

Ergebnisbericht



WAS
BLEIBT
?



FollowUp-Studie zur Nachhaltigkeit

des Bayerischen Modellversuchs
„Medienkompetenz in der Frühpädagogik
stärken“

Sigrid Lorenz & Inge Schreyer

Inhalt

Wichtiges in Kürze.....	3
1. Digitale Entwicklungen und Ausgangssituation der Studie.....	4
2. Nachhaltigkeit der Fortbildung als zentrale Fragestellung der Studie	5
2.1 Merkmale des Modellversuchs mit Blick auf dessen Nachhaltigkeit....	7
3. Aufbau und Eckdaten der Studie.....	9
4. Referenzergebnisse der Abschlussbefragung der Kitas.....	12
5. Ergebnisse der FollowUp-Studie.....	14
5.1 Alle Kitas setzen digitale Medien ein.....	14
5.2 Viele Kitas stabilisierten den Bereich der Medienbildung mit Kindern	17
5.3 Detaillierter Einsatz für Beobachtung & Dokumentation	20
5.4 Detaillierter Einsatz in der Kooperation mit Eltern und weiteren Partnern	22
5.5 Rahmung des Einsatzes digitaler Medien	24
5.6 Der Stellenwert Digitaler Bildung.....	28
6. Nachhaltigkeit des Modellversuchs: eine Bilanz	31
7. Literatur.....	34

WICHTIGES IN KÜRZE

Von den 100 Kitas, die am Modellversuch „Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“ von Sommer 2018 bis Ende 2020 teilnahmen, beteiligten sich 58 an der FollowUp-Befragung im März 2022, deren Ziel es war abzuklären, ob und in welchem Umfang sich nachhaltige Effekte des Modellversuchs zwei Jahre nach dessen Ende in den Kitas feststellen lassen.

Alle 58 Kitas gaben an, weiterhin digitale Medien im Kita-Alltag zu nutzen, über die Hälfte sogar in allen drei Handlungsfeldern (HF1: digitale Bildung mit Kindern; HF2: Beobachtung und Dokumentation; HF3: Kooperation mit Eltern und anderen Partnern). Insbesondere HF1 wurde am stabilsten, bei über 90% der Kitas, weitergeführt, welches auch im Modellversuch zeitlich und inhaltlich priorisiert worden war. Insgesamt bestätigt dies die am Ende des Modellversuchs von den Kitas gegebenen Absichtserklärungen, auch weiterhin digitale Medien einsetzen zu wollen.

Für alle drei HF wurden die Leitungen gebeten, die Veränderungen seit dem Ende des Modellversuchs im Hinblick auf die Nutzungshäufigkeit digitaler Medien, der Teamkompetenz und der Zustimmung im Team auf einer Skala von 0-100 anzugeben. Alle Mittelwerte sind größer als 50, was über alle Kitas hinweg positive Veränderungen hinsichtlich dieser drei Aspekte bedeutet – wenn auch in unterschiedlichem Umfang und nicht für jede einzelne Kita.

Im HF1 blieb die Zustimmung des Teams bei 94% der Kitas gleich oder stieg sogar teils deutlich an, die Kompetenz des Teams stabilisierte sich bzw. nahm zu bei 81% der Kitas, die Nutzungshäufigkeit digitaler Medien blieb konstant oder nahm zu in 75% der Kitas. Gerade für die vergleichsweise stärker reduzierte Nutzungshäufigkeit dürften pandemie-bedingte phasenweise Betretungsbesuche der Kinder eine erhebliche Rolle gespielt haben.

In HF2 zeigt sich eine tendenziell ähnliche Entwicklung; auch hier hat insbesondere die Nutzungshäufigkeit, bei 9% der Kitas, etwas abgenommen. Allerdings fallen die „Verluste“ insgesamt für alle drei Aspekte geringer aus als in HF1.

Die geringsten Abnahmen gaben die Kitas für HF3 an, alle Kitas sprachen von gleichgebliebenen, häufiger auch von gesteigener Kompetenz und jeweils 94% gaben dies zudem für die Zustimmung im Team und die Nutzungshäufigkeit an. Auch dieses Ergebnis könnte stark auf die Bedingungen unter Corona zurückzuführen sein, in denen Kitas sich mit den Familien häufig ausschließlich digital austauschen konnten.

Der aktuelle Stellenwert des Bildungsbereich „Digitale Bildung“ wurde auf der Skala von 0-100 mit durchschnittlich 69 Punkten bewertet. Mehr als drei Viertel der Kitas (76%) schätzten den Bereich als aktuell (eher) wichtig ein. Nur zwei Kitas beurteilten ihn als nicht wichtig. Ob die digitale Bildung einem Kitateam wichtig ist, wird letztlich nicht durch die Haltung des Teams oder die Nutzungshäufigkeit entschieden, sondern das Können des Teams gibt den Ausschlag.

Insgesamt kann aufgrund der Ergebnisse der FollowUp-Studie geschlossen werden, dass die im Modellversuch getätigten Investitionen aller Beteiligten von einer hohen Effektivität waren und nachhaltig auch noch zwei Jahre nach dem Modellversuch wirken.

1. DIGITALE ENTWICKLUNGEN UND AUSGANGSSITUATION DER STUDIE

Frühe Medienbildung ist seit mehr als 25 Jahren ein Auftrag von Kindertageseinrichtungen, den die JFMK 1996 erstmals mit ihrem Beschluss als Aufgabe der Kinder- und Jugendhilfe gesetzt und 2004 im gemeinsamen Rahmen der Länder zur frühen Bildung um den Auftrag der informatischen Bildung ergänzt hat. Sie greift damit inkludierend einen bisweilen als „digitale Revolution“ beschriebenen Prozess auf, der als unumkehrbar, unaufhaltsam und global zu charakterisieren ist und insofern alle Lebensbereiche der Gesellschaft durchdringt und verändert (vgl. etwa Nassehi 2019).

Da „(...) Medien an sich nur bedingt medienkompetenzfördernd“ sind (Dander 2020, S. 36), stellt die digitale Bildung der Kinder insofern eine auch für Kindertageseinrichtungen wichtige Gestaltungsaufgabe dar, bei der die pädagogischen Fachkräfte als steuernde Akteure eine verantwortungsvolle Schlüsselposition einnehmen (vgl. Wilmers et al. 2020, S. 8), um Kinder an eine kreative, reflexive, sichere und somit chancenreichen Nutzung digitaler Medien heranzuführen.

Das Bayerische Kinderbildungs- und Betreuungsgesetz (BayKiBiG 2005) formuliert im Hinblick auf diese Situation in seiner Ausführungsverordnung (AV BayKiBiG 2005, Abschnitt 2, § 9) als gesetzlichen Auftrag: „Kinder sollen die Bedeutung und Verwendungsmöglichkeiten von alltäglichen informationstechnischen Geräten und von Medien in ihrer Lebenswelt kennen lernen.“ Dieser ist daher auch im Bayerischen Bildungs- und Erziehungsplan mit Hinweis auf dessen partizipative und zukunftsweisende Bedeutung verankert (StMAS & IFP 2019, S. 230-251).

Um Kindertageseinrichtungen bei diesem Auftrag zu unterstützen, fand im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales und unter der Federführung des Staatsinstitutes für Frühpädagogik und Medienkompetenz (IFP) und weiterer Kooperationspartner von Sommer 2018 bis Dezember 2020 in Bayern der, im Hinblick auf die Anzahl der teilnehmenden Kitas, in Deutschland bislang umfangreichste Modellversuch „Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“ statt. Entsprechend seiner Konzeptualisierung¹ wurde dieser Modellversuch über seine gut zweijährige Laufzeit hinweg durch regelmäßige formativ ausgerichtete

¹ Die Konzeption des Modellversuchs steht auf der Seite des IFP unter folgendem Link zur Verfügung: https://www.ifp.bayern.de/imperia/md/content/stmas/ifp/konzeption_modellversuch_stand_23-03-2018_final.pdf

Befragungen der Kitaleitungen, Fachkräfte, der Mediencoaches und der Kita-Eltern wissenschaftlich begleitet. 100 Kitas hatten die Möglichkeit am Modellversuch teilzunehmen und wurden zweieinhalb Jahre lang von dafür qualifizierten Mediencoaches kontinuierlich fachlich begleitet und dabei unterstützt, Konzepte und Materialien für digital gestützte Bildungs- und Arbeitsprozesse in Kindertageseinrichtungen in drei Handlungsfeldern zu entwickeln und zu erproben:²



Abb. 1 Die drei Handlungsfelder im Modellversuch

1. NACHHALTIGKEIT DER QUALIFIZIERUNG ALS ZENTRALE FRAGESTELLUNG DER STUDIE

Bei der abschließenden Befragung der 100 Modell-Kitas, interessierten nicht allein Erfahrungen und Bewertungen der zurückliegenden Prozesse im Erprobungszeitraum, ebenso wurden Fragen nach den „digitalen“ Zukunftsplanungen der Kitas gestellt, somit danach, ob die Kita über den Modellversuch hinaus beabsichtigt, digitale Medien einzusetzen. Dieser Aspekt wurde entlang der drei Handlungsbereiche (Abb. 1) differenziert erfasst. Die vorliegende FollowUp-Studie setzt an diesen Absichtserklärungen an, indem sie danach fragt, ob und in welcher Form die Planungen der Kitas am Ende des Modellversuchs umgesetzt wurden bzw. bereits angestoßene Veränderungen längerfristig in den Kitaalltag getragen, stabilisiert, bestenfalls erweitert wurden. Damit fokussiert die Studie auf den Transfer des Gelernten aus einer definierten Fortbildungssituation in die Normalsituation des Kitaalltags und insoweit auf Nachhaltigkeit von Fortbildungen.

Die Frage nach der Nachhaltigkeit von Qualifizierungen ist generell wie auch speziell bei diesem Modellversuch kein nachgelagertes, sondern das wichtigste Prüfkriterium für die Wirksamkeit von Qualifizierungen. Nicht selten stehen jedoch, etwa aufgrund

² Eine genaue Beschreibung der situativen Rahmung des Modellversuchs, dessen konzeptionellen Aufbau und umfangreicher Ergebnisse in Lorenz & Schreyer, 2021 (https://www.ifp.bayern.de/imperia/md/content/stmas/ifp/kitadigital_abschlussbericht_2021_tei_i+ii_16-11-2021.pdf); weitere Informationen ebenfalls auf der Seite des Modellversuchs unter <https://www.kita-digital-bayern.de/>

von Machbarkeitskriterien, erst einmal (oder ausschließlich) Fragen nach einem kurzfristig überprüfbar, oft subjektiv erlebten Lernerfolg im Vordergrund und weniger, wie Lernen die intendierte nachhaltige Wirkung entfalten kann und Qualifizierungsinhalte von den Teilnehmenden in eigenes Wissen und Können umgewandelt und in bestehende Strukturen am Arbeitsplatz verankert werden können (vgl. Dubs 1995). Solche vielschichtigen Transfer- und Nachhaltigkeitsprozesse sind zwar letztlich individuell, dennoch lassen sich wissenschafts- und erfahrungsbasiert Faktoren extrahieren, die Einfluss auf die Nachhaltigkeit von Qualifizierung nehmen können.

Genannt werden etwa das selbstständige Auseinandersetzen mit Lerninhalten und Erschließen von Zusammenhängen (vgl. Reinmann-Rothmeier 2003) sowie die Bedeutung der Lernmotivation. Zwar kann durch die bloße Beteiligung an Weiterbildungen nicht zwingend darauf geschlossen werden, dass Personen auch lernmotiviert sind – zu vielfältig sind die individuellen Gründe für eine Teilnahme (s.a. Siebert 2006). Dennoch ist anzunehmen, dass ohne Motivation kaum nachhaltige Lernerfolge erzielt werden. Für eine Verstetigung des Gelernten in den Alltag ist es notwendig, dass die Inhalte den Lernenden als sinnvoll und nachvollziehbar erscheinen, dass sie für die eigene Situation als hilfreich eingeschätzt werden und eine Anknüpfung an Erfahrungen ermöglicht wird. Wichtig scheint auch, dass Lernende von der Haltung „mir etwas beigebracht“ abrücken können und sich als aktiv Handelnde begreifen, die sich eigenverantwortlich mit den Inhalten auseinandersetzen (vgl. Müller et al. 2008). Lipowsky & Rzejak (2019) haben ein Angebots-Nutzungs-Modell entwickelt, das solche und weitere wichtige Wirkfaktoren in Verbindung zueinander bringt:

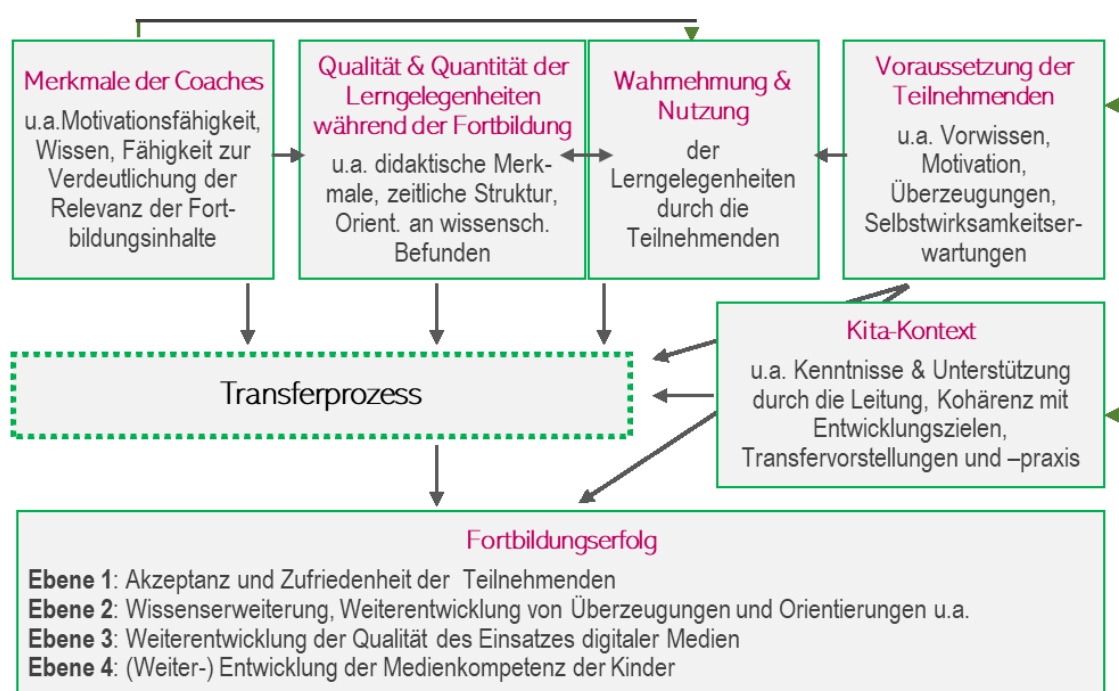


Abb. 2 Einflussfaktoren im Kontext von Qualifizierungen. In Anlehnung an das Angebots-Nutzungs-Modell von Lipowsky (2019); eigene Darstellung adaptiert für den Modellversuch

Anhand dieses Entwurfs wird zweierlei deutlich: Erstens wird der Qualifizierungserfolg insgesamt wie in seiner Ausdifferenzierung (hier vier Ebenen bzw. Kriterien) in Abhängigkeit von der Qualität des Transfers definiert. Folgt man dem klassischen Vier-Ebenen-Modell von Kirkpatrick (1979), könnte man dieses Modell um eine fünfte Erfolgsebene, die der *Systemresultate* ergänzen, bei dem zusätzlich der Transfereffekt auf die *Kita an sich* thematisiert wird, der etwa in Form einer Mitarbeiterbindung oder eines Wettbewerbsvorteils gegenüber anderen Kitas zu spezifizieren wäre. Weniger eindeutig ist, wie konkret die einzelnen Erfolgskriterien zusammenhängen. Rädiker (2012) etwa referiert mehrere (Meta-)Studien, die keinen oder allenfalls einen sehr geringen Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Lernerfolg nachweisen konnten, obgleich vermutet wird, dass positive Reaktionen auf eine Qualifizierung auch die Chance eines generellen Weiterlernens erhöhen (Kirkpatrick 1979).

