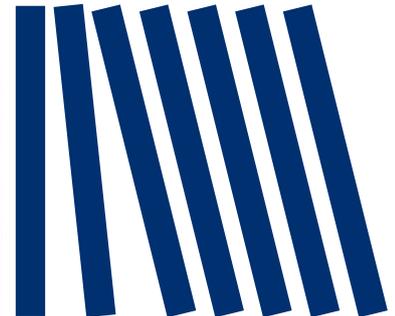


media.labs
storys, apps & du

Praxistipps für media.labs

Anregungen und Vorlagen für einen erfolgreichen Projekteinstieg



Die media.labs der Stiftung Lesen

„storys, apps und du“

**Sehr geehrte Betreuer und Betreuerinnen der media.labs,
sehr geehrte Bündnispartner der Stiftung Lesen,**

wir freuen uns sehr, gemeinsam mit Ihnen in den kommenden Jahren ein neues, partizipatives Leseförderungsangebot für Kinder und Jugendliche aufbauen zu können: ein media.lab!

Ganz zu Beginn möchten wir uns noch einmal die Motivation für unser gemeinsames Projekt im Rahmen des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung vor Augen führen: Aus verschiedenen Studien zum Leseverhalten geht hervor, dass die Lesemotivation in vielen Fällen in der Pubertät abnimmt. In den media.labs für Kinder und Jugendliche von ungefähr 12 bis 18 Jahren können engagierte Betreuerinnen und Betreuer mit verschiedenen Medien daran arbeiten, dass das Lesen wieder oder auch weiterhin eine gern praktizierte Freizeitaktivität ist. Um den alltäglichen Mediengewohnheiten von Kindern und Jugendlichen entgegenzukommen, können in den media.labs neben Büchern und Zeitschriften vielfältige elektronische bzw. digitale Medien zur Lese- und Medienförderung eingesetzt werden. Denn auch digitale Medien sind Lesemedien und ein Filmprojekt erfordert z. B. das Schreiben und Lesen eines Drehbuchs. Sie als Bündnispartner, ob hauptamtlich oder ehrenamtlich engagiert, begleiten die Kinder und Jugendlichen bei der aktiven Nutzung der vielfältigen Medien für eigene Projekte und fördern so auch die Schlüsselkompetenz Lesen – getreu dem Motto „storys, apps und du“.

Wir sind zuversichtlich, dass in den kommenden Jahren viele Kinder und Jugendliche von der attraktiven Medienvielfalt und den partizipativen Angeboten Ihres media.labs profitieren werden, und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit mit Ihnen.

Viel Erfolg für Ihre ersten Schritte im media.lab!

Für Fragen und Anregungen steht Ihnen das Projektteam der Stiftung Lesen gerne zur Verfügung:

Karen Ihm
Projektleiterin
Tel.: 06131 28890-22
karen.ihm@stiftunglesen.de

Sebastian Niesen
Projektmanager
Tel.: 06131 28890-59
sebastian.niesen@stiftunglesen.de

Für allgemeine Anfragen:
medialabs@stiftunglesen.de

Ihr media.labs-Team der Stiftung Lesen

Gabriele Immel
Projektmanagerin
Tel.: 06131 28890-19
gabriele.immel@stiftunglesen.de

Jill Carna
Projektmanagerin
Tel.: 06131 28890-56
jill.carna@stiftunglesen.de

Unsere Tipps zum Start:

- Sichten Sie gemeinsam die vielfältige Ausstattung und lassen Sie die Kinder und Jugendlichen überlegen, welche ersten gruppenorientierten Aktionen und Projekte sie umsetzen möchten.
- Wählen Sie gemeinsam mit den Kindern und Jugendlichen ein erstes Workshop-Angebot aus, welches die Stiftung Lesen gerne bald bei Ihnen umsetzt: <https://www leseclubs.de/medialabs/workshops-fuer-jugendliche/>

Impressum

Herausgeber und Verleger:

Stiftung Lesen
Römerwall 40
55131 Mainz
www.stiftunglesen.de

Verantwortlich:

Dr. Jörg F. Maas

Redaktion:

Melanie Dreher, Karen Ihm

Gestaltung:

Alexander Weiler
Hünstetten

Bildnachweis:

Stiftung Lesen,
Arnulf Betzold GmbH (S. 5)

© Stiftung Lesen, Januar 2019

Inhalt

1	Die zentralen Bestandteile eines media.labs	4	2	Ehrenamtliche gewinnen und unterstützen	11	4	Rechtliche Hinweise und Hilfen zur Dokumentation	18
1.1	Die Räumlichkeiten	4	2.1	Geeignete Ehrenamtliche finden	11	4.1	Förderrechtliche Rahmenbedingungen	18
1.2	Unterstützung durch die Stiftung Lesen	5	2.2	Ehrenamtliche unterstützen	12	4.2	Projekte im media.lab	19
1.2.1	Ausstattung	6	3	Zielgruppenansprache und Öffentlichkeitsarbeit	13	4.3	Dokumentation der Angebote	20
1.2.2	Workshops für Kinder und Jugendliche	7	3.1	Ansprache der Jugendlichen	13	4.4	Versicherungsrechtliche Hinweise	21
1.2.3	Weiterbildungen und Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche	8	3.2	Kommunikation auf allen Kanälen	14	Anhang		
1.3	Partizipative Angebote im media.lab	10	3.3	Eine Eröffnungsveranstaltung planen	17	Formulare und Mustervorlagen		22



1. Die zentralen Bestandteile eines media.labs

1.1. Die Räumlichkeiten

Damit das media.lab als auf verschiedene Weise nutzbares, neues Angebot in Ihrer Einrichtung wahrgenommen wird, sollten Sie dem Projekt einen Raum zur Verfügung stellen. Besonders dann, wenn das Lesen bisher keinen festen Platz in Ihren Räumen hatte, schaffen Sie dadurch besondere Aufmerksamkeit und geben den Kindern und Jugendlichen damit die Möglichkeit, auch über die Projektaktivitäten hinaus zu lesen und eigenständig die Beschäftigung mit Medien zu suchen. Der Raum muss dabei nicht

groß sein, auch auf 15 m² lässt sich die Ausstattung unterbringen und zudem eine gemütliche „Chill-Atmosphäre“ erzeugen.

Da die Möglichkeiten der Stiftung Lesen, Ihnen im Rahmen der Förderung über das Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ auch Möbel zur Verfügung zu stellen, begrenzt sind, sollten Sie überlegen, was sich evtl. aus Ihren Beständen nutzen oder auch noch anschaffen lässt.

So könnte Ihr media.lab aussehen:

- Tische und Stühle dienen der gemeinsamen Projektarbeit.
- Gemütliche Sitzmöbel wie z.B. Sofas und Sitzsäcke laden zum selbstständigen Lesen ein.
- In Regalen werden Bücher und Zeitschriften ansprechend präsentiert.
- In einem abschließbaren Schrank werden die elektronischen Medien aufbewahrt.

Natürlich können die Jugendlichen ihren Raum auch selbst ausgestalten! Mehr Ideen für die Beteiligung der Jugendlichen finden Sie unter „Partizipative Angebote im media.lab“.



