



... in die wissenschaftliche Begleitung des Modellversuchs „Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“

2. Ausgabe – Mai 2019

Danke!

Rückmeldungen der Eltern:
Aktualisierung

Was passiert in den drei
Handlungsfeldern?

Wie wurde die 1. Inhouse-
Fortbildung erlebt?

Ankündigung: Die nächsten
Befragungen

Impressum

Liebe Kitaleitungen, liebe Mediencoaches,

der Modellversuch läuft nun seit fast einem Jahr und wir wollen Ihnen an dieser Stelle wieder einen kurzen Überblick geben über Zahlen, Fakten und Entwicklungen. Dabei werden wir uns vor allem auf die Ergebnisse der Befragungen nach der ersten Inhouse-Fortbildung konzentrieren. Auch wollen wir Sie mit dieser Ausgabe von **zoom** über anstehende Termine informieren.

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen Ihr Evaluationsteam am IFP
Sigrid Lorenz, Inge Schreyer & Martin Krause

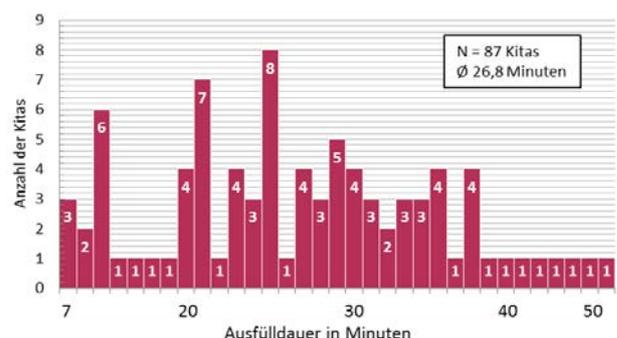
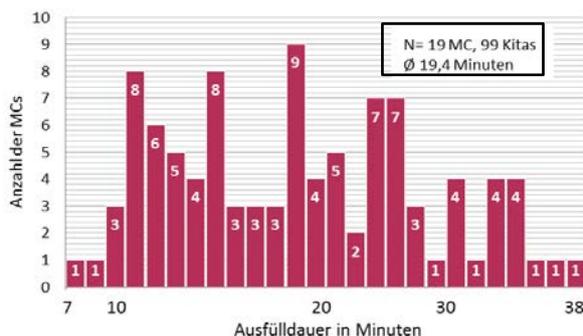
EIN GROSSER DANK AN SIE ALLE

Die Evaluation des Modellversuchs ist für uns alle Pflicht – für Kitas, Mediencoaches (MCs) und für uns im IFP. Ohne sie kann der Modellversuch nicht gelingen und die Rückmeldungen aus der Praxis sind für den Erfolg des Modellversuchs äußerst wichtig. Daher danken wir Ihnen ganz herzlich für Ihre Mitarbeit.

Zum 9.5.2019 lagen uns folgende Rückmeldungen vor – von ...

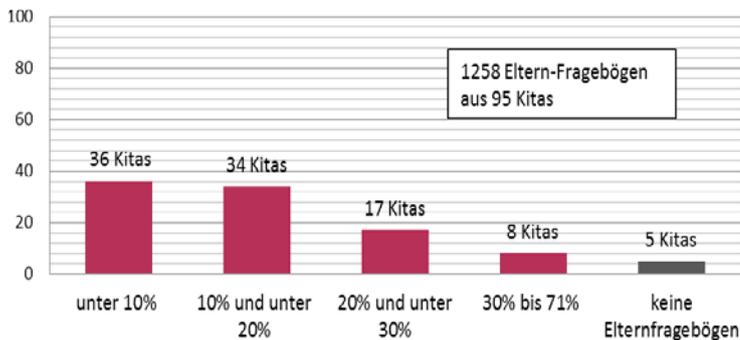
- 1.258 Eltern aus 95 Kitas nach dem Elternabend,
- 19 MCs über 100 Kitas nach dem Elternabend,
- 19 MCs über 99 Kitas nach der ersten Inhouse-Fortbildung,
- 93 Kitaleitungen nach dem Elternabend,
- 87 Kitaleitungen nach der ersten Inhouse-Fortbildung und
- 946 Fachkräften aus 95 Kitas.

