

scout



MA
HSH
Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein

DAS MAGAZIN FÜR MEDIENKOMPETENZ

HEFT 3_2012



MA
HSH
Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein



IRGENDWAS MIT MEDIEN

Alles über das „Wer, wie,
was? Wieso, weshalb, warum?“
der Medienbildung



WER MALT DENN HIER?

Dürfen wir vorstellen...?



Die Hausaufgaben waren längst gemacht, als sich Erik dieser scout-Ausgabe widmete. Der 11-Jährige hat alle Bilder in diesem Heft gemalt. Als er dafür in der Redaktion am Hamburger Hafen zu Gast war, lernte er auch, wie eine scout-Ausgabe entsteht. Ob ihn das von einem Beruf in der Medienbranche abgeschreckt hat? Das wird sich noch zeigen. So oder so – wir sagen: „Danke, Erik, für die tollen Bilder.“



Editorial

BETR: MEDIEN LERNEN LIEBE LESERIN, LIEBER LESER!

Erinnern Sie sich noch an das Kamerakind aus der Fernsehsendung „1, 2 oder 3“? Das ist ein gutes Beispiel für ganz praktische Medienbildung – ein Kind probiert sich und in diesem Fall das Fernsehen aus. Genau damit befasst sich auch diese Ausgabe von scout: Medien begleiten uns täglich, doch dass wir den Umgang mit ihnen ausprobieren und lernen müssen, ist uns nicht immer bewusst. Das gilt für Schüler genauso wie für Pädagogen oder auch Eltern. Deshalb beantwortet diese Ausgabe das „Wer, wie, was? Wieso, weshalb, warum?“ der Medienbildung – vom ersten Reinschnuppern über die Ausbildungsplatzsuche bis hin zu Weiterbildungsmöglichkeiten für Lehrer und Erzieher. Ein weites Feld... Ihnen viel Spaß beim Erkunden! Übrigens hat auch scout dieses Mal so etwas wie ein „Kamerakind“, aber sehen Sie selbst.

Herzlichst, Ihr


Thomas Fuchs

Direktor Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein
post@scout-magazin.de

Irgendwas? Genau das!

Ohne Medien keine Bildung, und über Medien muss man einiges lernen. Zum Beispiel das hier:

WER oder **WAS** sind eigentlich „die Medien“?

Das sind ganz schön viele. Zeitungen, Zeitschriften, Film und Fernsehen zählen genauso dazu wie Bücher, Radio, Internet und Social Media. Und die Entstehung der Digitalen Medien hat den Begriff der Medien deutlich erweitert. Heute erreichen zum Beispiel auch Smartphone-Applikationen oder Onlinegames ein breites Publikum.

WIE lange brauchen wir schon Medienbildung?

Nun ja, eigentlich schon immer. Medien sind nur dann Kommunikationsmittel, wenn die Menschen sie auch nutzen und verstehen können. Je mehr es von ihnen gibt, je komplexer die Kommunikationsstrukturen werden, desto wichtiger wird die Medienbildung. Der Lyriker und Dramaturg Bertolt Brecht hat zum Beispiel in den 1920er Jahren gefordert, dass die Bürger besser in Mediennutzung geschult werden müssten. Damals wurde gerade ein neues Massenmedium geboren: das Radio. Ähnlich ist es heute. Die sogenannten Neuen Medien gibt es zwar bereits seit zwei Jahrzehnten, aber es ist noch viel zu lernen...

→ Über die Bedeutung von Medienbildung heute: Seite 11

WARUM ist Word-of-Mouth-Manager ein Medienberuf?

Weil ein Word-of-Mouth-Manager Medien für Werbekampagnen nutzt, die auf Mundpropaganda basieren. Er sorgt dafür, dass sich Bekannte und Freunde gegenseitig neue Produkte empfehlen, zum Beispiel via Social Media.

→ Ausbildungsmöglichkeiten in der Medienbranche: Seite 13

WIESO darf eigentlich jeder Medien machen?

Medien dienen der Übermittlung von Informationen. Und weil in Deutschland jeder seine Meinung sagen darf, darf auch jeder – solange man sich an gewisse Regeln hält – Informationen verbreiten. Das gilt für Erwachsene genauso wie für Schüler, die zum Beispiel eine Schülerzeitung produzieren.

→ Medien machen: Seite 04

WESHALB haben schon Grundschul Kinder Handys?

Weil moderne Medien für viele heute wie selbstverständlich zum Alltag gehören. Allerdings stellt das vor allem Erzieher vor das Problem, wie sie damit im Kita- oder Schulalltag umgehen sollen.

→ Weiterbildungsmöglichkeiten für Erzieher: Seite 17

WO sind die scout-News hin?

Die News sind umgezogen,
Sie finden sie auf Seite 19.



WIE KANN ICH MEDIEN AUSPROBIEREN?

Jung und voll auf Sendung



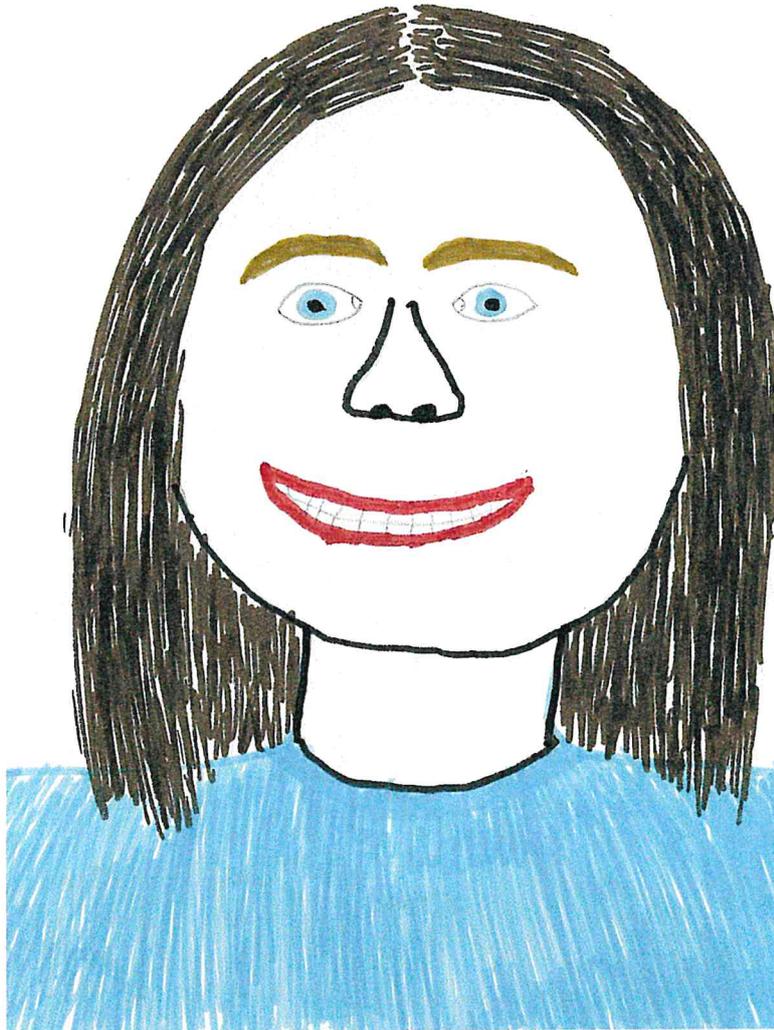
Wenn Kinder und Jugendliche Medien machen, entstehen nicht nur Fernsehsendungen und Radioshows, auch einige (willkommene) Nebenwirkungen bleiben nicht aus. Fünf Jung-Redakteure haben scout von ihren Erfahrungen mit ihren Medienkompetenz-Projekten erzählt – und von ihrer Leidenschaft: Medien machen

ICH

In der scout-Rubrik
erzählen Schüler von
ihrer medialen
Lebenswirklichkeit
– und zwar aus ihrer
ganz eigenen Sicht.

