

## Präsentation Eltern und Kinder

Ziel der Abendveranstaltung ist es, Eltern und ihren Kindern den Raum zu geben, miteinander in den Dialog zu treten. Der generationenübergreifende Ansatz ist nur dann erfolgreich, wenn eine Atmosphäre geschaffen wird, bei der sich Erwachsene und Jugendliche auf Augenhöhe begegnen. Um ein aufeinander Zugehen und ein offenes, diskursives Gespräch zu erleichtern, empfiehlt es sich, in altersgemischten Kleingruppen / Teams zu arbeiten – bestenfalls Eltern und ihre Kinder getrennt voneinander.

Die folgenden Hintergrundinformationen fassen alle Inhalte zusammen, die im Rahmen der Abendveranstaltung vermittelt werden sollen. Sie dienen folglich zur Vorbereitung auf die Veranstaltung.

Darüber hinaus ist es hilfreich, sich im Vorfeld zu den aktuellen Lieblingsangeboten von Jugendlichen zu informieren. Keinesfalls ist der Anspruch, alles über diese Angebote zu wissen. Dennoch ist eine kurze Internetrecherche sinnvoll. Aktuelle Diskussionen in

den Medien sowie Video-Tutorials zu ihnen unbekanntem Angeboten können enorm helfen, auf die Fragen der Gäste einzugehen.

Des Weiteren müssen die Gesprächsanreize sowie die Werte-Karten für die Versteigerung ausgedruckt werden. Farbkarten (z. B. Moderationskarten in den Farben pink, gelb, grün und blau) und Spielgeld (300 € für jeden zweiten Teilnehmenden) müssen vorab auf den Sitzplätzen im Veranstaltungsraum verteilt und der Internetzugang (insbesondere die Nutzung von YouTube-Videos und ggf. mindmeister.com) überprüft werden. Sofern kein Internetzugang besteht, muss auf das erste Video der Präsentation (Folie 2: französische Toilettenpapier-Werbung) sowie die Arbeit mit dem Online-Tool für Mindmaps (Folie 6) verzichtet werden.

**Hinweis:** Die Videos der Präsentation können innerhalb des pdf-Dokuments mit Adobe Reader 9 und höher wiedergegeben werden (Programm zum Download: <https://get.adobe.com/de/reader/>).

### Folie 1: Titelfolie

Diese Veranstaltung wurde im Rahmen der Projektreihe ICH WIR IHR im Netz vom JFF – Institut für Medienpädagogik entwickelt. Das gesamte Programm umfasst etwa 120 Minuten. Zunächst werden eher allgemeine Themen der Medienaneignung aufgegriffen, anschließend werden Nutzungsintensität und Verbraucherschutzfragen kompakt thematisiert.

Direkte Nachfragen gerne erlauben, bei Bedarf auf später vertrösten.



## Folie 2: Medienerziehung

Zum Einstieg wird ein Werbeclip gezeigt:  
[www.youtube.com/watch?v=RRDSj62tlvQ](http://www.youtube.com/watch?v=RRDSj62tlvQ)  
 Auch wenn es in dem Clip eigentlich um Toilettenpapier geht, veranschaulicht er einige Aspekte von Medienerziehung doch sehr treffend:

- 1. Medienerziehung findet primär in der Familie statt.** Kinder verinnerlichen von Geburt an, was ihre Eltern und auch größeren Geschwister oder Großeltern mit Medien tun. Schule und Jugendarbeit sind ebenfalls sehr wichtige Ansprechpartner, wenn es um Medienerziehung geht. Die wichtigste Erziehungsinstanz bleibt in diesem Bereich jedoch die Familie.
- 2. Wie jede andere Erziehung gründet Medienerziehung auf den Wertvorstellungen der Eltern.** Medienerziehung passiert also nicht einfach. Eltern handeln in allen Erziehungsfragen so, wie sie es für richtig und wichtig halten.
- 3. Medienerziehung ist ein Aushandlungsprozess zwischen Eltern untereinander sowie zwischen Eltern und ihren Kindern.** Gerade in der Pubertät sind Medien in vielen – wenn nicht sogar in den meisten – Familien ein nervenaufreibendes Thema. Es ist folglich wichtig, Medien frühzeitig zum Thema in der Familie zu machen und mit dem Kind nicht erst in den Dialog zu treten, wenn es zu Problemen gekommen ist.