Auch Ihre Beantwortung der offenen Fragen des Fragebogens gaben uns wichtige Einblicke. Viele von Ihnen haben sich die Zeit für detaillierte Informationen genommen. Dadurch wurde die Bearbeitungszeit der Fragebögen länger als von uns erwartet. Wir danken Ihnen auch dafür herzlich und entschuldigen uns für unsere zu niedrige Zeiteinschätzung. Die Grafiken geben die Dauer (in Minuten) an, die von Mediencoaches bzw. Kitaleitungen für das Ausfüllen der Fragebögen nach der 1. Inhouse-Fortbildung benötigt wurde.



RÜCKMELDUNGEN DER ELTERN: AKTUALISIERUNG

Im ersten Newsletter 2018 gaben wir Ihnen Einblicke in die Meinungen der Eltern zum Modellversuch auf der Basis der damals vorliegenden 813 Elternrückmeldungen aus 89 Kitas. Nun, nach Abschluss dieser Befragung, zählen wir insgesamt 1.258 ausgefüllte Fragebögen aus 95 Kitas, wobei uns minimal 1 Fragebogen/Kita und maximal 59 Fragebögen/Kita vorliegen.



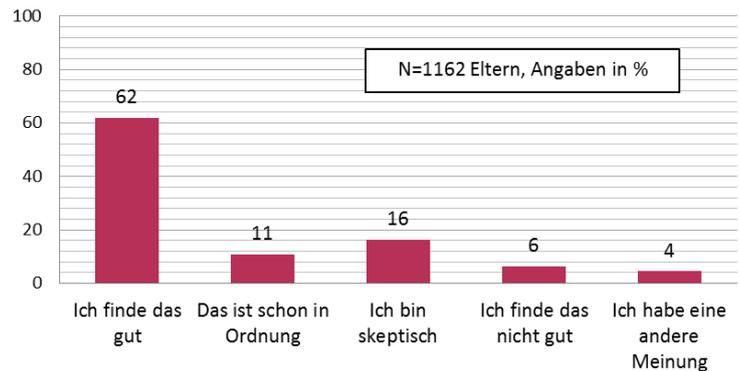
Die Beteiligung der Eltern betrug in den 95 Kitas durchschnittlich gut 15%, jedoch mit großen Unterschieden: In den meisten Kitas (36 Kitas) lag die Beteiligung unter 10%, d.h. weniger als 10% aller Eltern dieser Kitas nahmen an der Elternbefragung teil. In 34 Kitas gab es einen Rücklauf von 10% bis unter 20%, in 17 Kitas zwischen 20% und unter 30%, in 8 Kitas zwischen 30% und 71% und in 5 Kitas haben keine Eltern an der Befragung teilgenommen (Abbildung links).

Im Folgenden haben wir überprüft, ob die Aussagen der Eltern noch immer das gleiche Bild zeichnen, wie wir es in der ersten Ausgabe berichteten.

Insgesamt ist dies der Fall: Nach wie vor ist den Eltern eine gewisse Medienaffinität zu bescheinigen: 91% geben an, digitale Medien (sehr) häufig privat zu nutzen und 83% (sehr) häufig beruflich. Auch bezüglich der Frage, ab welchem Alter Kinder in der Kita in Kontakt mit digitalen Medien kommen sollten, hat sich nur wenig geändert: Fast die Hälfte der Eltern (48%) finden jedes Alter richtig, wenn der Medieneinsatz altersangemessen erfolgt, 41% sprechen sich für ein Mindestalter (oft 3 Jahre oder 5 Jahre) aus und gut jede 10. Familie (11%) lehnt den Einsatz digitaler Medien im Kitaalter grundsätzlich ab. Eltern, die generell gegen einen Medieneinsatz stimmen, sehen stärker die Risiken digitaler Medien; Eltern, die jedes Alter bei altersangemessenem Einsatz richtig finden, betonen stärker die Chancen des Medieneinsatzes in der Kita.

