



DER MEDIEN-COACH: QUALIFIZIERUNG – LERNEN FÜR DIE PRAXIS

Im Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ übernehmen die Medien-Coaches eine Schlüsselrolle. Sie sorgen dafür, die Haltung von Erzieherinnen und Erziehern gegenüber Medien zu verändern und mögliche Hemmschwellen abzubauen, Medienkompetenz nachhaltig im Kita-Team zu fördern und Medienpädagogik als einen wesentlichen Bestandteil im Kita-Alltag zu verankern.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe bringen die Medien-Coaches bereits vielfältige Qualifikationen mit: medienpädagogische beziehungsweise pädagogische Kompetenzen, Erfahrungen im Umgang mit Erwachsenen und Kindern und persönliche Eigenschaften, wie Kommunikationsstärke, Flexibilität und Empathie (→ Kap. 2, S. 17).

.....
Je nach beruflicher Qualifikation und Erfahrungen der Medien-Coaches sind die Schwerpunkte der Qualifizierung flexibel.

Bevor Medien-Coaches in den Kita-Alltag gehen, brauchen sie zusätzlich eine intensive Vorbereitung. Diese soll sie befähigen, mit den gewachsenen Strukturen vor Ort offen, flexibel und gleichzeitig systematisch umzugehen. Im Rahmen des Projekts hat Blickwechsel e.V. eine Qualifizierung für Medien-Coaches entwickelt, die sie befähigt,

- sich ihre Rolle als Medien-Coach zu erarbeiten und zu verinnerlichen,
- methodisches Wissen zu erweitern,
- Methoden zu erproben, um deren **Einsatz in einer Kita** einzuschätzen und abzuwägen,
- **ihre persönlichen „Soft-Skills“**, wie zum Beispiel Kommunikationsstärke, Moderationskompetenz, Feedback geben etc. zu stärken,
- sich auf bevorstehende **organisatorische Aufgaben** vorzubereiten und Absprachen mit der jeweiligen Kindertageseinrichtung, dem Evaluationsteam und allen anderen beteiligten Institutionen zu treffen,
- einen **„Medienpädagogischen Fahrplan“** abzustimmen (→ S. 28), um flexibel vor Ort nach vereinbarten Standards zu agieren.

Hinweise zu den Inhalten und zum zeitlichen Rahmen:

- Je nach Kenntnisstand der zukünftigen Medien-Coaches (→ Kap. 2, S. 17) kann es notwendig sein, innerhalb der Schulungsblocks ausreichend Zeit für „Medienpädagogik im Elementarbereich“ einzuplanen, um zum Beispiel medienpädagogische Grundlagen, Wirkungsweisen von Medieninhalten oder entwicklungspsychologische Erkenntnisse bei der Wahrnehmung von Medieninhalten durch Kinder zu vermitteln. Im Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ haben wir davon abgesehen, da alle Medien-Coaches über ausreichend Wissen verfügen.
- Die Zeitangaben sind individuell entsprechend der Projektdauer und dem Projektlauf anzu-passen.
- Weiterführende Informationen zu Methoden finden Sie im Kapitel Methoden und im Quellen-verzeichnis im Anhang (→ Kap. 6, S. 82 ff., Kap. 7, S. 93).

Qualifizierungskonzept der Medien-Coaches im Überblick

Schulungsblock I

ZIELE	INHALTE	ZEITPLANUNG	RAHMEN/MATERIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung geben • Gemeinsames Verständnis von Medienpädagogik, Medienbildung, Medienerziehung, Medienkompetenz erzielen • Rolle als Medien-Coach verstehen • Methodensicherheit vermitteln • Organisatorische Fragen klären 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen, Projekt-Ziele, Kommunikation u. a. • Medienpädagogik im Elementarbereich: Wissen vermitteln (optional), auf gemeinsame Grundlinie verständigen • Medienpädagogischer Fahrplan: Anforderungen an die Zusammenarbeit mit den Kitas und Rolle der Medien-Coaches verstehen • Praxiswerkstatt: medienpädagogische Bausteine erproben und anwenden • Organisatorisches klären: Zeit, Technik, Evaluation 	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 6 Wochen vor Beginn der Arbeit in den Kitas • Schulungsdauer: 2 Tage 	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsort mit mind. zwei Seminarräumen (Gruppenarbeit) • Ggf. Übernachtungsmöglichkeiten • Techn. Ausstattung: Präsentationstechnik, Internet, Notebooks etc. • Flipchart, Pinnwände Moderationskoffer etc. • Materialien wie Fachbücher und Projektbeispiele • „Accessoires“ zu der Themenarbeit mit Kindern (vgl. S. 25)

Schulungsblock II

ZIELE	INHALTE	ZEITPLANUNG	RAHMEN/MATERIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte vertiefen • Rolle des Medien-Coaches vertiefen • Kompetenzspektrum erweitern und festigen • Methodensicherheit gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetenzspektrum verstehen und persönlichen Entwicklungsbedarf erkennen • Kommunikationskompetenz stärken • Feedback geben • Weitere medienpädagogische Bausteine und ihren sinnvollen Einsatz in der Kita erproben (optional) 	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 3 Wochen vor Beginn der Arbeit in den Kitas • 2 Tage mit Übernachtung 	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsort mit mind. 2 Seminarräumen (Gruppenarbeit) • Übernachtungsmöglichkeiten • Techn. Ausstattung, (Präsentationstechnik, Internet, Notebooks etc.) • Flipchart, Pinnwände, Moderationskoffer etc. • Materialien wie Fachbücher und Projektbeispiele • Spezielle Technik für die Praxiswerkstätten (z. B. Trickboxx, Videokamera)

Austauschtreffen

ZIELE	INHALTE	ZEITPLANUNG	RAHMEN/MATERIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse und bisherige Erfahrungen reflektieren und sichern • Feedback üben • Ggf. Vorgehensweise ändern 	<ul style="list-style-type: none"> • Sich zu praktischen Erfahrungen austauschen • Sich gegenseitig Feedback geben • Gelingensbedingungen reflektieren und erarbeiten und ggf. Vorgehen anpassen 	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Beginn der Arbeit in den Kitas ca. alle 4–6 Wochen und nach Bedarf • 1 Tag 	<ul style="list-style-type: none"> • Raum mit passender technischer Ausstattung (Internet, Präsentation) • Flipchart, Pinnwände, Moderationskoffer

Abschlusstreffen

ZIELE	INHALTE	ZEITPLANUNG	RAHMEN/MATERIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Projekterfahrungen sichern • Ausblick geben 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt- und Praxiserfahrungen austauschen • Feedback einholen • Weitere Planungen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Nach dem letzten Kita-Treffen • 1 Tag 	<ul style="list-style-type: none"> • Raum mit passender technischer Ausstattung (Internet, Präsentation) • Flipchart, Pinnwände, Moderationskoffer



Schulungsblock I

– Orientierung und Sicherheit geben

Einführung – Das Projekt kennenlernen

Um die Medien-Coaches thematisch einzustimmen und eine angenehme Arbeitsatmosphäre zu ermöglichen, wird der Schulungsraum mit passenden „**Accessoires**“ vorbereitet: medienpädagogische Karikaturen, Plakate, Medienfiguren aus Kinderserien, Screenshots von Webseiten für Kinder oder eine Heldinnen- und Helden-Wäscheleine mit „Medienstars“ (→ Kap. 6, S. 82 ff.). Darüber hinaus empfiehlt es sich, Arbeits- und Ansichtsmaterialien wie Fachbücher, Projektbeispiele, Methodenkoffer und andere anregende Literatur sowie Broschüren auf Tischen auszulegen.

