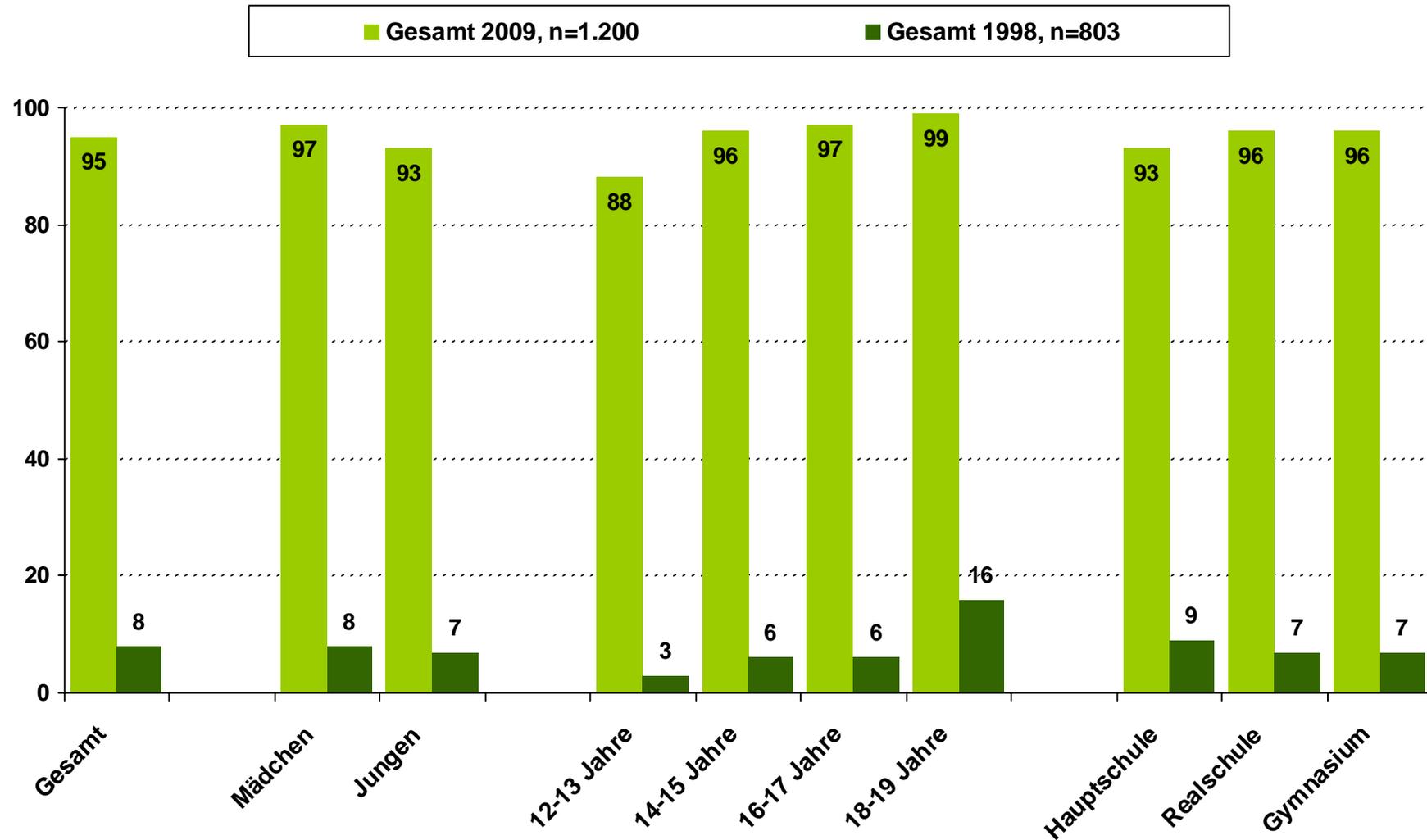
Zugang zu altersbegrenzten Computerspielen JIM 2008



Quelle: JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer von PC-/Konsolen-Spielen, denen Altersbegrenzungen bekannt sind, n=937