Fokussiert man, zweitens, auf die Frage, welche konkreten Merkmale eine Qualifizierung erfolgreich machen, dann verweist die Skizzierung von Lipowsky auf deren multifaktorielle Bedingtheit, so wie auch in anderen Untersuchungen, Einschätzungen und Forschungssynopsen strukturelle, didaktische und fachliche Komponenten genannt werden (etwa Egert & Dederer 2018, Hattie 2012, Lipowsky 2021, Meister & Friedrichs 2012/2015). Lipowsky benennt im Einzelnen Merkmale der Coaches, die Qualität und Quantität der Lerngelegenheiten während der Qualifizierung sowie deren Nutzung durch die Teilnehmenden und ebenfalls deren personale Voraussetzungen. Auch die Merkmale der Kita dürften einen Einfluss darauf haben, in welchem Umfang Qualifizierungsinhalte im Kitaalltag aufgegriffen werden können.

2.1 MERKMALE DES MODELLVERSUCHS MIT BLICK AUF DESSEN NACHHALTIGKEIT

Der zentrale Anspruch des Modellversuchs, dass Effekte der Maßnahme idealerweise nicht kurz nach deren Abschluss enden, sondern langfristig und nachhaltig im Team und im pädagogischen Alltag der Einrichtung verankert werden, verweist darauf, dass diese auf Veränderung angelegten Lernprozesse der Teams insoweit gleichermaßen innerhalb der Diskurse des change managements, der Organisationsentwicklung wie der Erwachsenenbildung anzusiedeln sind (vgl. Steinkellner, et al. 2006). Im Sinne einer professionellen Lerngemeinschaft (Rosenholtz 1991) sind dabei individuelles und organisationales Lernen in der Kita zusammen zu denken.

Im Vergleich zu anderen Qualifizierungsthemen (etwa Bewegung oder Sprache) liegt hier die Besonderheit darin, dass das Thema „digitale Bildung“ für viele Kitas nicht nur neu, sondern oft mit einer ambivalenten bis ablehnenden Einstellung und mit

negativen Wirkannahmen bezüglich Kinder und mittelbar auch Kitaeltern (Institut für Demoskopie Allensbach 2014, vgl. ebenso etwa Friedrich & Meister 2015) behaftet sein kann, d.h. diese Qualifizierungen zeigen ein anderes Akzeptanz- und Anschlussprofil als bereits etablierte Bildungsbereiche. Deshalb wurden in der Konzipierung des Modellversuchs, neben Kriterien, wie sie auch bei Lipowsky (2019, vgl. Abb. 2) zu finden sind, bewusst solche Elemente eingebunden, die diese Besonderheit berücksichtigen und bereits während der Weiterbildung bedeutende Lernprozesse anstoßen, um dann in einem Weiterlernen im Alltag münden zu können (vgl. Kunze 2005). Zu nennen sind hier:

- Die Entwicklung einer *transparenten Ablaufstruktur* (mit flexiblen Freiräumen zur kitaspezifischen Feinabstimmung), die gleichermaßen für Professionalität wie für Sicherheit und Erwartbarkeit steht. Sie kann für Fachkräfte von essenzieller Bedeutung sein, denn Studien zum Kontrollerleben bei Menschen verdeutlichen, dass sich bedrohliche, nicht vorhersehbare und nicht beeinflussbare oder überfordernde Situationen nachteilig auf Motivation und Lernprozesse auswirken können (vgl. etwa Nakamura & Csikszentmihalyi 2002).
- Die Wahl eines *sozialkonstruktivistischen Beratungsverständnisses*, das den Veränderungsprozess als Ko-Konstruktion zwischen Mediencoach und Kita definiert. Die Verantwortung für ein Lernen und ein späteres Weiterlernen wird damit auch in die Eigenverantwortung der Kita gegeben. Insofern versteht sich der Qualifizierungsprozess als „Bottom-up“-Modell und repräsentiert keine einseitige „Beeinflussungsbeziehung“ (Bachmann, 2016, S. 235).
- Die Einbindung entwicklungspsychologischer und neurobiologischer Grundlagen der frühen digitalen Bildung auf Basis des *interdisziplinären Forschungsstandes*, um das Thema fundiert und reflexiv ins Feld zu tragen und damit über den Status eines reinen „Ausprobierens“ hinauszugehen.
- Die Realisierung des Qualifizierungsangebots als *Inhouse-Angebot*, das sich an das gesamte Team wendet und so die Verschiedenheit von Kitaalltag und Qualifizierungssetting reduziert, wenngleich diese nicht völlig auszuschalten ist.
- Die *Wahl eines Coachingansatzes*, welcher eine vertiefte Auseinandersetzung auch über den Modellversuch hinausunterstützt und dessen (partielle) Wirksamkeit auf z.B. Wissen oder Handeln in mehreren Studien nachgewiesen wurde (vgl. etwa Beck et al. 2008, Neumann & Cunningham 2009, Garet et al. 2016).
- Die Berücksichtigung *reflexiver Elemente*, deren Bedeutung Ergebnisse der Lern- und Gedächtnisforschung (vgl. vor allem Craik & Lockhardt 1972, auch Craik & Tulving 1975, Craik 2002) für die Verarbeitungstiefe und nachhaltige Verankerung von Neuem nahelegen.

- *Die Dauer der Qualifizierung* von gut 1½ Jahren. Die Forschungsergebnisse zur Frage des Zusammenhangs von Dauer und Wirksamkeit sind zwar uneinheitlich, da mit der Dauer die Wirksamkeit nicht zwangsläufig linear zunimmt, dennoch wird häufig ein Schwellenwert von mindestens einem ½ Jahr (etwa Timperley et al. 2007) genannt.
- *Eine konkrete Vernetzungsanbahnung* der Kitas untereinander, womit eine optionale Weiterführung des Netzwerkes nach dem Modellversuch zur Stabilisierung der Bildungsthemas bereits mitgedacht war.
- Die Bereitstellung und *Erstellung Praxismaterialien*, um ein vertiefendes Selbststudium auch über den Modellversuch hinaus zu ermöglichen.
- Die Bereitstellung einer *digitalen Grundausstattung* (Tablet & Co.) für alle teilnehmenden Kitas auch über den Modellversuch hinaus (als Dauerleihgabe).

Aufgrund dieser Konzeptionierung konnte mit einer gewissen Berechtigung eine Nachhaltigkeit des Modellversuchs auf Kitaebene, über den Qualifizierungszeitraum hinaus, erwartet werden.

2. AUFBAU UND ECKDATEN DER STUDIE

Mit der FollowUp-Studie sollte untersucht werden, ob sich bei den am Modellversuch beteiligten 100 Kitas *nach* dem Modellversuch - aus subjektiver Sicht der eingebundenen Leitungen bzw. Fachkräfte - „digitale“ Transfereffekte und/oder innovative Wirkungen auf Einstellungs-, Wissens- und Kompetenzebene feststellen lassen. Idealtypisch wird von drei unterschiedlichen Gruppen ausgegangen, von:

1. Kitas, die die Beschäftigung mit digitalen Medien nach dem Modellversuch deutlich reduzierten oder einstellten,
2. Kitas, die das im Modellversuch Erreichte im Alltag stabilisierten,
3. Kitas, die die im Modellversuch begonnene Entwicklung ausbauten.

Zugleich stellte sich die Frage, von welchen Faktoren die jeweilige Entwicklung beeinflusst ist, welche Aspekte sich als unterstützend bzw. als hinderlich für eine Sicherung der im Modellversuch angebahnten (Handlungs-)Kompetenzen erweisen. Auf der Suche nach Antworten wurde ein differenzierter Blick auf die drei Handlungsfelder „Digitale Medienbildung mit Kindern“, „Beobachtung und Dokumentation“ und „Kooperation und Kommunikation mit Eltern und anderen externen Partnern“

gerichtet, um mögliche Unterschiede in den jeweiligen Entwicklungen in der Nach-Modellphase identifizieren zu können.

Die Studie knüpft an den online-Befragungen der Kitas im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung des Modellversuchs an. Die 100 Kitas wurden zu vier Zeitpunkten des Modellprozesses um Rückmeldungen zu u.a. Einstellungen, technische und digitale Ausstattung, Vorgehen und Effekten der Qualifizierung gebeten. Insbesondere die Befragung bei Prozessende (Jahresende 2020) diente als Bezugspunkt der FollowUp-Studie. Der Aspekt der Nachhaltigkeit von im Modellversuch angestoßenen Veränderungen konnte in dieser letzten Befragung naturgemäß noch nicht verlässlich erfasst werden; er wurde jedoch in Form einer Absichtserklärung erfragt.

Zeitpunkt der Durchführung: Geplant war, die Studie ca. 1 Jahr nach Abschluss des Modellversuchs durchzuführen, um Hinweise auf tendenziell mittelfristige Entwicklungen zu erhalten. Durch Einschränkungen, welche die Kitas durch Coronabedingte Bestimmungen ab Frühjahr 2021 betrafen, wurde die Studie jedoch vorerst auf einen noch unbestimmten späteren Zeitpunkt verschoben, an dem, so die Hoffnung, wieder annähernd „Normalbetrieb“ abzubilden war. Dieser Verschiebung lag die Überlegung zugrunde, dass das Thema „digitale Bildung“ in den Kitas an Priorität zugunsten basaler „Überlebensstrategien“ eingebüßt haben könnte, da die Kitas in der Pandemie häufig mit Zugangsbeschränkungen und Betretungsverboten, einem hohen Krankenstand und Umstrukturierung bezüglich Ablauf- und Gruppenstrukturen konfrontiert waren. Als sich jedoch sukzessive keine stabile Rückkehr zu einem „Vor-Corona-Betrieb“ abzeichnete, wurde die Studie schließlich im März 2022 – zu diesem Zeitpunkt waren zumindest einige der Beschränkungen aufgehoben worden – in Form einer Online-Befragung durchgeführt. Die Befragung richtete sich an alle 100 am Modellversuch (MV) beteiligten Kitas³. Im Gegensatz zu den Befragungen im Rahmen des Modellversuchs war die Teilnahme an dieser FollowUp-Studie freiwillig.

Fragenbereiche: Die FollowUp-Studie umfasste folgende Fragebereiche:

- Eckdaten zu ausfüllender Person und Kita
- aktueller Einsatz (Ja/Nein) digitaler Medien in den drei Handlungsfeldern des Modellversuchs (siehe Abb. 1)
- aktueller sowie mit Ende des Modellversuchs vergleichender Einsatz digitaler Medien in den drei Handlungsfeldern (Art und Häufigkeit der eingesetzten Apps)

³ Die Modellkitas hatten im Rahmen ihrer Teilnahme eine eigene E-Mail-Adresse erhalten, die zum Zeitpunkt der FollowUp-Befragung noch aktiv war. Über diese Adresse wurde den Kitas die Studie im Vorfeld angekündigt und auch der Link zur Befragung zugestellt. Allen 100 Kitas war im Modellversuch ein jeweils eindeutiger, zufallsgenerierter Code zugewiesen worden, der die Basis der pseudonymisierten Auswertung war. Dieser Code wurde in der FollowUp-Studie erneut eingesetzt.

- Einstellungen und Kompetenz zum Einsatz digitaler Medien im Team: Veränderungen seit Ende Modellversuch
- Unterstützungsstrukturen und Qualifizierungsteilnahme
- Medienkonzepte
- technische Ausstattung und deren Nutzungshäufigkeit
- rückblickende Bilanzierung der Teilnahme am Modellversuch und des aktuellen Stellenwertes digitaler Bildung

Rücklauf und Bias: Insgesamt beteiligten sich 60 Kitas an der Befragung, der Nettodatensatz nach Bereinigung umfasste 58 Fragebögen; entsprechend hatten 58% der 100 Modellkitas an der FollowUp-Studie teilgenommen.

Bezüglich des Aspekts eines Unit-Nonresponse scheinen für die 42% Modellkitas ohne Rückmeldung - neben situativen Zeit- und Personenressourcen - zumindest zwei Annahmen plausibel: zum einen die Nichterreichbarkeit der Kitas und zum anderen eine mangelnde Antwortbereitschaft. Ein Nichterreichen dürfte immer dann vorgelegen haben, wo Kitas ihre personifizierte Emailadresse aus dem Modellversuch nicht mehr pflegten und uns auch keine weitere (aktive) Emailadresse für die Kita vorlagen; die Bitte um Studienteilnahme wurde in diesen Fällen schlicht nicht gesehen.

Etwas anders gelagert sind Fälle von fehlender Bereitschaft zur Teilnahme, insofern, weil hier nicht ausgeschlossen werden kann, dass sich Antwortende und Nichtantwortende tendenziell voneinander unterscheiden (Volk & Hochgürtel 2016). Da, wie später noch ausgeführt werden wird, alle teilnehmenden Kitas angaben, sie würden aktuell digitale Medien einsetzen, fühlten sich möglicherweise bevorzugt digital aktive Kitas von der Befragung angesprochen und weniger jene Kitas, bei denen digitale Medien zwischenzeitlich eine nachgeordnete oder gar keine Rolle mehr spielten; hier könnte auch der Aspekt der sozialen Erwünschtheit („sicher wird erwartet, dass ich digitale Medien noch einsetze“) wirksam geworden sein. Dem folgend müsste man von einer zumindest leicht verzerrten Nettostichprobe ausgehen.

Letztlich bleibt es hypothetisch, denn: „Es existieren nach wie vor keine theoretischen Modelle, die die Gründe von Non-response und die sozialen Mechanismen des Teilnahmeprozesses verlässlich erklären können (Haunberger 2011, Seite 97, zitiert in Volk & Hochgürtel 2016). Insgesamt ist ein Rücklauf von 58% nach mehr als zwei Jahren Abstand zum Ende des Modellversuchs dennoch eine recht gute Ausgangsbasis und die Daten können insoweit wichtige Einblicke in die Nachhaltigkeit des Modellversuchs geben.