Wenig Änderung gibt es auch bezüglich der Frage, wie gut informiert sich Eltern über den Modellversuch fühlen. 72% sprechen von „gut“ oder „sehr gut“ informiert und entsprechend 28% von „kaum“ oder „nicht“ informiert. Eltern, die einen Elternabend zum Modellversuch besuchten und/oder sich in einem persönlichen Gespräch mit der Kitaleitung/Gruppenerzieherin des Kindes zum Modellversuch austauschen konnten, fühlen sich insgesamt besser informiert als jene Eltern, für die dies nicht zutrifft. Auch die Frage danach, wie die Eltern die Teilnahme der Kita am Modellversuch bewerten, bestätigt das bereits gezeichnete Bild (Abbildung folgende Seite): Die Mehrheit der Eltern (62%) erachtet digitale Medien für die Zukunft ihrer Kinder als wichtig und findet den Modellversuch deshalb gut.

Vergleichsweise gelassen („Das ist schon in Ordnung“) beurteilen den Modellversuch 11% der Eltern. Skeptisch (aus Sorge vor Vernachlässigung „analoger“ Interessen ihrer Kinder) sehen ihn 16% der Eltern; für 6% stehen die Risiken im Vordergrund und sie finden den Modellversuch deshalb nicht gut. Insgesamt äußert sich somit etwa ein Viertel der teilnehmenden Eltern skeptisch bis ablehnend.



WAS PASSIERT IN DEN DREI HANDLUNGSFELDERN?

Nach Angaben der Kitaleitungen und Mediencoaches konzentrieren sich zwischenzeitlich, mit Ausnahme von vier, alle Kitas auf mindestens eines der drei Handlungsfelder; in erster Line auf Handlungsfeld I (Medienbildung mit Kindern), das von über 90% der Kitas gewählt wurde, gefolgt von Handlungsfeld II (Beobachtung/Dokumentation; von rund 30% gewählt) und Handlungsfeld III (Kooperation/Vernetzung; rund 10%). Die meisten Kitas nehmen bislang ein Handlungsfeld in den Blick, ungefähr ein Viertel zwei und wenige Kitas alle drei Handlungsfelder. Bei mehreren Handlungsfeldern ist dies häufig (22mal) eine Kombination aus den Handlungsfeldern I und II.

DAS SAGEN DIE MEDIENCOACHES

Handlungsfeld I: Als Ziel benennen die Mediencoaches häufig den sicheren, aktiven und kreativen Umgang mit digitalen Medien im Team, überwiegend alltagsintegriert, teils auch in Form von Projekten. Einen besonderen Schwerpunkt bilden dabei Audio-, Foto- und Videoprojekte, wobei die Verwendung der Apps „StopMotion“, „Book Creator“, „PicCollage“ und „Puppet Pals“ häufiger genannt wird. Konkret werden beispielsweise Weihnachts- oder St. Martinsgeschichten entwickelt oder Kochbücher, Trickfilme und Foto- und Geräuscherätsel erstellt. Gleichzeitig ist es das Ziel, über die konkreten Handlungsschritte eine Homogenisierung der Medienkompetenz im Team zu erreichen und zum Abbau von Hürden und Aufbau von Sicherheit beizutragen. Einige Mediencoaches legen zugleich großen Wert auf eine bewusste Auseinandersetzung der Teammitglieder mit digitalen Medien.

In die Aktivitäten sind häufig (zu 67%) das ganze Team, bisweilen auch nur Teilteams einbezogen; in gut der Hälfte der Kitas beteiligt sich die Leitung aktiv, in 66% der Kitas die Kinder, in 7,5% die Eltern, in 3,2% die Träger und in 22% der Kitas sprechen die Mediencoaches auch von ihrer eigenen aktiven Beteiligung. Dabei werden die Teams als unterschiedlich erfahren im Umgang mit digitalen Medien (68,7%: wenige Erfahrungen), aber fast immer als offen und engagiert erlebt.