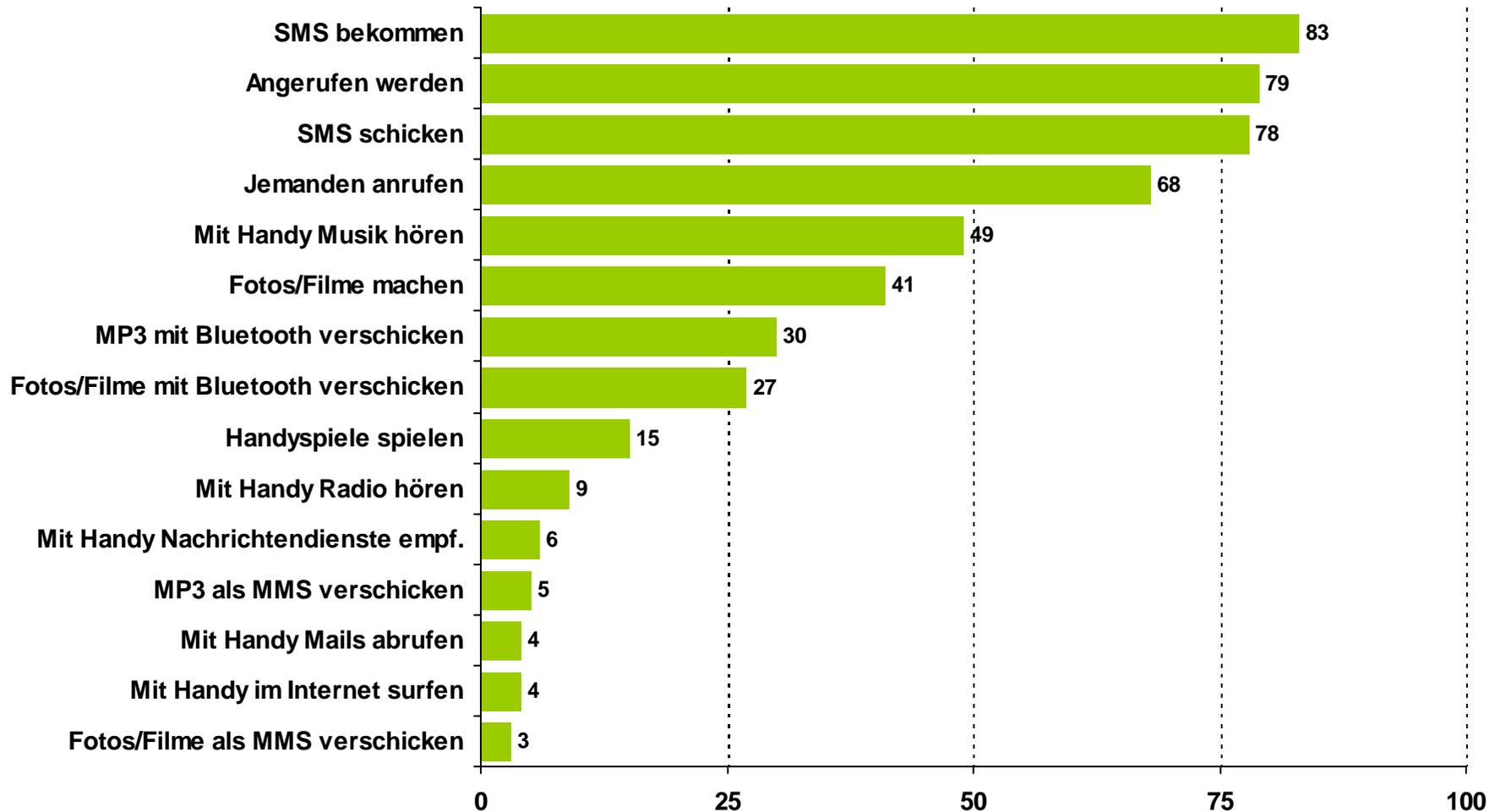
Handy-Besitzer 2009 und 1998



Quelle: JIM 2009, JIM 1998, Angaben in Prozent

Nutzung verschiedener Handy-Funktionen

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.143

Daten, Projekte und Maßnahmen

- Handy
- Fernsehen
- Chat
- Musik
- Video + Film

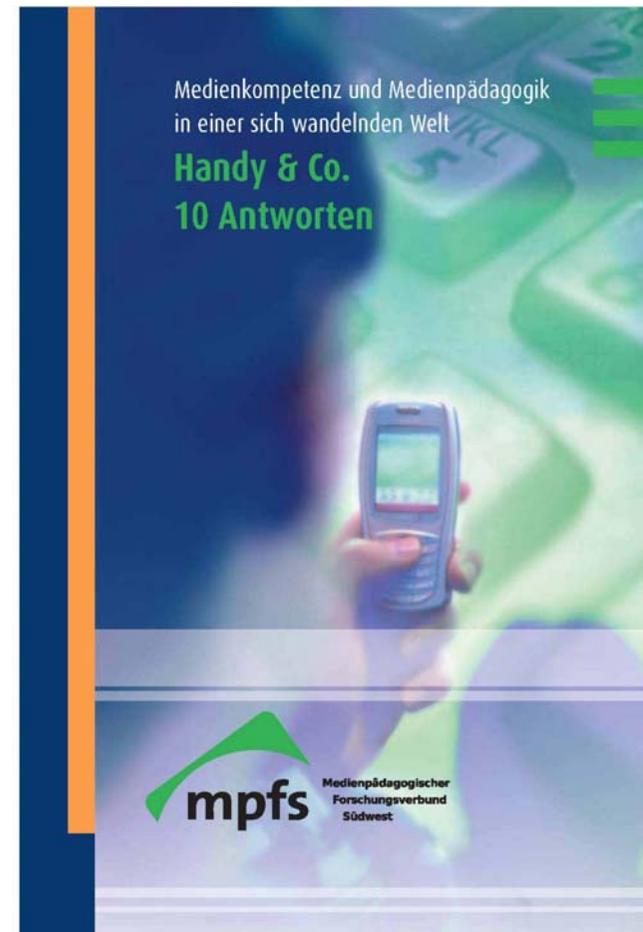
Problemfelder bei Handybesitz (Quelle: JIM-Studie 2009)