Nach einer Begrüßung und einer Vorstellungsrunde, in der die zukünftigen Medien-Coaches ihren medienpädagogischen Werdegang kurz skizzieren, lernen sie die wichtigsten **Ziele** der Kita-Begleitung kennen:

- Erzieherinnen und Erzieher zu motivieren und zu befähigen, medienpädagogische Maßnahmen – auch ohne großen technischen Aufwand – im Kita-Alltag umzusetzen (Stichwort „Niedrigschwelliges Angebot“) und
- Medienbildung in das pädagogische Konzept ihrer Kindertageseinrichtungen aufzunehmen.

Für die laufende **Kommunikation** untereinander und mit dem Projektteam während der Kita-Begleitung lernen die Medien-Coaches die Online-Plattform www.bibernetz.de kennen.

➔ PRÄSENTATION
UND DISKUSSION
IM PLENUM

„Medienpädagogik im Elementarbereich“

– gemeinsame Linie finden

Mit einem Vortrag zur „Medienpädagogik in der Kita“ legt die Seminarleitung die Basis für eine Begriffsklärung und gemeinsame Grundlinie. Ziel ist es, dass alle Beteiligten

- „eine Sprache sprechen“ und
- von den gleichen Grundvoraussetzungen ausgehen, um als Medien-Coaches gemeinsam „an einem Strang“ zu ziehen.

In einer offenen Diskussion erarbeiten Seminarleitung, Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Bedeutung der Begriffe „Medienpädagogik“, „Medienerziehung“, „Mediendidaktik“ und „Medienbildung“. Die Überlegungen stützen sich auf folgende Definitionen:

➔ VORTRAG UND
DISKUSSION
IM PLENUM

Überblick Definitionen der Begriffe Medienpädagogik, Medienerziehung, Mediendidaktik und Medienbildung⁶

Medienerziehung und Mediendidaktik sind Teil dieser elementaren Bildungsarbeit und beschreiben die praktische Umsetzung in der Kita.

Medienpädagogik in der Kita ist eine eigenständige Bildungsaufgabe, um Kindern wichtige Orientierungshilfen für die Medienwelt an die Hand zu geben.

Was sind Medienpädagogik, Medienerziehung, Mediendidaktik und Medienbildung?

- Medienpädagogik ist die Gesamtheit aller pädagogisch relevanten handlungsanleitenden Überlegungen mit Medienbezug. Das übergeordnete Ziel der Medienpädagogik ist es, Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene darin zu unterstützen, ihre Medienkompetenz zu entwickeln. Medienkompetenz ist ein Teil der allgemeinen kommunikativen Kompetenz, die ein wichtiges Entwicklungs- und Erziehungsziel darstellt.
- Medienerziehung ist ein Teilbereich der Medienpädagogik und befasst sich mit der praktischen pädagogischen Arbeit im Bereich der Medien.
- Mediendidaktik ist ebenso Teil der Medienpädagogik. Hauptziel der Mediendidaktik ist es, Medien für Wissens- und Lernprozesse optimal zu gestalten. Das heißt, damit sich Kinder kompetent und zunehmend selbstständiger in der Medienwelt bewegen, benötigen sie Unterstützung von pädagogischen Fachkräften. Diese unterstützen sie, medienpädagogisch und medienerzieherisch, um:
 - Medienerlebnisse zu verarbeiten,
 - Medientechnik auszuprobieren,
 - Medienangebote wie Werbung zu durchschauen,
 - sinnvoll am Computer zu lernen oder
 - ihre Kompetenzen wie Sprachkompetenzen durch entsprechende mediengestützte Programme spielerisch zu fördern.
- Medienbildung ist neben der Medienpädagogik und der Medienkompetenz ein Begriff, der in den letzten Jahren verstärkt genannt wird, jedoch noch nicht klar definiert ist. Der Erziehungswissenschaftler Prof. Dr. Dieter Spanhel beschreibt die Medienbildung wie folgt: „Im engeren Sinne ist Medienbildung ein Aspekt der Persönlichkeitsbildung als Prozess und als Ergebnis des Prozesses der Vermittlung von Welt und Selbst durch Medien. Medienbildung ist ein Prozess, in dem der Heranwachsende und der Erwachsene sein ganzes Leben hindurch eine kritische Distanz zu den Medien und ihren Weiterentwicklungen aufbaut und eine Verantwortungshaltung gegenüber den Medien und im Umgang mit ihnen einnimmt. In diesem Kontext wird dann Medienkompetenz zusammen mit anderen Kompetenzen wie beispielsweise Sozial-, Fach- oder Selbstkompetenz zu einer wesentlichen Voraussetzung für Persönlichkeitsbildung. Wesentlich deshalb, weil ohne Medienkompetenz überhaupt keine Bildung möglich ist, weil alle Bildung auf dem repräsentationalen Denken, also auf dem Zeichengebrauch beruht. In diesem Sinne müsste Medienbildung als Teil der Allgemeinbildung gesehen werden“. Im Sinne dieser Definition ist Medienpädagogik als Teilaspekt der Medienbildung zu verstehen.



Der anschließende Vortrag beinhaltet:

- **medienpädagogische Ansätze**, Möglichkeiten und Grenzen der medienpädagogischen Arbeit in der Kita. Medienbildung, Medienpädagogik, Medienerziehung und die Dimensionen von Medienkompetenz,
- **Voraussetzungen auf der bildungs- bzw. sozialpolitischen Ebene**, wie zum Beispiel die Bildungsgrundsätze des Landes NRW oder das Kinderbildungsgesetz (KiBiz),
- **wissenschaftliche Untersuchungen** wie beispielsweise die Ergebnisse aus den Six-Studien⁷, die die Basis für das Projekt und die Qualifikation der Medien-Coaches bilden (→ Kap. 2, S. 14),
- **Anregungen für einfache Methoden** und methodisch-didaktische Bausteine, die sich ohne technischen Aufwand und ohne Vorkenntnisse leicht realisieren lassen, wie zum Beispiel der Einsatz des Pappfernsehers (→ Kap. 6, S. 82 ff.),
- **Anregungen für die medienpraktische Arbeit** mit Vorschulkindern, wie zum Beispiel Hörgeschichten, Interviews, Videofilme oder Fotogeschichten (→ Kap. 5, S. 50 ff.).

„Für eine offene Schulung, die sich an den Bedürfnissen des Kita-Teams orientiert, brauche ich Zeit. Sei es, um den folgenden Schritt vorzubereiten, für die ‚kleine Unterstützung zwischendurch‘ am Telefon oder per E-Mail oder für die Recherche von passenden Programmen oder Geräten.“
Anke Lehmann,
Medien-Coach

Zusammenarbeit mit den Kitas – wie könnte es laufen?

Die Medien-Coaches finden in jeder Kita unterschiedliche Bedingungen vor. Das erfordert von ihnen, mit Feingefühl, offen und flexibel auf die jeweilige Situation vor Ort eingehen zu können. Gleichzeitig ist es wichtig, einen groben Ablauf vorzubereiten, der ein professionelles, transparentes und vergleichbares Vorgehen ermöglicht.