Medienerziehung

- ... findet primär in der Familie statt.
- ... basiert auf persönlichen Wertvorstellungen.
- ... ist ein Aushandlungsprozess (Eltern/Eltern und Eltern/Kinder).



Hinweis: Video-Clip öffnet sich mit Klick auf das Bild im Browser.

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF - Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der JfV - Verbindung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.

Keinesfalls soll der Clip Geschlechterstereotype unterstreichen. Dennoch besitzen unterschiedliche Menschen unterschiedliche Vorlieben und Bedürfnisse. Unabhängig davon, ob es sich um Erwachsene, Kinder oder Jugendliche handelt.

## Folie 3 – 5: Ihre Meinung ist gefragt!

Die nächsten Folien dienen als Einstieg in die Thematik. Ziel ist es, sich Gedanken zu drei unterschiedlichen Fragestellungen zu machen. Bei dem Positionierungsspiel gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Das Stimmungsbild ermöglicht vielmehr Einblicke in das, was man selbst und andere Eltern über diese medien-spezifischen Fragen denken.

Im Folgenden werden jeweils vier Aussagen präsentiert. Jede Person hat vier farblich passende Karten (pink, grün, blau, gelb). Indem eine Karte hochgehalten wird, ordnen sich die Teilnehmenden den Aussagen zu. Es gibt drei Runden.

Die einzelnen Aussagen werden jeweils langsam vorgelesen. Die Teilnehmenden erhalten ausreichend Zeit, sich für eine Aussage zu entscheiden. Anschließend halten alle Teilnehmenden gemeinsam ihre jeweils ausgewählte Farbkarte in die Höhe. Das Positionierungsergebnis wird von der Spielleitung kommentiert, z. B. sind viele gelbe Karten zu sehen, vereinzelt pinke, nur zwei grüne und keine blau Karte etc. Die Teilnehmenden werden danach gefragt, warum sie sich entsprechend ihrer Karte positioniert haben. Eventuell entstehende Diskussionen unter den Eltern werden zugelassen, die Spielleitung sollte die Antworten jedoch keinesfalls werten. Nachfragen sind erlaubt.

Eure Meinung ist gefragt

|  |  |
|--|--|
| Ich finde es toll, mit welchen technischen Möglichkeiten Kinder heute aufwachsen.              | Ich sehe durchaus Vorteile in den technischen Neuerungen. Dennoch wäre es besser, Kinder würden in einer Zeit aufwachsen, die weniger von Medien bestimmt ist. |
| Kinder sollten von Medien ferngehalten werden. Der Medienüberfluss tut keiner Kinderseele gut. | Ich sehe Gutes und Schlechtes im technischen Fortschritt. Kinder müssen lernen, damit umzugehen.   |

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF - Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der JfV - Verbindung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.



Theunert (2007)

Diese Grafik visualisiert den Prozess der Medienaneignung. Sie fasst also zusammen, warum Kinder und Jugendliche bestimmte Medien und Inhalte nutzen und andere nicht.

## Folie 6: Medienaneignung

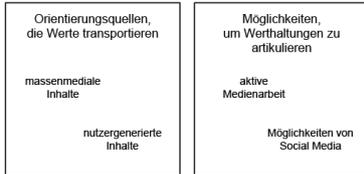
**Kinder und Jugendliche selbst sind selbstverständlich ausschlaggebend.** Entsprechend ihrem **Entwicklungsstand** empfinden sie unterschiedliche Themen als spannend. Im Grundschulalter finden es viele Kinder z. B. toll, kleine Missionen in Spielen zu meistern, in der Pubertät wiederum wird Kommunikation zum A und O. Der **Entwicklungsstand** ist sehr eng mit den **handlungsleitenden Themen** verknüpft: In der Pubertät sind Liebe, Sexualität, die eigene Identität und die Abgrenzung von den Eltern bedeutende Themen für Mädchen und Jungen. Auch **geschlechtsspezifische Unterschiede** lassen sich bei Kindern und Jugendlichen feststellen. Es gibt z. B. nach wie vor eher wenig Gamerinnen. Die stetige Kommunikation mit anderen oder das Thema Schönheit sind für Mädchen dagegen noch relevanter als für Jungen. Letztens sind **persönliche Interessen** wichtig. Jugendliche, die sich für den Skate-Sport interessieren, rezipieren bzw. erstellen teilweise andere Medien und Inhalte als passionierte Fußballfans.