Eckdaten der teilnehmenden Personen und Kitas: Alle 58 ausfüllenden Personen gaben an, sie hätten am Modellversuch über seine gesamte Laufzeit teilgenommen; sie können diesbezüglich als verlässliche Auskunftgeber:innen gelten. Fast drei Viertel der Ausfüllenden waren Leitungen (N=42), sieben Personen stellvertretende Leitungen und neun Personen (andere) pädagogische Fachkräfte. Mit 86,2% (N=50) waren es überwiegend Frauen. Das Durchschnittsalter betrug 45,6 Jahre (zwischen 25 und 64 Jahren). Fast zwei Drittel der Kitas waren Häuser für Kinder (N=38), N=10 Kindergärten, N=7 Horte und N=3 Kinderkrippen. Die Häuser für Kinder betreuten überwiegend Kinder zwischen 1 und 6 Jahren (selten bis 12 Jahre). Zum Zeitpunkt der Befragung wurden die Kitas von durchschnittlich 98 Kindern besucht, die durchschnittliche Anzahl der Fachkräfte betrug 18, davon zehn Fachkräfte, die auch am Modellversuch teilgenommen hatten. Bei der Anzahl der Kinder wie der Fachkräfte gab es eine große Bandbreite (24 - 231 Kinder, 2 - 69 Fachkräfte), so dass die Stichprobe sehr kleine wie sehr große Kitas umfasst.

3. REFERENZERGEBNISSE DER ABSCHLUSSBEFRAGUNG DER KITAS

Die Kitas des Modellversuchs verfügten am Ende der Modelllaufzeit im Dezember 2020 über zweieinhalb Jahre Erfahrung mit digitalen Medien im Einsatz in den drei Handlungsfeldern. Daher wurden sie in der Abschlussbefragung auch nach der Planung eines zukünftigen Einsatzes digitaler Medien gefragt. Die hier gemachten Angaben nehmen somit den Aspekt der Nachhaltigkeit bereits in den Blick, sind aber naturgemäß nur als Absichtserklärungen zu verstehen. Für die FollowUp-Studie sind sie jedoch hinweisgebend, weshalb sie im Folgenden kurz referiert werden. Es liegen Angaben von 57 der an der FollowUp-Studie teilgenommenen 58 Kitas vor. Die Ausgangslage bei Abschluss des Modellversuchs im Überblick:

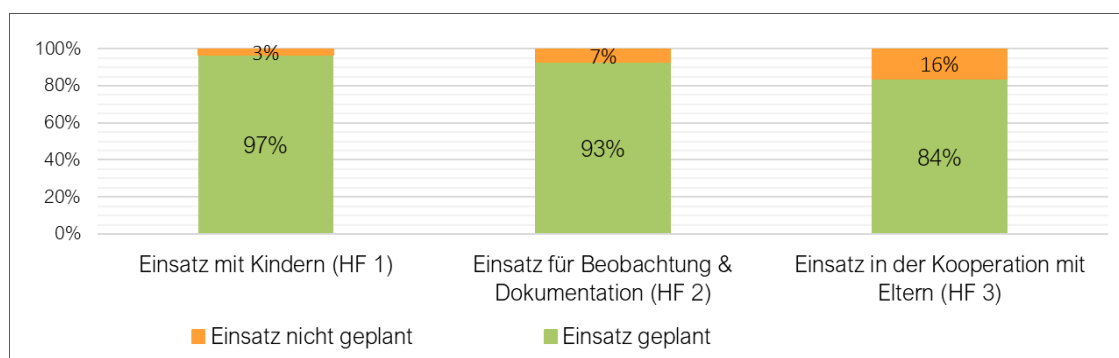


Abb. 3 Geplanter Einsatz digitaler Medien nach dem Modellversuch nach Handlungsfeldern; Angaben der Leitungen, N=57, in Prozent

Alle 57 Kitas gaben an, auch in Zukunft digitale Medien in zumindest einem der Handlungsfelder einsetzen zu wollen. Die meisten Kitas beabsichtigten den Einsatz in allen drei Feldern, wobei der Einsatz mit Kindern die höchste Priorisierung besaß:

55 der 57 Kitas planten digitale Medien in Handlungsfeld 1, 53 Kitas in Handlungsfeld 2 und 48 Kitas in Handlungsfeld 3 (Abb. 3). Bei jenen zwei Kitas, die sich grundsätzlich gegen einen zukünftigen Tableteinsatz mit Kindern entschieden, handelte es sich um eine Krippe und ein Haus mit Kindern, das auch Kinder unter drei Jahren betreut.

Für die geplante nachhaltige Verankerung der digitalen Bildung sahen die Kitas bestimmte Rahmenbedingungen vor (Abb. 4; Mehrfachnennungen). Insbesondere wurden der Besuch von einschlägigen Fortbildungen (N=48) und die Verantwortlichkeit eines Teammitglieds für den digitalen Bereich (N=42) genannt. Ergänzend wurden vereinzelt z.B. die Anschaffung zusätzlicher Geräte, onboardings für neue Mitarbeitende oder ein regelmäßiger Austausch im Team angegeben.

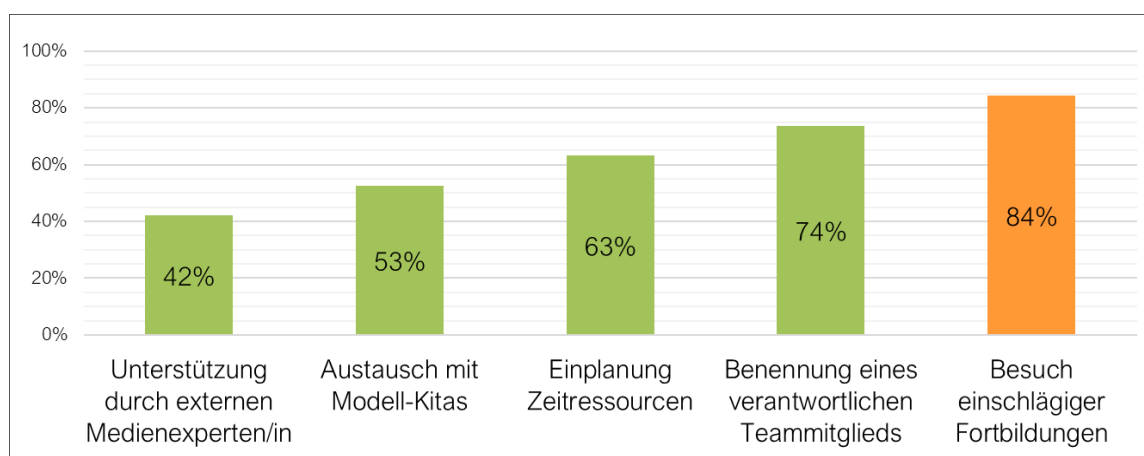


Abb. 4 Geplante Unterstützung für den nachhaltigen Einsatz digitaler Medien nach dem Modellversuch; Angaben der Leitungen, N=57, in Prozent

Gegen Ende des Modellversuchs wurden die Kitas auch um die (erste) Erstellung eines Medienkonzeptes geben, um bisher Erreichtes zu fixieren und dem zukünftigen Medieneinsatz eine gewisse Verlässlichkeit zu geben. Auch diesbezüglich war der Transfer- und Nachhaltigkeitsaspekt bereits hinterlegt. 56 der 57 Kitas hatten zum Zeitpunkt der Abschlussbefragung ein Medienkonzept erstellt. Auf die Frage, ob ihnen für dessen zukünftige Umsetzung bereits die erforderlichen Ressourcen zur Verfügung ständen, zeichnete sich eine eingeschränkt optimistische Situation ab:

- 70% der Kitas verfügen über die zeitlichen Ressourcen, 30% nicht,
- 72% der Kitas besitzen ausreichend finanzielle Ressourcen, 28% nicht,
- 84% der Kitas besitzen ausreichend personelle Ressourcen, 16% nicht,
- 91% der Kitas sehen ihre fachliche Kompetenz als ausreichend, 9% nicht,
- 95% der Kitas sehen ihre technische Ausstattung als ausreichend, 5% nicht.

Für den Zeitpunkt der Abschlussbefragung ist demnach festzuhalten, dass alle Kitas einen nachhaltigen Einsatz digitaler Medien planen, d.h. sie wollen digitale Medien auch zukünftig in der Kita in zumindest einem Handlungsbereich einsetzen und dies durch verschiedene unterstützende Maßnahmen stabilisieren oder sogar ausbauen. Diese Planung fand selbstredend noch ohne das Wissen der kommenden Pandemie statt, die sich generell sowohl auf personelle wie zeitliche Ressourcen wie die konkreten Einsatzbedingungen auswirkte.

4. ERGEBNISSE DER FOLLOWUP-STUDIE

Die FollowUp-Studie setzt inhaltlich an der Konzeption des Modellversuchs an und fragt generell nach dessen Nachhaltigkeit wie speziell nach der Umsetzung der beschriebenen Absichtserklärungen der Kitas.

5.1 ALLE KITAS SETZEN DIGITALE MEDIEN EIN

Einen ersten wichtigen Hinweis auf die Frage der nachhaltigen Wirkung des Modellversuchs liefert ein Blick darauf, ob die Kitas das Tablet überhaupt noch – zum Zeitpunkt der Befragung im März 2022 – einsetzten. Alle 58 Kitas bestätigen dies. Jedoch gilt der Einsatz nicht gleichermaßen für alle drei Handlungsfelder (Abb. 5); der

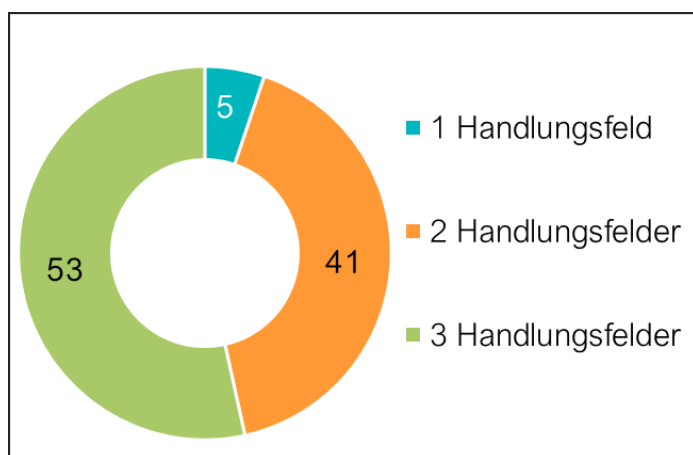


Abb. 5 Anzahl Handlungsfelder mit digitalen Medien; Angaben Leitungen, N=58, in Prozent

Einsatz in einem Handlungsfeld wurde von drei Kitas (5%) genannt, der Einsatz in zwei Handlungsfeldern von 24 Kitas (41%) und mehr als die Hälfte (N=31; 53%) gaben den Einsatz in allen drei Handlungsfeldern an.

Am häufigsten (Abb. 6; Mehrfachnennung) erfolgte dabei der Einsatz mit Kindern (N=53 Kitas) gefolgt vom Einsatz in der Kooperation mit Eltern und anderen Partnern (N=51 Kitas), und, am vergleichsweise seltensten, für Beobachtung & Dokumentation kindlicher Entwicklungsprozesse (N=40 Kitas).

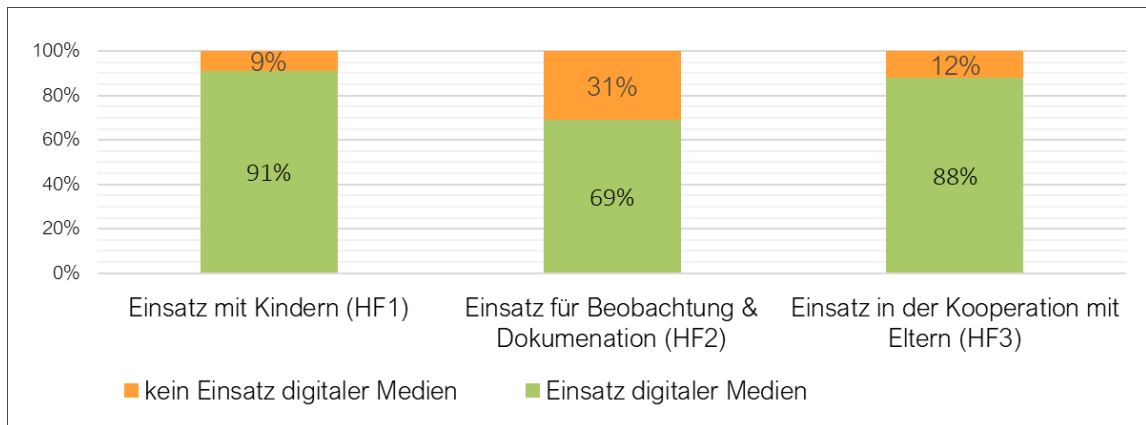


Abb. 6 Einsatz digitaler Medien in drei Handlungsfeldern; Angaben Leitungen, N=58, in Prozent

Kitas, die digitale Medien in einem Handlungsfeld nicht einsetzten, gaben etwa folgende Begründung an (jeweils Mehrfachnennungen):

Kein Einsatz mit Kindern (N=5): „ohne Mediencoach ging der Einsatz im Alltag unter“ (drei Kitas); „wir haben uns im Team dagegen entschieden“ (zwei Kitas); „wir hatten wegen Corona keine Energie uns mit dem Tablet zu beschäftigen“ (zwei Kitas); „die Tablets funktionieren nicht mehr“ und „wir hatten keine geeigneten Apps“ (jeweils eine Kita).

Auf die Frage, ob die Eltern oder die Kinder jeweils den fehlenden Tableteinsatz bemerkt hätten, verneinten dies alle fünf Kitas; sie fügten erklärend an, dass sie das Tablet mit Kindern bereits im Modellversuch wenig intensiv genutzt hatten. Einen zukünftigen Einsatz, so ergänzten die Kitas, machten sie von einer Besserung der personellen Situation oder der Begleitung durch einen Mediencoach abhängig.

Kein Einsatz für Beobachtung & Dokumentation (N=18): „wir haben keine geeigneten Apps“ (zehn Kitas); „wir haben uns im Team dagegen entschieden“ (sechs Kitas); „wir kamen wegen Corona nicht dazu“ (vier Kitas); weitere/andere Gründe (z.B. fehlende Trägererlaubnis; die digitalen Bögen erfüllen nicht unsere Anforderungen) wurden von sieben Kitas genannt.

Auf die Frage nach den Bedingungen eines zukünftigen Tableteinsatzes in diesem Handlungsfeld, äußerten sich vier Kitas grundsätzlich ablehnend und begründeten dies etwa mit Datenschutzbedingungen, mit dem Schätzen analoger Formen oder mit dem einheitlichen, nicht digitalen Trägerkonzept. 12 Kitas können sich den Tableteinsatz unter der Bedingung vorstellen, dass ihnen eine gute, kostenfreie und sichere App zur Verfügung steht, dass das Team mehr Zeitressourcen hat, der Träger zustimmt, es eine entsprechende App für Schulkinder gibt oder die Bögen digital weitergegeben werden können ohne Offenlegung des Kennworts.

Kein Einsatz für Kooperation mit Eltern und anderen Partnern (N=7): „wir kamen wegen Corona nicht dazu“ (zwei Kitas); wir haben keine geeigneten Apps“ (eine Kita); weitere/andere Gründe (z.B. fehlende Trägererlaubnis; Corona; ungeeignete App) wurden von zwei Kitas genannt. Einen zukünftigen Tableteinsatz in diesem Handlungsfeld machen die Kitas vor allem von besseren Personalressourcen abhängig.