WAS DAS
MIKROFON
MIT DIR
MACHT

SOPHIA MAUER, 10 JAHRE, IST RADIOREPORTERIN BEI DEN OHRLOTSEN



„ Ich bin seit mehr als drei Jahren bei den Ohrlotsen. Für jede Sendung treffen wir uns zehn bis zwölf Mal. Wir, das sind meistens so ungefähr zehn Kinder, alle zwischen neun und 14 Jahren alt. Beim ersten Treffen machen wir immer zuerst die Nachlese, besprechen also, was gut oder schlecht war in der letzten Sendung. In den Sitzungen danach schauen wir nach neuen Themen und prüfen, ob sie realistisch sind. Wenn ich mit dem Mikrophon unterwegs bin, habe ich nur noch ein Ziel: die Leute zu überzeugen, dass sie mir ein Interview geben. Und während des Interviews muss ich mich darauf konzentrieren, dass ich keine Fragen stelle, die nur kurz mit Ja oder Nein beantwortet werden können. Aber Angst davor, Fehler zu machen, habe ich keine. Erwachsene machen auch Fehler. Richtig stolz bin ich, wenn ich das Gefühl habe: ‚Das war meine beste Sendung‘. Das Gefühl hatte ich im Mai, als ich Helge Schneider beim ELBJAZZ Festival interviewt habe – er hat nur mir ein Radio-Interview gegeben. Weil ich da auch noch viele andere Musiker befragt hatte, bekam ich so viel Material zusammen, dass ich eine eigene Sendung machen durfte. Die Sendung war fast eine Stunde lang. Jetzt habe ich so viel beim Radio produziert, dass ich auch gerne mal das Fernsehen ausprobieren würde, am liebsten als Reporterin für die Kindernachrichten.“

Die Ohrlotsen sind zwischen sechs und zwölf Jahren alt, sie produzieren Hörspiele und Radiosendungen. In und um Hamburg gibt es verschiedene Möglichkeiten zum Mitmachen: Das Ohrlotsen-Team fährt zu Schulen, zu Kinder- und Jugendclubs, zu Stadtteilzentren und anderen Einrichtungen für Kinder. Die offene Hörspielwerkstatt findet in der MOTTE in Hamburg-Ottensen statt. Die erste Ohrlotsen-CD „Ruckzuck über'n Zaun – Hamburger Tüdelband-Geschichten, moderiert von Jörg Pilawa“ ist in Hamburg erhältlich in den Heymann-Buchhandlungen, in den Budnikowsky-Filialen und auf der Homepage: www.ohrlotsen.de

DABEI
BLEIBEN
IST ALLES

„ Vor einem Jahr habe ich am Seminar „Zeitung – wie geht das?“ teilgenommen. Es wurde organisiert von der Kinder-Nachrichten-Redaktion (Kina) des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags. Am ersten Tag hat uns die Kina-Chefredakteurin Ina Reinhart erklärt, wie ihr Alltag aussieht: Sie guckt immer wieder in ihren E-Mails nach Anfragen. Dann schickt sie einen Reporter hin – oder schreibt selbst. Aus ihren Texten und denen der Kinderreporter entsteht die tägliche Kina-Seite. Am nächsten Tag durfte ich mit zwei anderen Kina-Reportern den Pächter eines Biohofs besuchen. Nach ein paar Wochen lag dann bei jedem Kina-Reporter die Seminar-Zeitung im Briefkasten. Aber Reporter bin ich immer noch: Kurz vor Weihnachten habe ich mit zwei Kina-Reportern den Schleswiger Bischof Ulrich interviewt, danach, und das war besonders aufregend, die Spitzenkandidaten für die Landtagswahl in Schleswig-Holstein. Zuletzt sprach ich mit dem Segler Simon Grotelüsch, der an den Olympischen Spielen teilgenommen hat. Wir trafen ihn im Kieler Hafen, es war gerade Kieler Woche. Das Interview wurde fast ungekürzt auf den Kina-Seiten gedruckt und hat fast die Hälfte des Platzes eingenommen. Dieses Jahr findet im Oktober wieder ein Kina-Wochenende statt. Da werde auch ich wieder dabei sein. Ich finde es toll zu wissen, was ein Journalist so alles macht, weil ich vielleicht selbst einer werden will.“

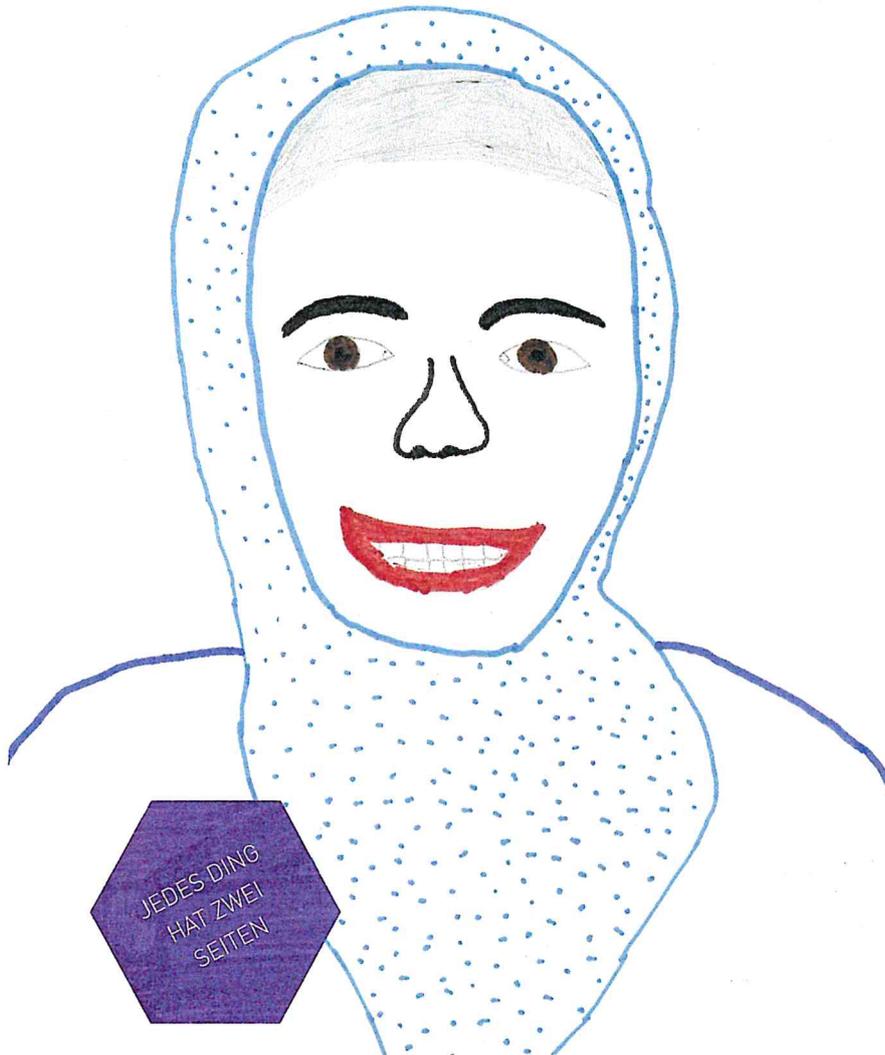


FELIX CASTELLO, 12 JAHRE, IST KINDER-REPORTER IN KIEL



Die Kindernachrichten erscheinen täglich auf einer Seite aller Druckausgaben des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages und sind auch im Internet abrufbar: www.shz.de/nachrichten/kindernachrichten.html.

