



VORSCHLÄGE ZUR ORGANISATIONSENTWICKLUNG



1



Organisationsentwicklung
-Eckpunkte-
Dr. Detlef Garbe



DR. GARBE
& LEXIS
Beratung für Kommunen und Regionen

Informationen zum Gutachter und zum Büro (seit 2002)

Vita

- Dr. paed.
- Geschäftsführer Schulen ans Netz, Deutschland
- Projektleiter für die Deutsche Telekom: n21 und Multimedia Initiative Baden-Württemberg

Beirat

- Medienkompetenzforum Südwest (SWR; Länder Ba-Wü u. Rh.-Pfalz)
- Goethe-Institut Vorsitzender d. Beirats „Information und Wissen“

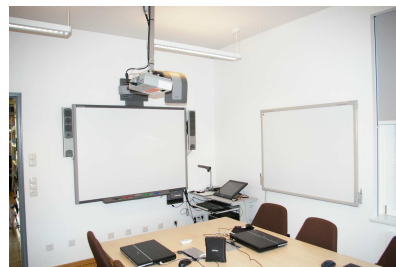
Büro MEP

- Braunschweig, Wolfsburg, Garbsen, Dortmund, Mannheim, LK Esslingen sowie 50 weitere

Büro OE

- Medienzentren Wuppertal, Wolfsburg, Duisburg, Lahn-Dill-Kreis
- Goethe-Institute Paris, Tokyo, Seoul, Indien, Italien

Das Medienzentrum - Eindrücke



Projekte als Instrumente der Vernetzung im Landkreis



Warum ist Medienkompetenz wichtig?!

Kinder und Jugendliche wachsen auf und leben

- in einer Welt der Medien
- in einer digitalisierten Welt

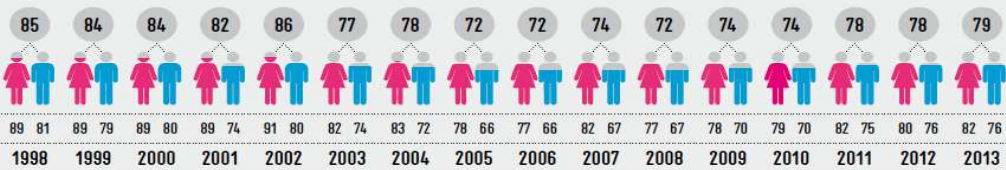
Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen

RADIO HÖREN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



*Im Internet sind unzählige
Radioinhalte und Musikvideos
verfügbar*

Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

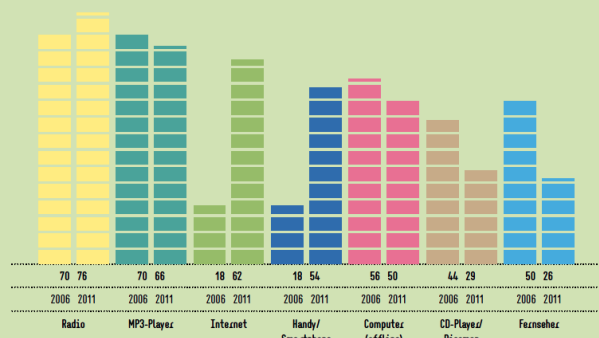
JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen

WEGE DES MUSIKHÖRENS

Alle Befragten

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent



9 VON 10 JUGENDLICHEN
FINDEN ES (SEHR) WICHTIG MUSIK ZU HÖREN

Alle Befragten

JAHR DER ERHEBUNG 2013

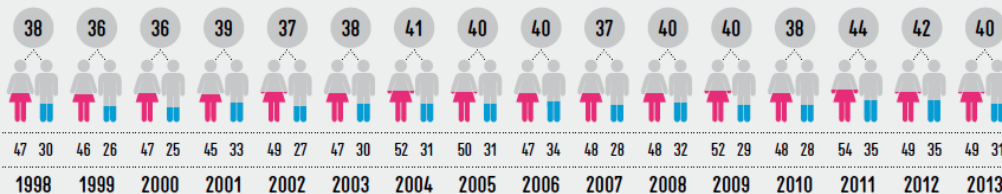
Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen

BÜCHER LESEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



> 1998 – 2013

67 Prozent der Jugendlichen hatten 1998 zu Hause ein **Tageszeitungsabonnement** zur Verfügung – 2013 sind es 59 Prozent

> 2013

Die **Onlineangebote von Zeitungen** werden von 16 Prozent der Jungen regelmäßig gelesen – bei den Mädchen nutzen 12 Prozent diese Angebote