INFO

Die Handlungsfelder im Modellversuch

- Handlungsfeld I
Medienbildung mit Kindern
- Handlungsfeld II
Beobachtung und Dokumentation
- Handlungsfeld III
Kooperation und Vernetzung

Handlungsfeld II: Laut Mediencoaches setzen die 30 Kitas, die sich mit Handlungsfeld II beschäftigen, digitale Verfahren am häufigsten (12 Kitas) mit dem Ziel der Arbeitserleichterung ein. Aber auch der (digitale) Ausbau eines bisherigen Verfahrens (7) sowie die Einbindung der Dokumentation in den Kita-Alltag (5) werden als Ziele benannt. Erreicht wird dies in etwa der Hälfte der Kitas (14) vor allem mit Apps, mit denen Foto-Dokumentationen aller Art erstellt werden können. Einige Kitas äußern den Wunsch nach einem digitalen Beobachtungsverfahren wie Dokulino oder Stepfolio, andere arbeiten bereits damit (4 Kitas mit Stepfolio, je 1 Kita mit Dokulino bzw. Kompik). Erste konkrete Schritte zur Zielerreichung sind zum Zeitpunkt des Fragebogens noch eher selten. Die MCs geben an, dass der Großteil der Kitas (87%) im Handlungsfeld II keine oder nur wenige Erfahrungen mit digitalen Medien besitzt.

In etwas mehr als der Hälfte der 30 Kitas ist das gesamte Team in die Aktivitäten eingebunden, die Leitung in 15 Kitas, Kinder in 12 und Teilteams in 10 Kitas. Nur für 2 Kitas geben Mediencoaches an, selbst aktiv beteiligt zu sein.

Handlungsfeld III: Eltern in den Modellversuch mit einzubeziehen bzw. sie gut über den Modellversuch zu informieren steht bei den 11 Kitas, die sich zum Zeitpunkt des Fragebogens schon mit Handlungsfeld III beschäftigten, als Ziel deutlich im Vordergrund. Um dies zu erreichen, werden in erster Linie (analoge) Elternabende oder Infotreffen (in 6 Kitas) veranstaltet. Aktiv einbezogen sind dabei vor allem das gesamte Team (6) und die Leitung (4). Nur für eine Kita wird von einem Mediencoach eine aktive Eigenbeteiligung angegeben. Der Großteil dieser Kitas (85%) hat, laut Mediencoach, in diesem Handlungsfeld keine oder nur wenige Vorerfahrungen mit digitalen Medien.

INFO

Vorerfahrungen der Kitas mit Apps. Häufig wurden von Leitungen genannt:

- Die Maus (10x)
 - iMovie (9x)
 - PicCollage (8x)
 - Meine Raupe (7x)
 - Faltmännchen, Lazuli5+/7+, Singing Fingers, Wörterfabrik (je 6x)
 - Comic Life3, Lazuli4+/6+, Malkamera, Pages, Ronjas Roboter, Stop-Motion, Schlaumäuse (je 5x)
-

DAS SAGEN DIE KITAS

Vorerfahrungen in den Handlungsfeldern: Ebenso wie die Mediencoaches sehen auch die Kitaleitungen die meisten Vorerfahrungen der Kita mit digitalen Medien in Handlungsfeld I; 26% der Kitas sprechen von vielen oder sehr vielen Vorerfahrungen; am häufigsten werden hier Arbeiten mit der Digitalkamera und mit Filmen genannt. Etwas geringere Erfahrungen geben die Leitungen für die Handlungsfelder II und III an – jeweils 20% viele/sehr viele Vorerfahrungen. Im Vergleich zu den Angaben der Mediencoaches bewerten sich die Kitas selbst als etwas erfahrener.

Handlungsfeld I: Als Ziele geben die Leitungen insbesondere Folgendes an: Tablets im Alltag installieren, eigene Erfahrungen sammeln und kompetent werden, erste Schritte mit den Kindern gehen, kreative Nutzung von Medien kennen und anwenden lernen, Medienführerschein. Die Umsetzung wird dabei zu 80% alltagsintegriert und zu 20% in Form von Projekten angegeben; dabei wird immer wieder die Orientierung an den Bedürfnissen der Kinder betont. Ebenso wie in den Angaben der Mediencoaches bilden dabei Audio-, Foto- und Videoprojekte besondere Schwerpunkte; explizit wurden folgende zwei Apps häufige genannt: „iMovie“ und „StopMotion“.

Konkret beschreiben die Leitungen etwa den Einsatz der Tablets beim Waldtag oder in der Backwerkstatt. Die Erfahrungen in diesem Handlungsfeld sind fast ausschließlich positiv; die Leitungen berichten von teils großen Entwicklungsschritten der Mitarbeiterinnen, von Offenheit und Interesse bei Team, Kindern und Eltern, von manchmal noch etwas langsamen, aber wichtigen Versuchen, Tablets im Alltag zu integrieren.