Der Verlag wirkt auch mit den Projekten ZiSch (Zeitung in der Schule) und ZiKita (Zeitung in der Kita) um junge Leser. www.zisch-shz.de



BEYDA SARI, 17 JAHRE, MODERIERT DEN CHAT BEI DEN RADIOFÜCHSEN

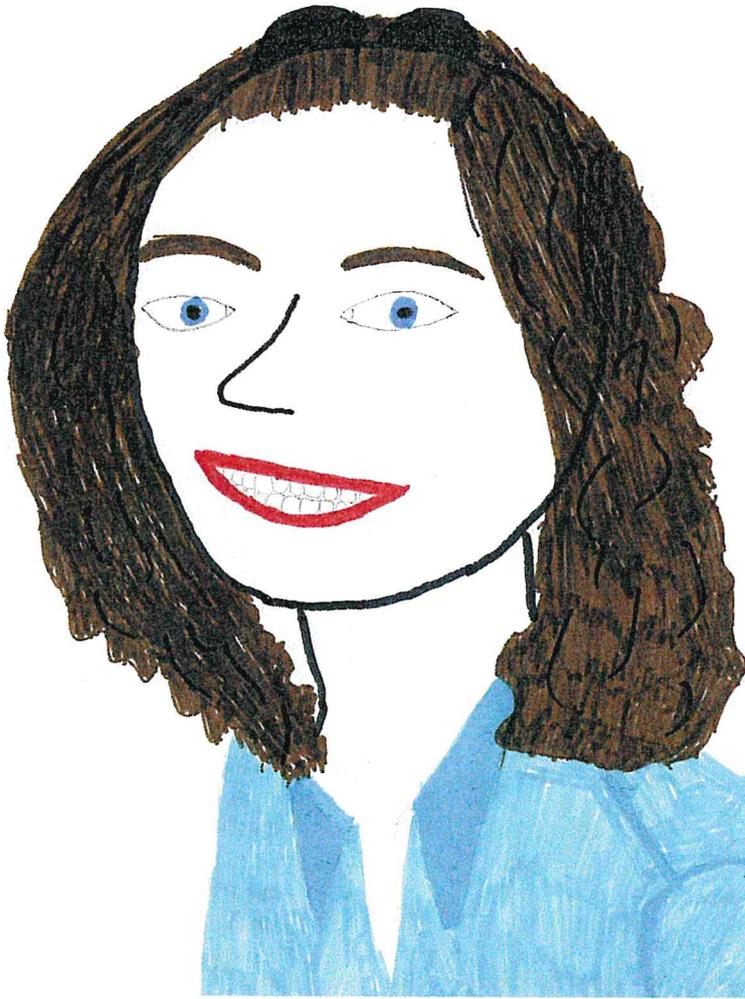
Die Radiofuchse sind das interkulturelle Medienkompetenzprojekt von Kinderglück e. V., einem offenen Treffpunkt im Haus der Familie in Hamburg-St. Pauli. Dort können Kinder und Jugendliche Mittag essen, Hausaufgaben machen und spielen. Hier treffen sich auch die Kinderreporter von den Radiofüchsen, pflegen ihre Internetseite [www.radiofuechse.de] und machen eine eigene Radiosendung, die auf FSK 93.0 und auf TIDE 96.0 ausgestrahlt wird. Gechattet wird dienstags von 16 bis 18 Uhr, auf Türkisch donnerstags von 16 bis 18 Uhr.



„ Wir haben oft Straßenumfragen gemacht, und ich war am Anfang sehr aufgeregt. Mit der Zeit, nach und nach, wurde das besser. Heute nehme ich ein Mikro in die Hand und lege einfach los, egal wer es ist, dem ich meine Fragen stelle. Das ist eine prägende Erfahrung für mein Leben – ich bin mit den Radiofüchsen offener geworden und auch selbstsicherer. Weil man sich auf die Sendungen sehr gut vorbereitet, immer verschiedene Meinungen einholt, wird man auch klüger, finde ich. Es gibt zu jedem Problem oder jedem Thema immer mindestens zwei Sichtweisen, mit denen man sich auseinandersetzen muss, das weiß ich heute. Und das ist eine wichtige Erfahrung, die viel mehr Kinder machen sollten. Manchmal sind die Themen sehr bewegend. Ich habe zum Beispiel bei einer Sendung über das Hamburger Kinder-Hospiz Sternenbrücke mitgemacht. Das war am Anfang ein sehr schweres Thema. Dann haben wir aber entdeckt, dass ein bewusster Umgang mit dem Tod auch schöne Seiten hat. Mit 17 bin ich jetzt eigentlich zu alt für die Radiofuchse. Aber ich habe einen Weg gefunden, trotzdem noch mitzumachen: Einmal pro Woche moderiere ich den Chat auf unserer Homepage. In Zukunft möchte ich etwas mit Design oder Architektur machen, weil ich auch gerne zeichne und schreibe. Auf jeden Fall mache ich demnächst ein Praktikum bei einer Zeitschriftenredaktion – mal sehen!“

GANZ
REIZEND,
WENN ES
FLIMMERT

SUSANNE SOBOTTKE, 18 JAHRE, MACHT FERNSEHEN BEI SCHNAPPFISCH



„Angefangen habe ich bei SchnappFisch, als ich 14 Jahre alt war, zuerst in der fünftägigen Ferienakademie.

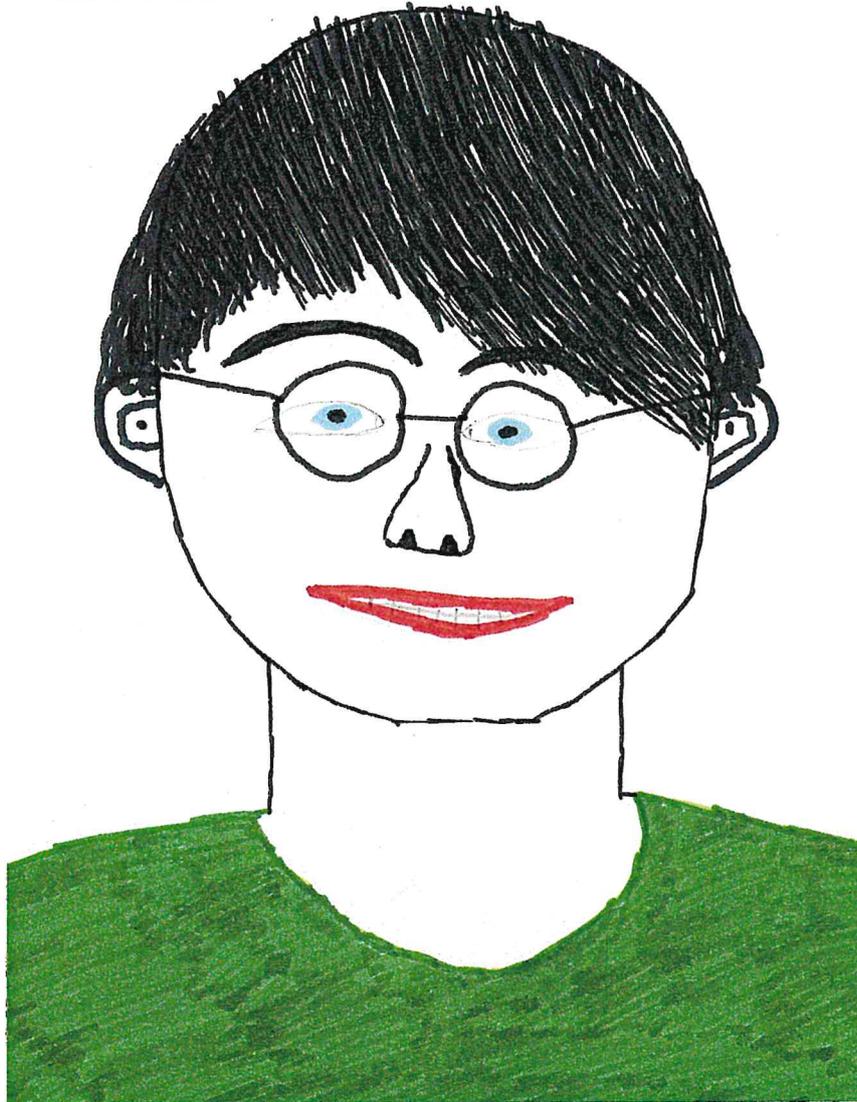
Der Reiz des Fernsehens hatte mich sofort gepackt, also bin ich in die SchnappFisch-Redaktion eingestiegen, die Jugendredaktion von TIDE. Mittlerweile bin ich 18 Jahre alt und habe gerade mein Abitur gemacht. Bei SchnappFisch bin ich trotzdem noch, weil mich der Reiz des Fernsehens nicht wieder losgelassen hat. Wir treffen uns einmal pro Woche, um die Sendungen vorzubereiten. Es wird recherchiert, telefoniert und geplant, bevor man mit Kamera und Mikrofon, zwei anderen Jugendlichen und meistens mit einem Betreuer zum Dreh fährt. Anschließend wird der Beitrag geschnitten und am Ende mit allen anderen Beiträgen in eine Sendung zusammengefasst. Als ich bei SchnappFisch anfang, wollte ich nur ein bisschen filmen und auf keinen Fall vor der Kamera stehen. Dann habe ich es doch ausprobiert. Seitdem hat man mich hauptsächlich vor und nicht mehr hinter der Kamera gesehen. Auch wenn ich es früher gar nicht so wahrgenommen habe, kann ich heute sagen, dass ich mich durch SchnappFisch sehr verändert habe. Besonders in der ersten Zeit bin ich sehr viel selbstbewusster geworden, und ich berichte über Dinge, die ich normalerweise nicht sehen würde. Ja, SchnappFisch ist zeitaufwendig, aber es macht auch unglaublich viel Spaß, und man ist immer wieder stolz, wenn man seine eigene Sendung im Fernsehen sieht. Mir ist bewusst geworden, dass ein Job in den Medien für mich genau das Richtige ist. Ab Herbst studiere ich Media Management.“