> 2013

Der Hälfte aller Jugendlichen ist es (sehr) **wichtig Bücher** zu lesen – bei den Mädchen sind es 59 Prozent, bei Jungen 44 Prozent

> 2013

Vier Prozent der Jugendlichen lesen regelmäßige **E-Books**

Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen

EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

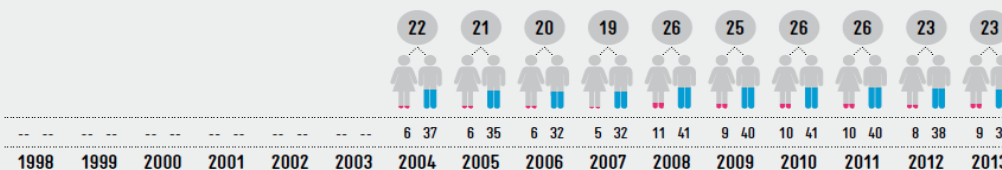
BESITZ EINER FESTEN SPIELKONSOLE
BESITZ EINER TRAGBAREN SPIELKONSOLE



MIT DER SPIELKONSOLE SPIELEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // SEIT 2008 INKL. NUTZUNG TRAGBARER SPIELKONSOLNEN

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



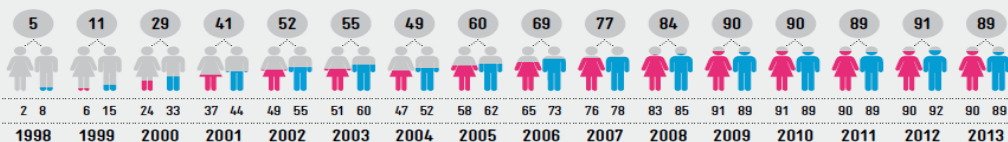
Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen

DAS INTERNET NUTZEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

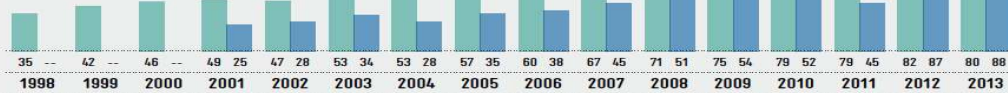
TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // *2012 ERWEITERUNG DER FRAGESTELLUNG

COMPUTER/LAPTOP
*INTERNETZUGANG



11

Jugend in den Medien – ein Blick auf 15 Jahre*

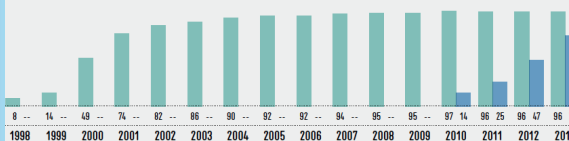
JIM-Studie(n) – repräsentative Untersuchungen



EIGENE GERÄTE

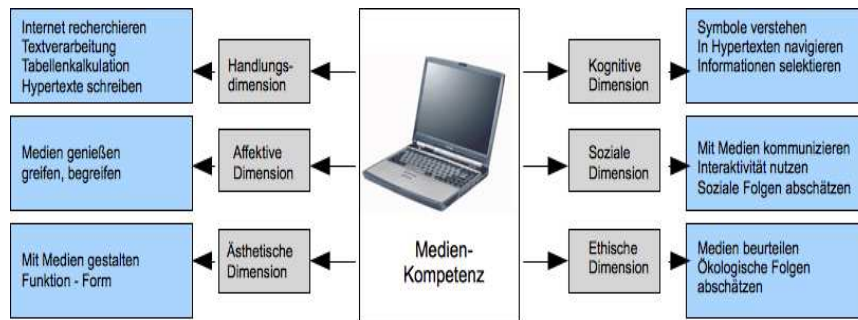
ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