In die Aktivitäten eingebunden sind, nach Angaben der Leitungen, das Gesamtteam in 62% der Kitas, Teilteams in 35%, die Leitung in jeder 2. Kita, Kinder in 79%, Eltern in 29%, Träger in 7% und Mediencoaches in 33% der Kitas. Insbesondere die Einbindung von Kindern und Eltern geben die Leitungen (mit dem Vorteil der Innenperspektive) höher an als die Mediencoaches.

Handlungsfeld II: Als Ziele nennen die Leitungen u.a. das Kennenlernen verschiedener digitaler Beobachtungs- und Dokumentationsverfahren, den Einsatz digitaler Verfahren aus Gründen der Zeitersparnis, Portfolioarbeit und Lerngeschichten mit digitaler Unterstützung sowie den Einsatz digitaler Medien zur Dokumentation von Elterngesprächen.

Zum Einsatz kommt dabei insbesondere die App „PicCollage“, aber auch der Einsatz von Stepfolio oder Dokulino wird überlegt bzw. bereits angetestet. Größere Schritte zur Zielerreichung sind zum Zeitpunkt des Fragebogens noch eher selten. Wie in Handlungsfeld I sind auch in diesem Handlungsfeld in erster Linie das Gesamtteam (bei 17 Kitas von 24) und die Leitung selbst (13 Kitas) oder ein Teilteam (bei 9 Kitas) in die Aktivitäten involviert; 9 Kitaleitungen geben an, auch die Kinder würden aktiv dabei sein – vermutlich vor allem dann, wenn es sich um die Erstellung von Portfolios handelt.

Die (wenigen) Erfahrungen sind auch in diesem Handlungsfeld eher positiv: kleine, aber wichtige Schritte, das Team hilft sich untereinander, positive Rückmeldungen der Eltern zu guten Dokumentationen; es wird aber auch von dem einen oder anderen technischen Problem berichtet.

Handlungsfeld III: Als Ziele werden angegeben: Bewusstheit der Eltern für einen guten Umgang mit digitalen Medien und ihre eigene Verantwortung zu schaffen, digitale Medien als Instrument einzusetzen, um den Alltag der Kita transparent für andere Gruppen zu machen und z.B. mit Eltern oder Lehrkräften in Austausch zu treten. Konkret erfolgte dies z.B. über Elternabende oder -Cafés, Versand der Kitazeitung über E-Mailverteiler, Videofilme oder eine gemeinsame Schulung von Lehrkräften und Hortteam. Aktiv dabei waren häufig das gesamte Team und Eltern (je 5mal genannt) und Träger oder Mediencoaches (je 4mal).

Die Erfahrungen sind dabei durchweg positiv, selbst wenn erst kleine Schritte erfolgten; die Leitungen sprechen von aufgeschlossenen, interessierten Eltern, von einer großen Aufmerksamkeit, die die Kita erfährt und von guten Wegen des digitalen Austausches.

INFO

Anzahl der Leitungs-
Rückmeldungen zu den
Handlungsfeldern

- *Handlungsfeld I*

71 Rückmeldungen
 - *Handlungsfeld II*

24 Rückmeldungen
 - *Handlungsfeld III*

8 Rückmeldungen
-

WIE WURDE DIE 1. INHOUSE-FORTBILDUNG ERLEBT?

Die 1. Inhouse-Fortbildung fand fast immer in den Räumen der Kita statt und war „gut besucht“. Fast alle Leitungen geben an, selbst teilgenommen zu haben, 76% nennen die Teilnahme des Gesamtteams mit Ø14 Personen, 24% die eines Teil-Teams mit Ø13 Personen; als weitere Teilnehmer werden bisweilen PQB, Fachberatung oder IT-Beauftragte angegeben.