Die Jugendredaktion von SchnappFisch produziert eigene Sendungen für TIDE TV und TIDE 96.0. Die Nachwuchsredakteure treffen sich immer montags und mittwochs von 17 bis 19 Uhr. Die Jugendlichen erarbeiten unter Anleitung von Medienpädagogen eigene Beiträge für Radio, Fernsehen und Internet. Die Ergebnisse werden jeden zweiten Donnerstag um 18.30 Uhr bei TIDE TV und jeden zweiten Montag auf TIDE 96.0 gesendet. www.tidenet.de



MIT
ANDEREN
AUGEN
SEHEN

Die TIDE-Ferienakademie bietet Workshops für Jugendliche im Alter von zwölf bis 16 Jahren zu Fernsehen, Radio und Internet an. Vorkenntnisse braucht keiner. Nach einer kurzen theoretischen Einführung in den Journalismus produzieren die Schüler eigene redaktionelle Beiträge. Die Beiträge werden nach Feriende auf TIDE in einer eigenen Magazinsendung ausgestrahlt.
www.tidenet.de



NOAH WEICHGREBE, 13 JAHRE, ERZÄHLT VON DER TIDE-FERIENAKADEMIE

„Vergangenes Jahr war ich in der Ferienakademie von TIDE bei ‚Fit für’s Web‘, in diesem Sommer habe ich mich für den Fernseh-Kurs entschieden. Mit vier weiteren Jugendlichen habe ich einen Beitrag über das Hamburger Abaton-Kino gedreht. Wir hatten fünf Tage Zeit: für die Idee, die Planung der einzelnen Szenen, das Formulieren der Fragen, für den Dreh und den Schnitt. Eigentlich hat mir alles Spaß gemacht, die Interviews zu machen genauso wie hinter der Kamera zu stehen. Vorher mussten wir natürlich erst lernen, wie man filmt, zum Beispiel welche Perspektiven und Einstellungen für welche Szenen gut sind. Was mich am meisten überrascht hat: Wir hatten 40 Minuten Material zusammen, und die sollten wir auf dreieinhalb bis fünf Minuten zusammenschneiden. Es sind genau fünf Minuten geworden, aber es ist tatsächlich alles Wichtige drin, was wir über das Abaton erzählen wollten. Dass das klappen würde, hätte ich nicht gedacht. Wenn ich jetzt im Fernsehen zum Beispiel Nachrichten schaue, versuche ich immer herauszufinden, wie sie gemacht wurden, mit welchen Einstellungen. Ich will mein Schulpraktikum in der neunten Klasse auf jeden Fall beim Fernsehen machen, und da war die Ferienakademie ein gutes Training. Es interessiert mich jetzt noch mehr als vorher.“



WARUM MUSS MAN MEDIEN LERNEN?

Bildung nur mit Medien!



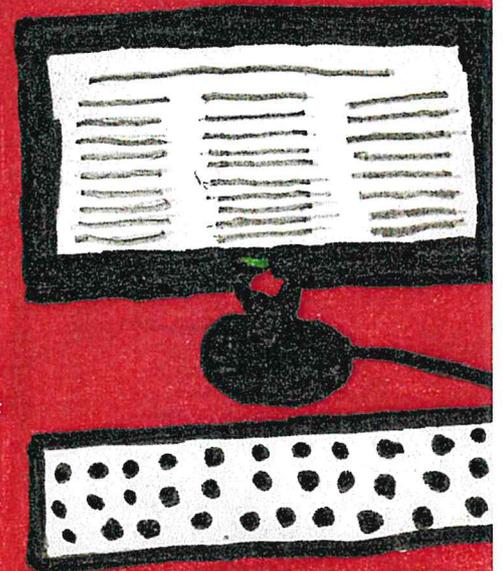
Alles ganz einfach: Fernseher einschalten, hinsetzen, gucken? Nein, ganz so einfach ist es dann doch nicht. Denn TV, Zeitung, Social Media und Co. sind nicht nur Konsumgüter, sondern Kommunikationsmittel und Wissensvermittler. Warum Kinder wie Erwachsene sie deshalb auch verstehen sollten, hat scout Katja Friedrich gefragt. Sie ist eine Sprecherin der bundesweiten Initiative „Keine Bildung ohne Medien“

Frau Friedrich, stimmt es wirklich, dass es ohne Medien keine Bildung gibt?

Neulich wurde ich gefragt, ob „Keine Bildung ohne Medien“ nicht ein völlig sinnloser Slogan sei. Schließlich seien ja auch Schiefertafeln Medien, also gingen Medien und Bildung schon immer Hand in Hand. Das ist natürlich richtig, aber uns geht es um die Neuen Medien. Wenn Sie sich die Welt der Kinder und Jugendlichen angucken, dann wachsen die in und mit diesen Medien auf, sie kommunizieren und leben damit. Deshalb muss Pädagogik auch immer ihren Alltag in den Unterricht holen.

Aber sind Medien nicht längst Teil des Schulalltags? Die Kinder recherchieren für ihre Hausaufgaben im Netz, und viele Schulen sind heute mit interaktiven Tafeln ausgestattet.

Ja, sicher, aber insbesondere audiovisuelle Medien tauchen in vielen Lehrsituationen gar nicht auf. Dabei bergen sie enorme Chancen für die Lern- und Unterrichtsentwicklung. Außerdem meinen wir, dass teamorientierter gearbeitet werden und eine neue Kooperationskultur entstehen kann. Das darf man den Jugendlichen nicht vorenthalten.



Müssen Kinder und Jugendliche denn Medien genauso lernen wie Mathe?

Nein. Und sie müssen auch nicht in der Schule lernen, wie ein Soziales Netzwerk funktioniert. Aber wenn wir fragen: „Was solltest du dort denn nicht tun?“, kennen viele die Risiken nicht. Das lernen sie oft nicht zu Hause.

Ein Bericht der Enquetekommission des Bundestags kommt zu dem Ergebnis, dass auch Studenten, Lehrern und Hochschuldozenten grundlegendes Wissen fehlt. Müssen wir alle Medien lernen, vom Kleinkind bis zum Senior?

Grundsätzlich ja, aber jede Gruppe lernt etwas anderes. Je nach Alter sind die Themen andere. Senioren etwa sollten zumindest lernen, die Welt des Internets zu verstehen, und wissen, was da los ist. Sonst verlieren sie den Anschluss. Es ist aber auch eine gesellschaftspolitische Aufgabe. Heute gibt es Dinge – Stichwort E-Government –, die man nur noch im Netz erledigen kann. Es muss allen ermöglicht werden, zumindest eine „Grundbildung Medien“ zu bekommen. Und das gilt besonders für pädagogische Fachkräfte. Eine Mediengrundbildung für sie erscheint mir unerlässlich.

Sie meinen alle? Vom Erzieher bis zum Hochschullehrer?