- Handy ist eine multimediale Plattform, deren Nutzung heute noch weitgehend auf Telefon + SMS + Fotos machen beschränkt ist; dies wird sich schnell ändern
- Handynutzung und ihre Kontrolle entzieht sich weitgehend den üblichen Sozialisationsinstanzen Eltern und Schule
- 8 % der Jugendlichen haben schon mal brutale Videos oder Pornofilme aufs Handy gespielt bekommen, 27 % geben an, dass ihnen das von Freunden bekannt ist
- 32 % haben schon mal mitbekommen, dass eine Schlägerei mit dem Handy gefilmt wurde; bei Hauptschulen sind das 47 %, Realschulen 34 %, Gymnasien 23 %
- Probleme oder Schwierigkeiten bei der Zahlung der Handykosten haben 6 % der jugendlichen Handybesitzer

InfoSet 10 Fragen 10 Antworten

Medienkompetenz in einer sich wandelnden Welt

- **12 Themenorientierte Hefte für Eltern/Pädagogen**
- **Experten antworten verständlich**
- **Gesamtauflage ca. 400.000**





SUCHEN

- Startseite
- Aktuelles
- Tipps
- Alle Nachrichten
- Bildergeschichten
- Fragen und Antworten
- Von A - Z
- Links
- Downloads
- Über diese Seite
- Impressum
- Kontakt



Tipps

Aufreißen und abheften

Wer ein neues Handy kauft oder geschenkt bekommt, kann das Auspacken meist kaum erwarten. Die Verpackung wird aufgerissen und alles fliegt durcheinander. Hinterher ist oft die Rechnung, die Garantiekarte oder die Bedienungsanleitung mit im Altpapier gelandet. Es gibt aber einen Trick. **Bild**



Aktuelles

Günstig telefonieren mit Einfachhandy und Prepaid-Karte

Die Zeitschrift "connect" hat einfache Handys ohne **SIM-Lock** getestet. Diese Geräte haben weniger Funktionen, dafür hat man die freie Wahl bei allen Anbietern und Tarifen. Denn bei **subventionierten Handys** ist meistens eine Sperre eingebaut. Die Kombination aus Sparhandy und **Prepaid-Karte** erweist sich als besonders kostengünstig.

→ weiter

"Tips to go" hier als PDF zum Download.

Fragen und Antworten

Was sollte man bei einem 112 Notruf beachten?

Bei einem **112 Notruf** brauchen Rettungsdienste möglichst genaue Informationen, um schnell und mit der richtigen Ausrüstung am Notfallort zu sein.

Wo ist der Notfall passiert?

- › Ort, Straße, Hausnummer, Stockwerk.

Was ist genau passiert?

- › Feuer oder Beinbruch, Autounfall oder Herzattacke.

Wie viele Menschen sind verletzt?

- › Ein Krankenwagen oder gleich 5 Rettungshubschrauber?

Wie schwer verletzt oder erkrankt sind die Betroffenen?

- › Notarzt oder Krankenschwester?

Warte auf Rückfragen!

- › Ruhe bewahren und auf Nachfragen warten.
- › Nicht auflegen bevor alles geklärt ist.

Ein Angebot von:

lfm:

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)



Medienpädagogischer
Forschungsverbund Südwest
Kooperation von LFK und LMK

handysektor

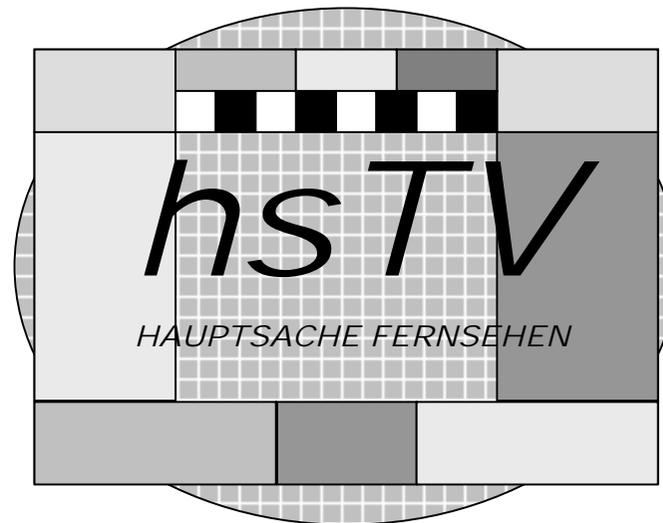
- > Die Internetseite <http://www.handysektor.de> ist ein werbefreies Informationsangebot, das sich an die Zielgruppe der 12- bis 19-Jährigen richtet.
- > Die sichere und kompetente Nutzung von mobilen Geräten und Netzen soll gefördert werden.
- > Jugendauffine Gestaltung: Design und Sprache sollen Jugendliche direkt ansprechen.
- > Auch Eltern und Pädagogen bietet handysektor eine Orientierungshilfe in der mobilen Welt