➔ PRÄSENTATION
UND DISKUSSION
IM PLENUM

Erste Schritte, um sich zu orientieren

Zur Orientierung gibt die Seminarleitung den Medien-Coaches einen „**Medienpädagogischen Fahrplan**“ für die Zusammenarbeit zwischen Kitas und Medien-Coaches an die Hand, der ihnen als Rahmen dient und den sie individuell ausfüllen können. Dieser kann beispielsweise folgendermaßen gestaltet sein:

MEDIENPÄDAGOGISCHER FAHRPLAN FÜR MEDIEN-COACHES

SCHRITT	ZIELE	INHALTE
Individuelle Vorbereitung der Medien-Coaches	<ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung kennenlernen • Sich mit dem Bildungsplan vertraut machen 	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmendaten zur Einrichtung recherchieren und studieren • Fragen überlegen
Vorgespräch in der Kita	<ul style="list-style-type: none"> • Einblick in die Situation der Kita vor Ort erhalten 	<ul style="list-style-type: none"> • Kita besichtigen • Interview mit der Kita-Leitung
1. Teamtreffen in der Kita	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen gewinnen • Vorhandene medienpädagogische Kompetenzen stärken • Neugier wecken und Mut machen, Medienerziehung im Alltag (mehr) umzusetzen • Einheitliches Verständnis von Zielen, Inhalten, Organisation und Zusammenarbeit finden 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen • Eigene Ressourcen und Stärken bewusst machen • Projektziele und Projektablauf vorstellen • Individuelle Ziele und Wege der Zusammenarbeit erarbeiten
2. Teamtreffen in der Kita (optional; Ziele und Themen lassen sich ggf. schon beim 1. Teamtreffen klären)	<ul style="list-style-type: none"> • Medienpädagogisches Wissen vermitteln und einen gemeinsamen Kenntnisstand schaffen • Projektziele erneut abgleichen • Neugier fördern und Mut machen, Medienpädagogik im Alltag mehr zu nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Projektinformationen vorstellen • Medienpädagogischen Kenntnisstand erheben • Ressourcen stärken • Grundfragen der Medienerziehung erörtern und klären • Themen für den Schnuppertag finden
Schnuppertag in der Kita/Schulung vor Ort	<ul style="list-style-type: none"> • Transfer des Gelernten in die Praxis ermöglichen • Eigenes Verständnis von Medienerziehung überprüfen • Sicherheit im Umgang mit Medienthemen und technischen Geräten gewinnen • Blick auf eigene Ressourcen lenken 	<ul style="list-style-type: none"> • Passende Methoden und didaktisch-methodisches Vorgehen gemeinsam erkunden • Medienpädagogisches Wissen erproben • Themen und medienpädagogische Bausteine für die Thementage auswählen
Thementage mit den Kindern, Erzieherinnen und Erziehern	<ul style="list-style-type: none"> • Medienpädagogische Bausteine für die alltägliche Arbeit nutzen • Medienpädagogische Aktionen reflektieren: Was ist sinnvoll, was umsetzbar? 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienpädagogische Bausteine für Alltagsthemen der Kita gemeinsam nutzen: Fachkräfte setzen diese auf Wunsch selbst mit den Kindern um oder der Medien-Coach führt diese mit den Kindern durch (Fachkräfte lernen durch Beobachten) • Anschließende Reflexionstreffen • Öffentlichkeitsarbeit und Presseberichte anregen
Medienpädagogischer Elternabend/-nachmittag (optional)	<ul style="list-style-type: none"> • Eltern einbeziehen • Die Bedeutung der medienpädagogischen Zusammenarbeit mit Eltern vermitteln 	<ul style="list-style-type: none"> • Referentin oder Referenten über das Projekt „Eltern+Medien“ der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) gewinnen • Präsentation mit den Fachkräften und Kindern planen
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungen und Erkenntnisse für Projekt-evaluation gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Abschlussinterview mit der Kita-Leitung • Fragebogen aller beteiligten Fachkräfte einsammeln

Organisatorische Gelingensbedingungen herausfinden

Das anschließende Brainstorming im Plenum dreht sich um die Frage: „Wie können wir die Zusammenarbeit mit den Kitas erfolgreich gestalten?“ Wichtige Aspekte sind dabei zum Beispiel:

- **Transparente Ziele und klarer Ablauf:** Projektziele vorstellen und individuelle Ziele und Wünsche zum Vorgehen zulassen und in die Kita-Arbeit integrieren. Ziele und Ablauf sollen allen klar sein.
- **Ansprechpartnerinnen/-partner:** Wer ist wofür zuständig? Ggf. eine Person benennen, die alle Absprachen gebündelt an das Kita-Team weitergibt.
- **Rollen- und Aufgabenverteilung:** Den Erzieherinnen und Erziehern nicht alle Aufgaben abnehmen, sondern Aufgaben verteilen und zuweisen, um das Kita-Team zur Eigenverantwortung zu motivieren.
- **Zeitplanung:** Am Kita-Jahr individuell orientieren. Zeitaufwand und Zeitfenster festlegen und einhalten: Bis wann ist etwas erledigt? Sonst entstehen Engpässe und Wartezeiten. Wichtig: Damit alle einen grundlegenden Informationsstand haben, auch Zeit für das Thema „Medienpädagogik“ vor Beginn und während der praktischen Arbeit mit den Kindern einplanen.
- **Flexibilität:** Individuell auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kita eingehen und einen selbstständigen Prozess zulassen, das heißt ausprobieren und in Rollen finden lassen, nachfragen und um Feedback bitten, in Ruhe wachsen lassen.
- **Kontakt:** Nachfragen ohne zu viel Druck und Drängen, online und telefonisch. Das Kita-Team dazu anregen, selbst um Hilfe zu bitten.
- **Dokumentation:** Einzelne Schritte protokollieren und nächste Schritte festlegen und zum Beispiel an einer Pinnwand möglichst für alle gut sichtbar platzieren. Dazu erhalten die Medien-Coaches Protokollbögen (→ Kap. 7, S. 96 ff.).

Wichtig ist, dass die Medien-Coaches an dieser Stelle selbst erkennen, dass die konstruktive Zusammenarbeit mit den Kitas besser gelingt, wenn sie das gesamte Projekt gut vor- und nachbereiten und den „Medienpädagogischen Fahrplan für Medien-Coaches“ als Grundlage dazu nutzen.

Zusammenarbeit mit den Kitas – die Rolle als Medien-Coach verstehen

Die Medien-Coaches kommen von außen in die Kitas und sollen

- medienpädagogisches Wissen vermitteln,
- das Kita-Team zu Medienarbeit motivieren,
- praktische Erfahrungen ermöglichen und
- in die konzeptionelle Arbeit der Kita hineinwirken.

Der „Medienpädagogische Fahrplan für Medien-Coaches“ (→ S. 28) ist für die Medien-Coaches eine Orientierungshilfe, um ihre Zusammenarbeit mit den Kitas systematisch und doch individuell zu gestalten. Denn die Wünsche und Bedürfnisse der Erzieherinnen und Erzieher stehen im Vordergrund – dann kann die Arbeit der Medien-Coaches gelingen.