Genau, sie müssen ihre jeweilige Zielgruppe verstehen können. Welche Medien nutzen sie? Warum spielen sie Computerspiele? Wenn Pädagogen Jugendlichen mit der Haltung gegenüber übertreten, dass Handys und Facebook blöd sind, können sie mit ihnen auch nicht pädagogisch arbeiten.

Eine vielleicht noch wichtigere Zielgruppe der Medienbildung sind Eltern. Die sind jedoch unglaublich schlecht zu erreichen.

Ja, es ist nicht leicht. Wie bei den Elternabenden in der Schule kommen meist nur Eltern, die eigentlich schon alles „richtig“ machen und nicht die, die man erreichen will. Die Medienbildungsanbieter müssen da fantasievoll und gut vernetzt sein. Eltern spricht man am besten an über Institutionen, zu denen sie aus irgendeinem Grund sowieso hingehen müssen.

Gibt es noch andere Gruppen, die besser gefördert werden müssten?

Natürlich die sogenannten Bildungsbenachteiligten. Allerdings ist die Situation hier ein wenig paradox: Es hat sich gezeigt, dass man gerade diese Zielgruppe über medienpraktische Zugänge sehr gut erreichen und motivieren kann. Sie lernen bei den Projekten – zum Beispiel als „Kinderreporter“ – ihre Stärken und Ressourcen kennen. Sie werden selbstbewusster und zum Weiterlernen ermutigt.

Aber geht es primär wirklich darum, mit Jugendlichen medienpraktisch zu arbeiten? Das machen die doch sowieso jeden Tag.

Das Ziel von medienpädagogischen Produktionen ist ja nicht, einen schicken Film zu produzieren und ins Netz zu stellen. Es geht vielmehr darum, dass die Kinder gemeinsam

arbeiten und ihre Ausdrucks- und Reflexionsfähigkeit entwickeln. Das motiviert und stärkt sie in der Medienwelt.

Von diesen medienpraktischen Projekten gibt es in Deutschland viele, aber vernetzt sind sie kaum. Wie sollte man die Medienbildung institutionalisieren?

Ganz wichtig scheint mir, dass es eine Bund-Länder-Initiative gibt, in der man gemeinsam Konzepte koordiniert und die Handelnden besser vernetzt. Dazu gehört auch, dass man die vielen Angebote sichtbar macht. Nur so können wir besser herausfiltern, wo Handlungsbedarf ist. Deshalb sind jetzt auch eine bundesweite Datenbank und ein regelmäßiger Medienkompetenzbericht geplant. Das ist ein guter Anfang.

Vielen Dank für das Gespräch.

ZUR PERSON

Katja Friedrich ist eine der Sprecherinnen der Kampagne „Keine Bildung ohne Medien“. Hauptberuflich leitet sie als Geschäftsführerin die Lernwerkstatt „medien+bildung.com“ in Rheinland-Pfalz. Zudem ist sie Vorstandsmitglied der GMK, der deutschen „Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur“.

Die TAGESSCHAU



WAS KANN ICH WERDEN?

Das große Stellmichein



Nachrichtenmoderatoren? Kennt man ja! Aber wie wäre es denn mit „Search Engine Analytiker“, „Word-of-Mouth-Manager“ oder „Kaufmännischer Medienassistent“? Es muss nicht immer ein Job mit Mikro und im Rampenlicht sein, wenn man in der Medienbranche arbeiten möchte. Berufsbilder gibt es so viele, dass es schwierig ist, das passende zu finden. scout zeigt die wichtigsten im Dschungel der Medienberufe

W

enn sich im Spätsommer die Tore der Hamburger Handelskammer zur Hanseatischen Lehrstellenbör-

se öffnen, dann sieht Monika Stelljes, Ausbildungsberaterin an der Handelskammer, in den Augen der Schülerinnen und Schüler meist nur eines: „große Orientierungslosigkeit!“ Oft kämen sie zum großen Stellmich-ein, ohne sich wirklich auf Gespräche mit ihren potenziellen Ausbildungsbetrieben vorbereitet zu haben: „Die Jugendlichen verpassen so oft eine gute Chance, ihren tollen Arbeitgeber, ihren spannenden Ausbildungsplatz zu finden!“ 14.000

Schüler treffen auf 155 ausbildende Unternehmen – und trotzdem werden „viele Chancen vertan“, beklagt die Ausbildungsberaterin.

„Gerade im IT-Bereich werden händeringend Azubis gesucht. Die Unternehmen haben spezielle Bedürfnisse und möchten ihre Software-Entwickler und Programmierer gerne selbst gezielt dafür ausbilden“, sagt Monika Stelljes. Doch bei den Jugendlichen sei das Interesse an IT-Berufen eher

rückläufig: „Das ist jammerschade, denn wer sich hier richtig engagiert, der muss sich um seine berufliche Laufbahn keine Sorgen mehr machen.“ Stattdessen setzten viele Schüler bei ihrer Ausbildung tatsächlich auf die altbewährten Branchen wie Industrie, Handel, Banken und Logistikunternehmen, so Stelljes. Für sie ist der Grund dafür ganz simpel: „Wer im IT-Bereich oder in den Neuen Medien Fuß fassen will, der muss sich

man feststellte, dass es bei den Berufsbildern am Neuen Markt zu einem regelrechten Wildwuchs gekommen war und keiner mehr so richtig bei den Bezeichnungen durchblickte“, erklärt Ladendorff. Seitdem müht man sich beim SDA, möglichst alle gängigen Berufsbilder in den Medien und der IT-Branche zu beschreiben – und die Wege dorthin. Auch an Schulen ist der Service Digitale Arbeit beratend tätig.

Wer den Führer „Medien- und IT-Berufe 2012“ durchblättert, der stellt schnell fest, dass es einen Unterschied gibt zwischen den staatlich anerkannten Berufen und den in den Branchen gängigen Bezeichnungen für Berufsbilder. Rund 260 solcher Medien- und IT-Berufsbilder werden vorgestellt, doch nur ein Zehntel davon sind

„Wer in den Neuen Medien Fuß fassen will, der muss sich erst einmal durch einen Dschungel von Informationen kämpfen.“

Monika Stelljes

erst einmal durch einen Dschungel von Informationen kämpfen.“

Dieser Tatsache verdankt Dierk Ladendorff streng genommen seinen Job. Der Leiter des Service Digitale Arbeit (SDA) von der Hamburger Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e. V. legt einmal jährlich den mittlerweile 320 Seiten dicken und kostenlos erhältlichen Führer „Medien- und IT-Berufe“ vor. „Der SDA wurde vor mehr als zehn Jahren gegründet, als

tatsächlich staatlich anerkannte Berufe der Dualen Ausbildung in Lehrbetrieben und Berufsschulen. Viele der neuen, oft exotisch klingenden Berufe lassen sich aber mit einer ganz normalen Ausbildung erreichen. So wird aus dem staatlich anerkannten „Kaufmann Marketingkommunikation“ in einer hippen Agentur mit passender Berufspraxis der „Social Media Manager“, ein „Search Engine Analytiker“ oder gar ein „Word-of-Mouth-Manager“.