**Ganz wichtig ist das soziale Umfeld.** Je jünger die Kinder sind, desto wichtiger sind ihre Bezugspersonen in der **Familie** – also Eltern, Geschwister und auch Großeltern. Je älter das Kind wird, desto wichtiger wird die **Peergroup**: Wenn die Mitglieder der Peergroup ein Smartphone besitzen, möchten die meisten Mädchen und Jungen selbst auch eines haben. Wenn in WhatsApp ein Klassenchat betrieben wird, will das eigene Kind diesem ggf. sehr ungern fernbleiben. In vielen Fällen tritt dann in den Hintergrund, dass er oder sie vielleicht noch keine 16 Jahre alt ist und WhatsApp eigentlich auch noch gar nicht nutzen darf. Neben Familie und Peergroup können auch Vereine bzw. Jugendgruppen, Jugendleiterinnen und -leiter sowie Lehrkräfte relevante Einflussgrößen sein.

**Ebenso entscheidend ist das Medienangebot.** Kinder und Jugendliche wachsen in eine mediatisierte Welt hinein. Das heißt, ihr Alltag ist von Medien durchdrungen. Kinder und Jugendliche wählen aus einem extrem großen Angebot von Medien und Medieninhalten aus. Welche Medien und -inhalte Kinder und Jugendliche auswählen, wird durch **individuelle Vorlieben** bestimmt. Wichtig ist auch, was er oder sie damit machen möchte (**Handlungsschwerpunkte**) und welche **Funktionen** das jeweilige Medium erfüllt. Für ein Referat werden Jugendliche z. B. eher in Wikipedia nachsehen als bei Facebook.

**Folie 7 – 8: Werte und Online-Medien**

Werte und Medien



Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.



Das Internet ist mittlerweile ein Raum geworden, in welchem viele ihren Teil beitragen und Inhalte veröffentlichen. Gerade in der Pubertät geht es darum, sich von den Eltern abzugrenzen und eine eigene Identität zu entwickeln. Zentral ist in dieser Phase die Auseinandersetzung mit den persönlichen Werthaltungen und denen anderer. Ganz konkret kann es z. B. darum gehen, wie Jugendliche das Frauenbild finden, das ihnen in TV-Formaten wie ‚Germany’s Next Topmodel‘ vermittelt wird, wie sie zu aktuellen politischen Entwicklungen stehen oder auch ganz einfach, wie sie es bewerten, wenn ein Klassenkamerad täglich mindestens zehn Selfies via Snapchat verschickt.

**Orientierung in Wertfragen** bieten Online-Inhalte, die journalistisch aufbereitet wurden (massenmediale Inhalte). Ebenso verhält es sich mit Inhalten, die von anderen Nutzenden stammen (nutzergenerierte Inhalte), wie Video-Blogs bei YouTube, ‚Meine Geschichte‘ bei Snapchat oder Gruppennachrichten bei WhatsApp. Jugendliche nutzen diese, um sich zu informieren oder eine eigene Meinung zu bilden.

Neben der Orientierung bietet das Netz die Möglichkeit, **Werthaltungen zu artikulieren**. Das kann ganz einfach mit einem Facebook-Like beginnen. Es kann aber auch bedeuten, dass sie sich aktiv in Diskussionen einbringen oder diese selbst initiieren. Die Möglichkeiten des Social Web bieten hierfür ausgesprochen niederschwellige Angebote. Aber auch medienpädagogische Projekte der aktiven Medienarbeit, wie sie auch bei ICH WIR IHR im Netz verwirklicht wurden, sind eine Möglichkeit, Werthaltungen nach außen zu tragen.