BRAINSTORMING IM PLENUM

.....
*„Die Zeit, die wir vor Ort zur Verfügung haben, mache ich transparent ...
 ... Klarheit ist auch bei der Rollenverteilung wichtig. Das baut Hemmschwellen ab und motiviert zu eigenverantwortlichem Handeln.“*

**Anke Lehmann,
Medien-Coach**

.....
Ergebnisse am besten immer protokollieren, schriftlich und/oder mit einer Digitalkamera und anschließend allen zugänglich machen.

ERFAHRUNGS-
AUSTAUSCH
IM PLENUM



Medien-Coaches für die Situation in den Kitas sensibilisieren

Um diese Herausforderung zu verstehen und zu verinnerlichen, ist es notwendig, die Medien-Coaches für die Situation vor Ort zu **sensibilisieren**. Dazu ist es hilfreich, sich über **praktische Erfahrungen** auszutauschen beziehungsweise sich in die Strukturen der **Kita-Teams** einzufühlen. Folgendes Hintergrundwissen kann dabei nützlich sein:

- Kita-Teams arbeiten häufig seit Jahren zusammen und Strukturen sind fest etabliert. Wie in jeder anderen Organisation gibt es auch hier hierarchische Strukturen und Gruppendynamik.
- Meistens folgen diese Teams einer eigenen Dynamik, die nicht sofort erkennbar ist.
- Die Erzieherinnen und Erzieher setzen ihre pädagogische Arbeit erfolgreich um und greifen auf vielseitige Erfahrungen in der Arbeit mit Kindern zurück. Diese Arbeit findet in mehr oder weniger festen Strukturen und Hierarchien und oft in vertrauter und guter Atmosphäre statt. Es gibt bestimmte Zuständigkeits- und Verantwortungsbereiche und dazugehörige Aufgabenverteilungen. Diese haben sich bestenfalls bewährt.
- Innerhalb der Kita-Teams gibt es unterschiedliche Persönlichkeiten mit unterschiedlichen Rollen und Erwartungen an das Projekt beziehungsweise das Vorhaben.
- Maßnahmen wie das Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ erfordern möglicherweise, das eine oder andere Vorgehen oder bestehende Themenschwerpunkte zu ändern beziehungsweise zu ergänzen. Änderungen sind wichtig, machen jedoch auch Arbeit und können dem Kita-Team Sorgen bereiten.

Die innere Haltung als Chance für das Gelingen begreifen

GRUPPENARBEIT
UND PRÄSENTATION



An dieser Stelle können sich die Medien-Coaches in Gruppen überlegen

- welche Haltung sie einnehmen, wenn sie auf die Kitas zugehen und
- wie sie in den unterschiedlichen Phasen der Zusammenarbeit mit den Kitas handeln können (→ „Medienpädagogischer Fahrplan für Medien-Coaches“, S. 28).

Ihre Überlegungen präsentieren sie im Anschluss im Plenum. Dabei kann sich folgendes Bild zeigen, das die Seminarleitung ggf. noch durch weitere wesentliche Punkte und Tipps für die Praxis ergänzt:

- **Mit Einfühlungsvermögen und Flexibilität** die individuelle Situation vor Ort erfassen.
 - **Praxis:** Direkt zu Beginn das Kita-Team fragen: „Was sind die Bedürfnisse, was sind die Wünsche zu Zielen, Inhalten und zum Ablauf der Zusammenarbeit?“
- **Auf Augenhöhe** allen Personen des Kita-Teams offen und gleichberechtigt begegnen.
 - **Praxis:** Sich beim ersten Besuch von einer pädagogischen Fachkraft oder der Kita-Leitung durch die Kita führen lassen. Es kann sinnvoll sein, das erste persönliche Treffen mit der Kita-Leitung von dem ersten Teamtreffen zu entkoppeln. Hier lassen sich grundlegende Absprachen zur Kooperation festlegen, um die nächsten Arbeitsschritte im Gesamtteam abzusichern.
- **Rücksicht** nehmen und Ängste und Sorgen ernst nehmen.
 - **Praxis:** Alle Erzieherinnen und Erzieher einbinden und ihnen Raum geben, sich frei über Wünsche und Sorgen zum Projekt zu äußern. Alles ist erlaubt und bleibt in einem geschützten Raum.

Halten Sie Fragen und Tipps auf Flipcharts, Karteikarten und an Pinnwänden fest. So sind wichtige Botschaften und Diskussionsergebnisse während der Schulung sichtbar und lassen sich am Ende leicht dokumentieren.

■ **Wertschätzung und Respekt** gegenüber unterschiedlichsten Persönlichkeiten mit ihren Rollen und Erwartungen an das Projekt zeigen.

- **Praxis:** Erste Erfahrungen des Kita-Teams würdigen und einbeziehen. In Erzählungen und Erfahrungsberichten erschließt sich bereits vorhandene Medienkompetenz im Kita-Team und führt zu gegenseitiger Motivation. Gemeinsam Anknüpfungspunkte aufspüren und die Chancen für die pädagogische Arbeit mit Medien beleuchten, sofern noch keine Erfahrungen vorhanden sind. Praktische Beispiele, Fotos, Filme, Materialien und O-Töne von anderen Kitas zeigen.

■ **Hilfe zur Selbsthilfe** geben und durch Fragen leiten.

- **Praxis:** Immer wieder durch Fragen anregen wie „Vertiefen die Fachkräfte ihre Kenntnisse? Nehmen sie diese in ihre Arbeit auf? Geben sie diese an Kolleginnen und Kollegen weiter?“. Das sorgt für einen Prozess, um im Fluss zu bleiben und nicht darin zu verfallen, ein festgefahrenes „Programm zu absolvieren“.

Sinnvoll ist es, dem Kita-Team gleich zu Beginn Raum zu geben, Wünsche und Sorgen zu äußern. Das schafft Vertrauen und zeigt dem Medien-Coach, in welchen Bereichen das Kita-Team individuelle Unterstützung benötigt.

Den dynamischen Wechsel verschiedener Rollen erleben

Die Erfahrungen der Medien-Coaches im Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ zeigen deutlich, wie wichtig Empathie und Perspektivwechsel sind. Denn während der Kita-Begleitung nimmt der Medien-Coach verschiedene Rollen ein, die sie/er sich bewusst machen muss und auch klar an das Kita-Team kommuniziert.



Um dies plastisch zu machen, kann die Seminarleitung Fallbeispiele aus der Kita-Praxis nennen und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit unterschiedlichen „Hüten“ antworten und agieren lassen, das heißt als:

■ „Medienpädagogin/Medienpädagoge“

- **Fallbeispiel:** Profil zeigen, wenn es um Fragen geht „Wie häufig dürfen Kinder im Vorschulalter Fernsehen?“ oder „Wie können Erzieherinnen und Erzieher die Medienerlebnisse der Kinder aufgreifen?“
- **Tipp:** Auch wenn es hier keine eindeutigen Antworten gibt, gilt es eine eigene klare und gleichzeitig nicht dogmatische Haltung einzunehmen. Diese Haltung hilft den Fachkräften dabei, ihre eigene Position zu finden.

■ „Medienexpertin/Medienexperte“

- **Fallbeispiel:** Konkrete technische Fragen zum Beispiel zum Umgang mit einer Digitalkamera oder einem Programm zur Bildbearbeitung beantworten und bei allen Fragen dem Kita-Team zur Seite stehen.
- **Tipp:** Motivierend ist es für das Kita-Team, wenn sich Kolleginnen und Kollegen untereinander Dinge zeigen können. Es reichen meist schon wenige Impulse und eine anschließende zusammenfassende Reflexion für eine nachhaltige Aktivierung des Kita-Teams.