HANDY
SMARTPHONE



12

Medienkompetenz – ein Schlüssel zur digitalen Welt



13

Medienkompetenz in Niedersachsen. Meilensteine zum Ziel

Die acht „Vs“ des Landes	Ziele des Landes (gekürzt, DG)
Verlässlich	Digitale Medien benötigen verlässliche technische Infrastruktur. Landregierung und kommunale Schulträger müssen die Strukturen entwickeln, die den Schulträgern überschaubare mittelfristige Medienentwicklungsplanung ermöglichen.
Verbindlich	Das Lernen mit und über Medien muss von Jeder Schule verbindlich und angemessen in die Unterrichts- und Schulentwicklung integriert werden.
Vernetzt	Lernen und Arbeiten in technischen Netzen öffnet nicht nur große Chancen, sondern stellt menschliche Kommunikation auch vor neue Herausforderungen.
Verantwortlich	Neben dem versierten Umgang mit den IuK-Medien müssen deren ethische und entwicklungspsychologische Auswirkungen mit großer Sorgfalt betrachtet und in das Medienkonzept einbezogen werden.
Versiert	Medienkonzeptentwicklung ohne entsprechende Qualifizierung der Lehrkräfte gerät sehr schnell an Grenzen.
Verschränkt	Neben dem hohen Grad an Vernetzungsmöglichkeiten bieten die digitalen Medien herausragende Möglichkeiten eigene Erfahrungen zu dokumentieren, die Welt zu beobachten und zu analysieren. Tonaufnahmen oder Filmaufnahmen aus dem eigenen Erlebnisbereich können so mit dem Lernprozess verschränkt werden.
Verwandt	Beim Einsatz von Medien in der Schule muss der Fokus auf die Auswahl didaktisch reduzierter Werkzeuge (Tools) und Inhalte gelegt werden.
Verspielt	Im Bildungsprozess soll insbesondere auch der spielerische und kreative Umgang mit den digitalen Medien gefördert werden. Damit stellt man die aktive, handlungsorientierte Arbeit in den Mittelpunkt.