Vergleich zwischen geplantem und aktuellem Einsatz digitaler Medien: Zieht man einen Vergleich zwischen dem geplanten Einsatz digitaler Medien zum Zeitpunkt am Ende des Modellversuchs (Ende 2020) und dem tatsächlichen Einsatz im März 2022, zeigt sich ein interessantes Ergebnis (Abb. 7): Der Einsatz für Beobachtung & Dokumentation findet deutlich seltener statt, der Einsatz mit Kindern in knapp weniger Kitas als geplant, etwas häufiger hingegen der Einsatz für die Kooperation mit Eltern.

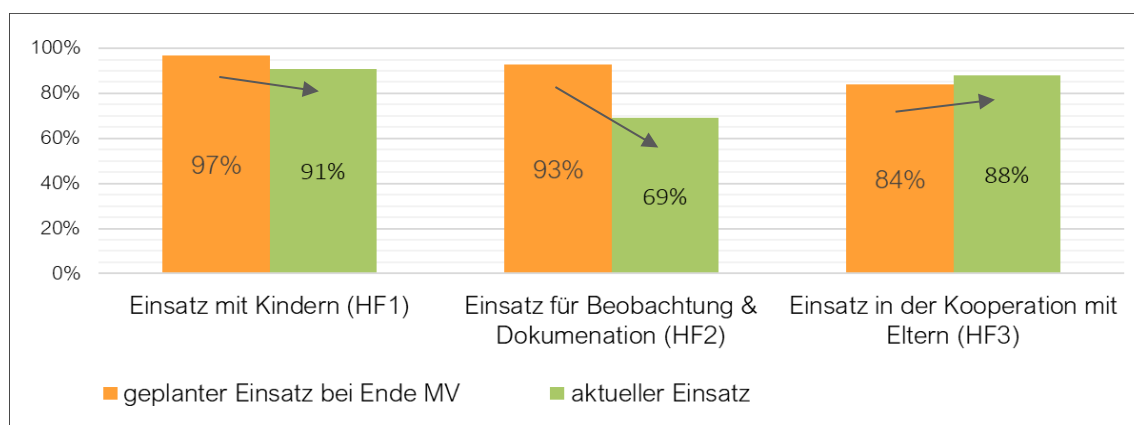


Abb. 7 Vergleich des geplanten mit dem aktuellen Einsatz digitaler Medien in den drei Handlungsfeldern; Angaben Leitungen, N=57, Angaben in Prozent

Berücksichtigt man, dass der zeitliche und inhaltliche Schwerpunkt des Modellversuchs auf Handlungsfeld 1 lag, dann deutet dieses Ergebnis zwar einen auf den ersten Blick reduzierten Nachhaltigkeitseffekt an (97% zu 91%), jedoch ist dieses Ergebnis kaum ohne Verweis auf die pandemische Situation der Kitas zu verstehen. Sie führte wiederholt zu Betretungsverboten für Kinder und zu Umstrukturierungen von Gruppen, so dass unerwartete Hürden für die Planungsumsetzung bestanden.

In einer ersten Bilanz können damit die Bildungsinvestitionen im Rahmen des Modellversuchs insgesamt als nachhaltig bezeichnet werden: Weder ist der Extremfall fehlender Nachhaltigkeit zu konstatieren, bei dem keine einzige Kita aktuell digitale Medien in irgendeiner Form einsetzten würde, noch zeigt sich – mit Blick auf die einzelne Kita – ein fehlender Einsatz in allen drei Handlungsfeldern. Zugleich besteht zwischen den kitaspezifischen Planungen eines zukünftigen Tableteinsatzes und dem angegebenen aktuellen Einsatz zumindest eine gewisse Entsprechung, d.h. viele der Modellkitas konnten tatsächlich ihre Planung in die Tat umsetzen. Am häufigsten gelang dies in Handlungsfeld 3 – häufiger als anvisiert – am seltensten in Handlungsfeld 2.

5.2 VIELE KITAS STABILISIERTEN DEN BEREICH DER DIGITALEN MEDIENBILDUNG MIT KINDERN

Ab welchem Alter setzen Kitas⁴ das Tablet mit Kindern ein?

Kinderkrippen, Kindergärten und Häuser für Kinder setzen digitale Medien häufig von Beginn des Aufnahmealters der Kinder an ein, die sieben Horte durchgängig. Bisweilen wird aber auch ein Einstiegsalter genannt, das zwischen 1 bis 3 Jahren über dem Aufnahmealter liegt, so dass nicht alle Kinder der Einrichtung von Anfang an aktiv in Kontakt mit Tablets kommen. Dies gilt häufiger dann, wenn die Kitas unter 3jährige betreuen.

Da im Rahmen des Modelversuchs den Kitas vielfältige Apps zur Verfügung standen, wurde in der FollowUp-Studie gefragt, ob und in welchem Umfang diese Apps (25 Apps vorgelegt) aktuell in Gebrauch sind. Nachstehend eine Gesamtübersicht der Apps, soweit diese jeweils von mindestens 30 der 53 Kitas genannt wurden⁵:

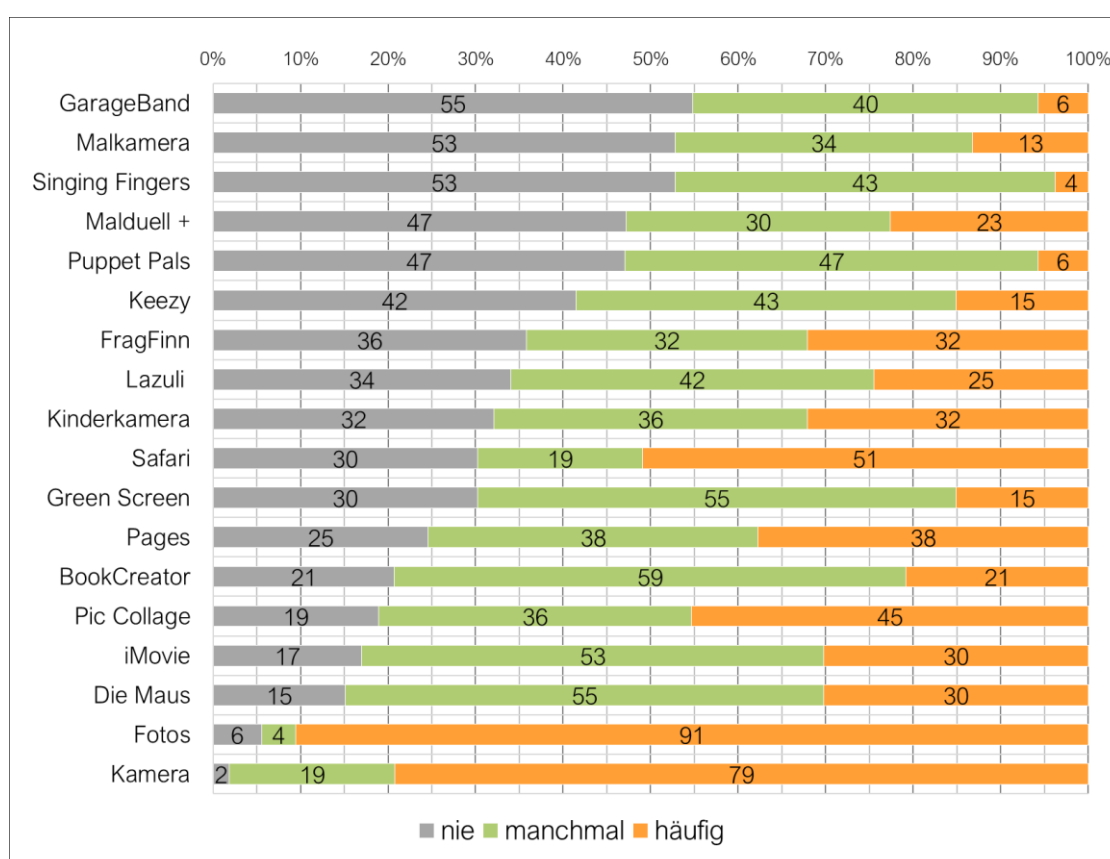


Abb. 8 Einsatz von Apps mit Kindern nach Häufigkeit; Angaben Leitungen, N=53, in Prozent

⁴ Berechnungsbasis sind jene N=53 Kitas, die angaben, digitale Medien mit Kindern einzusetzen

⁵ Bei sieben Apps gaben weniger als 30 Kitas an, dass sie zumindest „manchmal“ eingesetzt würden.

Insgesamt zeigt sich eine stark unterschiedliche Nutzung der Apps: Sie werden von zwischen 46% und 98% der Kitas „manchmal“ oder „häufig“ eingesetzt. Darüber hinaus nannten 26 Personen insgesamt 110 weitere Apps, die sie in ihrem Kita-Alltag nutzen (etwa Blinde Kuh, meine Forscherwelt, Quiver oder Anton). Über alle Einrichtungsformen hinweg liegt die Nutzungspriorität der Kitas auf „Fotos“ und „Kamera“, die von N=48 bzw. N=42 der 53 Kitas als „häufig verwendet“ angegeben werden. Ebenfalls „häufig“ wird „Safari“ (N=27) und „PicCollage“ (N=24) eingesetzt. Die priorisierten Apps kennzeichnet fast alle ein breites Anwendungspotential, d.h. sie sind in vielfältiger und zugleich kreativer Weise von und mit Kindern einsetzbar.

Die Kitas wurden ebenfalls nach der **Nutzungshäufigkeit** von digitalen Medien mit Kindern, der **Teamkompetenz** für den Einsatz digitaler Medien mit Kindern und der **Zustimmung im Team** dazu gefragt. Die Kitas sollten jeweils einen Vergleich der aktuellen Situation mit der Situation am Ende des Modellversuchs vornehmen, um so Hinweise auf Veränderungen, somit auf die Nachhaltigkeit der Qualifizierung zu bekommen. Erfasst wurden die Angaben auf einer Skala von 0 bis 100 (Schieberegler) mit „0“=Nutzungshäufigkeit/Teamkompetenz/Zustimmung im Team ist heute deutlich geringer als bei Ende Modellversuch und „100“=sie ist heute deutlich höher⁶.

Alle Skalen-Mittelwerte liegen über 50 (= „gleichgeblieben“), so dass übergreifend nicht nur von einer Stabilisierung der Situation seit Modellversuchsende, sondern jeweils sogar von einer Steigerung gesprochen werden kann; am vergleichsweise niedrigsten fällt diese für das Kriterium „Nutzungshäufigkeit“ (M=55) aus, gefolgt von „Teamkompetenz“ (M=65) und am höchsten für „Teamzustimmung“ (M=68). Aufgeschlüsselt nach gruppierten Skalenwerten zeigt sich folgendes Bild (Abb. 9):

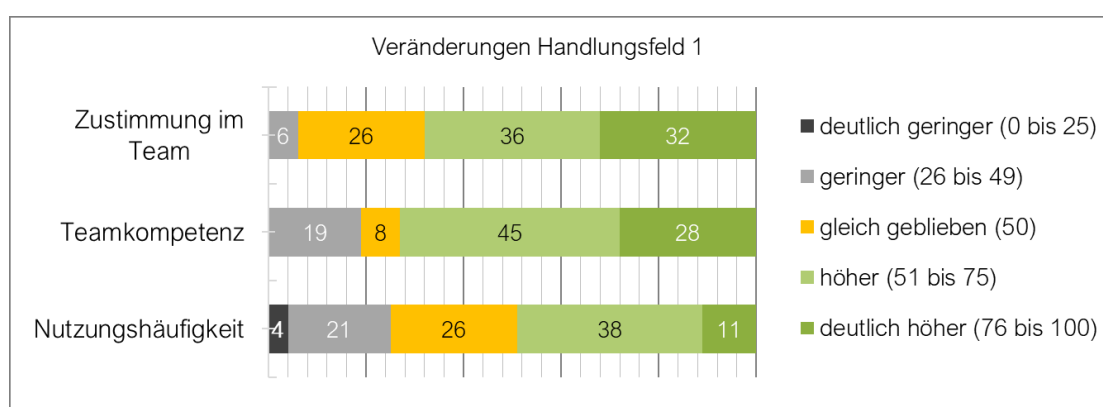


Abb. 9 Veränderungen in drei Aspekten zum Einsatz digitaler Medien mit Kindern im Vergleich zum Ende Modellversuchs; Skala von 0 - 100; Angaben Leitungen, N=53, in Prozent

⁶ Die Veränderungen der drei Aspekte „Zustimmung im Team“, „Teamkompetenz“ und „Nutzungshäufigkeit“ wurden identisch für die drei Handlungsfelder erfragt; die Angabe der Kitas erfolgte jeweils auf einer Skala von 0 bis 100, mit „0“=Nutzungshäufigkeit/Teamkompetenz/Zustimmung im Team ist heute deutlich geringer als bei Ende des Modellversuchs und „100“ = sie ist heute deutlich höher.

Für alle drei Aspekte gilt identisch, dass die deutlich größte Gruppe jene Kitas sind, die eine gleich gebliebene oder aktuell höhere Teamzustimmung bzw. Teamkompetenz bzw. Nutzungshäufigkeit angaben. Die stärkste Weiterentwicklung gaben die Kitas für den Bereich der Teamkompetenz an; 73% der Kitas sehen hier eine teils deutliche Steigerung seit Ende des Modellversuchs. Die positiven Veränderungen (N=26 Kitas bezüglich der Nutzungshäufigkeit, N=39 Kitas hinsichtlich der Teamkompetenz und N=36 Kitas hinsichtlich der Zustimmung im Team) führten die Kitas u.a. auf eine Weiterentwicklung der Mitarbeiter:innen, deren verstärktes Selbstvertrauen oder die gute Verankerung digitaler Medien im Kita-Alltag zurück.

Eine gleich gebliebene Nutzungshäufigkeit bzw. Zustimmung des Teams sahen je 14 Kitas, eine gleich gebliebene Teamkompetenz berichteten vier Kitas; jeweils nur wenige Kitas sprachen von einer Abnahme - so war etwa jede fünfte Kitaleitung der Meinung, die Kompetenz im Team habe etwas abgenommen, was vor allem mit der Unsicherheit neuer Mitarbeitender, Corona, Zeit- und Personalproblemen erklärt wurde. Zusätzliche Berechnungen zeigen erwartungsgemäß Korrelationen zwischen den einzelnen Kriterien. Insbesondere die hohe Korrelation zwischen der Zustimmung im Team zur Digitalen Bildung und der Teamkompetenz ($r=.57^{**7}$) sowie eine moderate Korrelation zwischen Teamkompetenz und Einsatzhäufigkeit ($r=.41^{**}$) sind hier zu nennen.

Durchweg lässt sich somit für den Handlungsbereich 1 bezüglich Häufigkeit des Tableteinsatzes, der Teamkompetenz und der Teamzustimmung eine positive Bilanz ziehen, nicht nur, weil fast alle Kitas weiterhin in diesem Bereich engagiert sind, sondern insbesondere auch, weil die Mehrzahl von positiven Weiterentwicklungen nach dem Modellversuch spricht.