■ „Beraterin/Berater“ oder „Moderatorin/Moderator“

- **Fallbeispiel:** Fragen anstoßen wie z. B. „Wie können wir Medienpädagogik in unsere tägliche Arbeit und in das pädagogische Konzept integrieren?“, diesen Prozess moderieren und bei der Dokumentation beraten.
- **Tipp:** Die letztendliche Verankerung von Medienbildung und die Antworten, was praktische Medienarbeit in der jeweiligen Kita bedeutet, kann immer nur aus dem Kita-Team selbst erfolgen.

„Als Medien-Coach ist es wichtig, immer wieder verschiedene ‚Mützen‘ aufzusetzen: So war ich Medienpädagogin, Medienexperte, Beraterin und Moderator.“
Matthias Felling,
Medien-Coach

Praxiswerkstatt – medienpädagogische Bausteine erproben und anwenden

EINZELARBEIT UND AUSPROBIEREN IM PLENUM

Bei der Auswahl der Themen für den Schnuppertag und Thementag ist es sinnvoll, die Vorgaben des Bildungsplans im Blick zu behalten und gleichzeitig flexibel auf die Interessen der Kinder, Fachkräfte und Eltern einzugehen.

Die Praxiswerkstatt dient dazu, den Medien-Coaches ein breites Spektrum an medienpädagogischen Bausteinen und Methoden an die Hand zu geben. So können sie für die praktische Begleitung der Kitas aus einem vielseitigen Repertoire die passenden Methoden auswählen und vorschlagen. Einfache Anregungen, die ohne große Vorbereitungen und meist ohne technisches Vorwissen umsetzbar sind, sollen die Erzieherinnen und Erzieher dazu animieren, Medieninhalte zu thematisieren und Medien im Kita-Alltag einzusetzen.

- Um medienpädagogische Bausteine kennenzulernen, erhalten die Medien-Coaches Arbeitszettel mit unterschiedlichen Aufgabenstellungen und Methoden (→ Kap. 6, S. 82), die sie sich einzeln erarbeiten und ausprobieren.
- Danach präsentieren sie den anderen Medien-Coaches ihren Baustein oder spielen die Methode mit ihnen durch.
- Ergänzend dazu können die Medien-Coaches eigene Methoden oder medienpädagogische Elemente vorstellen, die sie bereits erfolgreich eingesetzt haben.



Mögliche medienpädagogische Bausteine für die Schnuppertage und Thementage

- Mithilfe eines Pappfernsehers und/oder einer Handpuppe über Fernseherlebnisse sprechen
- Gemeinsam ausgewählte Filme anschauen/Radiosendungen anhören
- „Fernsehen selbst machen“: Im selbst gebauten Fernseher eigens entwickelte Geschichten vorspielen oder bestimmte Fernsehsendungen nachspielen
- Sich selbst im Fernseher sehen und herumalbern
- Medienerlebnisse mithilfe von Fragen reflektieren und malen lassen, z. B.: „Was gefällt dir an der Sendung am meisten?“, „Was hat dir gar nicht gefallen?“, „Wieso nicht?“
- Mit mitgebrachten Medienfiguren spielen
- Medienheldinnen/-helden-Wäscheleine einsetzen (→ Kap. 6, S. 85 ff.)
- Medienecke oder Kinder(medien)büro einrichten
- Auf Phantasiereise ins Medienland gehen oder Phantasielandschaften bauen und darin spielen
- Medienlieder selbst dichten, singen und ggf. aufnehmen
- Medien-Steckbriefe erstellen
- Auf Zeitreise oder Spurensuche gehen zu Medienwelten früher und heute – z. B. Großeltern interviewen
- Optische Spielzeuge basteln (Wunderscheiben, Daumenkinos)
- Trickfilme mit dem Fotoapparat und dem Computer erstellen
- Am Computer malen, zum Beispiel mit AniPaint, Paint, Tuxpaint, Plopp (→ Kap. 7, S. 95)
- Zuhörgeschichten und -spiele anbieten (Gedächtnisspiel zum Hören, Geräusche finden etc.)
- Tierstimmen nachahmen, aufnehmen und erkennen
- Geräuschkiste erstellen und damit Klänge und Geräusche erzeugen
- Auf Geräuschejagd gehen (mit Mikrofon und einfachem Aufnahmegerät)

Auswahl einiger medienpädagogischer Bausteine aus „Pixel, Zoom und Mikrofon – Medienbildung in der Kita. Ein medienpraktisches Handbuch für Erzieherinnen und Erzieher“ (vgl. Anhang, S. 93).

Organisatorische Fragen klären – Zeit planen und Material auswählen

Zum Abschluss des Schulungsblocks I stehen für die zukünftigen Medien-Coaches die Präsenztage in ihren Kitas und deren Organisation im Mittelpunkt:

- „Wie planen wir die Zusammenarbeit mit unseren Kitas?“
- „Welche Materialien nehmen wir mit?“

Folgende Erfahrungen aus dem Projekt „Medienkompetenz-Kitas NRW“ können für die Planung der Zusammenarbeit mit den Kitas hilfreich sein:

DISKUSSION IM
PLENUM



Zeitplanung rund um die Schnuppertage

Besonders vor und nach den Schnuppertagen benötigen die pädagogischen Fachkräfte Zeit, um

- die gewonnenen Erkenntnisse wirken zu lassen,
- das Gelernte umzusetzen und anzuwenden,
- benötigte Materialien wie Bilderbücher, Filmfiguren, Digitalkamera und anderes für die geplanten Thementage ohne zusätzlichen Zeitdruck zu organisieren.

Gemeinsam ist mit dem Kita-Team zu überlegen, wie viel Zeit hierzu benötigt wird. Dabei geht es darum, verbindlich und gleichzeitig flexibel zu sein, aber ohne Druck aufzubauen. Im Kern geht es um die Frage: „Was ist entspannt machbar?“.

Zeitplanung der Thementage

Für die zeitliche Planung der Thementage eignen sich folgende Varianten:

- Es kann sinnvoll sein, mit einer gleichbleibenden Gruppe von Kindern zu arbeiten und mit ihnen verschiedene Bausteine auszuprobieren. Dabei erhalten die Erzieherinnen und Erzieher einen umfassenden Einblick in medienpädagogisches Handeln, indem sie selbst ausprobieren, begleiten und beobachten. Sie können einzelne Bausteine in der Umsetzung erleben. So lassen sich Thementage in einem größeren zeitlichen Abstand zueinander planen.
- Alternativ können die gleichen Bausteine zum Beispiel zweimal nacheinander mit verschiedenen Kindern durchgeführt werden. In diesem Fall ist es sinnvoll, Thementage möglichst nacheinander zu organisieren. So kann das Kita-Team bereits am zweiten Tag Bausteine selbst anwenden.

Tipps für die Zusammenarbeit in der Praxis

Die Seminarleitung nimmt noch einmal Bezug auf die organisatorischen Gelingensbedingungen aus dem Brainstorming rund um den „Medienpädagogischen Fahrplan für Medien-Coaches“ (→ S. 28) und fasst die wichtigsten Punkte zusammen:

- Die Ziele und der Ablauf des Projekts sind für alle klar und verständlich.
- Die einzelnen Schritte sind in sich schlüssig und für alle nachvollziehbar.
- Alle Schritte werden dokumentiert. Alle können in irgendeiner Form die Ergebnisse einsehen, und in den Teamsitzungen wird darüber berichtet.
- Es gibt zwischendurch und am Ende der Kita-Begleitung ausreichend Zeit für die gemeinsame Reflexion und Evaluation der medienpädagogischen Arbeit.