1.2. Unterstützung durch die Stiftung Lesen

Ein media.lab wird von zwei lokalen Bündnispartnern in Kooperation mit der Stiftung Lesen betrieben. Die Stiftung Lesen stellt dabei das rahmengebende Konzept, unterstützt Sie beim Aufbau des media.labs und liefert Ihnen kontinuierlich Anregungen für Aktionen und Projekte im media.lab. Dies bedeutet auch, dass die lokalen

Bündnispartner und die beteiligten Kinder und Jugendlichen selbst entscheiden, womit sie sich beschäftigen und was sie umsetzen möchten. Ganz konkret basiert die Unterstützung durch die Stiftung Lesen auf drei Pfeilern: Die Bündnispartner erhalten eine umfangreiche Grundausstattung sowie Nachausstattungen in den

Folgejahren, Jugendliche können an mind. zwei Medienworkshops pro Jahr vor Ort im media.lab teilnehmen und ehrenamtliche Betreuer/-innen erhalten Weiterbildungsangebote und Aufwandsentschädigungen für ihr Engagement.

media.lab: Struktur eines Bündnisses für Bildung

Stiftung Lesen

Rolle: Federführender Bündnispartner

media.labs
storys, apps & du

Erster lokaler Bündnispartner

Jugendzentren, Medienzentren, Ganztagschulen etc.
Rolle: Projektstandort

Zweiter lokaler Bündnispartner

Vereine, Freiwilligenagenturen etc.,
Rolle: Betreuung der Maßnahmen durch Ehrenamtliche



1.2.1 Ausstattung

Der von Ihnen zur Verfügung gestellte Raum wird nach Abschluss des Kooperationsvertrags mit Medien und bei Bedarf mit Mobiliar ausgestattet. Die Vorlage „Informationen zur Grundausstattung eines media.labs“, die Sie mit der Kooperationszusage per Mail erhalten haben, bietet Ihnen einige Wahlmöglichkeiten.

Ausstattung mit Büchern und Zeitschriften

Die media.labs erhalten eine umfangreiche Auswahl an aktuellen und thematisch niedrigschwelligen Büchern, die bei den Interessen der Kinder und Jugendlichen ansetzen. Viele der ausgewählten Bücher sind durch kurze Kapitel und einen hohen Bildanteil auch für Kinder und Jugendliche geeignet, die in ihrer Freizeit nur selten und weniger gerne lesen. Hierzu gehören z. B. Sachbücher, beliebte Buchreihen sowie Graphic Novels.

Weiterhin werden für kurze Leseanlässe verschiedene Zeitschriftenabonnements eingerichtet. Abgerundet wird das Angebot durch Film-DVDs, Hörbuch-CDs und Brettspiele. Viel Spaß beim Entdecken!

Ausstattung mit elektronischen bzw. digitalen Medien

Elektronische bzw. digitale Medien bieten viel Potenzial auch für die Leseförderung. Daher spielen sie besonders in diesem an Jugendliche gerichteten Projekt eine wichtige Rolle – diese Altersgruppe beherrscht i. d. R. unterschiedliche Anwendungen oder bringt eine große Neugier mit, mithilfe von Tablets oder Kameras eigene mediale Produkte zu erstellen. Sie als Bündnispartner sind hierbei v. a. in der Rolle, den Umgang mit diesen Medien zu betreuen. Machen Sie sich vorab selbst etwas vertraut mit den Möglichkeiten der Tablet-PCs, der Kamera und dem Zubehör wie z. B. Mikrofon, das die media.labs erhalten können.

Unter www.leseclubs.de/medialabs/aktionsideen-fuer-medialabs/ besteht bereits ein umfangreicher Bereich mit vielfältigen Ideen, wie die Kinder und Jugendlichen auch die elektronischen und digitalen Medien – im Sinne der Leseförderung – zum Einsatz bringen können. So werden immer wieder Verbindungen zwischen Fotografie, Film und sogar dem Programmieren mittels eines Roboters mit dem Lesen hergestellt.



Materialien für Teilnehmerwerbung und Öffentlichkeitsarbeit

Die Stiftung Lesen hat ansprechende Materialien gestaltet, die dem Projekt einen Wiedererkennungswert verleihen und auch einen visuellen Bezug zum Förderprogramm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung herstellen. Nutzen Sie diese Materialien, die Sie in einem „Starter-Paket“ zugeschickt bekommen, um auf Ihr media.lab aufmerksam zu machen. Sie erhalten

- Postkarten-Flyer, die sich direkt an die Kinder und Jugendlichen richten. Auf der Rückseite können Sie den Stempel Ihrer Einrichtung auftragen – so erfährt Ihre Zielgruppe, wo sich das media.lab befindet.
- Beschreibbare Plakate, mit denen Sie z. B. besondere Aktionen ankündigen können.

Sie planen, eigene Werbematerialien zu gestalten?

Dann orientieren Sie sich bitte an den Vorgaben und Farben des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“. Weitere Informationen zur Herstellung eigener Materialien finden Sie unter [Zielgruppenansprache und Öffentlichkeitsarbeit](#).



Die Film-DVDs der Ausstattung dienen der Inspiration für Projekte und sind nicht für öffentliche Veranstaltungen lizenziert. Bitte zeigen Sie diese nur im Rahmen eines media.lab-Treffens und ohne schriftliche Ankündigung.

1.2.2. Workshops für Kinder und Jugendliche

Das umfangreiche Angebot der Stiftung Lesen an Medien-Workshops für die Kinder und Jugendlichen in den media.labs ist ein zentrales Instrument, um regelmäßig mediale Projekte in Gang zu setzen und die Kompetenzen der Zielgruppen zu fördern. Sie als Bündnispartner sollten sich daher zu Projektbeginn mit diesen Angeboten vertraut machen und z. B. gemeinsam mit den Kindern und Jugendlichen entscheiden, welche Workshops für die Gruppe besonders interessant sind. Bitte verwenden Sie dafür die Vorlage „Auswahl von media.labs-Workshops“ im [Anhang](#). Im Anschluss koordinieren die Stiftung Lesen bzw. die die Workshops umsetzenden Referent/-innen die Termine mit Ihnen.

Zu den vielfältigen Themen zählen beispielsweise:

- Filme produzieren mit dem iPad
- Snapchat-Fotostorys erstellen
- Podcast-Beitrag: Und was hörst du?



Falls Sie eigene Workshop-Wünsche haben und dafür bereits einen geeigneten Referenten oder eine geeignete Referentin kennen, können Sie auch Ihrerseits auf das Projekt-Team in der Stiftung Lesen zukommen. Ist ein Workshop terminiert, gibt es für die Bündnispartner noch die zur Vorberei-

tung zugesandten Vorlagen „Anmelde-liste für media.labs-Workshops“ und „Informationen zur Organisation eines media.labs-Workshops“ zu beachten – hierin wird u. a. über zur Verfügung stehende Gelder für die Verpflegung der Gruppen informiert.

Aus über 40 Workshop-Angeboten können die Jugendlichen hier wählen:

www leseclubs.de/medialabs/workshops-fuer-jugendliche/

 <p>Audio: Radiowerbespots, Soundfiles und vieles mehr!</p>	 <p>Bild: Gestaltet euer eigenes Zeitschriftencover oder eine Fotostory</p>	 <p>Film: Vom Spielfilmtrailer über Stoptrick-Animation bis zur eigenen TV-Serie</p>
 <p>Games: Berufswunsch? Spieletester!</p>	 <p>Geschichten erfinden und erzählen: Poetry Slam, Instant Story und kreatives Schreiben</p>	 <p>Geschichten und Bücher gestalten: Ob animierte Postkarten, Notizhefte, Quiz oder Lieblingsbuch – Do it yourself!</p>
 <p>Mobil unterwegs: Eure Smartphones können mehr, als ihr glaubt!</p>	 <p>Umgang im Netz: Wie geht ihr mit Cybermobbing, Hate Speech und Fake News um?</p>	 <p>Zeitung und Zeitschrift: Fake the News! Zeitungstheater und Schreibkurs</p>

1.2.3 Weiterbildungen und Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche

Die Stiftung Lesen möchte auch in den media.labs eine umfangreiche Beteiligung von Ehrenamtlichen erreichen. So haben sich im vergleichbaren Projekt „Leseclubs“ für eine etwas jüngere Altersgruppe von 6 bis 12 Jahren zwischen 2013 und 2017 rund 2.000 ehrenamtliche Leseclub-Betreuer/-innen engagiert. Dies möchten wir auf die media.labs übertragen und damit auch die hauptamtlichen Ansprechpartner/-innen bei den Bündnispartnern von der Durchführung bzw. persönlichen Begleitung der regelmäßigen Treffen in den media.labs zumindest teilweise entlasten. Wir sind uns bewusst, dass Leseförderung mit Jugendlichen noch eine anspruchsvollere Aufgabe sein kann, als Kinder im

Erstlesealter zu unterstützen. Daher setzen die media.labs grundsätzlich auf eine stärkere Selbstständigkeit und Eigenverantwortung der Zielgruppe. Dennoch wird es auch hier Ehrenamtliche geben, die mit ihren spezifischen Kompetenzen – z. B. Erfahrung in der Anwendung elektronischer Medien oder Kenntnisse in der Betreuung von Gruppen – prädestiniert dafür sind,

Ihr media.lab-Projekt zu unterstützen. Im zweiten Kapitel geben wir weitere Hinweise, wie Sie als Bündnispartner geeignete Ehrenamtliche finden können.