Zusätzlich wurden die Kitas danach gefragt, ob sie die Eltern auch jetzt noch über die digitalen Bildungsaktivitäten mit Kindern informieren würden. Mit Ausnahme von drei Kitas gaben alle Kitas an, dies zumindest ab und zu (49,1%), teils aber auch regelmäßig (45,3%) zu tun; häufig geschieht dies unter Verwendung etwa einer ElternApp oder durch Aushänge und Elternbriefe; zusätzlich wurden E-Mails, Newsletter, Elterngespräche, Elternabende, Padlet, digitale Veranstaltungen und digitale Bilderrahmen genannt.

⁷ Die Stärke des statistischen Zusammenhangs wird mit dem Korrelationskoeffizienten r ausgedrückt, der zwischen -1 und +1 liegt. r ist in den vorliegenden Berechnungen bei Niveau 0,01 (**) bzw. bei 0,05 (*) signifikant.

5.3 DETAILLIERTER EINSATZ FÜR BEOBACHTUNG & DOKUMENTATION

Der Einsatz digitaler Medien für Beobachtung und Dokumentation kindlicher Entwicklungsprozesse erfolgte seltener als von den Kitas zum Zeitpunkt bei Ende des Modellversuchs geplant (vgl. Abb. 7). De facto waren es noch 40 der 58 Kitas (entspricht 69%), welche digitale Medien dafür einsetzten. Dies ist zwar die, verglichen mit den anderen Handlungsbereichen, niedrigste Quote, freilich sind dennoch auch hier noch mehr als die Hälfte der Kitas aktiv dabei.

Welche Apps werden dabei von den Kitas eingesetzt? Fünf auf dem Markt verbreitete Apps wurden zur Auswahl (Mehrfachnennung) vorgelegt plus die Möglichkeit freier Nennungen. Zu den fünf Apps liegen Angaben von N=38 Kitas vor (Tab. 1):

Tab. 1 Einsatz von Software für Handlungsfeld 2. Angaben Leitungen; N=38; Absolutwerte

Apps	Nennungen
Kitalino	13
Kompik ⁸	5
Nembørn	3
Stramplerbande	1
Famly	0
Einzelnennungen	16

Mit Ausnahme von Kitalino, das bei einer größeren Anzahl Kitas (N=13) im Einsatz ist, werden von den anderen Kitas viele unterschiedliche Apps des zwischenzeitlich recht große Spektrum an Softwarelösungen am Markt genannt bzw. genutzt. So gab es 16 zusätzliche Einzelnennungen (in absteigender Häufigkeit) u.a.: Office (verschiedene Anwendungen), Kamera und Fotos, CareApp, KitainfoApp, Leandoo.

Zu den Veränderungen im Handlungsfeld 2 zwischen Ende des Modellversuchs und dem Befragungszeitpunkt mehr als zwei Jahre später, geben erneut die Skalenmittelwerte (Skala von 0 bis 100; siehe FN 6) der drei erfragten Aspekte einen ersten Eindruck: Mit einem durchschnittlichen Wert von M=68 für die Aspekte „Nutzungshäufigkeit“ und „Teamkompetenz“ und einem knapp höheren Wert von M=70 für die Zustimmung im Team zeichnet sich auch für das Handlungsfeld 2 eine über alle Kitas

⁸ Kompik lag nicht als App, sondern in Form einer download Software vor

(die hier noch aktiv sind) sehr positive Entwicklung ab, bei der einige Kitas nicht nur das bei Ende des Modellversuchs Erreichte halten, sondern insgesamt sogar ausbauen konnten. Bei einer differenzierten Darstellung wird deutlich, dass es tatsächlich nur sehr wenige Kitas sind, die von einer Reduzierung sprechen (Abb. 10):

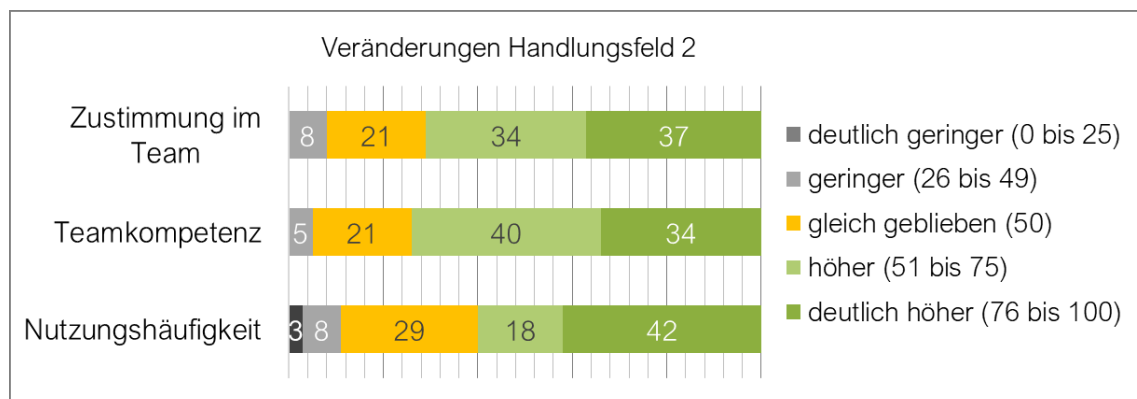


Abb. 10 Veränderungen in drei Aspekten zum Einsatz digitaler Medien für Beobachtung & Dokumentation im Vergleich zum Ende des Modellversuchs; Skala von 0-100; Angaben Leitungen, N=38, in Prozent

Vier Kitas sprachen von einer geringeren Nutzung digitaler Medien, drei Kitas von weniger Zustimmung im Team und nach der Meinung von zwei Kitas nahm die Kompetenz im Team zwischenzeitlich ab. Erklärt wurde dies u.a. damit, dass kein Vorteil im Einsatz digitaler Medien für Beobachtung & Dokumentation gesehen wurde, dass das Tablet einfach oft vergessen werde, oder dass sie noch weitere Begleitung durch einen Mediencoach benötigt hätten.

Etwa jede fünfte Leitung berichtet hinsichtlich der Zustimmung des Teams und seiner Kompetenz bei diesem Handlungsfeld von einem Gleichstand, was die Nutzungshäufigkeit betrifft, sogar fast jede dritte.

Wie schon beim Handlungsfeld 1 sprechen aber auch hier die meisten Kitas von (deutlich) positiven Veränderungen: 23 sehen einen häufigeren Einsatz digitaler Medien, 27 bzw. 28 Kitas eine gestiegene Zustimmung im Team bzw. eine höhere Kompetenz im Team. Erklärungen dazu in den offenen Antworten betrafen u.a. die Umstellung auf ein digitales Portfolio, die Mitarbeitenden kennen sich nun gut aus, trauen sich mehr zu, haben keine Berührungsängste mehr, die Arbeitserleichterung und Zeitersparnis durch digitale Medien wird besser erkannt.

In besonders hohem Maße besteht in Handlungsfeld 2 eine Korrelation der Aspekte untereinander, d.h. die Veränderungen von Teamkompetenz, Zustimmung im Team und Nutzungshäufigkeit hängen stark zusammen (Nutzungshäufigkeit und Teamkompetenz: $r=.77^{**}$; Zustimmung und Teamkompetenz: $r=.77^{**}$; Nutzungshäufigkeit und Zustimmung: $r=.75^{**}$). Kitas, die deutlich häufiger digitale Medien für die

Beobachtung & Dokumentation einsetzen, sehen auch eher eine deutlich gestiegene Akzeptanz dafür im Team und zugleich eine gestiegene Kompetenz.

Insgesamt sprechen also die meisten Rückmeldungen der Kitas für eine stabile, teils auch gestiegene Verwendung digitaler Medien für Handlungsfeld 2; das Gleiche gilt für die angegebene Kompetenz und die Zustimmung im Team; insofern wird mit diesen Ergebnissen eine gewisse Nachhaltigkeit signalisiert.

5.4 DETAILLIERTER EINSATZ IN DER KOOPERATION MIT ELTERN UND WEITEREN PARTNERN

Der Einsatz digitaler Medien in Handlungsfeld 3, der Kooperation mit Eltern und anderen Partner, war das einzige der drei Handlungsfelder, bei dem der aktuelle Einsatz die Planungen der Kitas am Ende des Modellversuchs überstieg (vgl. Abb. 7). Auf mögliche pandemische Effekte, die hier beeinflussend gewesen sein könnten, wurde bereits verwiesen.

Zum Zeitpunkt der FollowUp-Befragung gaben N=51 von 55 Kitas (drei fehlende Angaben) an, Tablets für die Kooperation mit Eltern einzusetzen; dies entspricht 93%. Erwartungsgemäß ist hier der Mittelwert, den die Kitas auf der Skala der Veränderung (vgl. FN 6) angaben, vergleichsweise am höchsten: Für die Veränderung der Nutzungshäufigkeit errechnet sich ein Mittelwert von M=77, fast identisch ist der Mittelwert für die gestiegene Kompetenz im Team (M=76) und auch der Wert (M=74) für die Zustimmung ist höher als in den Handlungsfeldern 1 bzw. 2. Differenziert nach gruppierten Skalenwerten errechnen sich folgende Werte (Abb. 11):

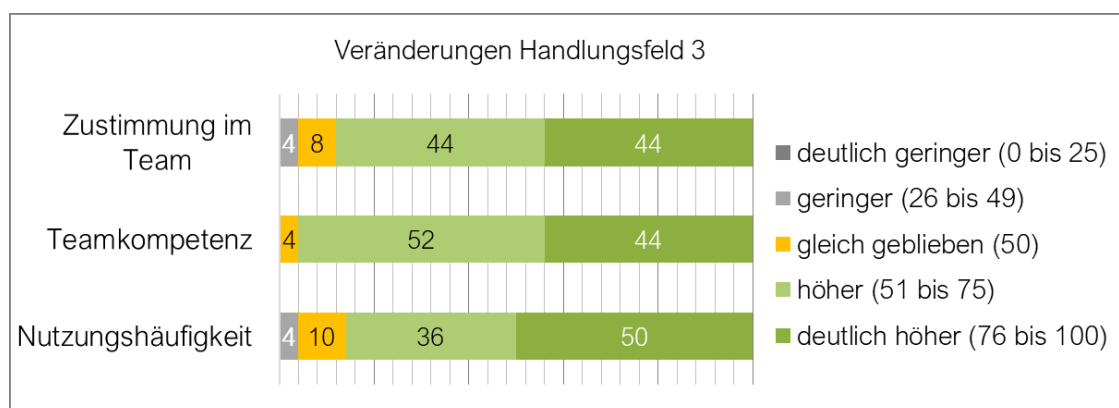


Abb. 11 Veränderungen in drei Aspekten zum Einsatz digitaler Medien in der Kooperation mit Eltern im Vergleich zum Ende des Modellversuchs; Skala von 0-100; Angaben Leitungen, N=50, in Prozent

Nur jeweils zwei Kitas (=4%) stufen den Einsatz digitaler Medien bzw. die Zustimmung im Team aktuell geringer als zu Ende des Modellversuchs ein. Auch nur wenige Kitas berichten von einem Gleichstand mit dem Modellversuchsende: fünf Kitas sehen keine Änderung in der Nutzungshäufigkeit, vier Kitas bei der Zustimmung des Teams und zwei Kitas bei der Kompetenz des Teams.

43 Kitas setzen digitale Medien jetzt (deutlich) häufiger ein (hellgrün plus dunkelgrün); als Erklärung verwiesen sie häufig auf durch Corona erforderliche digitale Kontakte – diese erfolgten teils über das Tablet, teils über PC. Sie erwähnten ebenso, dass dies für die Kita eine Erleichterung bedeute, für die Eltern die Transparenz erhöhe und die Partnerschaft von Kita und Elternhaus intensiviere. Von einer (deutlich) gestiegene Teamkompetenz sprechen 48 Kitas und 44 Kitas sehen eine (deutlich) höhere Zustimmung im Team. Hier merkten die Kitas zusätzlich an, dass die Mitarbeitenden hochmotiviert und zwischenzeitlich auch sicherer im Umgang seien, dass sie den Mehrwert des Einsatzes sehen, die Eltern von Anfang an einbezogen wurden oder aber die Notwendigkeit des Einsatzes „Corona“ geschuldet war.

Die bivariaten Korrelation der drei Aspekte untereinander sind jeweils hoch ($r > .50$). Zwischen der Veränderung der Einsatzhäufigkeit und der Teamkompetenz wird ein Wert von $r = .70^{**}$ erreicht, zwischen der Veränderung der Einsatzhäufigkeit und Zustimmung im Team von $r = .59^{**}$ und zwischen Veränderung der Teamkompetenz und der Zustimmung im Team von $r = .68^{**}$. Veränderungen in einem Aspekt gehen somit tendenziell immer mit Veränderungen in den anderen Aspekten einher.

Auf die Frage nach den in Handlungsfeld 3 verwendeten Kommunikationsdiensten oder KitaApps (Mehrfachnennung) wurde 34mal die Verwendung von E-Mail genannt und 44mal die Verwendung von digitalen App-Einzellösungen zur Kommunikation, hauptsächlich in Form von Videokonferenztools (33mal; in absteigender Häufigkeit: Zoom, Jitsi Meet, BigBlueButton, MS-Teams, WebEx, Facetime, Ecosero, Circiut, nuudle), seltener die KitaInfoApp (8mal) und die CareApp (3mal). 18 Kitas nannten die Verwendung von KitaApps mit Komplettlösung (KiKom und Leandoo je 5mal, Kitalino 4mal, Nembørn 3mal, Stramplerbande 1mal) (Abb. 12).

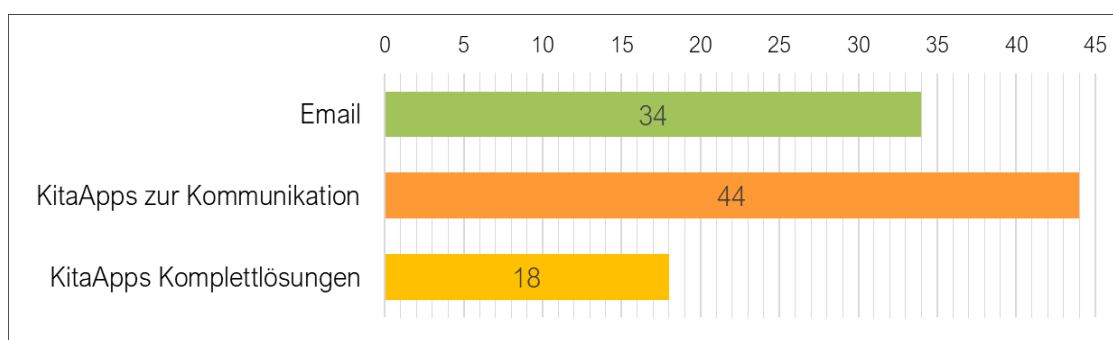


Abb. 12 Softwareeinsatz für Handlungsfeld 3. Angaben Leitungen; N=50; Absolutwerte

5.5 RAHMUNG DES EINSATZES DIGITALER MEDIEN

Einsatz von Technik

Im Rahmen des Modellversuchs waren die Kitas mit einem Medienpaket ausgestattet worden, das je nach Kitagröße bis zu 12 Tablets umfasste, ebenso wie zugehörige Schutzhüllen, Tastaturen, Adapter, sowie Drucker, Beamer, Lautsprecher, Mikrofon, Stativ, Leinwand, Windscreen. Nach wie vor, so gaben alle Kitas an, arbeiten sie mit den Tablets und fast alle nutzten häufig den Drucker. Lautsprecher und Beamer werden hingegen nur von knapp mehr als der Hälfte der Kitas oft genutzt, Leinwand, Mikrofon und Stativ nur noch ab und zu, von ca. zwei Drittel der Kitas. Mehr als ein Viertel nutzt die Tastatur nicht (mehr) und über 70% verwenden Windscreen nicht (mehr) (Abb. 13). 19 Kitas haben zusätzlich eigene Technik angeschafft. So nutzen z.B. sechs Kitas Laptops, je vier Kitas Dash Roboter, Digitalkameras oder Mikroskope.