Material- und Technikoffen individuell zusammenstellen

KARTENABFRAGE



Für die Begleitung der Kitas stellen sich die Medien-Coaches eigene Materialien zusammen. Um herauszufinden, was sie benötigen, nutzt die Seminarleitung die Kartenabfrage (→ Kap. 6, S. 82 ff.):

- Jede/r notiert dazu auf Karten, was alles in einen Material- und Technikoffen gehört.
- Die Karten werden an einer Pinnwand gesammelt und sind so für alle sichtbar.
- Werden die Karten sortiert, lassen sich noch fehlende Materialien gemeinsam entdecken.
- In den Materialoffen gehören zum Beispiel:

- eine Sammlung von Medienfiguren (aus Zeitschriften oder als Spiel- und Plüschtier)
- Karikaturen zu Medienthemen
- Medienbeispiele
- Moderationsmaterial mit Stiften und Karteikarten
- eine Auswahl an Büchern und Broschüren

Die Methode „Kartenabfrage“ eignet sich auch sehr gut für die Arbeit mit dem Kita-Team.

Tipp:

- Als „Starterset“ erhalten die Medien-Coaches einige Fachbücher und eine Sammlung aktueller Broschüren, zum Beispiel von Internet-ABC, Flimmo, SchauHin!, GMK, etc.
- Die Medien-Coaches benötigen eine technische Ausstattung für ihre Zusammenarbeit mit dem Kita-Team. Deshalb bekommen sie möglichst einen Technikkoffer mit handhabbaren Geräten zur Verfügung gestellt. Damit dieser ihren Anforderungen entspricht, überlegen sie gemeinsam, welche Geräte sie benötigen.

Dies können sein:

- Beamer
- UMTS-Stick (für mobilen Internetzugang)
- Notebook (möglichst mit SD-Slot und Firewireeingang)
- Tonaufnahmegerät (z. B. Easi-Speak-Mikrofon) und Kopfhörer
- Digitalkamera mit Zubehör wie Speicherkarte, Übertragungskabel und Akkus





Schulungsblock II

– Kompetenzen als Medien-Coach stärken

Der zweite Schulungsblock dient dazu, den ersten Block zu vertiefen, sich weiter mit der Rolle als Medien-Coach auseinanderzusetzen und diese zu verinnerlichen. Darüber hinaus besprechen Seminarleitung und die zukünftigen Medien-Coaches das weitere Vorgehen in den Kitas, falls noch Fragen vorhanden sind.




Kompetenzspektrum der Medien-Coaches – vielfältige Anforderungen

In diesem Schritt sollen sich die zukünftigen Medien-Coaches noch einmal eingehend darüber bewusst werden, welche Anforderungen auf sie zukommen können. Am Ende dieser Trainingseinheit wird ihnen deutlich, dass sie selbst dafür verantwortlich sind, welche Wege sie mit „ihren“ Kitas einschlagen und welche thematischen Schwerpunkte sie wählen und bearbeiten. Letztendlich ist dies immer ein konstruktiver Aushandlungsprozess zwischen Kita und Medien-Coach.

Situationen in der Kita erfassen

SIMULATION 
 IN KLEINGRUPPEN

Um sich auf mögliche Ereignisse in den Kitas vorzubereiten, simulieren die zukünftigen Medien-Coaches praktische Situationen vor Ort und überlegen sich dazu in Kleingruppen:







-  „Was kann alles vor Ort passieren?“
-  „Was wollen die Erzieherinnen, Erzieher und die Kitas?“
-  „Welche Kompetenzen brauchen wir, um die Erwartungen erfüllen zu können?“

„Ein Medien-Coach braucht Offenheit, Respekt und Flexibilität. Das kann heißen, mehrfach einen Plan für den jeweiligen Thementag zu modifizieren oder ganz umzustoßen. Und manchmal musste ich mich abgrenzen, um nicht in die Rolle einer Supervisorin oder Mediatorin gedrängt zu werden.“

Anke Lehmann,
 Medien-Coach

Indem sich die Medien-Coaches mit diesen Fragen auseinandersetzen, identifizieren sie sich mit der Zielgruppe und versetzen sich in mögliche Kita-Situationen. Annahmen und Erkenntnisse notieren sie auf Karten oder einem Flipchart und stellen diese anschließend im Plenum zur Diskussion.

In dieser Übung ist es wichtig, dass die Medien-Coaches selbst erkennen, dass ihre gesamte Persönlichkeit die Zusammenarbeit mit den Kita-Teams prägt. Hinzu kommt, dass der „Medienpädagogische Fahrplan für Medien-Coaches“ (→ S. 28) kein idealtypisches Vorgehen, sondern lediglich ein roter Faden ist, der an der ein oder anderen Stelle lockerer oder straffer und vielleicht auch mal durchgeschnitten und neu verknotet wird. Dies bedeutet, offen für Gruppenprozesse zu sein und jederzeit flexibel auf die Bedürfnisse der Erzieherinnen, Erzieher beziehungsweise der Kinder einzugehen. Daher sind folgende Kompetenzen gefragt:

-  **Kommunikationskompetenz**, um zu moderieren, zu präsentieren und Gespräche zu führen.
-  **Fach- und Sachkompetenz**, um Wissen weiterzugeben und selbst anzuwenden.
-  **Methodenkompetenz**, um etwas auszuführen.
-  **Soziale Kompetenz**, um andere einzubeziehen und flexibel zu agieren.
-  **Prozesskompetenz**, um Abläufe zu organisieren.
-  **Personale Kompetenz**, um sich selbst bewusst zu reflektieren.

Auch Spaß an der Arbeit und **Humor** sind hilfreich. Letztendlich entwickelt jeder Medien-Coach jedoch seinen eigenen Stil, der zu ihr/ihm passt. Nur so kann ein Medien-Coach authentisch und glaubwürdig agieren.

Kompetenzspektrum der Medien-Coaches verstehen und nutzen

Im Anschluss an die Gruppenarbeit stellt die Seminarleitung das „Kompetenzspektrum der Medien-Coaches“ vor. Dies zeigt die vielschichtigen Anforderungen, die Medien-Coaches im ständigen Wechsel benötigen. Die nachfolgende Übersicht hilft jedem persönlich dabei, darüber nachzudenken und zu erkennen, in welchem Kompetenzbereich sie/er bereits Kenntnisse, Fertigkeiten und Stärken hat und wo es noch Weiterentwicklungsbedarf gibt.