Daten, Projekte und Maßnahmen

- Handy
- **Fernsehen**
- Chat
- Musik
- Video + Film

Arbeitsgruppe sum

„Schule und Medien“



Förderung der kompetenten Fernsehnutzung
für Hauptschüler/innen von 12 bis 14 Jahren

PD Dr. Armin Castello, Dipl.-Psych. Martina Göpfert, Nadia Juga, Melanie Vollmer, Benjamin Fauth

Variablen

Fernsehkompetenz

Medienbotschaften
verstehen

Index
„berichtende
Sendungsarten“

Index
„erzählende
Sendungsarten“

Index
„Verständnis-
strategien“

Medienbotschaften
kritisch hinterfragen

Index
„Rollenbilder“

Werbe-
verständnis:
Stufe 4 erreicht

Index „Realitäts-
Fiktions-
Unterscheidung“

Medien sinnvoll nutzen und
ihre Wirkungen reflektieren

alters-(un)-
angemessene
Themen

Folgen altersun-
angemessener
Rezeption

Manual

Manual zur Förderung der Lesekompetenz
für Jugendliche

Manual zur kompetenten Fernsehnutzung in
der Hauptschule



Daten, Projekte und Maßnahmen

- Handy
- Fernsehen
- **Chat**
- Musik
- Video + Film

Chat

Quelle: JIM-Studie 2009

- 44 % der 14-/15-jährigen Jugendlichen im Internet nutzen täglich oder mehrmals die Woche einen Chatroom
- 40 % der Internetnutzer geben an, dass sie schon mal von Fremden nach Telefonnummer, Adresse oder Namen gefragt wurden
- 24 % hatten persönlichen Kontakt mit Leuten, die sie im Internet kennen gelernt haben
- Bei den 16-/17-jährigen sind das sogar 26 % (18/19 Jahre:39 %)
- Hauptschüler geben zu 29 % an, sich mit Personen aus dem Internet getroffen zu haben. Bei Realschülern sind das 24 %, bei Gymnasiasten 23 %



Chatten ohne Risiko?



Hier geht's zum Kinder- und Jugendbereich

Suche über den Chat-Finder
 los!

druckversion | sitemap | kontakt | news | impressum | volltextsuche: los!

- Der Chat-Atlas
- Instant Messenger
- Gefahren
- Ratgeber
- Für LehrerInnen
- Chat-Sprache
- Glossar
- Broschüre + Flyer
- Links
- Das Chat-Projekt



Chatten, aber sicher!

Chat-Atlas

Mit den richtigen Adressen auf dem sicheren Weg!

jugendschutz.net untersucht seit 2004 zahlreiche, bei Kindern und Jugendlichen beliebte Chats, um herauszufinden, wie gefährlich sie für ihre Nutzer sein können, und um Tipps zur sicheren Nutzung zu geben.

Der Chat-Atlas präsentiert diese Chats - unterteilt in die zwei Kategorien "Kinder-Chats" und "Allgemeine Chats" - mit Risikoeinschätzung und Altersempfehlung. Er soll Ihnen und damit auch Ihren Kindern als Hilfestellung dienen, die Chat-Landschaft besser kennen und einschätzen zu lernen.

→ [Mehr über den Chat-Atlas erfahren...](#)

Chat-Tipp für Jugendliche



<http://chat.schulweb.de>

Chat-Tipp für Kinder



www.kindernetz.de

News

01.09.2008

UPJ: Virtuelle Bekanntschaften, multiple Identitäten und das Ende der Privatsphäre?

Diskussion: "Chats, Communities & Co.: Wie sicher sind Kinder und Jugendliche?"

[mehr...](#)

27.08.2008

LFK: Neue pädagogische Möglichkeiten durch das Web 2.0

Fachtagung zum Thema Web 2.0 in Karlsruhe

[mehr...](#)

Neu: Für Lehrerinnen und Lehrer!

"Gefahren der Online-Kommunikation" - ein Thema für den Unterricht!