„Sie müssen ständig weiterlernen, um den Anschluss nicht zu verlieren.“

In die Ausbildung für Medienberufe lässt die Hansestadt in den kommenden

Jahren gewaltig Geld fließen. Ralph Walper, Direktor der Beruflichen Medienschule Hamburg-Wandsbek, schaut auf die großen Baupläne an den Wänden seines Büros: „30 Millionen Euro gibt es für die Zusammenführung fast aller Hamburger Medienberufsausbildungen auf dem Gelände unserer Schule.“ Dafür fusioniert die Wandsbeker mit der Beruflichen Medienschule Eilbektal – und nennt sich in Zukunft „Die Medienschule“. Sie hat heute rund

Monika Stelljes

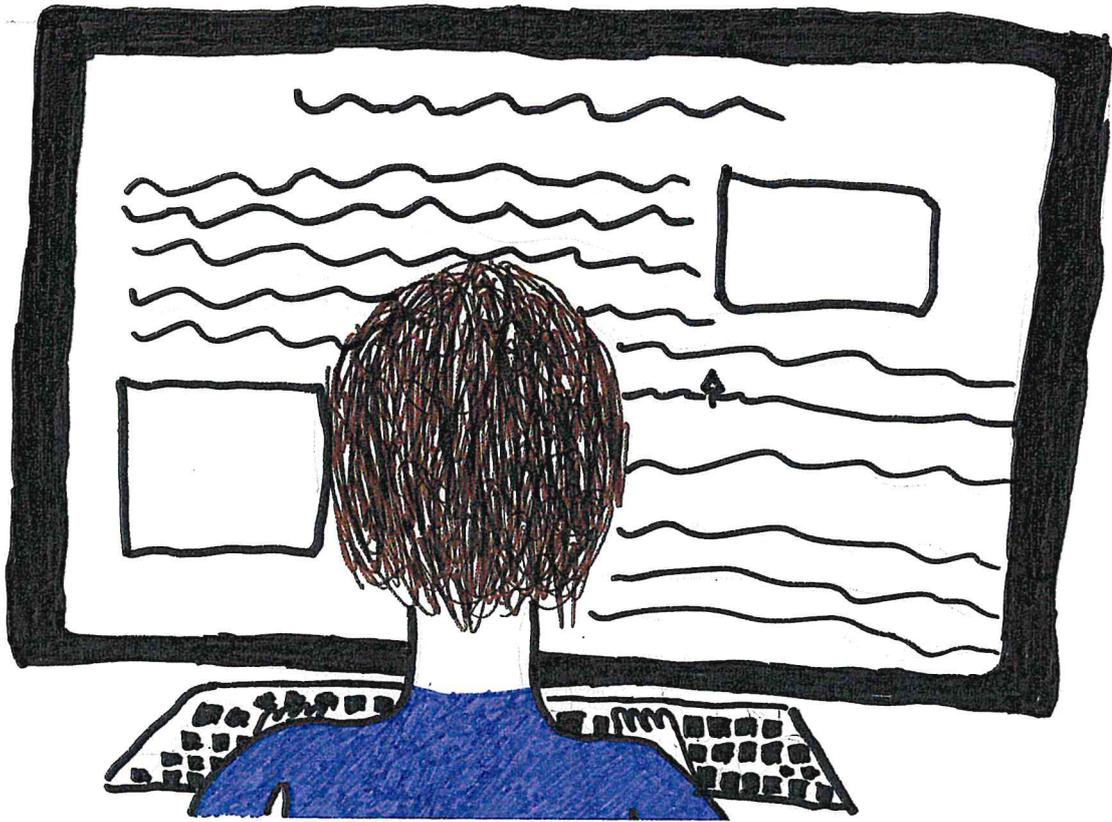
1.900 Schüler. Neben dualen Ausbildungsgängen bietet die fusionierte Wandsbeker Berufsschule auch zweijährige, rein schulische Ausbildungsgänge an, zum Beispiel Kaufmännische/r Medienassistent/in oder Assistent/in für Screendesign, bei denen gleichzeitig die Fachhochschulreife erworben wird. Rund ein Fünftel startet danach direkt mit einem Job durch, die anderen bekommen nach dieser Qualifizierung relativ sicher einen Ausbildungsplatz.

In der Region Hamburg gibt es auch mehr als ein Dutzend privater sogenannter Berufsfachschulen. Sie bieten

in den Bereichen Medien, Marketing und Design dreijährige Ausbildungen an, aber eben ohne die duale Anbindung an ein ausbildendes Unternehmen. Sind sie staatlich anerkannt, können sich die Schüler mit Schüler-BAföG fördern lassen. Diese Berufsfachschulen schließen eine Lücke: Viele Kommunikationsagenturen haben nicht mehr als fünf bis zehn Mitarbeiter, mithin nicht die Kapazitäten, einen Lehrling auszubilden. „Die Fachschulen bieten ausgezeichnete Ausbildungen an“, unterstreicht Dierk Ladendorff. Allerdings nennen sie sich oft „Akademie“, sprechen von „Studenten“ und „Semestern“ und erwecken so den Eindruck, es handle sich bei der Ausbildung um ein Studium. Tatsächlich bekommen die Absolventen, die monatlich rund 400 Euro zahlen, am Ende der Ausbildung ausschließlich ein hauseigenes Zertifikat. Dierk Ladendorff rät auf jeden Fall, sich die Schulen im Vorfeld ganz genau anzuschauen, mit Schülern der höheren Jahrgänge zu sprechen, auch zu schauen, ob die Dozenten tatsächlich hochkarätig sind. Manche Berufsfachschule bietet auch Bachelor-Abschlüsse an, allerdings in Kombination mit einem teuren Auslands-Semester, oft in England. „Dabei ist nicht immer sicher, dass der

NOCH MEHR ZUR KARRIERE IN MEDIEN ODER IT

- Ausführliche Informationen zu fast allen Medien- und IT-Berufen, zur Dualen Ausbildung und zu Studiengängen: www.it-medien-hamburg.de
- Auch die Handelskammer Hamburg hat viele Informationen online gestellt, unter anderem kurze Videoclips zu verschiedenen Berufsausbildungen: www.hk24.de. Weitere Berufstipps: www.azubot.de, www.berufe.tv oder www.it-berufe.de
- Freie Plätze für Praktika in Hamburg und Umgebung sind auf www.praktikum-medien-it.de zu entdecken.
- Praktika und Jobs in der Games-Branche werden auf www.games-career.com eingestellt, die E-Commerce-Branche stellt sich hier vor: www.e-commerce-hamburg.de
- An Jugendliche und auch Lehrer wendet sich www.erlebe-it.de. Hier können auch IT-Scouts gebucht werden – Praktiker, die Jugendlichen aus dem beruflichen Alltag erzählen.
- Ein umfassendes Portal zum Dualen Studium mit nahezu allen bundesweit ausgeschriebenen Studienplätzen findet sich auf www.wegweiser-duales-studium.de



An den Computer, fertig, los: Der Bildschirm ist ein typischer Arbeitsplatz in der Medienbranche

Bachelor auch in Deutschland anerkannt wird. Das sind ärgerliche Mogelpackungen!“

„Augen auf!“ gilt aber nicht nur bei der Schulwahl, auch die Branchen sind entscheidend. In manchen sind die Zukunftsaussichten nämlich nicht gerade rosig – zum Beispiel in den klassischen Medien, darin sind sich Stelljes und Ladendorff einig. Anzeigenkrise und sinkende Auflagen machen den Printmedien zu schaffen, auch TV-Medien kämpfen mit schwächelnden Werbeeinnahmen. So seien die Einstiegschancen für Wort- und Bildjournalisten kritisch zu sehen.