Kennen Sie bereits Personen, die in Ihrem media.lab gern mitmachen möchten, aber über keine oder wenig Erfahrung mit Jugendlichen und/oder digitalen Medien verfügen? Vernetzen Sie sich mit anderen media.labs und kommen Sie gern auf uns zurück, wenn Sie sich eine Weiterbildung für Ihre Betreuer/-innen (gern auch zu einem von Ihnen vorgeschlagenen Thema) wünschen. Ab einer Anzahl von 10 Teilnehmern können wir die Weiterbildung auch bei Ihnen abhalten!

Weiterbildungsangebote

Die Stiftung Lesen steht in ihren umfangreichen Erfahrungen in der Qualifizierung von Ehrenamtlichen auch den media.labs zur Verfügung. Hier sind verschiedene Formate denkbar: Wenn Sie eine größere Zahl von Engagierten haben, kann grundsätzlich auch bei Ihnen vor Ort ein Workshop für die Ehrenamtlichen stattfinden – z. B. zu Themen des Medieneinsatzes oder aber auch zu gruppendynamischen Aspekten und dem Umgang mit benachteiligten Zielgruppen. Da das media-lab-Netzwerk wachsen soll,

bildet die Stiftung Lesen seit 2019 regionale Netzwerke von media.labs. D. h., dass wir Ehrenamtliche und auch hauptamtliche Ansprechpartner/-innen von media.labs in einer Region an einen zentralen Ort einladen. Praxisnah und mit viel Raum für Erfahrungsaustausch soll auch hier das in vielen Weiterbildungen erfolgreich erprobte Konzept der Leseclubs auf die media.labs übertragen werden – damit Ihnen vor Ort die Ideen für Projekte nicht ausgehen und auch der Aspekt der Leseförderung dabei jeweils sinnvoll adressiert wird.

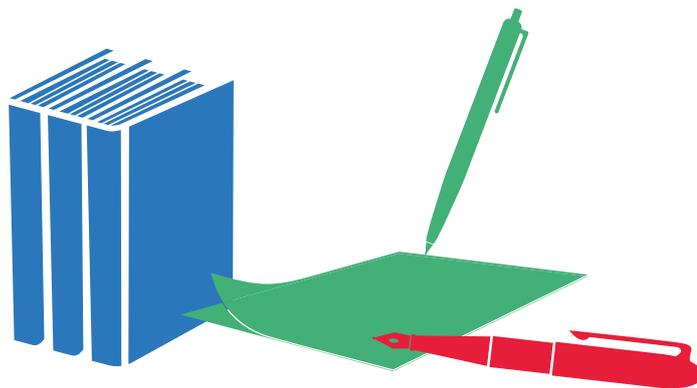
Seit 2020 bietet die Stiftung Lesen auch digitale Weiterbildungen an. Die Termine finden Sie auf der media.lab Webseite.

Aufwandsentschädigungen

Da beim Engagement der Ehrenamtlichen in den media.labs auch Unkosten wie z. B. Fahrtkosten anfallen können, kann die Stiftung Lesen an alle aktiven ehrenamtlichen Betreuerinnen und Betreuer der media.labs eine Aufwandsentschädigung auszahlen.

Dabei gilt:

- Die Stiftung Lesen kann nur direkt an die Ehrenamtlichen zahlen.
- Halbjährliche Pauschalen von 200€ oder 300€ sind möglich. Eine ehrenamtlich engagierte Person kann im Jahr also max. 600€ an Aufwandsentschädigung erhalten.
- Es ist zudem möglich, pro wöchentlichem Angebot auch eine Stunde Vorbereitungszeit mit abzurechnen.
- Insgesamt stehen max. 1.000€ pro Jahr für alle Ehrenamtlichen eines media.labs zur Verfügung.



Abrechnung von Aufwandsentschädigungen

Die Aufwandsentschädigungen werden auf der Grundlage korrekt geführter Anwesenheitslisten direkt an die Ehrenamtlichen ausgezahlt. Eine aktuelle Vorlage der Anwesenheitsliste, des Abrechnungsformulars sowie alle Hinweise zur Abrechnung von Aufwandsentschädigungen finden Sie im [Anhang](#).

1.3 Partizipative Angebote im media.lab

Bei den wöchentlichen Treffen im media.lab können die Kinder und Jugendlichen frei entscheiden, wie sie ihre Zeit verbringen möchten: Nach einem Workshop können sich Gruppen bilden, die die erhaltenen Impulse in einem mehrwöchigen Projekt fortsetzen und eigene Storys daraus entwickeln. Hierbei stehen ihnen immer ehrenamtliche Betreuer/-innen als Ansprechpartner/-in zur Verfügung, um die Projekte anzuleiten und die Jugendlichen bei der Umsetzung zu unterstützen.



Die Teilnehmer/-innen des media.labs können sich bei der Konzeption ihrer Projekte kreativ ausprobieren: Vom Dreh eines eigenen Filmtrailers über ein Poetry-Slam-Projekt mit eigener Tonaufnahme bis hin zu längerfristigen Hörbuch-Projekten oder digitalen Schnitzeljagden, Cover-Gestaltung oder Modenschau ist alles möglich.

Andere Besucher des media.labs möchten vielleicht in Ruhe in einer Zeitschrift blättern oder online etwas recherchieren. Auch bei offenen Treffen ist es sinnvoll, dass ein/-e Ehrenamtliche/-r vor Ort die Jugendlichen beim Gebrauch der Medien beaufsichtigt, um ihnen im Bedarfsfall Unterstützung zu leisten.

Aktionsideen online!

Nutzen Sie als Inspiration für Projekte auch die Aktionsideen auf der [Internetseite der media.labs](#). Geordnet sind diese Praxisanregungen nach den Workshop-Kategorien.

Beteiligung der Jugendlichen

Durch die gestalterischen Freiräume wird das media.lab für Jugendliche besonders attraktiv. Die Leitungen und Betreuer/-innen der media.labs können als Ansprechpartner/-innen aktiv auf die Wünsche und Ideen der Jugendlichen eingehen und sie ermutigen, eigene Projekte zu entwickeln.

So geben sie ihnen Entfaltungsmöglichkeiten, die sich auch positiv auf die Selbstwahrnehmung, die soziale Kompetenz und die (Lese-)Motivation der Jugendlichen auswirken werden. Besonders bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche benötigen hier oft Ermutigung, um eigene Interessen zu äußern und aktiv auszuleben.

Anregungen zur Beteiligung der Jugendlichen:

Projekt-/Aktionsplanung

Überlegen Sie gemeinsam mit den Jugendlichen, welche Projekte und Aktionen in der nächsten Zeit durchgeführt werden können. Hier können die Teilnehmer/-innen ihre eigenen Ideen einbringen und so das Profil des media.labs gestalten. Auch die gemeinsame Auswahl der Workshops kann Anregungen für neue Projekte bieten.