"Chatten ohne Risiko?" bietet Ihnen jetzt zwei vielfach in der Praxis erprobte Unterrichtseinheiten an, mit denen Sie die Thematik ohne tiefgehende Vorkenntnisse in Ihren Unterricht einbinden können. Die beiden Unterrichtseinheiten - eine für die 4. bis 7. und eine für die 7. bis 10. Klassenstufe - können hier mit den dazugehörigen Materialien zum Ausdrucken kostenfrei heruntergeladen werden.

[Mehr...](#)

Sicherheitstipps für Kinder



Zeigen Sie Interesse an den Chat-Aktivitäten Ihres Kindes, bauen Sie Vertrauen auf und vermitteln Sie ihm die wichtigsten Sicherheitsregeln beim Chatten:

- **Sei misstrauisch!** Dein Partner ist nicht immer der, für den er sich ausgibt.
- **Tu's nicht!** Gib niemals deine persönlichen Daten preis.
- **Klick weg!** Brich Dialoge ab, die unangenehm werden.

Tipps für Erwachsene



Kinder reden häufig nicht über negative Erfahrungen beim Chatten. Bauen Sie Vertrauen auf und unterstützen Sie Ihr Kind:

- **Begleiten Sie Ihr Kind!** Zeigen Sie Interesse an seinen Chat-Aktivitäten.
- **Vermitteln Sie Sicherheitsregeln!**
- **Treffen Sie Vereinbarungen!** Legen Sie

Ausführliche Informationen



Praktischer Leitfaden. [Mehr...](#)