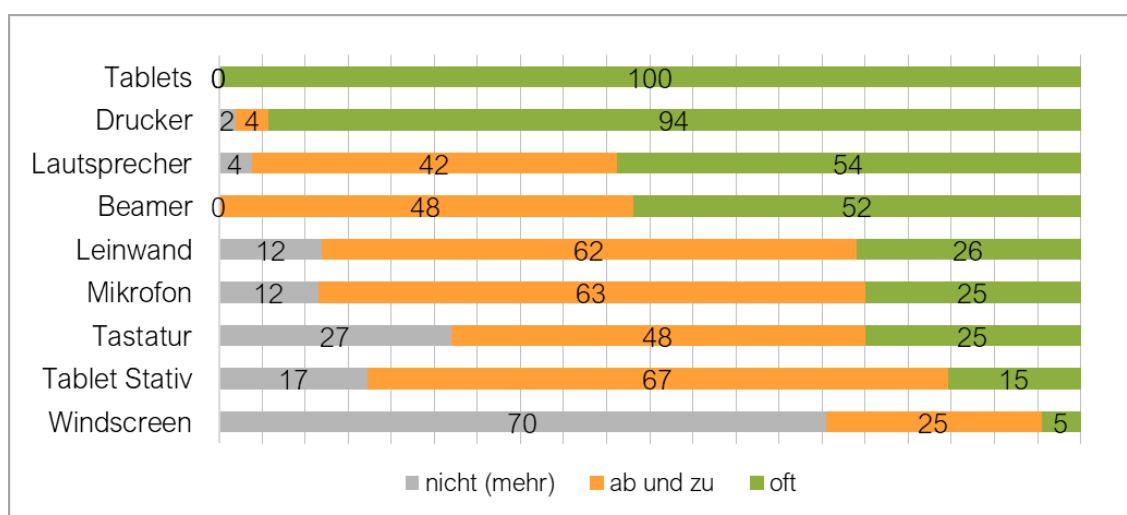


Abb. 13 Einsatz von Technik zum Befragungszeitpunkt („Wir arbeiten mit...“), Angaben der Leitungen; N=52, Mehrfachantworten in Prozent

Vor dem Hintergrund des Aufbaus des sogenannten Kita Hub Bayern – ein digitales kostenfreies und datenschutzkonformes Dienstleistungs- und Bildungsangebot für das frühpädagogische Arbeitsfeld in Bayern - durch das Staatsinstitut für Frühpädagogik und Medienkompetenz (IFP) und das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS) wurde allen ehemaligen Modellkitas die Möglichkeit des Zugangs zu diesem Angebot gegeben. Die Information dazu erfolgte über ihre Modellkitaadresse. Dieses Angebot diente dazu, sie in ihrem digitalen Prozess mit vielfältigen Angeboten zu unterstützen.

Von den 52 Kitas, von denen hierzu Antworten vorlagen, hatten sich zum Befragungszeitpunkt erst wenige Kitas (N=15) auf dem **Kita.Hub.Bayern** registriert. Und auch diese Kitas gaben eine eher geringe Nutzung des Angebots an: Jeweils zwei Kitas berichten von einer häufigen Nutzung des MOOC, eines offenen Online-Kurses, und der Videokonferenzen, eine von einer seltenen Nutzung des Chatkanals. Hier ist allerdings erklärend zu erwähnen, dass dieses Angebot zu diesem Zeitpunkt noch wenig beworben worden war, und zugleich Erfahrungen zeigten, dass ein z.B. über Coaches angeleiteter Erstzugang für Kitas zielgruppenadäquater ist.

Unterstützende Maßnahmen

Viele Kitas sprachen davon, auch nach dem Modellversuch noch Unterstützung für die Erfüllung ihrer digitalen Aufgaben zu haben, obgleich diese nun von den Kitas bzw. dem Träger selbst zu tragen waren. Hinsichtlich der **Verwaltung** der Tablets⁹ (Aktualisierungen, Aufspielen neuer Apps etc.) entschieden sich mehr als zwei Drittel der Kitas ($N_{\text{ges}}=53$, Mehrfachantworten), das Angebot der Firma ACS, die sie auch während des Modellversuchs unterstützte, zu verlängern. Bei 16 Kitas hatte die Verwaltung der Tablets eine Person aus dem Team bzw. aus der Elternschaft (N=3) übernommen, bei 13 Kitas erfolgte diese durch den Träger.

Einige Kitas (N=12) berichteten auch, sie hätten auch nach dem Modellversuch immer wieder Unterstützung bzw. **Begleitung durch den gleichen Mediencoach** wie im Modellversuch erhalten, drei Kitas werden von einem anderen Mediencoach unterstützt. Jeweils fast die Hälfte der Kitas kann bei **Fragen zum Datenschutz** oder zur **Technik** auf eine dafür zuständige Person zählen. Nur sechs Kitas berichteten, keine weitere Unterstützung zu haben.

Im Modellversuch konnten in vielen Regionen durch die Mediencoaches **Netzwerke** für die Kitas initiiert werden mit dem Ziel der Unterstützung der digitalen Bildung und der Nachhaltigkeit innerhalb des Modellversuchs und darüber hinaus. Zum Zeitpunkt der Abschlussbefragung wurde von 31 Kitas der FollowUp-Studie das Bestehen solcher Netzwerke angegeben, 26 Kitas sagten, es gäbe kein Netzwerk bzw. sie wüssten nichts von einem solchen Netzwerk. Die Berechnungen zeigen im Vergleich zwischen Modellversuchsende und Zeitpunkt der FollowUp-Studie eine nur sehr geringe Nachhaltigkeit der im Modellversuch entstandenen Netzwerke: Nur zwei Kitas berichteten von deren aktuellem Bestehen; zusätzlich sprach eine Kita von einem erst nach dem Modellversuch entstandenen Netzwerk (Abb. 14).

⁹ Die den Kitas im Rahmen des Modellversuchs zur Verfügung gestellten Tablets (sowie alle weiteren Ausstattungsmaterialien) verblieben über den Modellversuch hinaus als Dauerleihgabe in den Kitas

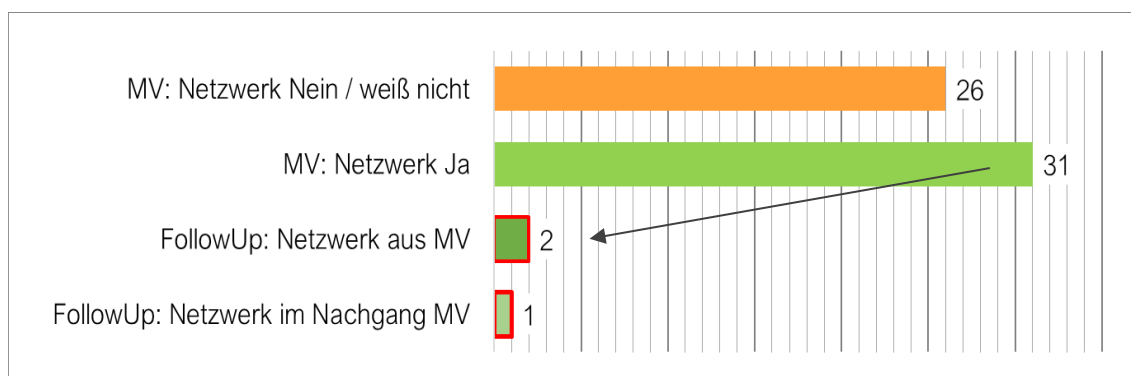


Abb. 14 Existenz regionaler Netzwerke mit Schwerpunkt digitale Medienbildung zum Zeitpunkt Ende Modellversuchs und aktuell; Angaben der Leitungen, N=57; Absolutwerte

Die geringe Nachhaltigkeit der Netzwerke scheint jedoch kaum auf negativen Erfahrungen zu fußen – fast alle Kitas sprachen bei der Abschlussbefragung von persönlich unterstützenden, fachlich hilfreichen und gut organisierten Netzwerken. Sie scheint auch nicht auf eine generell geringe Attraktivität solcher Netzwerke zurück zu führen zu sein, denn 85% der Kitas wünschten sich bei Modellversuchsende (auch) zukünftig ein solches Netzwerke („ziemlich“ bzw. „sehr“); bevorzugt angegeben wurde dabei eine Präsenzform (75%). 81% der Kitas sahen für ein Netzwerk allerdings die Begleitung eines Mediencoaches als erforderlich („ziemlich“ bzw. „sehr“) an. Gerade die fehlende Organisation durch einen Coach könnte, neben dem mehrmaligen Verbot von Präsenzveranstaltungen während der Pandemie, ein erklärender Faktor für die doch sehr geringe Nachhaltigkeit zum Befragungszeitpunkt der FollowUp-Studie sein.

Nach wie vor scheint aber der Wunsch nach einem Netzwerk bei gut der Hälfte der Kitas zu bestehen. In der FollowUp-Studie gaben N=43 Kitas ohne aktuelles Netzwerk folgende Auskunft auf die Frage, ob sie ein Netzwerk zur digitalen Bildung vermissen würden: 20 Kitas verneinten dies, teils mit dem Hinweis auf Personal- und Zeitmangel oder der Existenz anderer Netzwerke, die dieses Thema mit abdecken würden. 23 Kitas sprachen sich allerdings teils vorsichtig („Ich vermisse es ein wenig, aber das ist nicht so tragisch, da wir uns im Team auch immer wieder austauschen und unterstützen“), teils deutlich („Ein Netzwerk wäre sehr hilfreich“) für ein Netzwerk aus. Als Gelingensfaktoren wurden von N=22 Kitas insbesondere eine verlässliche (externe) Organisation und Leitung des Netzwerkes (z.B. durch Mediencoach), Regelmäßigkeit der Treffen (möglichst regional in Präsenz), kollegialer Austausch, aber auch inhaltlich vielfältige Inputs (nicht ausschließlich „Mehrheitsthemen“) genannt.

Im Hinblick auf **Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Themas „Digitale Medien“** in der Kita nach dem Modellversuch berichten acht Kitas, dass sie nicht dazu gekommen wären. Kitas, die das Thema weiterentwickelt haben, besprechen es am

häufigsten regelmäßig im Team (30), oder sie sehen sich Onlinekurse oder Tutorials (23 plus viermal MOOC) an; in 16 Kitas besuchte mindestens ein Teammitglied eine Fortbildung dazu (Abb. 15, Mehrfachnennung).

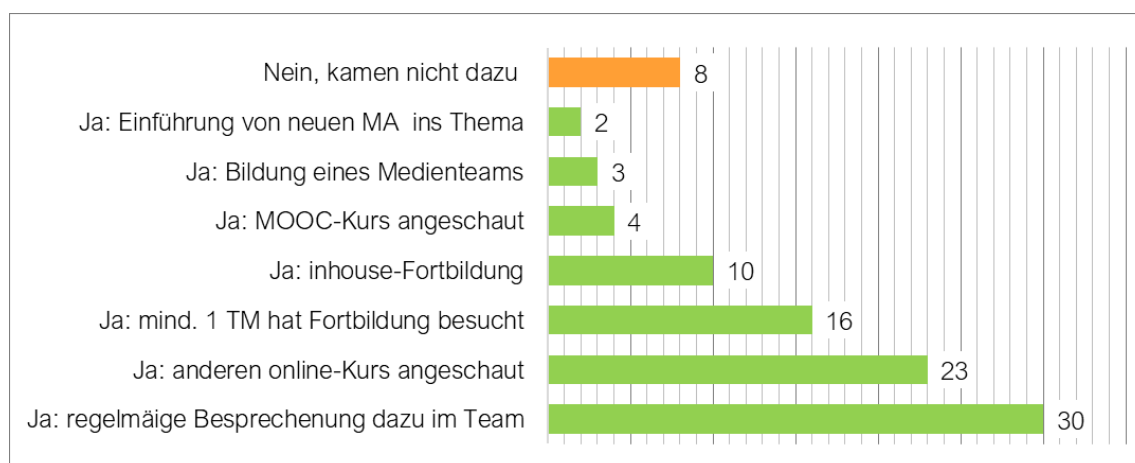


Abb. 15 Art der Weiterentwicklung des Themas "Digitale Medien"; Antworten der Leitungen, N=53, Mehrfachantworten, Absolutwerte

Der Wunsch nach weiteren **Fortbildungen** ist groß: 39 von 50 Kitas äußern einen solchen Wunsch. Dabei ist die thematische Bandbreite beträchtlich, sie reicht u.a. von „neue Apps und technische Entwicklungen kennenlernen“ (acht Nennungen), „Datensicherheit & Datenschutz“ (sechs), „Einsatz von Apps in der Kita“ (vier), „Elternarbeit“ oder „Einsatz im U3-Bereich“ (je drei) bis zu „Cybermobbing“ oder „Mediensucht“ (je eine Nennung). Fortbildungen werden insbesondere von jenen Kitas gewünscht (mehr als 90%), die kein Netzwerk haben, ein solches aber vermissen. Aber auch Kitas, die kein Interesse an einem „digitalen“ Netzwerk haben, zeigen zu gut 60% Interesse an Fortbildungen.

Zum Ende des Modellversuchs waren die Kitas um die Erstellung eines **Medienkonzeptes** gebeten worden, für das ihnen unterschiedliche Materialien unterstützend an die Hand gegeben worden waren. Mit Ausnahme einer Kita hatten alle Kitas (N=56) ein Konzept erstellt; sie gaben an, sich im Hinblick auf ihre fachlichen und personellen Ressourcen zu dessen Umsetzung gut aufgestellt zu sehen, eher weniger jedoch was die erforderlichen finanzielle oder zeitliche Ressourcen betraf.

Zum Befragungszeitpunkt ist das im Modellversuch erstellte Medienkonzept bei jeweils mehr als 90% der Kitas immer noch von Bedeutung und wurde in die Kita-Konzeption eingebunden. Verglichen mit dem Modellversuchsende („*Verfügen Sie bereits jetzt über die erforderlichen Ressourcen, um Ihr Medienkonzept zukünftig umzusetzen?*“) berichten zum Befragungszeitpunkt deutlich weniger Kitas über ausreichende personelle und zeitliche Ressourcen zur Umsetzung des Medienkonzepts

(Tab. 2). Auch fanden nur 17 Kitas Zeit, das Medienkonzept zwischenzeitlich weiterzuentwickeln.