Auftritt in den sozialen Medien

Machen Sie beispielsweise die Betreuung der Online-Präsenz zu einem laufenden Projekt in Ihrem media.lab. Binden Sie die Jugendlichen aktiv in die Gestaltung der Inhalte der ausgewählten Kanäle ein und lassen Sie sie so Gleichaltrige für das media.lab gewinnen.

Partizipation an und Durchführung von Veranstaltungen

Ermutigen Sie die Jugendlichen auch zu einer öffentlichen Präsentation z.B. von fertigen Filmprojekten oder fordern Sie sie auf, gemeinsam einen „Tag der offenen Tür“ im media.lab zu organisieren. Dazu gehört das Schreiben von Einladungen, das Kommunizieren mit der Presse und die Planung des Ablaufs – natürlich ist hierbei auch die Unterstützung der Ehrenamtlichen wichtig.



2. Ehrenamtliche gewinnen und unterstützen

Um erfolgreich ein nachhaltiges Angebot im media.lab aufzubauen, benötigen die Hauptamtlichen motivierte Mitstreiter/-innen, die die Projekte der Jugendlichen aktiv unterstützen. Natürlich können diese Ehrenamtlichen auch unterschiedliche Rollen der Betreuung einnehmen, sodass sich bestenfalls ein Team mit verschiedenen Kompetenzen bildet. Eine besondere Qualifizierung wie z. B. ein pädagogischer Hintergrund ist für das Engage-

ment im media.lab nicht erforderlich, da die Ehrenamtlichen regelmäßig auf Weiterbildungen qualifiziert werden. Wichtiger sind Einsatzbereitschaft und eine langfristige Beteiligung am Projekt, denn eine kontinuierliche Betreuung ist sehr förderlich für den Erfolg eines media.labs – im besten Falle werden die Ehrenamtlichen auch zu Bezugspersonen für die Jugendlichen, die sie Woche für Woche beim Umgang mit den Medien unterstützen.

Tipps für einen Aufruf:

Geben Sie bei Ihrer Suche nach passenden Ehrenamtlichen Folgendes mit an:

- Wieso ist meine Einrichtung interessant für Ehrenamtliche?
- Welches besondere Talent wird für die Aufgaben gesucht? Beispiele: gute Beziehung zu Jugendlichen, Affinität zu digitalen Medien, Teamgeist etc.
- Möglichst präzise Beschreibung der Aufgabe, z. B. Dauer und Umfang des Einsatzes



Eine ehrenamtliche Tätigkeit sollte vor allem Spaß machen: Motivieren Sie potentielle Ehrenamtliche, indem Sie ihnen zeigen, dass die Betreuung Ihres media.labs eine sinnvolle und kurzweilige Freizeitbeschäftigung ist.

2.1. Geeignete Ehrenamtliche finden

Die Betreuung von bildungsbenachteiligten Kinder und Jugendlichen kann eine anspruchsvolle Aufgabe sein, denn sie erfordert sowohl Feingefühl als auch die Bereitschaft, sich auf die Lebenswelt der Jugendlichen einzulassen. Aufgrund dessen kann es sich lohnen, zunächst Personen auf die Mitarbeit am media.lab anzusprechen, die bereits Erfahrung im Umgang mit Jugendlichen haben. Aber auch Ehrenamtliche, die sich nah an der Altersgruppe befinden wie z. B. junge Studierende der pädagogischen oder medienzentrierten Fächer können sich als Betreuer/-innen eines media.labs sehr eignen. Es ist ebenso möglich, dass sich erfahrene Personen aus der Leseförderung im media.lab engagieren und zusätzlich zu den Medienprojekten z. B. verschiedene Vorleseformate für Jugendliche entwickeln möchten, um ihnen den Einstieg ins Lesen zu erleichtern. Natürlich ist es

auch lohnend, wenn Sie für bestimmte Projekte im media.lab Experten in die ehrenamtliche Betreuung einbinden, die sich z. B. besonders gut in Fotografie oder Tonaufnahme auskennen. Auch technisch Erfahrene können bei der Betreuung der Medienangebote eine große Hilfe sein.

Gezielte Suche

Identifizieren Sie die gewünschte Ehrenamts-Zielgruppe. Wünschen Sie sich z. B. junge Menschen, die noch nah an der Medien- und Lebenswelt der Jugendlichen sind, als Ehrenamtliche? Dann suchen Sie den Kontakt zu Universitäten und Hochschulen. Möchten Sie auch Vorlese-Angebote für die Jugendlichen umsetzen? Vorlesepaten finden Sie häufig über Bibliotheken.

Online-Aufrufe

Nutzen Sie Ihre eigene Webseite, soziale Medien und passende Foren für Ihre

Suche. Online erreichen Sie am besten diejenigen, die eine gewisse Affinität zu digitalen Medien mitbringen.

Unterstützung bei der Suche

Hilfe bei der Suche nach Ehrenamtlichen erhalten Sie z. B. bei Freiwilligenagenturen, Medienzentren, Ehrenamtsbörsen oder Bürgerstiftungen in Ihrer Region.

Direkte Ansprache bei Veranstaltungen

Besuchen Sie passende Veranstaltungen vor Ort, um Ihr media.lab dort vorzustellen (z. B. Schulfeste).

Suche im Bekanntenkreis

Greifen Sie auf bestehende Kontakte zurück. Wenn Sie einander bereits kennen und vertrauen, erleichtert dies die Kommunikation.

2.2. Ehrenamtliche unterstützen

Eine fruchtbare Zusammenarbeit von Bündnispartnern und Ehrenamtlichen bildet die Basis eines Bündnisses. Regelmäßiger Austausch und gemeinsames, konstruktives Arbeiten an eventuell auftretenden Schwierigkeiten schützt dabei beide Seiten vor Frustrationen und ermöglicht ein langfristig anhaltendes Engagement.

Tipps für die dauerhafte Unterstützung der Ehrenamtlichen

Miteinander sprechen

Führen Sie zu Beginn der Zusammenarbeit mit jedem Ehrenamtlichen ein persönliches Gespräch, um wichtige Punkte in Ruhe zu besprechen und etwaige Fragen zur neuen Aufgabe zu klären – das schafft von Anfang an Sicherheit für beide Seiten.

Freiheiten lassen

Lassen Sie den Ehrenamtlichen in ihrer Arbeit eine gewisse Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit, damit sie mit ihren Stärken und Interessen

die Rolle als Ansprechpartner/-in für die Kinder und Jugendlichen ausfüllen können. Achten Sie nach Möglichkeit auch darauf, dass Ehrenamtliche nicht überfordert werden.

Inhalte festlegen

Wichtige Faktoren der Zusammenarbeit sollten im Vorhinein geklärt werden, z. B. die Dauer und Regelmäßigkeit der ehrenamtlichen Tätigkeit, die Fähigkeiten und Erwartungen der Ehrenamtlichen etc.

Erweitertes Führungszeugnis einholen

Wir empfehlen, dass die Ehrenamtlichen vor ihrem Einsatz im media.lab ein erweitertes polizeiliches Führungszeugnis (siehe [Anhang](#)) beantragen und dieses den lokalen Bündnispartnern vorweisen. Um die Kooperation mit den Ehrenamtlichen verbindlich zu „besiegeln“, können die lokalen Bündnispartner außerdem eine schriftliche Vereinbarung mit ihnen treffen.