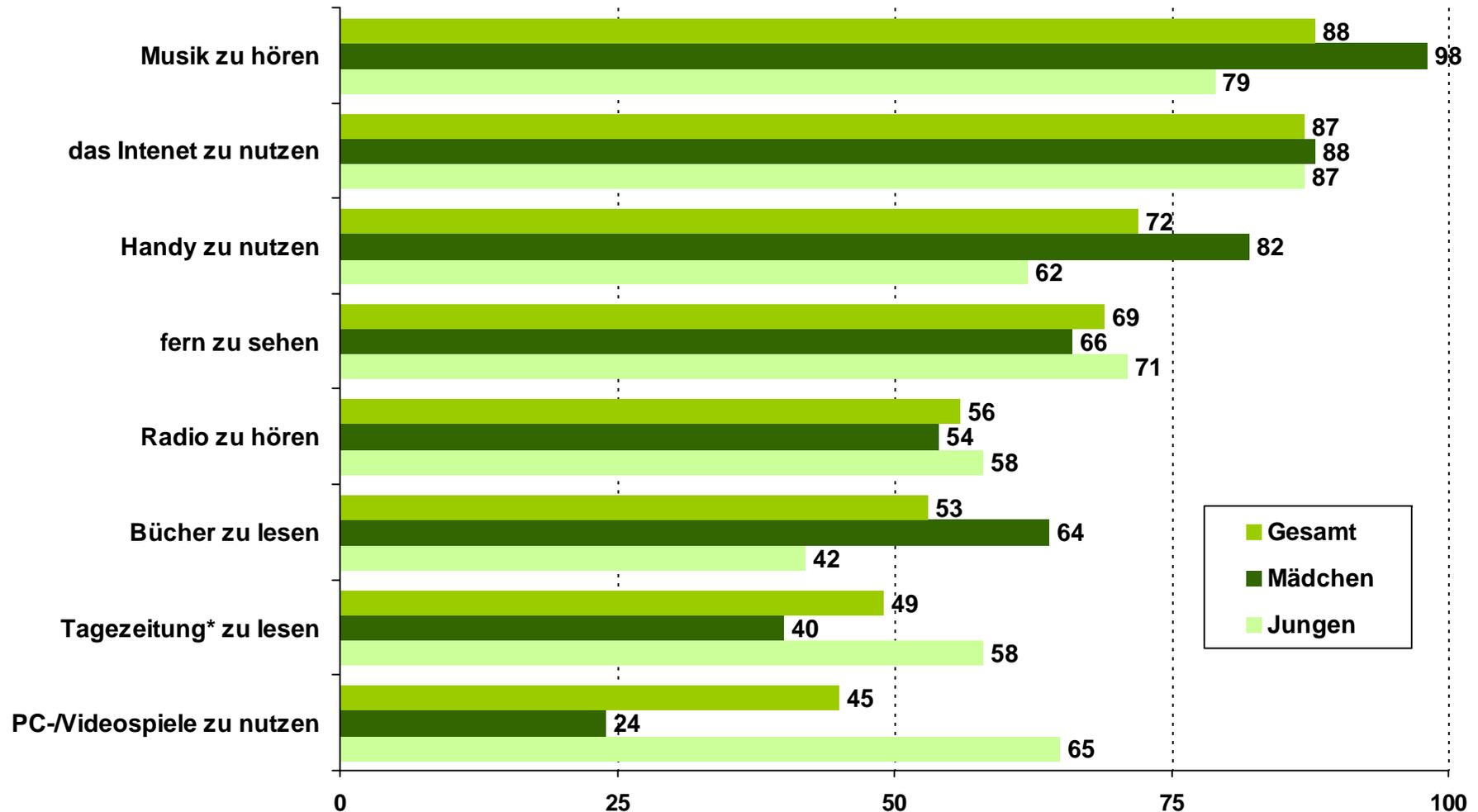
Kurzinfos zum

Daten, Projekte und Maßnahmen

- Handy
- Fernsehen
- Chat
- **Musik**
- Video + Film

Wichtigkeit der Medien* 2009

- sehr wichtig/wichtig -

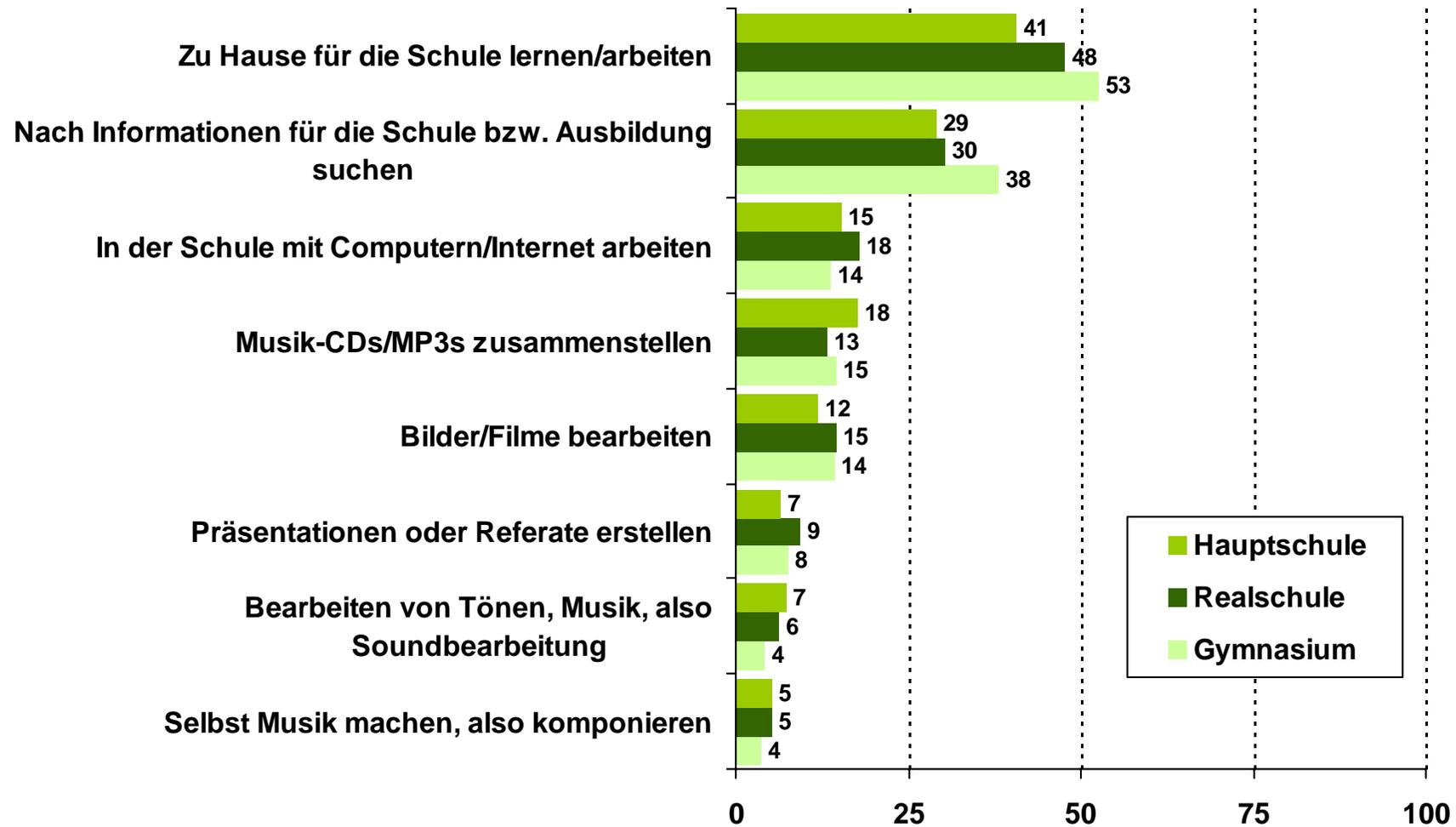


Quelle: JIMplus 2009, Angaben in Prozent

*egal ob über herkömmlichen Weg, über das Internet oder andere Wege

Basis: n=102

Tätigkeiten im Internet/am Computer Schwerpunkt: Schule/Freizeit - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