Kompetenz-Spektrum der zukünftigen Medien-Coaches

 PRÄSENTATION
UND DISKUSSION
IM PLENUM

Kommunikationskompetenz

- Referieren: Informationen verständlich und überzeugend weitergeben
- Sich der eigenen Stimmkraft, Atmung, Gestik und Mimik bewusst sein
- Wertschätzend kommunizieren: die Bedürfnisse anderer erspüren, erfragen und darauf eingehen
- Dialogisch und offen kommunizieren: alle Gesprächspartnerinnen und -partner gleich wertschätzen, allen die gleiche Aufmerksamkeit zuteilwerden lassen
- Ein gemeinsames Ziel ausmachen und moderierend darauf hinarbeiten
- Im Auftrag der Gruppe klare Absprachen und Vereinbarungen treffen, Arbeitsergebnisse sichern und präsentieren

Fach- und Sachkompetenz

- Sich neues Wissen aneignen und auf vorhandenes Wissen aufbauen
- Medien, kindliche Nutzungsweisen und Wirkungszusammenhänge kennen und verstehen
- Technische Medien wie Computer, Lernsoftware, Digitalkamera, Videokameras, Audiogeräte usw. nutzen
- Wissen pragmatisch umsetzen: die Fähigkeit, pädagogische und erzieherische Erarbeitungen anzuregen und durch konkrete Praxistipps zu ergänzen
- Kenntnisse zu Kindermedien, Webseiten, Materialien, medienpädagogischen Angeboten und Broschüren, z. B. für die Elternarbeit, erweitern

Methodenkompetenz

- Wissen in Handlung umsetzen
- Verschiedene Methoden kennen und sich über deren Wirkung bewusst sein
- Methoden bedarfsgerecht und flexibel einsetzen und methodische Routine entwickeln

Soziale Kompetenz

- Fähigkeit zur Empathie und Perspektivwechsel einnehmen können
- Gruppenprozesse kennen und verstehen
- Gegenüber unterschiedlichsten Persönlichkeiten Respekt und Wertschätzung ausdrücken

Prozesskompetenz

- Strukturieren, organisieren, nachbereiten und evaluieren
- Themensetzung übernehmen, Teams beraten „Was ist thematisch wichtig und wie sehen weitere Schritte aus?“
- Netzwerke bilden
- Teams motivieren

Personale Kompetenz

- Eigene Fähigkeiten einschätzen, weiterentwickeln und nutzen
- Sich über seine Rolle und persönliche Wirkung als Medien-Coach bewusst sein und permanent weiterentwickeln
- Authentisch sein und seine eigenen Bedürfnisse wahrnehmen und äußern

Kommunikationskompetenz – Gesprächsführung stärken

Der Auftritt der Medien-Coaches, das heißt ihr Umgang mit Erzieherinnen und Erziehern und ihre Gesprächsführung, hat einen großen Einfluss auf die Stimmung und damit auch auf das Gelingen des Vorhabens.

Herausforderung im Verhalten und in der Kommunikation:

- sich in das Kita-Team einbringen aber gleichzeitig zurückhalten und dabei möglichst authentisch sein,
- sich auf ganz unterschiedliche Charaktere und Situationen vor Ort einlassen können.

So verschieden Personen, Stimmungen und medienpädagogische Vorkenntnisse sind und so unterschiedlich die allgemeine Atmosphäre in Kitas ist, so unterschiedlich können die Treffen mit den Kita-Teams verlaufen. So kann es zum Beispiel passieren, dass die Medien-Coaches mit Fragen, Einstellungen und Verhaltensweisen konfrontiert werden, die im ersten Moment schwierig zu meistern sind.

Mit Kenntnissen der Gesprächsführung können Medien-Coaches Gespräche strukturieren, lenken und eine positive Atmosphäre schaffen, um unterschiedlichste Charaktere in die Umsetzung des gemeinsamen Vorhabens einzubinden.

„Manchmal stecken in kleinen Anmerkungen wichtige Positionen. Um solche Gruppenprozesse zu steuern, ist ein Portfolio an Modertionsmethoden sehr hilfreich.“
Yvonne Lange-Dengel,
Medien-Coach

Kommunikationsmodelle als Grundlage kennenlernen

Zum Einstieg in das Thema helfen folgende bewährte Konzepte, die sich alle mit der Frage beschäftigen, wie Kommunikation zu einem gelungenen Prozess für alle werden kann:



- die Gedanken zur „**klientenzentrierten Gesprächsführung**“ von Carl Rogers (1985),
- das Modell des „**Kommunikationsquadrates**“ nach Friedemann Schulz von Thun (1991) und
- das Konzept der „**themenzentrierten Interaktion**“ der Psychoanalytikerin Ruth C. Cohn (1992).

Anhand von Gesprächsbeispielen lassen sich diese Methoden auch interaktiv im Plenum erarbeiten.

Menschen erkennen und auf sie eingehen

Grundlage für die Gesprächsführung ist das Bewusstsein, dass es ganz unterschiedliche Typen von Menschen gibt, die sich auch unterschiedlich an Gesprächsrunden beteiligen. In einem Brainstorming sammeln und skizzieren die Medien-Coaches mögliche Typen wie zum Beispiel:



- Die einen reden viel, andere hören lieber zu, manche erzählen begeistert und suchen den Austausch und wieder andere halten Monologe, ohne die anderen in der Runde wahrzunehmen.
- Es gibt die Skeptikerinnen und Skeptiker, die der Medienerziehung in der Kita kritisch gegenüberstehen. Hingegen sind andere vielleicht begeistert von der Projektidee und dem Vorhaben und wollen den Widerstand in ihrem Kita-Team nicht akzeptieren.
- Wieder andere sind sehr zurückhaltend und es gibt auch Personen, die gar nichts oder wenig Nützliches zur Projektsituation beitragen und im schlimmsten Fall sogar die Projektumsetzung bremsen.

Die eigene Kommunikation erkennen, verstehen und weiterentwickeln

Anhand dieser Modelle und Überlegungen können die Medien-Coaches nun in praktischen Übungen ihre persönliche Kommunikation erleben:



- Wie nehme ich Nachrichten auf, das heißt, was höre ich und wie handle ich? Dazu nutzt die Seminarleitung einige beispielhafte Sätze und Äußerungen aus dem Alltag der Medien-Coaches und auch aus dem Kita-Alltag, um die persönliche Wahrnehmung und Reaktion zu erleben.
 - **Tipp:** Hier lässt sich gut mit dem Kommunikationsquadrat von Schulz von Thun und den „vier Ohren in vier Ecken“⁸ arbeiten.
- Wie kann ich Gespräche immer wieder auf ein Thema zurückführen und fokussieren und dabei wertschätzend sein, ohne Emotionen zu vernachlässigen? Bei der Beantwortung dieser Frage helfen alle o. g. Modelle. In simulierten Gesprächsszenarien oder Rollenspielen (→ Kap. 6, S. 89 f.) erproben zukünftige Medien-Coaches ihre Moderations- und Beratungskompetenz. Über diesen Weg gewinnen sie Souveränität, festigen ihr Selbstvertrauen und sind motiviert, ihre Begleitung in den Kitas aufzunehmen. Je nach Gruppengröße und Bedarf kann dies im Plenum oder in Kleingruppen stattfinden. Wichtig ist, dass immer einige Beobachterinnen und Beobachter das Gespräch von außen betrachten. Rollenspiele ermöglichen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern immer wieder einen Rollen- und Perspektivwechsel: Wie geht es der Erzieherin, dem Erzieher? Gleichzeitig erleben sie auf diese Weise ihre Stärken und Schwächen.

- Um an ihrem persönlichen Kommunikationsstil zu arbeiten, ist es wichtig, das Auftreten der zukünftigen Medien-Coaches immer wieder zu reflektieren. Dabei helfen den Teilnehmenden die Rückmeldungen der Beobachterinnen und Beobachter.