Tab. 2 Ressourcen für die Umsetzung des Medienkonzeptes. Vergleich zwischen prognostizierten Ressourcen und aktuellen Ressourcen. Angaben Leitungen; N=50; in Prozent

Ressourcen	Prognose zum Zeitpunkt Ende Modellversuch	Situation zum Zeitpunkt FollowUp-Studie
Ausreichend personelle Ressourcen - Ja	84% der Kitas	42% der Kitas
Ausreichend zeitliche Ressourcen - Ja	70% der Kitas	38% der Kitas

Obwohl sich anscheinend das Medienkonzept bei vielen Kitas nicht ohne Einbrüche über die letzten beiden Jahre „retten“ konnte, sind von den 50 Kitas dennoch mehr als 80% der Meinung, dass ein gesondertes Medienkonzept für die digitale Bildung wichtig ist. Am häufigsten wird dies damit begründet, dass es zu einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema beiträgt und bei Personalwechseln wichtig ist.

5.6 DER STELLENWERT DIGITALER BILDUNG

Am Ende des Fragebogens wurden die Kitas nach dem aktuellen Stellenwert des Bildungsbereich „Digitale Bildung“ gefragt. In Hinblick auf die Frage der Nachhaltigkeit wäre von einem Fehlen zu sprechen, wenn in allen Modellkitas der Stellenwert nach dem Modellversuch gegen Null gesunken wäre. Dies ist aufgrund der bisherigen Ergebnisse nicht zu erwarten und die Angaben der Kitas bestätigen dies (Skala: 0 „überhaupt nicht wichtig“, 50 „teils-teils“, 100 „sehr wichtig“). Nach gruppierten Skalenwerten zeigt sich folgendes Bild (Abb. 16):

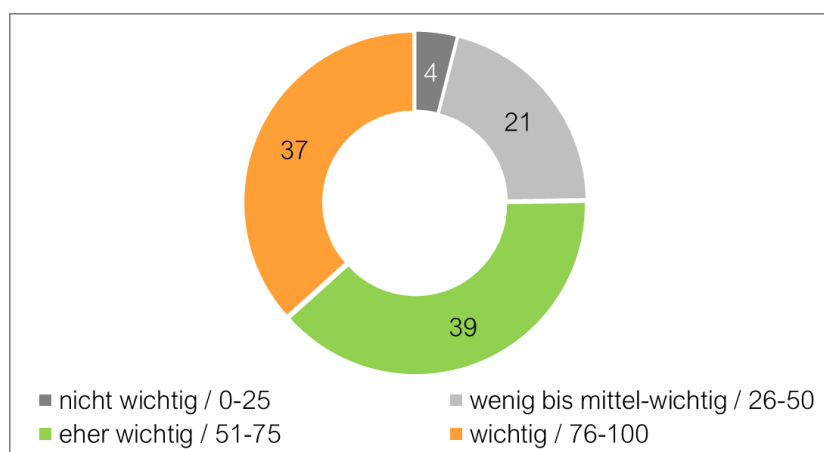


Abb. 16 Stellenwert „Digitaler Bildung“; Skala 0-100; Angaben Leitungen, N=52; in Prozent

Nur zwei (4%) der 52 Kitas gaben einen Wert von maximal 25 an und beurteilten die Wichtigkeit der digitalen Bildung damit als sehr gering. 21% der Kitas (N=11) vergaben einen Wert zwischen 26 und 50, die meisten davon (N=9) wählten den Skalenmittelwert. 39% der Kitas (N=20) entschieden sich für einen Wert zwischen 51 und 75; und 37% der Kitas (N=19) wählte einen Wert zwischen 75 und 100 und gaben damit einen hohen Stellenwert der digitalen Bildung an. Im Durchschnitt wurde ein Skalenwert 69 angegeben und somit der Stellenwert eher hoch beurteilt (SD 20,7). Der Mehrheit der Kitas ist die digitale Bildung somit wichtig.

Bei einer Überprüfung, ob der aktuelle Stellenwert der digitalen Bildung mit der Häufigkeit des Einsatzes digitaler Medien bzw. der Kompetenz des Teams für diesen Einsatz bzw. der Zustimmung im Teams zum Medieneinsatz (vgl. 6.2) in Zusammenhang steht, zeigt bei einer multivariaten Betrachtung (multiple Regression) interessanterweise allein die Kompetenz des Teams einen nachweisbaren Einfluss mit hoher Varianzaufklärung ($R^2 .438$, $p < .001$). Kurz und knapp: Nicht die Haltung des Teams ist entscheidend, ob die digitale Bildung einem Kitateam wichtig ist, auch nicht der Umfang, in dem digitale Medien eingesetzt werden, sondern letztlich gibt das Können des Teams den Ausschlag. Die Wirkrichtung ist wechselseitig denkbar.

Eine interessante Information erhält man auch durch einen Vergleich des aktuellen Stellenwerts digitaler Medien mit dem Stellenwert des digitalen Bereichs zum Zeitpunkt des Modellversuchs im Sommer 2019. Ein halbes Jahr vor Modellversuchsende waren die Kitas gebeten worden den Stellenwert der digitalen Bildung anzugeben, und ebenso denjenigen weiterer neun Bildungsbereiche, so dass eine Rangfolge ermittelt werden konnte (Abb. 17):

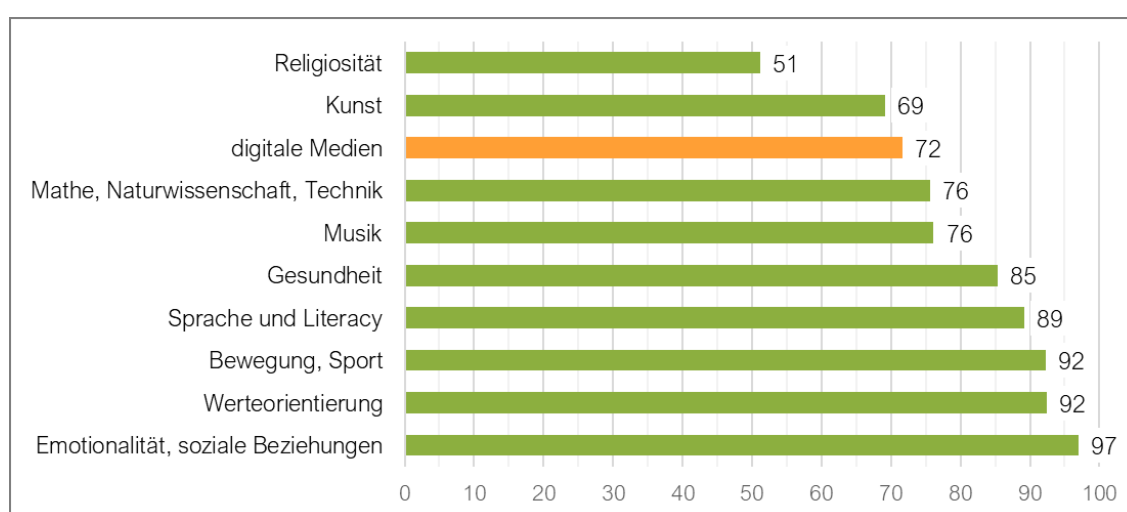


Abb. 17 Stellenwert zentraler Bildungsbereiche; Skala von 0 (überhaupt nicht wichtig) bis 100 (sehr wichtig). Modellversuch 2021, Angaben Leitungen, N=55; Mittelwerte

Obwohl sich zu diesem Zeitpunkt des Modellversuchs die Kitas in vielfältigen „digitalen“ Aktivitäten engagierten, stand der Bildungsbereich „Digitale Medien“ an drittletzter Stelle – wenngleich mit einem Mittelwert von 72 immer noch deutlich im „wichtigen“ Skalenbereich. Kitas bewerten die als klassisch zu bezeichnenden Bildungsbereiche vergleichsweise noch bedeutsamer. Insbesondere „Bewegung, Sport“, „Werteorientierung“ und „Emotionalität, soziale Beziehungen“ erreichen jeweils einen Skalenwert von größer 90; ihre Priorisierung wurde auch nicht durch die „Digitale Bildung“ in Frage gestellt; ergänzend wurden dafür durchaus plausible Argumente genannt (unantastbare „Kernbereiche“ fröhpädagogischer Arbeit).

Ein Vergleich der Skalenwerte von Sommer 2019 mit den Werten aus der FollowUp-Studie zeigt einen geringen Abfall des durchschnittlichen Skalenwertes von 72 Punkten (SD 19) auf 69 Punkte (SD 21). Interessant ist, dass sich dieses gemittelte Ergebnis aufgrund der Angaben von zwei Kitagruppen errechnet, die ungefähr gleich groß sind: Die eine Gruppe, N=23 Kitas, gab nun einen geringeren Stellenwert an, die Differenzen betrugen zwischen 4 und 74 Skalenpunkte (mittlere Abweichung M 27); die zweite Gruppe, N=25 Kitas, gab nun einen gleichen oder höheren Stellenwert an, mit einer Differenz zwischen 0 und 55 Skalenpunkten (mittlere Abweichung M 21) (Abb. 18). Jeweils nur wenige Kitas (insgesamt N=8) gaben hierbei minimale Differenzen (kleiner gleich 5) an, die vermutlich nicht als bewussten Angabe einer Veränderung des Stellenwertes zu interpretieren sind.

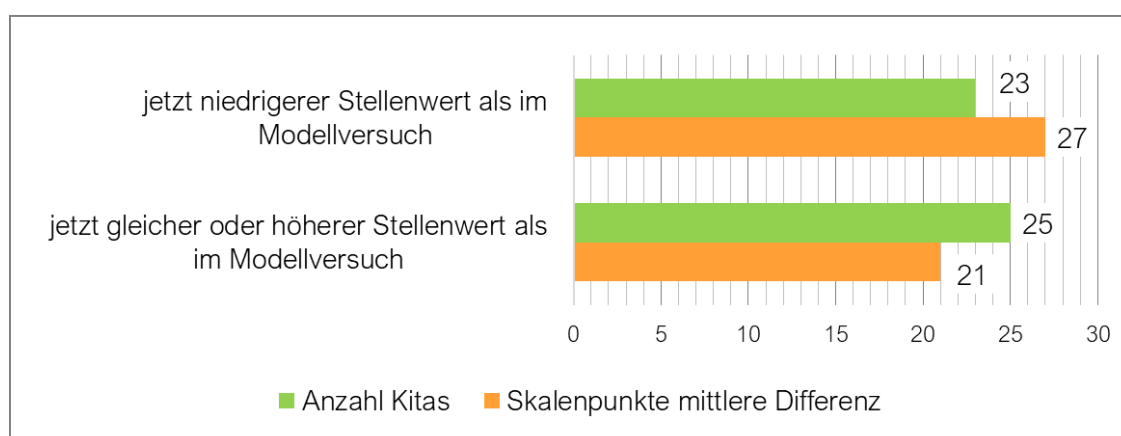


Abb. 18 Stellenwert digitaler Bildung in der Kita im Vergleich Sommer 2019 und Frühjahr 2022; Skala von 0 (überhaupt nicht wichtig) bis 100 (sehr wichtig). Differenz der jeweiligen Werte auf Kitaebene, Angaben Leitungen, N=48;

Insgesamt liegt damit ein Ergebnis vor, das für eine hohe Nachhaltigkeit insofern spricht, als das Thema „Digitale Bildung“ – unabhängig vom Umfang der Umsetzung – nach wie vor eine recht hohe Bedeutung in vielen Kitas besitzt; einschränkend ist jedoch festzuhalten, dass in knapp der Hälfte der Kitas der Stellenwert gegenüber dem Modellversuch dennoch in unterschiedlichem Umfang abgenommen hat.

6 NACHHALTIGKEIT DES MODELLVERSUCHS: EINE BILANZ

Mehr als zwei Jahre nach Ende des Modellversuchs erklärten sich 58 der ursprünglich 100 Modellkitas bereit, einen FollowUp-Fragebogen auszufüllen. Auch wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass sich stärker Kitas an der Befragung beteiligten, die sich im Bereich digitale Medien nach Ende des Modellversuchs weiterentwickelt haben und weniger jene Kitas, die ihre digitalen Aktivitäten stark reduziert hatten, liegt damit doch eine durchaus akzeptable Datenbasis und damit hinweisgebende Ergebnisse vor.

Hinsichtlich der zentralen Fragestellung danach, ob der Modellversuch nachhaltige, d.h. bis zum Zeitpunkt zwei Jahre nach dem Modellversuch bestehende Effekte zeitigte, können grob drei Betrachtungsebenen unterschieden werden:

- eine systemische Betrachtung des Modellversuchs insgesamt
- eine auf die einzelne Kita fokussierende Betrachtung
- und – zumindest als Überlegung – eine auf das frühpädagogische Feld fokussierende Sichtweise

Aus **systemischer Perspektive** ist die Nachhaltigkeit des Modellversuchs im Prinzip an einem 0-1 Ergebnis zu messen, bei dem entweder keine Kita zum Befragungszeitpunkt noch digitale Medien einsetzt (0) oder mindestens eine Kita (1). Diese Form der Nachhaltigkeit ist vollumfänglich gegeben, da die im Modellversuch getätigten Investitionen (bezüglich Einstellung, Kompetenzen, Aktivitäten) nicht bei allen Kitas verloren gegangen waren.

Eine deutliche Nachhaltigkeit des Modellversuchs zeigt sich ebenso auf **Kitaebene**, bei der man als Gradmesser der Nachhaltigkeit die Anzahl der Kitas, die noch „digital“ aktiv sind, anlegen kann. Da alle 58 Kitas, die eine Rückmeldung gaben, digitale Aktivitäten bejahen, ist bezüglich der Stichprobe von einer 100-prozentigen Nachhaltigkeit zu sprechen. Selbst bei einer (eher unrealistischen) Annahme, dass jene 42 Kitas ohne Rückmeldung nicht mehr aktiv sind, würde sich noch eine Nachhaltigkeit von 58 Prozent errechnen und damit von einer recht hohen Wirksamkeit des Modellversuchs gesprochen werden können.

Wird auf Kitaebene eine weitere Differenzierung entlang der drei Handlungsfelder vorgenommen, zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen insofern, als zwar alle Kitas in mindestens einem Handlungsfeld, jedoch nicht – wie im Modellversuch – in

allen drei Feldern aktiv sind. 5% der Kitas nannten nurmehr ein Handlungsfeld, gut 40 Prozent zwei und gut die Hälfte (53%) drei. Die im Vergleich geringste Nachhaltigkeit errechnet sich für Handlungsfeld zwei „Beobachtung & Dokumentation“, die höchste Nachhaltigkeit für die digitale Bildung mit Kindern (Handlungsfeld 1). Dass insbesondere jenes Handlungsfeld am stabilsten weitergeführt wurde, welches im Modellversuch zeitlich und inhaltlich priorisiert worden war, kann als besonderer Erfolg eingestuft werden.

Einen weiteren Gradmesser der Nachhaltigkeit auf Kitaebene gibt Hinweise darauf, wie sich der Umfang der Aktivitäten je Kita seit Modellversuchsende verändert hat. Über alle Kitas hinweg hat das Ausmaß der Aktivitäten in allen drei Handlungsfeldern zugenommen, am deutlichsten in Bezug auf den digitalen Einsatz im Bereich der „Kooperation mit Eltern“ (Handlungsfeld 3). Dies überrascht mit Blick auf die coronabedingten Betretungsverbote der Kitas kaum, waren doch digitale Kommunikationsmedien oft die einzige Form, als Kita Kontakt zu den Familien zu halten. In diesem Handlungsfeld errechnet sich ebenfalls die durchschnittlich stärkste Zunahme der Teamkompetenz zum Einsatz digitaler Medien sowie der positiven Einstellung dazu im Team (vgl. Tab. 3).