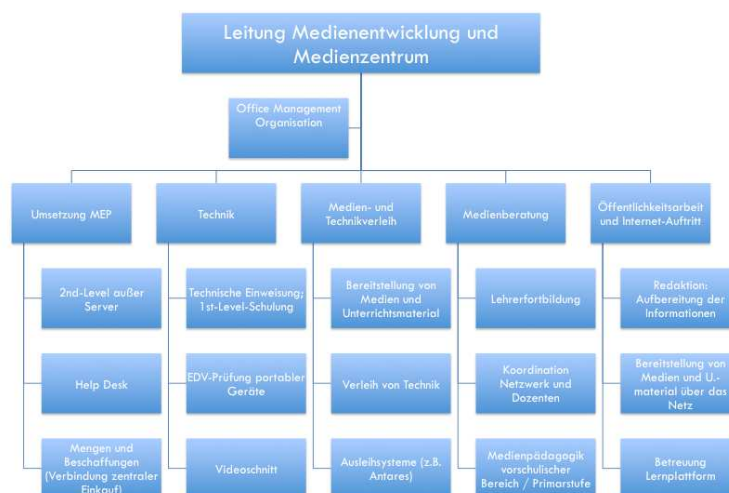
14

Medienzentren als Dienstleistungseinrichtungen – zwei Beispiele

- Wolfsburg
- Wuppertal

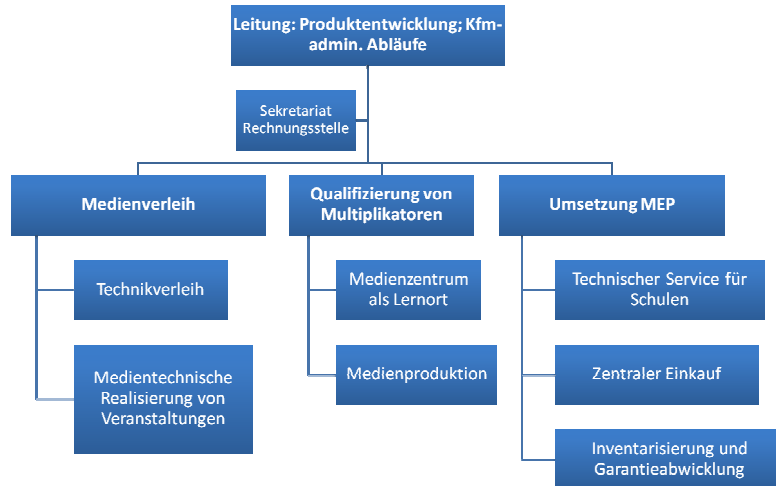
15

Das Medienzentrum Wolfsburg

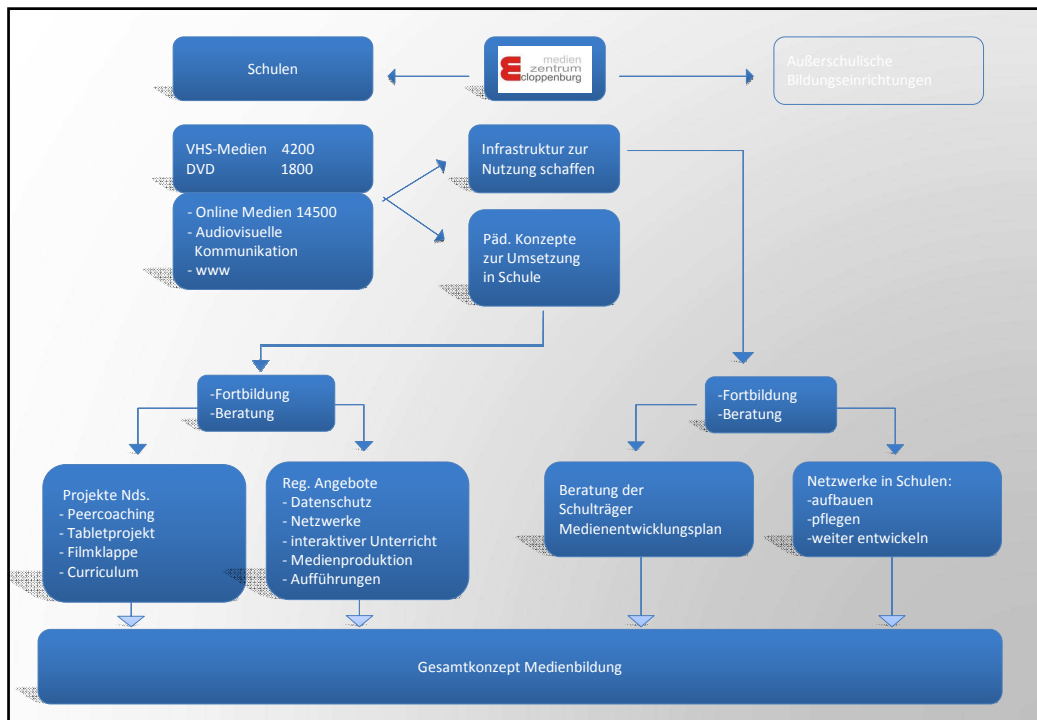


16

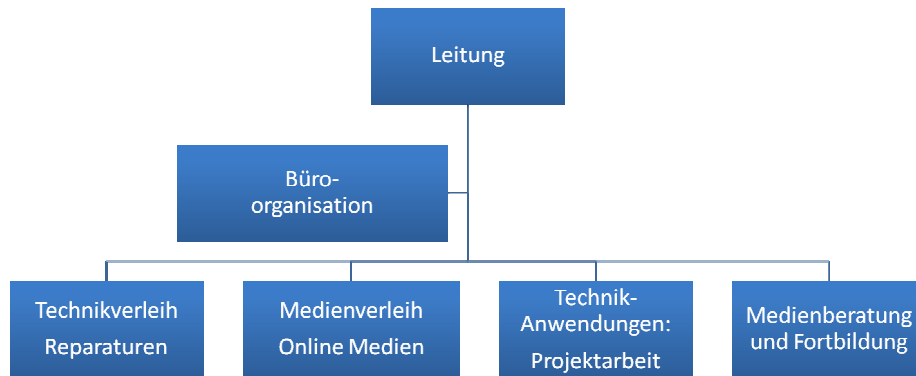
Das Medienzentrum Wuppertal



17



Struktur 2012



19

SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
• Infrastruktur (Gebäude und Ausstattung) • Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum der Universität Vechta FHWT Diepholz • Fachkompetenz der Mitarbeiter • hohe Akzeptanz und Anerkennung -keine Gewinnoptimierung notwendig • Technische Beratung für alle Kunden • Veranstaltungsservice (Einsatz von Geräten für Veranstaltungen) • Medienzentrum als außerschulischen Lernort • Beratung beim Einkauf für die Schulen • (Geräteempfehlungen)- Medienproduktion • Fortbildung für ErzieherInnen, LehrerInnen und SchülerInnen- Vermittlung von Medienkompetenz (Zertifikate) • kostenloser Verleih • medienpädagogische Beratung hinsichtlich Medienkonzepte, curriculare Einbindungen, Medieneinsatz in der Schule • ausgereifte Medienprojekte, Medienmodule, Landesweite Präsenz (Filmklappe) • auf Schule abgestimmte Medienproduktion (Filmkanon)	• Wertschätzung der Mitarbeiter- zu wenig Personal !!! • zu wenig Raum • zu wenig Fortbildung für die Mitarbeiter • zu wenig Präsenz in der Öffentlichkeit • Fehlende Werbung
	Chancen
	• einheitliche technische Ausstattung an Schulen • Online-Präsenz → Anstieg der Verleihvorgänge; Verfügbarkeit rund um die Uhr • Verankerung der Medienarbeit in der Lehrer-/ Erzieherausbildung • Sichtungsplätze, Beteiligung an Lerninseln • Vernetzung mit anderen Bildungseinrichtungen • Beratung zur Einrichtung von Medienräumen • Kooperation mit anderen Bildungseinrichtungen • beratende Unterstützung bei der Durchführung der Medienentwicklungsplanung