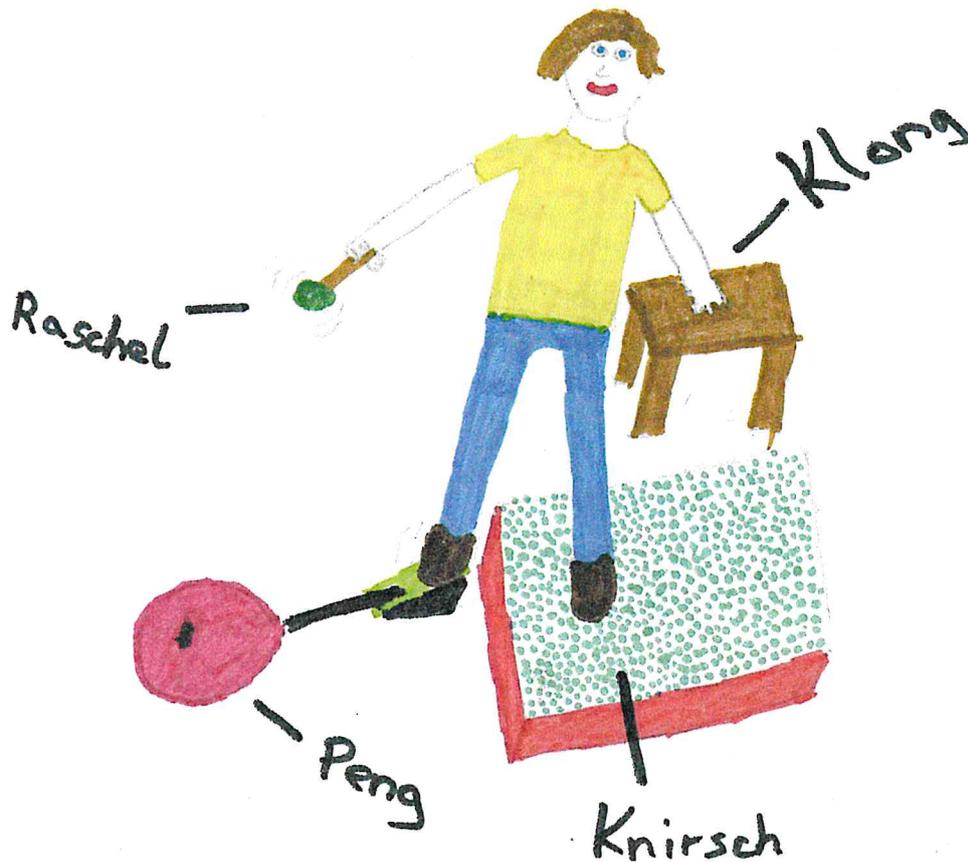
Oder ist doch alles nur ein Spiel? Auch die Hamburger Computerspiel-Schmieden haben großen Bedarf an begabtem Nachwuchs, weiß Achim Quinke, der das Jobportal www.games-career.com

betreibt. Hamburg ist europaweit einer der führenden Orte der Spielentwicklung: 75 Unternehmen, darunter Branchengrößen wie Bigpoint oder Innogames, entwickeln oder veröffentlichen hier Games, die

überwiegend als Browserspiele funktionieren, also unabhängig von Abspielgeräten wie Konsolen. Die Initiative „gamecity:Hamburg“ hat zuletzt rund 3.000 feste Arbeitsplätze in der Branche im Großraum der Hansestadt gezählt,

IRGENDWAS IM NORDEN

Lehrstellen in den Bereichen Medien und IT sind für Schleswig-Holstein unter www.aish.de aufgeführt. Allerdings ist die Anzahl im Vergleich mit den Angeboten in Hamburg überschaubarer. Vielfältig sind die Möglichkeiten zum Studium. In Flensburg werden an der Fachhochschule auch die Studiengänge Kommunikationstechnologie und Medieninformatik angeboten: www.kt.fh-flensburg.de. In Kiel gibt es einen Bachelor-Studiengang Multimedia-Production im Fachbereich Medien: www.scout-magazin.de/fh-kiel. Informatik-Studiengänge bieten zum Beispiel die Fachhochschulen in Flensburg, Kiel und Lübeck an, ebenso die Universitäten in Lübeck und Kiel. Weitere Studiengänge: www.nordakademie.de und www.fh-wedel.de.



Viel Lärm um Nichts? Nein, auch ein Medienberuf: der Geräuschemacher

dazu eine Vielzahl an Freelancern. Die hanseatischen Videogames fanden schnell eine weltweite Anhängerschaft, und so wundert es nicht, wenn Praktikanten gesucht werden für „Community Management/Support Bulgarisch“ – oder ein Job als „Community Manager Japanisch (m/w)“ ausgeschrieben wird.

Noch führen nicht viele gerade Wege in die Games-Branche: „Leidenschaft für die Spiele ist ein guter Einstieg, doch Spiele zu entwickeln ist ein harter Job. Er erfordert die Fähigkeit zur Teamarbeit, Kreativität und hohen technischen Sachverstand.“ Als ideal für den Einstieg sieht Achim Quinke ein Informatik-Studium oder einen der eher seltener bei den Gamern zu findenden Ausbildungsplätze zum Fachinformatiker Anwen-

dungsentwicklung oder Mediengestalter Digital/Print. An der HAW betreiben Medien- und Informatik-Fakultät zusammen das „GamecityLab Hamburg“. Seit 2010 ist der Masterstudiengang mit dem sperrigen Namen „Zeitabhängige Medien – Sound, Vision, Games“ auch auf die Bedürfnisse in der

Anschluss nicht zu verlieren“, sagt Monika Stelljes. Immer wieder aufs Neue lernen müssen schließlich auch die Berufsberater: Denn ganz sicher stehen schon in zwei, drei Jahren wieder Berufsbilder im Handbuch des Service Digitale Arbeit, von denen wir heute noch nicht einmal träumen.

MEDIALE TALENTE

Steht schon im Alten Testament: Wer sucht, der findet! Der Talent Day bringt jedes Jahr im Herbst Schüler der zehnten bis 13. Klasse mit Unternehmen aus Medien und IT zusammen, in diesem Jahr am 24. Oktober. Mehr auf www.talent-day-hamburg.de oder auf www.facebook.com/talenteday. Achtung: Eine Anmeldung ist dringend erforderlich!

Games-Branche ausgerichtet. Zudem gibt es passende, teilweise auch duale Studiengänge in Wedel, an der Nordakademie Elmshorn und dem privaten Hamburger SAE-Institut.

Doch unabhängig vom gewählten Weg in die Medien oder IT gibt es eine goldene Regel: Erwarte den Wandel! Die Halbwertszeit von Technologien, von Programmiersprachen und auch von Trends ist extrem kurz geworden: „Sie müssen ständig weiterlernen, um den

WIE KÖNNEN ERWACHSENE SICH FORTBILDEN?

Lehren lernen

Experten fordern eine medienpädagogische Grundbildung für alle Erzieherinnen und Erzieher, die Umsetzung liegt jedoch noch in weiter Ferne. Möglichkeiten zur Weiterbildung gibt es heute aber schon viele. scout zeigt einige der zahlreichen Angebote in Hamburg und Schleswig-Holstein

„MEDIENPÄDAGOGIK“ FÜR HAMBURGER LEHRER

Wer? Das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung, kurz LI, bietet die Fortbildung an.

Wie? Hamburgs Lehrerinnen und Lehrer werden am LI in Mediendidaktik und -bildung geschult. Dazu zählen Seminare zu Whiteboards im Unterricht genauso wie die Zusatzqualifikation „Aktive Medienarbeit“.

Weshalb? Weil der Medienentwicklungsplan die Nutzung von Medien im Unterricht vorsieht, medienpädagogisches Wissen in der Lehrerausbildung jedoch noch eine untergeordnete Rolle spielt.

Was läuft so? Seminare zu Web-2.0-Tools, Lernplattformen und ganz Praktisches wie Audio- und Videoproduktionen sind der Renner. Weniger stark frequentiert sind noch Angebote zu Datenschutz und Urheberrecht, zu Medienpädagogik allgemein und zu Cybermobbing.

Wo & wann? Ganzjährig am LI: www.scout-magazin.de/landesinstitut

Und sonst? In Schleswig-Holstein gibt es ähnliche Angebote am IQSH: www.scout-magazin.de/IQSH

„BERUFLICHE MEDIENQUALIFIZIERUNG FÜR HAMBURGER ERZIEHER“

Für wen? Die Fortbildung richtet sich an alle Hamburger Erzieher, die Kinder und Jugendliche (außerhalb der Schule) betreuen.

Wer? Veranstaltet wird sie vom Bildungskontor der Hamburg Volkshochschule. Es ist eine lokale Initiative gemeinsam mit dem Sozialpädagogischen Fortbildungszentrum Hamburg und beraten von der MA HSH.

Was? Die VHS vermittelt Grundlagenkenntnisse (Umgang mit PC und Internet) und ganz praktische Fähigkeiten. In den Aufbaumodulen „Foto“, „Film“ und „Internet + TV“ lernen die Teilnehmer Technik und Produktionsmöglichkeiten kennen, aber auch wie sie Eltern beraten können.

Und sonst so? Großen Wert legt die VHS auch auf die pädagogische Anwendbarkeit: So lernen die Erzieher, wie sie Foto- und Filmkameras für die Entwicklungsdokumentation der Kinder nutzen können.