DAS WAREN DIE THEMEN

INFO

Diese Apps wurden vielen Kitas „nur“ vorgestellt

- iMovie
- Puppet Pals
- Actionbound
- Faltmännchen
- Lazuli 5+

INFO

Diese Apps haben viele Kitas auch ausprobiert

- StopMotion
- iStopMotion
- iMovie
- BookCreator
- Pages

Kitaleitungen wie MCs geben einheitlich mehrere Themen an, die in der 1. Inhouse-Fortbildung auf der Tagesordnung standen. Übereinstimmend sprechen fast alle Kitas davon, dass sie sich mit der Funktionsweise des Tablets beschäftigten und einzelne Apps vorgestellt/ausprobiert wurden (zu den Apps siehe die beiden Kästen links).

Bei der Benennung weiterer Inhalte differieren die Einschätzungen von Kitas und MCs bisweilen etwas. Allgemeine Infos zum Modellversuch und zur Gestaltung des Gesamtfahrplans wurden häufiger von den Kitas (zu 87% bzw. 72%) wahrgenommen als von den MCs selbst (zu 69% bzw. 45%). Viele Kitas (60%) und MCs (95%) geben auch an, sich mit medienpädagogisch wichtigen Themen beschäftigt zu haben, allem voran mit den persönlichen Einstellungen der Fachkräfte zur Nutzung von Medien in der Kita und zum Thema „Risikoausschluss/-vermeidung in Bezug auf Kinder“.

AUSGANGSLAGE UND ERFOLG

Die Leitungen wurden gebeten den Kenntnisstand ihrer Kita vor der 1. Inhouse-Fortbildung und danach hinsichtlich mehrerer Aspekte einzuschätzen (siehe nachstehende Tabelle): Die Zahlen für den Stand vor der Fortbildung zeigen, dass vergleichsweise viele Kitas (eher) umfangreiche Kenntnisse in den Bereichen „Datenschutz“ (50%) und „Überblick über Risiken und Chancen digitaler Medien“ (39%) hatten.

Angaben der Leitungen: Kenntnisse der Kita vor der Fortbildung, in Prozent

	sehr gering	eher gering	eher umfangreich	sehr umfangreich	Verbesserung „Ja“
Überblick über Chancen und Risiken digitaler Medien in der Kita	6	55	37	2	84
technische Handhabung digitaler Medien	5	63	31	1	95
Methoden zum Einsatz digitaler Medien mit Kindern	9	64	26	1	93
Überblick über gute Apps für Kinder	49	39	11	1	87
Umgang mit Kreativ-Apps	43	39	8	0	91
Datenschutz	5	45	45	5	59
intelligentes Risikomanagement	21	59	19	1	67

Eher selten waren Kenntnisse über „gute Apps für Kinder“ und zum „Umgang mit Kreativ-Apps“ (88% bzw. 82% sehr/eher geringe Kenntnisse); auch zum Thema „intelligentes Risikomanagement“ bestand meist noch Nachholbedarf (80% sehr/eher geringe Kenntnisse).

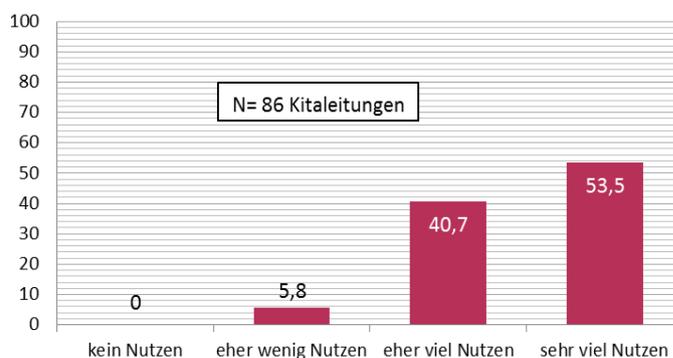
Die Angaben in der letzten Spalte der Tabelle zeigen, wie viele Leitungen jeweils Verbesserungen in ihrer Kita aufgrund der 1. Fortbildung sehen. Ein sehr hoher Anteil Kitas (zwischen 67% und 95%) gibt an, die Fortbildung hätte in allen genannten Bereichen zu positiven Veränderungen geführt; am geringsten liegt der Anteil beim „Datenschutz“, bei dem die Ausgangslage ja schon recht positiv eingeschätzt wurde. Verbesserungs-Spitzenreiter sind die Themen „technische Handhabung“, „gute Apps“ und „Kreativ-Apps“, wo jeweils mehr als 90% der Leitungen von Verbesserungen sprechen.