Soundnezz

Über uns - Impressum - Kontakt

home projekte downloads materialien termine weblog forum

Schülermedienkongress 07

Suchen

Soundnezz - Create your own programm

Schülerradios in Baden-Württemberg
Alle Schülerradios auf einen Blick. Hier können sich ab sofort Schulradiogruppen eine eigene Seite anlegen, Internet-Radio machen, ihre Beiträge zum Download anbieten und vieles mehr. Nach und nach entsteht ein Sendeplan der Internetradio-Aktivitäten der verschiedenen Schülerradios und ihr wisst immer, wer wann auf Sendung geht.
Euer Schülerradio fehlt noch?
[Hier geht's zur Anmeldung](#)
Zu den Schülerradios
Zum Sendeplan
Die Radio-Box
Du willst wissen, was du fürs Radiomachen brauchst? Hier findest du alles. Eine ganzes Paket voller Tipps vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur in Österreich. Darin findest du Themen wie Radiotechnik, Journalismus und Medienpädagogik. [Hier lang...](#)

3. Kurzfilmwoche Lörrach
Für den Kurzfilmwettbewerb am 29.10 bis 03.11.2007 sucht das Free Cinema Forum Lörrach noch Beiträge. Junge Filmemacher aus dem Dreiländereck können ihre No-Budget oder Low-Budget Produktionen bis zum 1. Oktober einsenden. Zu gewinnen gibt es Geldpreise im Gesamtwert von 850€. Weiter Infos unter: [Kurzfilmwoche Lörrach](#)

Jugendmedientage Baden-Württemberg
Die Jugendmedientage vom 26. bis 28. Oktober 2007 in Stuttgart bieten einen Treffpunkt für interessierte junge Medienmacher aus ganz Baden-Württemberg, umfassen etliche Workshops, Seminare und viele Möglichkeiten zum Informations- und Erfahrungsaustausch, um Kontakte herzustellen und Platz zur Verwirklichung eigener Ideen... [mehr](#)

Pod-Dings - Level 15
Joni und Tim trennen ein Ei, Vera macht ihre GFS über die ehemalige DDR und Leonie besucht die Reutlinger Band "The Sign". Das alles gibt in der 15. Folge des Podcast-Magazins "Pod-Dings" vom Reutlinger Kinder- und Jugendradio "Kids on Air" (www.kids-on-air.org) der Landesvereinigung kulturelle Jugendbildung e.V. (www.lkjbw.de) Vera und Timo, Joni und Tim, Jerg und Ron, Schorschi und Paddel, Cora, Shirin und Carolin würden sich über Post freuen unter kids-on-air@lkjbw.de. Das ganze Pod-Dings-Magazin könnt ihr hier unter Downloads abonnieren.

Hochschulradio

Der **Sendeplan** des neuen Hochschulradio "echo fm" ist online. Weitere Informationen zum Radio gibt es [hier](#).

Fortbildungen im Audiobereich
Gewinnt einen grundlegenden theoretischen und praktischen Einblick in den Audiobereich - es werden verschiedene Workshops und Fortbildungen angeboten. Die Kurse richten sich an Teilnehmerinnen und Teilnehmer ohne spezielle Vorkenntnisse.
Audio-Workshops

Partner:

- Kommunikation und Medien e.V.
- Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Baden-Württemberg e.V.
- Pädagogische Hochschule Freiburg/Medieninstitut
- Studentenwerk Freiburg
- Jugendhilfswerk Freiburg

Next Event
20.09.2008
im
Mannheimer
Capitol

Hier gehts zu
den Tickets

+++ Street Promotion am 06.09.08 auf dem Marktplatz Mannheim - I

Home

Hauptmenü

- [Startseite](#)
- [Aktuelles](#)
- [Das Projekt](#)
- [Das Team](#)
- [Hauptdarsteller](#)
- [Videos](#)
- [Musik](#)
- [Galerien](#)
- [Presse](#)
- [Kontakt](#)
- [Sponsoren](#)
- [Partner](#)
- [Links](#)
- [Impressum](#)

Willkommen auf der Startseite

Changes ist ein Projekt der Stiftung Kulturelle Jugendarbeit in Zusammenarbeit mit

Heinrich Vetter- Stiftung
Firma Berrang
Rotary- Club Mannheim-Brücke
Karl Kübel Stiftung Bensheim
Aktion Mensch - die Gesellschafter
Jugendstiftung BW
Badische Beamtenbank
GBG
Stadt Mannheim / Beschäftigungsförderung
big fm

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg

CHANGES goes ZDF

Übertragungsplan des
ZDFinfokanal:

23.08.2008	23:15 Uhr
25.08.2008	12:30 Uhr 19:45 Uhr 03:45 Uhr
29.08.2008	12:30 Uhr 18:40 Uhr 21:45 Uhr 01:45 Uhr

Neuestes Video

Daten, Projekte und Maßnahmen

- Handy
- Fernsehen
- Chat
- Musik
- **Video + Film**

Koffertrick

Preise:

1. Preis: Besuch im Trickfilmstudio
FILM-BILDER
2. Preis: Ein Medienprojekt des LMZ mit der
ganzen Klasse (Radio/Audio o.
Film)
3. Preis: Kino für die ganze Klasse vor Ort

Jury:

Über die Vergabe der Preise entscheidet
eine unabhängige Jury.