Die Teilnehmenden können nun Werte ersteigern, die ihnen im Zusammenhang mit ihrem Online-Handeln besonders wichtig sind. Jedes Zweier-Team bekommt hierfür (am besten im Vorfeld) 300€ Spielgeld ausgehändigt. Eltern und ihre eigenen Kinder sollten bei diesem Spiel vorzugsweise in getrennten Teams spielen, um eine lockere Spielatmosphäre besser gewährleisten zu können.

Nacheinander hält die Spielleitung die einzelnen Eigenschaften hoch. Wenn eine Werte-Karte ersteigert wurde (oder auch nicht), wird direkt die nächste Eigenschaft präsentiert. Die Bietenden kennen das Angebot im Vorfeld nicht und müssen sich spontan entscheiden, ob sie die Eigenschaft kaufen und wie viel sie ausgeben möchten. Bestenfalls geht es bei der Auktion folglich recht lebhaft zu. Das Engagement der Spielleitung ist ausschlaggebend für die Intensität des Spiels. Die Anzahl der Werte kann während des Spiels von der Spielleitung modifiziert werden. Dauert die Versteigerung zu lange und / oder lässt die Motivation der Bietenden nach, sollte das Ende eingeläutet werden.

Sind alle Eigenschaften versteigert, dürfen die Teilnehmenden erläutern, wie es ihnen bei der Auktion ergangen ist und warum sie ihre Eigenschaft(en) ersteigert haben. Folgende Fragestellungen können dabei behilflich sein:

1. Wer hat denn was ersteigert? Möchte jemand etwas zu der Errungenschaft sagen, die sie oder er künftig weitergenießen möchte / darf?
2. Hat jemand sogar mehr als eine Auktion für sich entschieden? Warum sind dem Team diese ersteigerten Eigenschaften wichtig?
3. Wurde etwas nicht versteigert: Warum wollte niemand den Ladenhüter kaufen?
4. Abschließend wird ein kurzes Resümee gezogen, wie z. B.: Unsere Auktion war bestimmt nicht vollständig. Vielleicht habt ihr sogar den einen oder anderen Wert vermisst. Gezeigt hat sie uns dennoch, dass Menschen unterschiedliche Dinge wichtig finden.

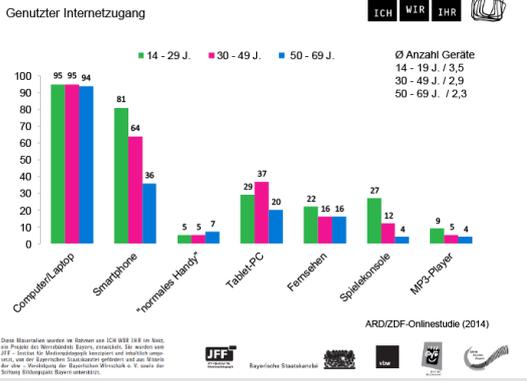
**Willkommen zur heutigen Werteauktion!**

- ☐ Im Angebot sind Dinge, die uns bei Facebook, WhatsApp und Co. wichtig sind!
- ☐ Wer ersteigert, darf diese Nutzungsmöglichkeit weiterhin in Gebrauch nehmen!

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.

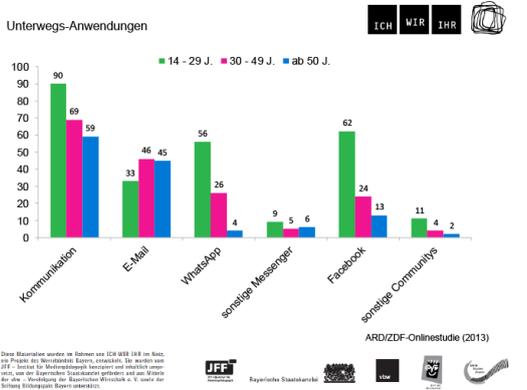


## Folie 9 – 10: Online-Kommunikation (genutzter Internetzugang & Unterwegs-Anwendungen)



Die Teilnehmenden erhalten kompakte Informationen dazu, über welche Zugänge das Internet derzeit von Jugendlichen und Erwachsenen genutzt wird und welche mobilen Anwendungen derzeit relevant sind. Seit 1997 beschäftigt sich die ARD/ZDF-Onlinestudie mit der Entwicklung der Internetnutzung und dem Umgang mit den Onlineangeboten.