Im Team arbeiten

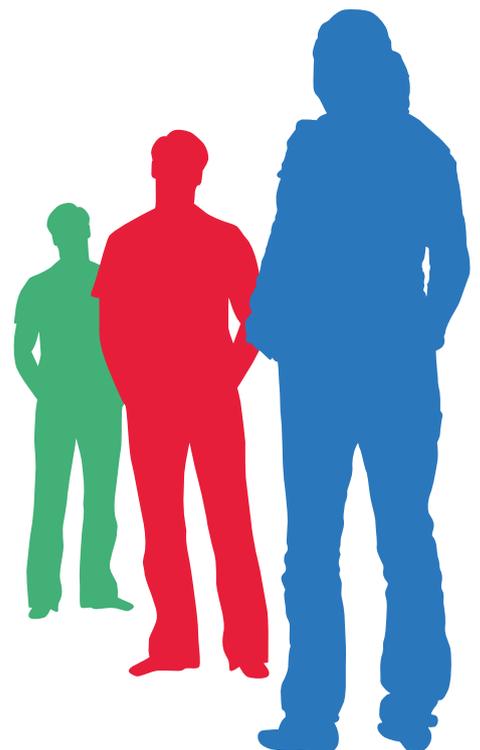
Führen Sie regelmäßige Teamtreffen mit den Ehrenamtlichen des media.labs durch. Solche Anlässe sorgen nicht nur für eine gute Abstimmung aller Beteiligten, sondern stärken auch das Bewusstsein für das gemeinsame Ziel, das media.lab erfolgreich umzusetzen.

Feedback geben und annehmen

Natürlich können sich auch die Jugendlichen selbst mit Kritikpunkten und Lob an die Betreuer/-innen wenden. Bieten Sie hierfür eine Plattform z. B. für regelmäßige Feedback-Gespräche an, damit eine offene und konstruktive Atmosphäre im media.lab gewahrt wird und die Ehrenamtlichen im Idealfall den Dank der Jugendlichen für Ihren Einsatz direkt in Empfang nehmen können.

Experten einbinden

Seien Sie offen für Vorschläge der Ehrenamtlichen, die z.B. die Einbindung von Experten erfordern: Es kann für alle Beteiligten lohnend sein, bei den Projekten Unterstützung von fachlicher Seite zu erhalten. Helfen Sie den Ehrenamtlichen dabei, z.B. technisch Erfahrene ausfindig zu machen und auf die Möglichkeit anzusprechen, das media.lab beim betreffenden Projekt zu unterstützen. Ein guter Ansprechpartner sind oftmals Medienzentren, die über erfahrene Medienpädagogen/-innen verfügen.



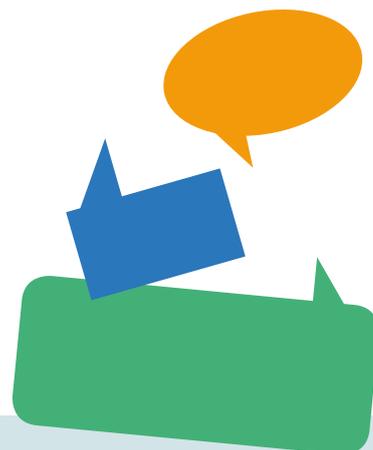
3. Zielgruppenansprache und Öffentlichkeitsarbeit

3.1. Ansprache der Jugendlichen

Ein media.lab als Angebot zur Lese- und Medienförderung entsteht und wächst durch die Jugendlichen, die dieses Angebot für sich nutzen. Für einige Jugendliche bedeutet Lesen jedoch Anstrengung und Druck, weil es häufig mit Schule und Lernen in Verbindung gebracht wird. Daher ist es insbesondere für diese Zielgruppe wichtig, dass Sie bei der Kommunikation des Angebots den Freizeitcharakter und den Aspekt der digitalen Medien in den Vordergrund stellen: Zeigen Sie, dass es um viel mehr geht – das Lesen geschieht ganz nebenbei! Was macht IHR media.lab zu einem attraktiven Freizeitangebot?

Vorschläge für die Zielgruppenansprache:

- Suchen Sie bekannte Treffpunkte von Jugendlichen auf, um direkt für das Angebot zu werben.
 - Legen Sie in umliegenden Schulen und Freizeiteinrichtungen die media.lab-Flyer aus und hängen Sie Plakate auf.
 - Richten Sie bereits im Vorfeld des Angebots Auftritte in den sozialen Medien ein. Geben Sie Einblicke in angedachte Aktionen und machen so Kinder und Jugendliche neugierig auf das Angebot. Wichtige Hinweise zur Nutzung sozialer Netzwerke finden Sie im nächsten Abschnitt.
- Nutzen Sie Ihr Partnernetzwerk, um die Zielgruppe direkt auf das Angebot aufmerksam zu machen (z. B. Teilnahme an Informationsveranstaltungen in Schulen).
 - Veranstalten Sie einen „Tag der offenen Tür“ im media.lab und laden Sie hierzu viele Jugendliche ein.



Den Peergroup-Effekt nutzen: Teilnehmer werben Teilnehmer

Binden Sie die Teilnehmer/-innen aktiv mit ein, um bei anderen Jugendlichen für die Teilnahme am media.lab zu werben. Planen Sie sie beispielsweise gemeinsam mit den Jugendlichen die Werbemaßnahmen in den sozialen Medien und lassen Sie Videos/ Bilder und ähnliche Produkte für den Auftritt des media.labs auf Online-Plattformen erstellen. So kann das Angebot zu „ihrem“ media.lab werden. Ermutern Sie die Kinder und Jugendlichen auch dazu, eigene Freunde einzuladen („Bring a Friend“-Prinzip). Lassen Sie sie z.B. die Flyer der media.labs dazu nutzen!



3.2. Kommunikation auf allen Kanälen

Onlinepräsenz Ihres media.labs

Gerade für media.labs ist eine gelungene Präsentation im Internet wichtig. Darüber können Sie potentielle Teilnehmer/-innen und Ehrenamtliche gewinnen, die eigenen Projekte präsentieren und mit Interessierten in Kontakt treten.

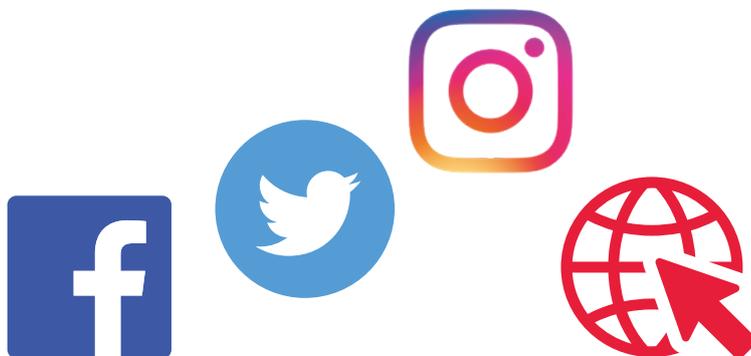
Präsentation auf Ihrer Internetseite

Der erste Schritt einer funktionierenden Online-Kommunikation des Angebots ist die Präsenz des media.labs im Internetauftritt Ihrer Einrichtung. Präsentieren Sie das media.lab immer mit Erwähnung sowie den Logos des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ auf Ihrer Institutionswebseite und verlinken Sie auch auf die Seite www.media-labs.info. Wenn Ihre Einrichtung sich online als Teil eines bundesweiten Förderprogramms präsentiert, können Sie dadurch auch für Ihre anderen Bildungsangebote eine erhöhte Sichtbarkeit erreichen. Die Online-Vorstellung des media.lab-Projekts der Stiftung Lesen im Rahmen von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ wird vom Bildungsministerium erwartet.

Soziale Netzwerke nutzen

Möchten Sie zusätzlich soziale Medien wie z. B. Facebook, Youtube, Twitter oder Instagram nutzen, um die Reichweite Ihres Online-Auftritts zu verbessern? Hierbei ist es wichtig, vorab einige Fragen zu klären: Welche dieser Seiten passt am besten zu Ihrer Institution? Wer ist für die Pflege der Seite verantwortlich? Kann die Aufgabe vielleicht selbst von den Jugendlichen übernommen werden? Wozu soll der Social Media-Auftritt dienen (z. B. Veranstaltungsankündigungen, Zielgruppenansprache und/oder Präsentation vergangener Aktionen)? Die genannten Online-Plattformen werden im Alltag aktiv von den Jugendlichen genutzt, daher kann durch eine gelungene Präsentation die Bekanntheit Ihres Angebots deutlich erhöht werden.