20

Altersgruppe	Angebote	Zielgruppen
3 bis 6 KiTa	Geräteverleih Medienverleih Betreuung von Produktionen und Aufführungen Bilderbuchkino Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern (Bildungswerk, Volkshochschule, Musikschule) Fortbildungen (für Erzieherinnen): •Umgang mit Beschallungs- und Mikrofontechnik •Umgang mit GPS-Geräten und Kompass •Umgang mit Videoschnittprogrammen Fortbildungen (für Erzieherinnen): •Umgang mit dem digitalen Fotoapparat (Grundlagen auch für Kinder) •ggf. Fortbildung zum Musizieren (insbesondere singen) mit Kindern	80 KiTas Erzieher/-innen Eltern

Altersgruppe	Angebote	Zielgruppen
Primarstufe	Geräteverleih Medienverleih Betreuung von Produktionen und Aufführungen Kostenloses Hosting von Schulhomepages Bereitstellung von Fortbildungsräumen Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern (Bildungswerk, Volkshochschule, Studienseminare) •Ausbau von Fortbildungsangeboten (Interaktive Whiteboardtechnik Smartboard, Activboard, Mimio, Web 2.0, Wordpress, Soziale Netzwerkentwicklung und -betreuung, •Hebelkiste, •Audio/ Videobearbeitung) •Umgang mit GPS-Geräten Fortbildung zu didaktischen Einsatzmöglichkeiten von IT-Technik •Mediengestützte Unterrichtsmodule bereitstellen, •Schulstufenbezogene Software prüfen und bereitstellen •Medienbildung, Internetrecherche, der Einsatz fach- und jahrgangsbezogener Lernsoftware, •Filmanalyse/Praxis, Filmherstellung, •digitale Musikproduktion, •Projektpräsentationen	Ca. 8500 SchülerInnen Schulleitung Lehrer/Referenda re Multiplikatoren Eltern

Kundenperspektive: Was bieten wir an? Was sollten wir anbieten?

Altersgruppe	Angebote	Zielgruppen
Sekundarstufe I und II	Geräteverleih Medienverleih Betreuung von Produktionen und Aufführungen (Internetradio , Theaterveranstaltungen, Filmbildung)	Schulleitung Lehrer/Referenda re Eltern Ca. 22.000 Schülerinnen/Sch üler
	Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern (Bildungswerk, Volkshochschule, Studienseminare Ausbau von Fortbildungsangeboten (Interaktive Whiteboardtechnik Smartboard, Web 2.0, Wordpress, Soziale Netzwerke, Hebelkiste, Audio/ Videobearbeitung)	
	Netzwerkentwicklung und Netzwerkbetreuung • CID für Schulen • Fortbildung zu didaktischen Einsatzmöglichkeiten von IT-Technik • Mediengestützte Unterrichtsmodule bereitstellen, • Schulstufenbezogene Software prüfen und bereitstellen Medienangebote auf die curricularen Vorgaben abstimmen, Medienbildung, Internetrecherche, der Einsatz fach- und jahrgangsbezogener Lernsoftware, Filmanalyse/Praxis, Filmherstellung, digitale Musikproduktion, Projektpräsentationen	