Die Ergebnisse werden jährlich in der August-Ausgabe der Fachzeitschrift 'Media Perspektiven' veröffentlicht: Jeder Mensch besitzt derzeit durchschnittlich mindestens zwei Geräte, mit denen er ins Netz gehen kann. Die meisten Personen nutzen ihren Laptop bzw. Computer, um online zu gehen. Smartphones sind vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen verbreitet. Aus anderen Studien (z. B. JIM-Studie) ist bekannt, dass 9 von 10 Jugendlichen ein eigenes Smartphone besitzen. Die Anzahl der Nutzenden von Tablet-PCs steigt weiterhin kontinuierlich an. Auffällig ist derzeit, dass diese am ehesten von Erwachsenen genutzt werden. Das lässt sich eventuell damit begründen, dass sie finanziell besser gestellt sind als Jugendliche.



Jugendliche und Erwachsene wurden zudem nach ihren genutzten Unterwegs-Anwendungen (Apps) befragt. Kommunikation steht dabei an erster Stelle. Etwas differenzierter betrachtet zeigt sich, dass WhatsApp und Facebook vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen relevant sind.

Nutzungsintensität



1. Bildet Flüstergruppen bestehend aus vier Personen.
2. Lauscht gemeinsam dem Hörspiel.
3. Tauscht euch in euren Gruppen zu den ausgeteilten Fragen aus (15 Minuten).
  - ❑ Welche Rolle nimmt Online-Kommunikation über Facebook, WhatsApp und Co. in unserem Leben ein?
  - ❑ Wie finden wir das?

Hörspiel 'Always on'



Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.



Bayerische Staatskanzlei



**Folie 11 – 12: Nutzungsintensität**

Die Anwesenden teilen sich in kleine Flüstergruppen à vier Personen auf (Jugendliche und Erwachsene gemischt, bestenfalls Eltern und ihre Kinder getrennt voneinander).

Jede Gruppe bekommt identische Leitfragen ausgehändigt. Zum Einstieg hören sich alle gemeinsam ein Hörspiel an. Anschließend bekommen die Gruppen etwa 15 Minuten Zeit, sich untereinander auszutauschen. Während dieser Phase ist es wichtig darauf zu achten, dass Erwachsene und Jugendliche miteinander ins Gespräch kommen. Insbesondere Erwachsene tendieren dazu über Jugendliche zu reden und nicht mit ihnen.

Nun haben die unterschiedlichen Gruppen die Möglichkeit, im Plenum über die zentralen Punkte ihrer Diskussion zu sprechen und ggf. erneut in den Austausch zu treten (etwa 10 Minuten).

Folgende Fragestellungen können dabei behilflich sein:

- Welche Gruppe möchte von ihrer Diskussion berichten?
- Verhalten sich Eltern und Kinder denn unterschiedlich? Wie zeigt sich das?

Wie erleichtert Online-Kommunikation euren Alltag – mit Schule, Freunden, auf der Arbeit? Wo wird es schwierig?

Ausgehend von der Kleingruppenarbeit werden nun einzelne Punkte nochmals herausgegriffen – sofern sie nicht bereits diskutiert wurden. Denn ständig online und somit mit anderen in Kontakt zu sein, stellt hohe Ansprüche an Menschen:

- Es ist anstrengend, immer zu kommunizieren. Ständig mit anderen in Kontakt zu sein bedeutet letztendlich, kontinuierlich Informationen aufzunehmen, zu verarbeiten und Rückmeldung zu geben.
- Damit verbunden ist ein hoher Anspruch, stetig entscheiden zu müssen, welche Informationen wichtig und welche unwichtig sind.
- Gerade im Hinblick auf schulische und berufliche Leistungen ist es notwendig, sich bewusst zu machen, dass Konzentrationsphasen bei einer intensiven Nutzung des Smartphones immer wieder unterbrochen werden können. Viele Jugendliche aber auch viele Erwachsene beklagen sich darüber und entwickeln durchaus Bewältigungsstrategien; sie legen ihr Smartphone z. B. in einen anderen Raum oder schalten es während bestimmter Aufgaben in den Flugmodus. In diesen Momenten handeln sie damit mit sich aus, was für sie wichtiger ist: Sich gezielt auf etwas zu konzentrieren oder nichts verpassen zu wollen und immer erreichbar zu sein.
- Ruhephasen müssen darüber hinaus ausdrücklich genommen werden. Wenn Menschen mit dem Smartphone sehr aktiv sind, müssen sie es auch sehr bewusst weglegen. Die Situation unterscheidet sich hier grundlegend von anderen Medien, wie z. B. dem Fernsehen, bei dem es konkrete Sendezeiten gibt. Mit der Angst etwas zu verpassen bzw. der Tatsache, dass die eigenen Freundinnen und Freunde, Arbeitgeber, Familie eine Erreichbarkeit auch einfordern, ist das eine besondere Herausforderung für viele.