Anmeldung:

Die Teilnahme ist kostenlos. Der Wettbewerb
richtet sich ausschließlich an baden-würt-
tembergische Grundschulklassen bzw. -AGs,
soweit die für den Kreis zuständigen
Medienzentren sich an diesem Wettbewerb
beteiligen.

**Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2008
(Posteingang bei der LFK).**

Wettbewerbsbedingungen:

Im Rahmen des Wettbewerbes ist die
Teilnahme an einem eintägigen Trickfilm-
Workshop sowie die Einreichung von
Projektunterlagen erforderlich.
Informationen zum Wettbewerb und den
Bewerbungsunterlagen unter:

www.lfk.de
www.lmz-bw.de
www.mediaculture-online.de

oder anfordern unter:
Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Baden Württemberg
Abt. Kommunikationswissenschaft
Kennwort: Koffer-Trick 2008
Rotebühlstr. 121, 70178 Stuttgart
Tel.: 0711 / 66 99 1 - 54
Email: u.bitterle@lfk.de

Träger des Wettbewerbes ist:



in Kooperation mit



überreicht durch das Medienzentrum:

Trickfilm-Wettbewerb Koffer-Trick 2008



sucht
kreative Trickfilm-Kids
in Baden-Württembergs
Grundschulen

Von Standby auf Aktiv – das andere Bewerbungstraining

Ein medienpädagogisches und berufsqualifizierendes
Projekt für Haupt- und Realschulen in Kooperation von:



Von Standby auf Aktiv – das andere Bewerbungstraining

Ziel ist, Schüler/innen zu motivieren, sich

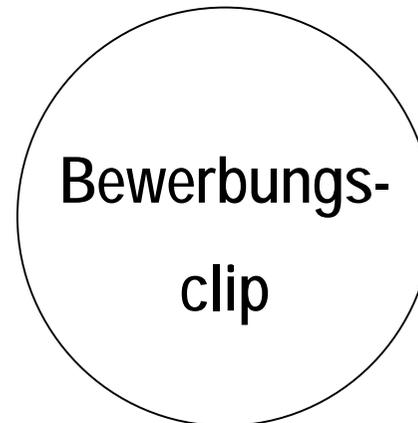
mit der Frage nach der beruflichen Zukunft zu beschäftigen

- mit den eigenen Stärken und Qualifikationen auseinander zu setzen und dabei seine Kompetenzen zu entdecken
- ernsthaft mit dem Thema „Selbst- und Fremdwahrnehmung“ zu konfrontieren
- mit der medialen Welt - dem Film – als eine konstruierte Wirklichkeit auseinander zu setzen
- anzustrengen, seine eigene Präsenz, Artikulationsfähigkeit, Aussprache und das eigene Auftreten fremden Menschen gegenüber zu verbessern.

Von Standby auf Aktiv – das andere Bewerbungstraining

Das Projekt speist sich aus zwei unterschiedlichen
kulturpädagogischen Ansätzen:

Theaterpädagogik
Videoclip Vorbereitung



Medienpädagogik
Videoclip Produktion

Von Standby auf Aktiv – das andere Bewerbungstraining

Theaterpädagogik

- **Kommunikations- und Präsentationstraining**
- **Artikulation, Klang, Auftreten...**
- **Bewusst werden der eigenen Stärken und Fähigkeiten**
- **Reflexion über die eigene Zukunft ...**

Medienpädagogik

- **Übertragung der eigenen Stärken in einen Videoclip**
- **Produktion des Videoclips (Bild, Ton, Licht, Maske)**
- **Videoclip als Konstruktion von Wirklichkeit**

Schluss

[...] Es gibt etwas, was Medienkompetenz von all den anderen, unverzichtbaren Kompetenzen, wie Lesen, Schreiben oder rechnen mehr und mehr unterscheidet. Medienkompetenz ist die erste Kompetenz, mit der man richtig und angemessen mit dem Überfluss umgeht, dem Überfluss an Wissen, an Informationen, an Inhalt. [...] Es mag heute an Vielem mangeln, an Informationen mangelt es nicht.

[...]

Doch der Umgang mit dem Überfluss – diese Kunst ist nicht besonders gut gelernt.

[...]

Prof. Dr. Norbert Schneider

Wolfgang Hahn-Cremer

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Albrecht Kutteroff