Somit hat der Modellversuch eine entscheidende Vorarbeit für die Bewältigung einiger Hürden der Corona-Situation geschaffen, auf die nun zumindest medientechnisch viele Kitas gut vorbereitet waren.

Tab. 3 Angaben der Leitungen; Mittelwerte der Schieberegler-Angaben von 0 (deutlich geringer) – 100 (deutlich höher)

Handlungsfelder	N aktive Kitas	Subj. wahrgenommene Veränderungen zwischen Ende Modellversuch und Zeitpunkt FollowUp-Befragung Mittelwerte		
		Einsatzhäufigkeit	Kompetenz im Team	Zustimmung im Team
(HF1) Digitale Bildung mit Kindern	53	55	64	68
(HF2) Beobachtung & Dokumentation	38	68	68	70
(HF3) Kooperation	50	77	76	74

Mit Fokus auf jede einzelne Kita lassen sich aber bei manchen Kitas durchaus auch mehr oder weniger große Reduzierungen im Umfang der Aktivitäten verzeichnen und somit Hinweise auf eine in der Zeit abnehmende Nachhaltigkeit. Dies betrifft insbesondere Handlungsfeld 1 (rund 25% der Kitas geben eine im Vergleich zum Modellversuch nun reduzierten Einsatz an), aber auch Handlungsfeld 2 (gut 10% Kitas) und am seltensten Handlungsfeld 3 (4% Kitas). Diese Reduktion mag unterschiedliche

Ursachen haben, naheliegend dürfte auch die Überführung in die Alltagssituation eine Rolle spielen, in der nun die Kita nicht mehr über einen Mediencoach impulsgebend begleitet wird. Dennoch kann festgestellt werden, dass trotz mancher Reduktion der Stellenwert der „Digitalen Bildung“ bei der Mehrheit (76%) der Kitas nach wie vor (sehr) hoch ist; und selbst bei jenen Kitas, die maximal einen mittleren Stellenwert angaben (24%), sprach keine Kita von „überhaupt nicht wichtig“.

Bezüglich des Stellenwertes der digitalen Bildung spielt nachweislich weniger die Teameinstellung (die generell eine gewisse Resistenz gegen Veränderungen besitzt; vgl. etwa Zillich, 2019) noch der Umfang an Aktivitäten eine Rolle, sondern vor allem die digitale Kompetenz des Teams: je höher die Teamkompetenz ist, desto höher auch der Stellenwert. Hier zeichnet sich ein erfolgsversprechender Ansatz ab, durch weitere fachliche Impulse in das Kitafeld hinein, dem Thema wieder „neuen (oder zusätzlichen) Schwung“ zu verleihen¹⁰. Auch viele Kitas sprachen sich in der FollowUp-Studie explizit für weitere fachliche Impulse und Vernetzung aus.

Fokussiert man, abschließend, auf die Nachhaltigkeit des Modellversuchs in Bezug auf **das frühpädagogische Feld an sich**, dann wurden bisweilen Argumente geäußert, die oft hohe Fluktuation in den Kitas sei eine Gefahr für die Wirksamkeit des Modellversuchs; denn würden medienkompetente Fachkräfte die Kita verlassen, würde mit ihnen auch das Wissen und Können, schlimmstenfalls in vollem Umfang, aus der Kita „gehen“. Dies muss jedoch keineswegs so pessimistisch beurteilt werden; bleiben die Fachkräfte dem Kitafeld erhalten (das ist die Voraussetzung), dann bringen sie ihre Kompetenz in weitere Kitas und das Thema wird durch einen Wechsel der Arbeitsstelle im besten Fall schneller im Praxisfeld verankert, als es allein durch den Modellversuch und die seit 2021 laufenden Qualifizierungskampagne *Startchance kita.digital* möglich ist.

Insgesamt kann man also aufgrund der Ergebnisse der FollowUp-Studie das Fazit ziehen, dass die im Modellversuch getätigten Investitionen aller Beteiligten von einer hohen Effektivität waren und nachhaltig auch zwei Jahre nach dem Modellversuch wirken.

¹⁰ Im September 2021 startete die mehrjährig angelegte Fortbildungskampagne *Startchance kita.digital*, die sich an alle bayerischen Kitas richtet. Im Rahmen der Kampagne wird dieses Ergebnis direkt aufgegriffen, indem den Kitas des Modellversuchs und jenen, die jeweils ein Kampagnenjahr durchlaufen haben, ab 2022 in einem „Alumninetzwerk“ mehrmals jährlich online-Veranstaltungen in Coachbegleitung zur fachlichen Auffrischung bzw. Vertiefung sowie Vernetzung angeboten werden. Weitere Informationen zu dieser Fortbildungskampagne unter <https://www.ifp.bayern.de/projekte/qualitaet/startchancekitadigital.php>

7. LITERATUR

- AVBayKiBiG – Verordnung zur Ausführung des Bayerischen Kinderbildungs- und -betreuungsgesetzes. 2005. <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayAVKiBiG-G2>
- Bachmann, T. 2016. Implizite Theorien über Lernen und Veränderung durch Coaching in Organisationen – Eine empirische Untersuchung. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching* 3/2016, 231-253.
- BayKiBiG – Bayerisches Gesetz zur Bildung, Erziehung und Betreuung von Kindern in Kindergärten, anderen Kindertageseinrichtungen und in Tagespflege. 2005. <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayKiBiG>
- Beck, E., M. Baer, T. Guldemann, S. Bischoff, C. Brühwiler, P. Müller, R. Niedermann, M. Rogalla & F. Vogt. 2008. *Adaptive Lehrkompetenz. Analyse von Struktur, Veränderbarkeit und Wirkung handlungssteuernden Lehrwissens*. Münster: Waxmann
- Blossfeld, H.-P., W. Bos, H.-D. Daniel, B. Hannover, O. Köller, D. Lenzen & L. Wößmann. 2018. *Digitale Souveränität und Bildung: Gutachten des Aktionsrats Bildung*. Münster: Waxmann.
- Bohnsack, R., I. Nentwig-Gesemann, & A.M. Nohl. 2013. Einleitung: Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. In R. Bohnsack, I. Nentwig-Gesemann & A.M. Nohl, 9-10, *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis*, 3. Auflage, Wiesbaden: Springer,
- Craik, F.I. & R.S. Lockhart. 1972. Levels of processing: A framework for memory research. In *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 11 (6), 671–684.
- Craik, F. I. & E. Tulving. 1975. Depth of processing and the retention of words in episodic memory. In *Journal of Experimental Psychology: General*, 104(3), 268–294.
- Craik, F.I. 2002. Levels of processing: Past, present... and future? In *Memory*, 10(5-6), 305–318
- Dander, V. 2020. *Pädagogik in einer mediatisierten Gesellschaft. Vortrag am 19. Februar 2020 anlässlich einer Praxiskonferenz der FHCHP*; Potsdam. <https://www.fhchp.de/wp-content/uploads/2020/02/paedagogik-in-einer-mediatisierten-gesellschaft.pdf>
- Dubs, R. 1995. Konstruktivismus: Einige Überlegungen aus der Sicht der Unterrichtsgestaltung. In: *Zeitschrift für Pädagogik*, 41, 6, 889-903. https://www.pedocs.de/volltexte/2015/10535/pdf/ZfPaed_1995_6_Dubs_Konstruktivismus_einige_Ueberlegungen.pdf
- Egert, F. & V. Dederer. 2018. *Metaanalyse zur Wirkung von Weiterbildungen für pädagogische Fachkräfte zur Steigerung der Interaktionsqualität*. München: Staatsinstitut für Frühpädagogik. Online verfügbar unter: www.ifp.bayern.de
- Egert, F., R.G. Fukkink & A.G. Eckhardt. 2018. Impact of in-service professional development programs for early childhood teachers on quality ratings and child outcomes: A meta-analysis. In *Review of Educational Research*, 88(3), 401–433. <https://doi.org/10.3102/0034654317751918>
- Friedrichs, H. & D. Meister. 2012. *Chancen und Potenziale digitaler Medien zur Umsetzung des Bildungsauftrags in Kindertageseinrichtungen in NRW*. Forschungsbericht der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) und der Universität Paderborn
- Friedrichs, H. & D. Meister. 2015. Medienerziehung in Kindertagesstätten. Nachhaltigkeitsüberlegungen im Anschluss an eine Fortbildungsinitiative. In *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 28, 1-23

- Garet, M.S., J.B. Heppen, K. Walters, J. Parkinson, T.M. Smith, M. Song, R. Garrett, R. Yang, G.D. Borman & T.E. Wie. 2016. *Focusing on mathematical knowledge: The impact of content-intensive teacher professional development* (NCEE 2016-4010). Washington, DC: National Centre for Education Evaluation and Regional Assistance.
- Hattie, J.A.C. 2012. *Visible Learning for Teachers. Maximizing impact on learning*. London & New York: Routledge.
- Institut für Demoskopie Allensbach, Deutsche Telekom Stiftung, 2014. *Digitale Medienbildung in Grundschule und Kindergarten*. https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/media/publications/ergebnisse_allensbach-umfrage_gesamt.pdf
- Kirkpatrick, D.L. 1979. Techniques for Evaluating Training Programs. In *Training and Development Journal*, 33, 78-92.
- Kunze, D. 2005. Wissenstransfer im Kontext einer subjektorientierten Erwachsenenbildung. GdWZ. In *Grundlagen der Weiterbildung. Praxis. Forschung. Trends*. Nr. 4/2005, Neuwied: Luchterhand.
- Lipowsky, F. & D. Rzejak. 2019. Was macht Fortbildungen für Lehrkräfte erfolgreich? – Ein Update. S. 15-56. In Groot-Wilken, B. & R. Koerber (Hrsg.). *Nachhaltige Professionalisierung für Lehrerinnen und Lehrer. Ideen, Entwicklungen, Konzepte*. Bielefeld: wbv.
- Lipowsky, F. & D. Rzejak. 2021. *Fortbildungen für Lehrpersonen wirksam gestalten*. Ein praxisorientierter und forschungsunterstützter Leitfaden. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung
- Lorenz, S. & I. Schreyer. 2021. IFP-Projektbericht 39. *Ergebnisbericht der wissenschaftlichen Begleitung des Modellversuchs „Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“*. Teil I Basisbefragung der Kitaleitungen, Mediencoaches und Eltern. München: Staatsinstitut für Frühpädagogik. https://www.ifp.bayern.de/imperia/md/content/stmas/ifp/kitadigitalabschlussbericht_2021_tei_i+ii_16-11-2021.pdf
- Kutscher, N. & I. Bischof. 2020. *Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Projekts „Medienbildung in der Kita“*. https://www.kita.nrw.de/system/files/media/document/file/bericht%20MKFFI_Medienbildung%20in%20der%20Kita_UzK_0.pdf
- Marci-Boehncke, G. 2016. Gemeinsam verantworten – gemeinsam gestalten: Medienerziehung in Bildungsnetzwerken. In Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (Hrsg.), Werkstattbuch Medienerziehung. Zusammenarbeit mit Eltern, In *Theorie und Praxis*, 47–57. <https://www.gmk-net.de/wp-content/t3archiv/fileadmin/pdf/Materialien-Artikel/werkstattbuch2016.pdf>
- Müller, U., C. Nagel & M. Ihlein. 2008. Transfermanagement. In G. Schweizer, U. Iberer & H. Keller (Hrsg.), 191-220. *Lernen am Unterschied. Bildungsprozesse gestalten - Innovationen vorantreiben*. Bielefeld: W. Bertelsmann. <http://www.bildungsprozessmanagement.de/index.php/Transfersicherung.html>
- Nakamura, J. & M. Csikszentmihalyi. 2002. The concept of flow. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), 89-105, *Handbook of Positive Psychology*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Nassehi, A. 2019. *Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C.H. Beck.
- Neumann, S.B. & L. Cunningham. 2009. The impact of professional development and coaching on early language and literacy instructional practices. In *American Educational Research Journal*, 46 (2), 532-566.
- Nieding, I. & E.K. Klaudy. 2020. Digitalisierung in der frühen Bildung. Der Umgang mit digitalen Medien im Spannungsfeld zwischen Schutzraum und Schlüsselkompetenz - In A. Wilmers, C. Anda, C. Keller & M. Rittberger, 31-56. *Bildung im digitalen Wandel. Die Bedeutung für*

- das pädagogische Personal und für die Aus- und Fortbildung*. Münster, New York: Waxmann
- Nolte, D. 2014. Eine Frage der Medienkompetenz? Bedingungen medienpädagogischer Praxis in der Kindertageseinrichtung. In *Frühe Bildung*, 3(4), 214–221.
<https://doi.org/10.1026/2191-9186/a000176>
- Rädiker, S. 2012. *Die Evaluation von Weiterbildungsprozessen in der Praxis: Status quo, Herausforderungen, Kompetenzanforderungen*. Dissertation, Marburg
- Reichert-Garschhammer, E. 2019. Digitale Transformation im Bildungssystem Kita. In J. Heider-Lang & A. Merkert (Hrsg.), 25-51. *Digitale Transformation in der Bildungslandschaft - den analogen Stecker ziehen?* Augsburg: Rainer Hampp Verlag.
<https://doi.org/10.5771/9783957103406-25>
- Rosenholtz, S.J. 1991. *Teacher's Workplace. The social organization of schools*. New York.
- Rückert, M.Th. 2018. Die digitale Revolution. In *Politische Studien*, 479/2018, 6-11;
https://www.hss.de/download/publications/PS_479_Digitale_Revolution_02.pdf
- Schein, E.H. 2017. *Organizational Culture and Leadership*. Hoboken, New Jersey: Wiley & Sons. 5. Auflage
- Steinkellner, P., N. Grünberger & E. Frankus. 2006. Coaching: Erfolgsfaktor in der Führungskräfteentwicklung. In Steinkellner, P., N. Grünberger & E. Frankus (Hrsg.), 149-190. *Coaching: ein Instrument für Management und Führung*.
- Timperley, H., A. Wilson, H. Barrar & I. Fung. 2007. *Teacher professional learning and development: Best evidence synthesis iteration (BES)*. Wellington: Ministry of Education
- Volk, J. & T. Hochgürtel. 2016. Die Auswirkung von Unit-Nonresponse in statistischen Erhebungen. In *WISTA - Wirtschaft und Statistik*, 4/2016, S. 66-73
- Zillich, A. F. 2019. Konsistenztheorien & Selective Exposure. Konzepte. In P. Rössler & H.-B. Brosius (Hrsg.). *Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft*, Band 17. Nomos, Baden Baden

Impressum:



Staatsinstitut für
Frühpädagogik und Medienkompetenz



Staatsinstitut für Frühpädagogik und Medienkompetenz (IFP)

Dr. Sigrid Lorenz & Dr. Inge Schreyer

Winzererstr. 9, Eckbau Süd, 80797 München

www.ifp.bayern.de

Oktober 2022