Nutzungsintensität



Herausforderungen, vor die Menschen gestellt sind:

- ❑ Kontinuierliche Kommunikation strengt an
- ❑ Selektion zwischen wichtigen und unwichtigen Informationen ist notwendig
- ❑ Konzentrationsphasen können unterbrochen werden
- ❑ Ruhephasen müssen bewusst genommen werden

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.



Bayerische Staatskanzlei



### Folie 13 – 15: Kommerzielle Strukturierung

Die derzeit beliebtesten Angebote im Netz gehören zu privatwirtschaftlich arbeitenden Unternehmen. Oftmals handelt es sich dabei um große Konzerne wie Microsoft, Google oder Facebook, die mehrere lukrative Soziale Netzwerke und Messenger besitzen.

Bei WhatsApp, Snapchat und Co. handelt es sich um Angebote, die einfach zu bedienen sind. Ihre kommerzielle Strukturierung und Arbeitsweisen sind dagegen kaum zu durchblicken. Die Unternehmen arbeiten mit neuartigen Geschäftsmodellen und -praktiken. Dazu gehört das Sammeln und Auswerten von dem, was Nutzende (bewusst und unbewusst) online tun sowie das Anlegen umfassender Nutzerprofile.

Vereinfacht heißt das: Auch wenn die Angebote kostenlos sind, sind sie nicht umsonst. Die Nutzerinnen und Nutzer bezahlen mit ihren Daten. Das bedeutet nicht (unbedingt), dass Nutzerdaten verkauft werden, sondern vielmehr, dass alles, was Menschen online und mit den eigenen mobilen Endgeräten (Smartphone, Tablet-PC, Smartwatch etc.) tun, gesammelt und ausgewertet wird.

Zur Veranschaulichung wird ein Video-Clip gezeigt: Was wäre, wenn die Verkäuferin beim Bäcker plötzlich wissen will, an wen die letzte Kurznachricht ging, wo man am gestrigen Abend war oder wie die Telefonnummern der besten Freunde lauten? Dieser Frage ist das dänische Verbrauchermagazin Taenk nachgegangen – und hat mit versteckter Kamera die Reaktionen von Kunden gefilmt (online verfügbar unter: [www.test.de/baecker](http://www.test.de/baecker)).

Gerade weil die kommerziellen Angebote derart undurchsichtig sind, ist es notwendig, Apps bewusst zu nutzen. Angebote wie Clueful-App ([www.cluefulapp.com](http://www.cluefulapp.com)) helfen nachzuvollziehen, auf welche Daten Apps zugreifen. Darüber hinaus ist es wichtig, über mögliche Alternativen nachzudenken. Stiftung Warentest testete z. B. im Juli 2015 16 Messenger-Apps. Dabei schnitten das deutsche Angebot Hoccer und das Schweizer Angebot Threema am besten ab.

Darüber hinaus lassen sich Zugriffsrechte beschränken. Oft greifen Apps auf überflüssige Daten zu: Dass eine Foto-App z. B. auf die Kamera des Smartphones zugreifen muss, ist sinnvoll. Dass die Bahn-App hingegen auf die gespeicherten Kontakte Zugriff hat, ist nicht notwendig. Daher ist es sinnvoll im Internet nach Tutorials (Erklärvideos oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen) zu recherchieren.

Kommerzielle Strukturierung

Logos: Facebook Inc., Google Inc., Microsoft Corporation, Snapchat Inc., Twitter Inc.

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.