SO WIRD DIE 1. INHOUSE-FORTBILDUNG BEWERTET

Mediencoaches wie Kitas äußern sich übereinstimmend sehr positiv. Nahezu alle Kitas sind begeistert von ihrem MC: Zwischen 93% und 99% berichten, er hätte spürbares Interesse an ihrer Arbeit gezeigt, konnte Fragen kompetent beantworten, versuchte alle im Team mitzunehmen, brachte viele neue Impulse ein, war gut vorbereitet und nahm die Anliegen der Kita ernst. Darüber hinaus erlebten 99% der Kitas eine dem Lernen förderliche Atmosphäre, und 96% der Kitas motivierte sie für die weiteren Schritte im Modellversuch.

Die Mediencoaches erlebten immer ein offenes und engagiertes Team (jeweils zu 100%), das an einem Strang zog (zu 90%) und Vertrauen in die Kompetenzen des Mediencoaches zeigte (99%).

Das Fazit der Kitaleitungen zur 1. Inhouse- Fortbildung fällt sehr positiv aus (Abbildung rechts): Keine Leitung gab an, die Fortbildung hätte keinen Nutzen gehabt, nur wenige (knapp 6%) sprachen von einem geringen Nutzen, hingegen gut 94% von eher viel bzw. sehr viel Nutzen. Die 1. Inhouse-Fortbildung war also ein voller Erfolg.



ALLES IN ALLEM

Nahezu alle Kitaleitungen (98%) geben an, dass ihre Entscheidung, sich am Modellversuch zu beteiligen, genau die richtige war und 93% berichten, dass der Modellversuch in ihrer Kita ziemlich bzw. sehr gut läuft.

Keine Person wählte bei der Abschlussbewertung das negativste smiley-Gesicht. Mehr als 90% sowohl der Kitaleitungen als auch der Mediencoaches wählten die beiden positiven Gesichter.



ANKÜNDIGUNG: DIE NÄCHSTEN BEFRAGUNGEN

Wie bereits im letzten Newsletter angekündigt, werden die Online-Befragungen künftig nicht mehr so engmaschig erfolgen wie bisher. Die nächsten **Basis-Befragungen** finden im Sommer 2019 vor Ende des Kitajahres statt – im gleichen Zeitfenster vom **1. bis 10. Juli 2019**:

- Befragung der Kitaleitungen
- Befragung der Medientoaches
- Befragung der Eltern

Wir werden danach fragen, was bislang im Modellversuch geschah, werden Sie um eine Bilanz der zurückliegenden Schritte bitten und würden uns freuen, wenn Sie Ihre Erfahrungen in Form von Tipps für andere Kitas verfügbar machen.

Medientoaches und Kitaleitungen bitten wir sehr um eine vollständige Teilnahme; sie ist für aussagekräftige Ergebnisse unerlässlich.

Befragung der Fachkräfte und Leitungen: Die zweite Befragung erfolgt im Herbst 2019. Sie erhalten noch genauere Informationen.

Bilderbuchbetrachtung mit digitalen Medien: Der Start der Studie ist erfolgt. Die Teilnehmer/innen werden laufend über die nächsten Schritte informiert.

Befragung von Kindern: Die für diesen Sommer in einigen Kitas (ca. 15) geplante Befragung von Kindern muss aus technischen und terminlichen Gründen in das **Frühjahr 2020** verschoben werden. Genauere Informationen über diese spannende Befragung werden Sie von uns im Herbst 2019 erhalten. Sollen Sie als Kita sich bereits jetzt für eine Teilnahme interessieren oder Fragen dazu haben: Bitte wenden Sie sich gerne an uns!

Wir wünschen Ihnen allen
einen schönen Sommer und
freuen uns auf eine weiterhin
gute und erfolgreiche
Zusammenarbeit!



<https://bit.ly/2UDpx2b>

Impressum

Staatsinstitut für Frühpädagogik (IFP)
S. Lorenz & I. Schreyer
Winzererstr. 9, Eckbau Süd, 80797 München
www.ifp.bayern.de

Gefördert durch: Bayerisches Staatsministerium
für Familie, Arbeit und Soziales