Als Beispiele finden Sie hier die Facebook-Seite und den Instagram-Account der Stiftung Lesen, über die Sie sich gern ebenfalls mit uns vernetzen können.



Europäische Datenschutz-Grundverordnung

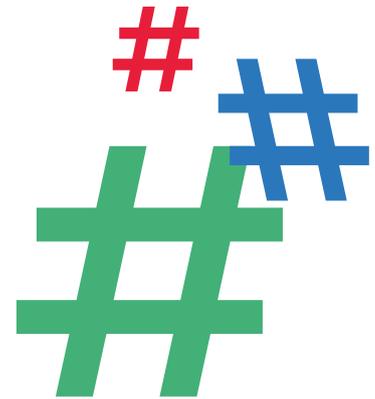
Bitte klären Sie vor dem Hochladen von Dateien datenschutzrechtliche Fragen, da mit Inkrafttreten der EU-DSGVO verschärfte Bedingungen gelten. So sollten Sie z. B. auf die Veröffentlichung von Bildern verzichten, auf denen die Gesichter von Personen zu erkennen sind, es sei denn, Sie haben deren Einverständnis zur Veröffentlichung schriftlich eingeholt. Eine Vorlage für die Einverständniserklärung finden Sie im Anhang.

Hashtags nutzen

Binden Sie bei der Präsentation auf Instagram und Twitter auch sog. Hashtags in Ihren Beitrag ein. Diese werden einfach am Ende Ihrer Textbeschreibung durch ein Rautenzeichen und den passenden Begriff eingefügt. Dadurch kann Ihr Beitrag auch auf der sog. Social Wall auf www.media-labs.info eingebunden werden und erreicht mehr Sichtbarkeit.

Das heißt, bei der Einbindung der Hashtags **#slmedialabs**, **#stiftunglesen** und **#kulturmachtstark** erklären Sie sich einverstanden damit, dass Ihr Beitrag auch auf www.media-labs.info erscheint.

Bei Fragen hierzu können Sie sich gern an uns wenden.



Das passiert in unseren #Leseclubs und #medialabs!

Gemeinsam Spielen und Neues entdecken
#slmedialabs Die Sekundarschule und die Lebendige Bibliothek haben einen Treffpunkt für alle Kirchtellener Jugendlichen eröffnet. **#medialab** ist ein neues Konzept, das Medienkompetenz fördert. Was es damit auf sich hat und was Kinder hier erwarten dürfen, erfährt ihr hier:



Ein Treffpunkt für Kirchtellener Jugendliche - Kirchtellen.Online

[nbsp] Ein neuer Treffpunkt für Kirchtellener Jugendliche wurde gestern (8.1.) in der Sekundarschule eröffnet. Das **#medialab** ist eine neues Konzept der Stiftung Lesen, das die Medienkompetenz und Lesemotivation von Jugendlichen steigern soll. Im…

KIRCHTELLENONLINE



Neues **#medialab** in Wunstorf eröffnet!



Die Bibliothek am Hölty-Gymnasium in Wunstorf freut sich über viele Interessierte am Projekt! Zusammen mit dem Medienzentrum Hannover finden wöchentliche Treffen für Kinder und Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren statt.

Als „eine ganz eigene neue Schule“ bezeichnete der Bundestagsvizepräsident die Neue IGS.



Thomas Oppermann besucht Leseclub in der Neuen IGS

Bundestagsvizepräsident Thomas Oppermann besucht Leseclub in der Neuen Integrierten Gesamtschule (IGS) Göttingen.

GOETTINGER-TAGEBLATT.DE



Bericht über den Besuch unseres Leseclubs von dem Bundestagsabgeordneten Michael Thews. <https://michael-thews.com/2018/12/17/lesefreude-ist-voraussetzung-fuer-ein-erfolgreiches-leben-thews-besucht-den-leseclub-des-alevitischen-kulturzentrum/>

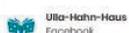


Die erste Woche nach den Ferien ist fast zu Ende. Wir sind fleißig tolle Projekte am planen. Heute stand die Planung der Leseclubaktionen auf dem Plan. Wir freuen uns auf das kommende Jahr mit euch.

#leseclub **#nurhitz** **#sjkliefalke**
#falkengalsenkirchen **#kinder** **#galsenkirchen**
#lesen **#bücher**



Der letzte **#Leseclub** **#digido** vor den **#Weihnachtsferien**. Wir haben **#Kekse** mit unseren selbst designten **#Ausstechformen** gebacken ☺ (g) **#ullahahnhaus** **#leseclubs** **#stiftunglesen** **#cookiecater** **#3dldruck** **#lecker** **#weihnachtsbäckerei** **#manheimamrhein**



Arbeiten Sie mit folgenden Hashtags:

#slmedialabs
#stiftunglesen
#kulturmachtstark

Ein Ausschnitt aus unserer Social Wall mit Beiträgen von Leseclubs und media.labs

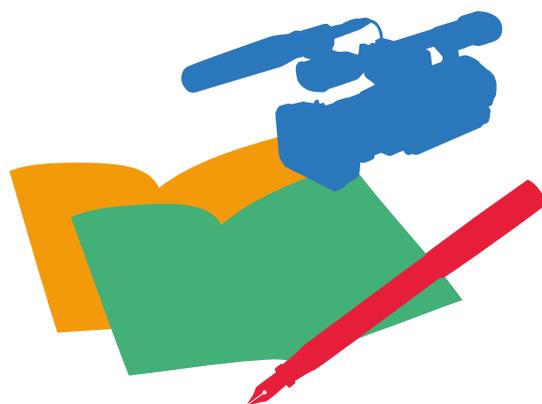
Zusammenarbeit mit der Presse

Sprechen Sie auch die Presse an und präsentieren Sie das media.lab als ein innovatives neues Angebot im Sozialraum.

- Nehmen Sie frühzeitig Kontakt zu örtlichen Zeitungen und Online-Medien auf, um Ihr media.lab-Angebot öffentlich zu machen.
- Gehen Sie aktiv auf Pressevertreter zu, wenn Ihr media.lab eine öffentlichkeitswirksame Aktion oder (Eröffnungs-)Feier plant. Hierfür können Sie gern die Vorlage für eine Presseeinladung nutzen, die Sie im Anhang finden.

- Gewinnen Sie die Presse als langfristigen Partner! Über die Presse können Sie nicht nur geplante Aktionen bewerben oder von vergangenen Aktionen berichten, sondern auch in Kleinanzeigen o. Ä. nach Ehrenamtlichen suchen.

- Unterstützen Sie die Presse bei der Erstellung von Artikeln o. Ä. zum media.lab (Vorlagen für Pressemitteilungen finden Sie im Anhang).



Information zur Erstellung eigener Materialien

Bitte beachten Sie, dass bei allen von Ihnen erstellten Materialien zum media.lab immer die **Logos von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“** sichtbar platziert sein müssen.

Orientieren Sie sich darüber hinaus bitte am farblichen Corporate Design und den Vorgaben des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ und nutzen Sie auch gern die dafür erstellten Silhouetten.