JFF Bayerische Staatskanzlei vbw

Kommerzielle Strukturierung

Überlegungen für den Alltag:

- ▣ Bedachte Auswahl von Apps
- ▣ Beschränkung der Zugriffsrechte

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.

JFF Bayerische Staatskanzlei vbw

Familientipps



- ❑ Medien dürfen weder Tabu- noch Streitthema sein!
- ❑ Medienthemen sollten in der Familie offen und auf Augenhöhe besprochen werden!
- ❑ Eltern sollten Ansprech- und Vertrauenspersonen sein!
- ❑ Familien sollten gemeinsam Vereinbarungen für die Mediennutzung festlegen!

Diese Materialien wurden im Rahmen von ICH WIR IHR im Netz, ein Projekt des Wertebündnis Bayern, entwickelt. Sie wurden vom JFF – Institut für Medienpädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt, von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert und aus Mitteln der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. sowie der Stiftung Bildungspakt Bayern unterstützt.



Bayerische Staatskanzlei



**Folie 16: Familientipps**

Es gibt keine Patentrezepte für Medienerziehung. Jedes Kind ist anders. Jede Situation ist anders. Wie jede Erziehung ist Medienerziehung durch den ständigen Dialog mit dem eigenen Nachwuchs geprägt. Dennoch lassen sich übergreifende Tipps formulieren, die dabei helfen, diese Herausforderung zu meistern.

1. Medien sollten **weder Tabu- noch ständiges Streitthema** in der Familie sein. Es ist ausgesprochen wichtig, immer wieder über Medien und den Umgang damit zu sprechen. Diskussionen über wie viel, was und wann sind dabei ganz normal.
2. Wichtig ist, dass Eltern und Kinder im Gespräch bleiben. Nur so können Eltern in schwierigen Fragen eine Unterstützung für ihre Kinder sein. Im Gespräch sein heißt vor allem, dass Eltern und Kinder sich **offen und auf Augenhöhe** austauschen. Es geht dabei nicht darum, dass Eltern ihre Kinder ständig kontrollieren, sondern darum, sich dafür zu interessieren, was das Kind online macht. Anders herum heißt es aber auch, dass Jugendliche ihren Eltern erlauben müssen, an dem teilzuhaben, was sie online tun.
3. Eltern sollten **Ansprech- und Vertrauenspersonen** für ihre Kinder sein. Auch wenn Jugendliche oft davon ausgehen, dass ihre Eltern weniger Ahnung von technischen Dingen haben, sind sie doch die Menschen, mit denen große und kleine Probleme zuerst besprochen werden sollten. Dass es dabei zu Problemen kommt, ist in sehr vielen Familien so. Wichtig ist jedoch vor allem, dass Jugendliche und ihre Eltern dann gemeinsam überlegen, was zu tun ist. Das heißt wiederum, dass Eltern niemals über den Kopf des eigenen Kindes hinweg entscheiden sollten. Sinnvoller ist es, als Vertrauensperson das eigene Kind zu befähigen, selbst etwas zu tun bzw. nur in Rücksprache mit dem eigenen Kind aktiv zu werden.
4. Medien sind spannend. Kinder brauchen bereits in jungen Jahren die nötige Struktur, um sich auszuprobieren. **Regeln für die Mediennutzung müssen deswegen gemeinsam ausgehandelt werden.** Im Laufe der Zeit brauchen Kinder und Jugendliche immer mehr Freiräume. Das bedeutet, Regeln müssen immer wieder aufs Neue diskutiert und festgelegt werden. Regeln sind somit eine Verhandlungssache – die Tatsache, dass es Regeln gibt, allerdings nicht. Eltern müssen darum auf eine konsequente Umsetzung achten. Medien dürfen jedoch weder zur Belohnung noch zur Strafe für andere Dinge eingesetzt werden. Das heißt, wenn das eigene Kind z. B. die Regel, dass das Smartphone während den Hausaufgaben aus bleibt, nicht beachtet, macht es Sinn, dieses Versäumnis mit Medientzug zu sanktionieren. Eine gute Schulnote sollte dagegen nicht mit einer neuen App oder ähnlichem belohnt und eine schlechte auch nicht mit Medientzug bestraft werden.