„(...) Moderationsmethoden sind unerlässlich, denn als Medien-Coach lenken wir das Team in eine gemeinsame Richtung. Dies wiederum erfordert Empathie. Denn es ist wichtig, die Situation der Erzieherinnen und Erzieher vor Ort nachzuvollziehen, ihre Bedürfnisse zu erkennen und auf diese einzugehen.“

Anja Pielsticker,
 Medien-Coach

Seinen eigenen Kommunikationsstil zu erkennen und zu verstehen ist der erste Schritt, um diesen sukzessive weiterzuentwickeln. Deshalb empfiehlt es sich, die Austauschtreffen (→ S. 41 f.) auch dazu zu nutzen, Gespräche zu üben und sich gegenseitig Feedback zu geben.

Tipps für eine gelingende Gesprächsführung

Sich genügend Zeit für Gespräche nehmen, wann und wo immer es geht:

- Zugewandtheit** zeigen: ruhige Körperhaltung, Blickkontakt und freundlicher Tonfall
- Gesprächspartnerinnen und -partner durch **ermutigende Gesten** unterstützen
- Offene Fragen** stellen, die Interesse zeigen: Wer, Wie, Was, Wann, Wo, Womit ...? Das heißt: Keine „Ja-Nein“- oder rhetorischen oder ironisierenden Fragen
- Mitgefühl** äußern, wenn Gesprächspartnerinnen und -partner über Schwierigkeiten berichten, das heißt nicht widersprechen, keine Erklärungen oder Ratschläge geben
- Nachfragen** und Verständnis zum Ausdruck bringen. Mit „**Ja und ...?!**“ weitere Informationen herausbekommen und neue Möglichkeiten eröffnen
- Positives** herausstellen, ohne dabei Negatives zu übergehen





Austauschtreffen

– voneinander lernen

Während der Begleitung der Einrichtungen finden regelmäßige Reflexionen nicht nur zwischen dem Kita-Team und dem Medien-Coach zum Abschluss jedes Thementages statt, sondern losgelöst von den Kitas auch zwischen den Medien-Coaches untereinander.

Medien-Coaches unter sich – sich persönlich entwickeln

Austausch- und Reflexionsrunden während der Kita-Begleitung empfehlen sich, um das weitere Vorgehen abzustimmen und um „miteinander und voneinander zu lernen“. Dazu ist es ratsam, den Rahmen der Auswertungsrunde zuvor festzulegen.⁹ In diesem Schritt geht es darum,

- die Thementage auszuwerten,
- sich über den Ablauf des Projekts und die Inhalte aus der Praxis auszutauschen,
- über die Gelingensbedingungen der Arbeit in den Kitas nachzudenken,
- bei Bedarf das eigene Vorgehen anzupassen.

Hilfreiche Fragen für die **gemeinsame Reflexion** sind:

- Ist das bisherige Vorgehen sinnvoll, gibt es Verbesserungsvorschläge?
- Welche Maßnahmen tragen zur Nachhaltigkeit des Projekts bei?
- Wie lassen sich medienpädagogische Bausteine und Methoden anwenden?
- Wie lässt sich der „Bildungsauftrag Medienerziehung“ in das pädagogische Kita-Konzept integrieren?
- Haben sich die Einstellungen der Fachkräfte zur Medienerziehung in den Einrichtungen verändert? Und wenn ja, wodurch?

Basis für gelingende Kommunikation – Feedback geben und nehmen

Die Austauschtreffen der Medien-Coaches sollten genutzt werden, um das Feedbackgeben und -nehmen zu üben. Die Seminarleitung achtet darauf, dass die Gruppe stets im Blick behält, was ein Feedback¹⁰ ist und braucht:

- Wertschätzendes Feedback: fördert ein bejahendes Klima, das von gegenseitigem Respekt und Wohlwollen geprägt ist.
- Subjektives Feedback: ist als „Ich-Botschaft“ und sensibel formuliert.
- Konkretes Feedback: bezieht sich auf eine konkrete Situation und pauschalisiert nicht.
- Konstruktives Feedback: zeigt Perspektiven und Möglichkeiten auf und richtet den Blick immer nach vorn, das heißt, bietet möglichst einen konkreten Lösungsvorschlag an.
- Nicht wertendes Feedback: ist klar und beschreibend, bewertet nicht.
- Freiwilliges Feedback: braucht das Einverständnis, Feedback zu geben und/oder zu erhalten.

➔ REFLEXION UND DISKUSSION

„Das Team der anderen Medien-Coaches und die Projektpartner waren bei all meinen Aufgaben ein wichtiger Rückhalt.“
Matthias Felling,
Medien-Coach

Für ein strukturiertes Reflexionsgespräch bietet sich auch die Methode der Kartenabfrage an (➔ Kap. 6, S. 83).

➔ ROLLENSPIEL

Feedback zu geben und zu erhalten will gelernt sein, auch wenn es sich um konstruktive und wertschätzende Kritik handelt. Schnell erhitzen sich die Gemüter und ein konstruktives Miteinander wird erschwert. In den Austauschtreffen greifen die Medien-Coaches reale Situationen aus dem Kita-Alltag auf, spielen diese in Rollenspielen durch und reflektieren anschließend den Gesprächsverlauf und die Gesprächsführung.

Feedback setzt voraus, sich selbst kritisch zu betrachten und sich von den anderen „den Spiegel“ vorhalten zu lassen. Dabei geht es um drei Schritte:

- 1) „Was habe ich gesehen?“, „Wie erlebe ich das?“ („Ich habe gesehen, beobachtet, wahrgenommen, dass ...“)
- 2) „Wie wirkt das auf mich?“, „Welche Konsequenz hat das?“ („Für mich bedeutet das / Auf mich wirkt das so, dass ...“)
- 3) „Was wünsche ich mir?“ („Deshalb wünsche ich mir, dass ...“)

„Feedback geben und nehmen“ ist auch eine gute Übung für die praktische Arbeit vor Ort mit den Kita-Teams. Denn nach jedem Thementag setzen sich Medien-Coach und Kita-Team zusammen und reflektieren Inhalte, Methoden und Ablauf:

- Stehen Vorbereitung, Durchführung und Ergebnis in einem richtigen Verhältnis zueinander? Unser erster Eindruck ...
- Wie zufrieden bin ich mit meiner Anleitung?
- Wie haben die Kinder reagiert?
- Waren die Inhalte dem Alter angemessen?
- War der Technikeinsatz angemessen?
- Machen wir es wieder so? Genauso?
- Könnte ich mir vorstellen, das alleine zu machen? Wenn ja wie? Wenn nein, was brauche ich dazu?



Abschlussrunde

– Erfahrungen bündeln und auswerten

Zum Projektabschluss empfiehlt es sich, dass alle Projektpartner und Medien-Coaches in einer Abschlussrunde ihre Erfahrungen teilen und das Projekt gemeinsam auswerten. Leitfragen sind:

- Was haben wir gelernt?
- Was nehmen die Kitas mit? Wie ist das Feedback der Kita-Teams und der Kita-Leitungen?
- Was nehmen die Medien-Coaches mit? Was haben sie gelernt? Welche Empfehlungen haben sie zur Zusammenarbeit mit den Kitas und zum Qualifizierungskonzept?
- Was haben die Projektpartner voneinander gelernt?
- Wie geht es weiter?