Alle benötigten Dateien finden Sie auf www.leseclubs.de/medialabs/materialien/ zum Download. Natürlich freuen wir uns, wenn Sie darüber hinaus auch das Logo der Stiftung Lesen und das Projektlogo der media.labs unterbringen können.



media.labs
storys, apps & du

Stiftung Lesen

3.3. Eine Eröffnungsveranstaltung planen

Nachdem alle Vorbereitungen abgeschlossen sind und Sie Ehrenamtliche und erste Teilnehmer/-innen für das Angebot gewonnen haben, können Sie zur feierlichen Eröffnung des media.labs eine offizielle Auftaktveranstaltung planen, um noch mehr Menschen darauf aufmerksam zu machen. Laden Sie dafür die Presse, viele Besucher und nach Möglichkeit auch (lokale) Prominenz in Ihr media.lab ein. Veranstaltungen geben den Teilnehmer/-innen

die Möglichkeit, erste Projekte aktiv zu präsentieren: Lassen Sie sie als Programmpunkt bei der Eröffnung ihre entstandenen Werke (z. B. Filmtrailer, Teilnehmer-Collage etc.) selbstständig vorstellen.

Zielsetzung: Erzeugen Sie Aufmerksamkeit für Ihr neues Angebot!

Eine große Eröffnungsveranstaltung vor Ort weckt die Neugier der Ziel-

gruppe (z. B. durch ein im Vorhinein kommuniziertes Mitmach-Angebot vor Ort) und erhöht die Sichtbarkeit des media.labs nach außen (z. B. über einen nachträglich erscheinenden Presseartikel), sodass auch potentielle Ehrenamtliche darauf aufmerksam werden können.

Ein Musterprogramm für eine media.lab-Eröffnungsveranstaltung finden Sie im Anhang.

Tipps für Ihre Veranstaltungsplanung:

Zeitpunkt der Veranstaltung

Ist der media.lab-Raum vollständig ausgestattet und stehen genug Helfer vor Ort zur Verfügung?

Ehregast

Sprechen Sie z. B. Lokalpolitiker, Autor/-innen oder Youtube-Stars an und erläutern Sie ihnen den Mehrwert, den das media.lab im Sozialraum bietet. Je bekannter der geladene Ehregast bei der jugendlichen Zielgruppe ist, desto stärker ist natürlich die Aufmerksamkeit.

Einladen der Zielgruppe

Nutzen Sie für die Einladung zur Veranstaltung Ihre Webseite sowie soziale Medien und verteilen Sie Flyer und Plakate im Umkreis.

Presseeinladung

Laden Sie ca. eine Woche vor der Veranstaltung die Presse offiziell ein (Vorlage im Anhang).

Einwilligungserklärung der Eltern und Jugendlichen

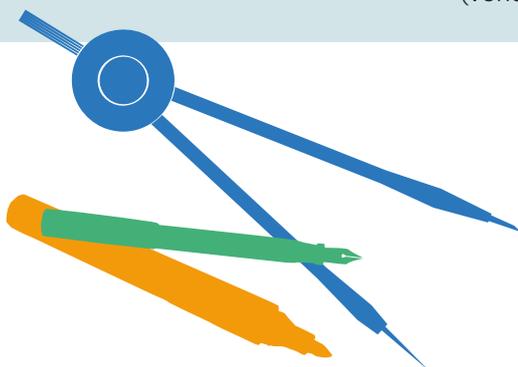
Diese muss für die Veröffentlichung von Bild-, Ton- und Videoaufnahmen rechtzeitig vor der Veranstaltung eingeholt werden (Vorlage im Anhang).

Grußwort

Die Stiftung Lesen kann i. d. R. leider nicht persönlich teilnehmen. Daher ist es Aufgabe der lokalen Bündnispartner darzustellen, dass das media.lab zusammen mit der Stiftung Lesen im Rahmen des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ eingerichtet und betrieben wird.

Partizipatives Schnupper-Angebot

Sind viele neue Jugendliche anwesend, lohnt sich vielleicht auch ein kleines Projekt zum Mitmachen wie z. B. ein gemeinsamer Videowalk durch die Einrichtung?



4. Rechtliche Hinweise und Hilfen zur Dokumentation

4.1. Förderrechtliche Rahmenbedingungen

Die Angebote im media.lab unterliegen einigen Voraussetzungen, die notwendigerweise erfüllt werden müssen. Die wichtigsten Aspekte eines media.labs im Rahmen von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ sind die Freiwilligkeit und Freizeitorientierung des außerschulischen Angebots.



Außerunterrichtlichkeit

Schulen können prinzipiell Bündnispartner eines media.labs sein, sofern die Umsetzung der Angebote außerunterrichtlich und mit Unterstützung eines außerschulischen Bündnispartners erfolgt. In der Förderrichtlinie des Programms können Sie in der „Definition außerschulischer Bildungsangebote“ (pdf) nachlesen, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, damit die Angebote des media.labs als außerschulisch gelten.

Freiwilligkeit der Teilnahme

Die Kinder und Jugendlichen müssen die Wahl haben, entweder am media.lab teilzunehmen oder stattdessen nach Hause zu gehen. Das heißt, eine Wahlmöglichkeit zwischen media.lab und AG-Angeboten in einer gebundenen Ganztagschule erfüllt dieses Kriterium nicht, da die Schüler/-innen nicht alternativ nach Hause gehen könnten.

Freizeitorientierung der Angebote

Die regelmäßigen Treffen im media.lab stellen attraktive und kostenlose Freizeitangebote dar. Die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen beschäftigen sich im freizeitlichen, spielerischen Rahmen mit den vorhandenen Medien. So hat das media.lab nicht die Funktion, z.B. für Referatsrecherchen oder eine ähnliche schulische Fördermaßnahme genutzt zu werden. Die freizeitlichen Angebote im media.lab müssen von derartigen Fördermaßnahmen immer klar abgrenzbar sein.

4.2. Projekte im media.lab

Projektbeispiele

Auf der Anwesenheitsliste, die die Ehrenamtlichen ausfüllen, sind „Aktionen“ aufzuführen. Aktionen im media.lab können voneinander abgrenzbare Gruppenangebote sein, bei denen Ehrenamtliche als Ansprechpartner zugegen sind und die Jugendlichen bei den einzelnen Projektschritten unterstützen. Natürlich ist es parallel ebenfalls möglich, dass manche Jugendliche sich im media.lab

einfach zum Lesen zurückziehen, wenn sie an den jeweiligen Projekten nicht mitwirken möchten. Hier einige Beispiele, wie Sie dokumentieren können:

- **Kurze Einzelprojekte:** Kurzprojekte, die innerhalb eines Treffens im media.lab abgeschlossen werden, können als eine Aktion dokumentiert werden.

- **Aufteilung eines größeren Projekts in einzelne Schritte:** Größere Projekte, die sich an mehreren Nachmittagen entwickeln, können in Arbeitsschritte eingeteilt werden. In der Anwesenheitsliste füllen Sie bitte immer einen Arbeitsschritt als eine Aktion aus.

Beispiel für Kurzprojekte:

Das media.lab-Treffen für 12- bis 14-Jährige

Covergestaltung

Gemeinsam möchten die Kinder und Jugendlichen ein Plakat für ihr media.lab erstellen und schießen dafür viele Fotos. Am Tablet fügen sie mit Hilfe des Betreuers/der Betreuerin einen Schriftzug ein und bearbeiten die Bilder gemeinsam.

Beispiel für mehrwöchige Projekte:

Poetry-Slam-Wettbewerb

Aktion Nr. 1 (Woche 1)

Die älteren Jugendlichen möchten einen kleinen Poetry Slam-Wettbewerb vor Ort veranstalten. Zuerst einigt man sich per Wahlverfahren auf ein Thema und legt fest, wer vortragen möchte.

Aktion Nr. 2 (Woche 2)

Nun geht die Vorbereitung los. Texte werden ausgewählt, jede/-r kann frei entscheiden, was er oder sie präsentieren möchte, oder etwas Eigenes schreiben.

Aktion Nr. 3 (Woche 3)

Nun geht es an die konkrete Planung der Veranstaltung, d. h. die Jugendlichen formulieren gemeinsam Einladungen für Freunde, Eltern und andere Interessierte.