Warum? Die Pädagogen, die in Kitas, Jugendbildungsstätten oder Horten arbeiten, sollen Medienerziehung in ihre Arbeitsstätten tragen.

Wie? Die fünf verschiedenen Module sind einzeln buchbar und dauern ein bis drei Tage plus Nachbereitungstermin.

Wo & wann? Das Programm ist in Vorbereitung. Interessierte bekommen Infos beim Projektleiter Christian Bartels: 040/20942143, c.bartels@vhs-hamburg.de

„AKTIVE MEDIENARBEIT FÜR ERZIEHER IN KITA, HORT UND JUGENDTREFF“

Was? Erzieher, die Kinder und Jugendliche im Alter zwischen zwei und 16 Jahren betreuen, lernen Medienprojekte durchzuführen.

Wie? Die Pädagogen besuchen Module zur Entwicklungspsychologie, Medienpraxis und -pädagogik sowie zur Methodik der Vermittlung von Medienkompetenz.

Wer? Die Fortbildung ist eine gemeinsame Initiative des Landesverbands der Volkshochschulen Schleswig-Holstein und des Offenen Kanals Schleswig-Holstein (OKSH), unterstützt wird sie vom IQSH.

Weshalb? Erzieher sollen Medien anwenden und

verstehen lernen, um Kindern und Jugendlichen altersgerechte Angebote machen zu können.

Und warum das? Für kleine Kinder in Kitas beispielsweise ist das Internet als Medium noch nicht so wichtig. Daher spielen dort Fotokamera, Audioprojekte und das Fernsehen eine größere Rolle. Bei Jugendlichen sieht das schon wieder ganz anders aus.

Wo & wann? Das Angebot startet im Oktober an vier VHS-Standorten in Schleswig-Holstein, teilnehmen können jeweils 15 Personen: www.scout-magazin.de/medienerzieher

„MEDI-LEICA“

Was? Medienkompetenzfortbildung für Jugendleiter.

Wer? Die Seminare richten sich an ehrenamtliche Leiter von Jugendgruppen.

Wie? Die Betreuer lernen alles rund um Soziale Netzwerke, Onlinegames und Handys sowie Persönlichkeitsrechte, Datenschutz und den sicheren Umgang mit dem Internet.

Warum? Ehrenamtliche Mitarbeiter in der Jugendarbeit erwerben einen bundesweit einheitlichen Ausweis, Juleica genannt. Und um ihn zu behalten, müssen die Leiter regelmäßig Fortbildungen besuchen. Eine

Möglichkeit in Schleswig-Holstein und Hamburg ist medi-leica.

Wieso? Medienkompetenz ist auch für Jugendleiter wichtig. Sie kommunizieren oft untereinander – und auch mit ihren Gruppen – über Soziale Netzwerke. Außerdem ist das Wissen nützlich für ganz praktische Dinge wie zum Beispiel die Pressearbeit.

Wo & wann? Die Fortbildung wird unter anderem über die Landesjugendringe Hamburg und Schleswig-Holstein organisiert. Auch Nichtmitglieder können teilnehmen: medileica@medienkompetent.de

Impressum:

Herausgeber: Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Thomas Fuchs (Direktor), Rathausallee 72-76, 22846 Norderstedt, Tel.: 040/369005-0, www.ma-hsh.de
Projektleitung: Leslie Middelman, Dr. Thomas Voß

Verlag: G+J Corporate Editors GmbH, Stubbenhuk 10, 20459 Hamburg, Tel.: 040/3703-5166 www.corporate-editors.com
Geschäftsführer: Soheil Dastyari, Peter Haenchen, Julia Jäkel
Konzeption: Joerg Strauss

Redaktion: Margitta Schutze Lohoff (Ltg./v.i.S.d.P.)
Autor: Andreas Beertage (FR)
Art Direction: Ilga Tick
Layout: Ole Utikal (FR)
Bildredaktion: Maren Haupt (FR)
Schlussredaktion: Dr. Egbert Scheunemann

Herstellung: Sören Hohmann
Lithografie: MWW Hamburg
Druck: Neef+Stumme, Wittingen
Fotos: Erik Niemann (Titel, S. 3-19, außer S. 5: privat), Felix Amsel (S. 2, Rücktitel)

Erscheinungstermin: 09.2012
www.scout-magazin.de

Rechte: Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder übernimmt die Redaktion keine Haftung. scout verweist auf Webseiten Dritter. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle haftet G+J Corporate Editors nicht für die Inhalte dieser externen Seiten. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind nur deren Betreiber verantwortlich.

NEWS

Mediatage

SCHEIN & SEIN IM NORDEN

Im Rahmen der Mediatage Nord in Kiel findet am 19. November 2012 die MA HSH-Veranstaltung „Schein & Sein in Reality-TV und Web 2.0“ statt. Drei Workshops mit Fachleuten aus der Praxis richten sich an Schüler der Sekundarstufe I, ein weiterer an ihre Lehrer. Weitere Informationen und Anmeldung unter info@ma-hsh.de oder 040/369005-0.

Studie

UND JETZT DIE NACHRICHTEN

Das Hans-Bredow-Institut hat untersucht, wie sich die Deutschen informieren. Das Ergebnis der Studie: Als Nachrichtenquelle ist das Fernsehen weiterhin Leitmedium. Nummer 1 – und das auch in der Generation der sogenannten Digital Natives, den 14- bis 29-Jährigen. Die Kurzfassung der Untersuchung können Sie online lesen: www.scout-magazin.de/leitmedien

Internet-ABC

FÜR GROSS UND KLEIN

Das Internet-ABC wächst und gewinnt. Das Gemeinschaftsprojekt der Medienanstalten hat sein Angebot an Unterrichtsmaterialien ausgebaut und gleichzeitig die Comenius-EduMedia-Medaille gewonnen. Die ausrichtende „Gesellschaft für Pädagogik und Information“ (GPI) lobte vor allem die kindgerechte Vermittlung von Online- und Computerkompetenzen und die Art und Weise, wie Eltern und Lehrer einbezogen werden. www.internet-abc.de

Mobiles Theater

DRAMATISCHER DIALOG

Eifersucht, Liebe, kriminelle Energie und ganz viele Träume sind die Zutaten des Theaterstücks „Fake oder ‚War doch nur Spaß‘“. Es zeigt Schülern im Alter ab 12 Jahren, welche Folgen Mobbing im Web 2.0 und auf dem Schulhof haben kann – und bittet die Schüler anschließend zum Dialog: Wie hätte die Eskalation verhindert werden können? Das mobile Ensemble „Radiks“ tourt mit dem Bühnenwerk vom 22. Oktober bis zum 16. November 2012 durch Schleswig-Holsteins Schulen. Die Auftritte der Truppe können hier gebucht werden: info@ensemble-radiks.de

Angucken

GANZ GROSSES KINO

Film ab im Norden: Die Schulen in Hamburg und Schleswig-Holstein können sich ab sofort für die SchulKinoWochen anmelden. In Hamburg sind die Kinosäle während der Unterrichtszeit vom 12. bis zum 16. November für Schüler reserviert, in Schleswig-Holstein vom 26. bis zum 30. November. Mehr:

www.scout-magazin.de/schulkino-wochen-hh (Hamburg)

www.scout-magazin.de/schulkino-wochen-sh (Schleswig-Holstein).

Ausgezeichnet

SILBER-SCOUT

Familie gewinnt: Die scout-Ausgabe 3_2011 mit dem Titelthema „Familie 2.0“ hat beim Wettbewerb „BCP – Best of Corporate Publishing“ Silber gewonnen.

NICHT VERGESSEN!

Der Medienkompetenztage Schleswig-Holstein findet am 25. September 2012 statt. Mehr: www.medienkompetenz.schleswig-holstein.de

Medienkompetenz vernetzt

Alles über Akteure und Projekte der Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein finden Sie auch hier:

www.mediennetz-hamburg.de

www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz

www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz

Das kommt: Ausblick auf scout Heft 1_2013
Einfach mal abschalten?! Wie wichtig
sind medienfreie Räume im Alltag?