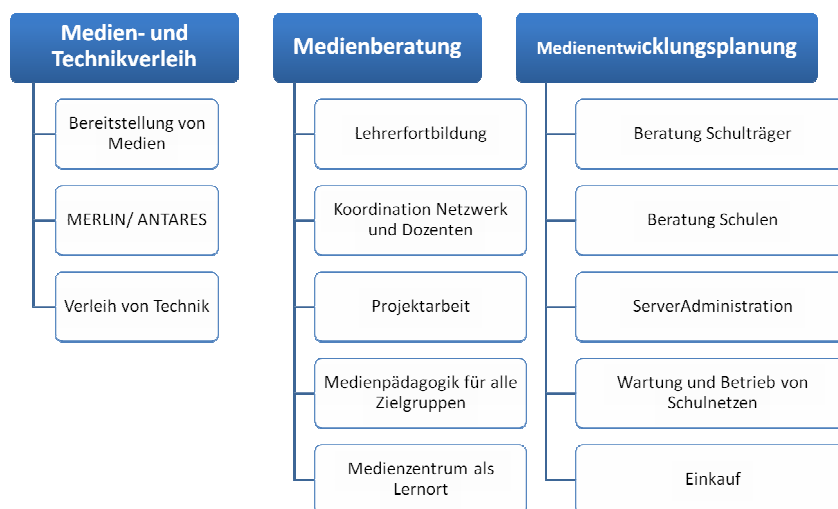
Kundenperspektive: Was bieten wir an? Was sollten wir anbieten?

Altersgruppe	Angebote	Zielgruppen
BBS	• <u>Inhalt:</u> Berufliche Orientierung, berufsspezifische Medien bereitstellen • <u>Angebot:</u> Medienangebote auf die curricularen Vorgaben abstimmen, Erzieherinnenmodul, Technik aus dem Medienzentrum bereitstellen • <u>Schulung:</u> Präsentationen, Medialer Einsatz • <u>Beratung:</u> Schulung an technischen Geräten • <u>Vernetzung:</u> Kooperationen mit Ausbildungsbetrieben • <u>Öffentlichkeitsarbeit</u> – Ratgeber Flyer/Broschüren	Schulleitung Lehrer/Referenda re Ca. 7500 Schülerinnen /Schüler
	Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern (Bildungswerk, Volkshochschule, Studienseminare) • Ausbau von Fortbildungsangeboten (Interaktive Whiteboardtechnik Smartboard, Web 2.0, Wordpress, Soziale Netzwerke, Hebelkiste, Audio/ Videobearbeitung) • Filmanalyse/Praxis, Filmherstellung, digitale Musikproduktion,	
	• Fortbildung zu didaktischen Einsatzmöglichkeiten von IT-Technik • Mediengestützte Unterrichtsmodule bereitstellen, • Schulstufenbezogene Software prüfen und bereitstellen • Medienangebote auf die curricularen Vorgaben abstimmen, Medienbildung, Internetrecherche, der Einsatz fach- und jahrgangsbezogener Lernsoftware • Projektpräsentationen • <u>Schulung</u> an technischen Geräten, Film, Licht, Ton, Präsentationen • Koordinierung von Supporteinsätzen innerhalb von Schulnetzwerken, Techniker mit Anbindung an das Medienzentrum	

- im Handlungsfeld Drogenprävention: Edith-Stein-Stiftung
- im Handlungsfeld Kriminalprävention: Polizei Cloppenburg
- im Handlungsfeld Medien- und Kulturarbeit: VHS und Kath. Bildungswerk, Kath. Akademie Stapelfeld

- Der Beratungsbedarf von Lehrerinnen und Lehrern hinsichtlich der unterrichtlichen Einsatzmöglichkeiten und der Auswahl von neuen Medien steigt stetig.
- Der Beratungsbedarf seitens der Schulen hinsichtlich der Anschaffung und Nutzung von audio-visueller Hardware bleibt stabil.
- Der Beratungsbedarf der Schulen beim Einsatz innovativer Techniken wie Whiteboards, Presenter, Tablets, IPADS GPS-Systemen u.a. steigt rasant.
- Neu, aber sehr schnell entwickelt sich der Beratungsbedarf in der vorschulischen Erziehung und Betreuung.
- Elternarbeit und Informationsveranstaltungen zu den Chancen und Gefahren von Internet und neuen Medien
- Einbindung von Medienkoordinatoren

- Verzahnung von Medienentwicklungsplanung (Infrastruktur) und Mediennutzung
- Präsenz der Medienberatung und Optimierung der Mediennutzung
- Optimierung der Medienkompetenzvermittlung
- Ausweitung der Beratungsangebote für den vorschulischen Bereich und die Primarstufe
- Ausweitung der Beratungsangebote für den außerschulischen Bereich
- Schaffung von Synergieeffekten durch effektive Infrastrukturen in Schule



Herzlichen Dank
für
Ihre Geduld und Aufmerksamkeit