4.3. Dokumentation der Angebote

Anwesenheitslisten

Die Aktionen und die Teilnehmer/-innen des media.labs müssen das gesamte Jahr über mithilfe von Anwesenheitslisten dokumentiert werden. Dort werden jedes Treffen und jeder Teilnehmer aufgeführt – bitte pflegen Sie diese Listen mit Sorgfalt und halten Sie auch Ihre Ehrenamtlichen dazu an, diese konsequent zu führen. Zuwendungsrechtliche Grundlage für die Förderung des media.labs über das Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ sind die geführten Anwesenheitslisten möglichst aller stattfindenden Angebote.

Jahresberichte

Zusätzlich zur Anwesenheitsliste benötigt die Stiftung Lesen für jedes Jahr einen Bericht vom media.lab, in dem dieses anhand von Leitfragen Einblick in seine Arbeit gewährt. Eine Vorlage für den Jahresbericht wird Ihnen in jedem Jahr im Herbst zur Verfügung gestellt. Die Einsendefrist ist stets der 31.01. des Folgejahres. Die Einreichung des Jahresberichts ist verpflichtend im Kooperationsvertrag festgehalten.

Bitte senden Sie uns Ihren Bericht pünktlich vor Ablauf der Frist per E-Mail an:

medialabs@stiftunglesen.de



Fristen für die Abrechnung der Aufwandsentschädigungen

Die ausgefüllten Anwesenheitslisten sind gebündelt halbjährlich bei der Stiftung Lesen im Original einzureichen, d. h. ab dem 1. Juli bzw. ab Mitte Dezember. Machen Sie sich Kopien der ausgefüllten Blätter für die eigene Dokumentation. Auf der Basis der eingereichten Anwesenheitslisten werden auch die Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche abgerechnet.

Die Vorlagen für die Anwesenheitsliste und die Abrechnung finden Sie im Anhang.

4.4. Versicherungsrechtliche Hinweise

Haftpflicht- und Unfallversicherung sind wichtige Themen, denen sich beide Bündnispartner am besten bereits widmen, bevor das media.lab mit seinen Angeboten startet. Die Gewährleistung der Versicherung für Betreuer/-innen und Teilnehmer/-innen ist Aufgabe der beiden lokalen Bündnispartner. Die hier aufgeführten Informationen gelten vorbehaltlich ihrer rechtlichen Aktualität und sind daher nur als hilfreiche Tipps zu verstehen – prüfen Sie bitte individuell, ob die Regelungen auf Ihr media.lab-Bündnis angewendet werden können.

Unfallversicherung für Kinder und Jugendliche in der Schule

Einige media.labs sind im außerunterrichtlichen Bereich an Schulen angesiedelt. Die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler sind – solange das media.lab zum organisatorischen Verantwortungsbereich der Schule gehört – automatisch gesetzlich unfallversichert. Umfassende Informationen hierzu finden Sie in der Broschüre „Zu Ihrer Sicherheit. Unfallversichert in der Schule“, die Sie auf der Internetseite des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales kostenlos herunterladen können:

www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/a402-unfallversicherung-schule.html

Unfallversicherung für Ehrenamtliche

Für die Unfallversicherung der Ehrenamtlichen gelten folgende Regelungen: Ehrenamtliche, die für Körperschaften des öffentlichen Rechts oder für öffentlich-rechtliche Religionsgemeinschaften und deren Einrichtungen tätig sind, sind in der gesetzlichen Unfallversicherung versichert. Darüber hinaus fallen alle im Bildungswesen engagierten Mitglieder unter die gesetzliche Unfallversicherung, sodass darüber auch Betreuer/-innen des media.labs abgesichert sein können. Weitere Informationen hierzu liefert Ihnen die Broschüre „Zu Ihrer Sicherheit. Unfallversichert im freiwilligen Engagement“, die Sie ebenfalls auf der Internetseite des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales herunterladen können:

www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/a329-zu-ihrer-sicherheit-unfallversichert-im-ehrenamt.html

Haftpflichtversicherung für Ehrenamtliche

Fragen Sie zunächst bei der jeweiligen Institution nach, ob möglicherweise bereits eine Gruppenversicherung über die Einrichtung besteht, denn auch im Ehrenamt gilt: Die Haftpflichtversicherung ist grundsätzlich eine private Versicherung. Einige Bundesländer haben jedoch auch für Ehrenamtliche eine Haftpflichtversicherung abgeschlossen. Da die Regelungen von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich sind, stellen viele Länder Online-Merkblätter zur Verfügung, die Ihnen Auskunft geben können.

Bestehende Versicherungen der Einrichtung prüfen

Grundsätzlich gilt: Das media.lab ist ein offizielles Angebot der lokalen Bündnispartner. Prüfen Sie daher zunächst, ob der Betrieb des media.labs über ggf. bereits bestehende Versicherungen Ihrer Einrichtung möglicherweise abgedeckt ist.

Wenn Sie sich unsicher sind, welche Regelung auf Sie zutrifft, können Sie sich an das Bürgertelefon des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales wenden und den vorliegenden Fall erläutern: Die zuständige Telefonnummer lautet 030 221 911 002.

Anhang:

Formulare und Mustervorlagen

Hier finden Sie eine Übersicht der Vorlagen und Dokumente für Ihre Arbeit im media.lab. Alle Mustervorlagen können Sie gern nach Ihren Bedürfnissen abändern. Die beschreibbaren PDF-Dokumente können Sie mit dem Programm „[Adobe Acrobat](#)“ am eigenen PC speichern und ausfüllen.

Übersicht:

1) Formulare zur Organisation und Dokumentation im media.lab

• Anwesenheitsliste für media.labs
• Hinweise zur Abrechnung der Aufwandsentschädigungen
• Abrechnung einer Aufwandsentschädigung für ehrenamtliches Engagement
• Vereinbarung mit ehrenamtlich Tätigen im media.lab
• Auswahlformular für Workshops

2) Formulare für Ehrenamtliche

• Merkblatt zur Aufsichtspflicht
• Antrag auf Erteilung eines erweiterten Führungszeugnisses (hier zum Online-Formular des zum Online-Formular des Justizministeriums, hier zum Merkblatt zur Erhebung von Gebühren für das Führungszeugnis, Stand 10/2018)
• Bescheinigung über ehrenamtliches Engagement im media.lab
• Nachweis für ehrenamtliche Tätigkeiten mit Bemerkungsfeld

3) Dokumente für die Öffentlichkeitsarbeit

• Muster Pressemitteilung zur media.lab-Neueröffnung
• Muster Presseeinladung zur media.lab-Neueröffnung
• Einverständniserklärung der Eltern zur Wahrung der Persönlichkeitsrechte
• Mustervorlage zur Gewinnung Ehrenamtlicher
• Mustervorlage Programm Auftaktveranstaltung



Anwesenheitsliste media.lab in Ort: _____ Einrichtung: _____ Liste-Nr.: _____

Datum (TT/MM/JJ)									
Uhrzeit (z. B. 14.00 – 15.30)									
Betreuer/-in/-nen (Name/-n)									
Aktion (Pflichtfeld, in Stichworten)									
Teilnehmer/-in (Name, Pflichtfeld)	Alter, m/w								
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									
9.									
10.									

Datum, Unterschrift aller genannten Betreuer/-innen

Datum, Unterschrift verantwortliche Ansprechperson des media.labs

Anmerkung zum Führen der Teilnehmerlisten in Bezug auf die EU-DSGVO: Bei den teilnehmenden Kindern ist die Angabe des Vornamens Pflicht (da von zuwendungsrechtlicher Seite Bedingung für die Förderung des Leseclubs). Weitere Angaben wie ein Kürzel des Nachnamens (z. B. Max. M.) sowie von Alter und Geschlecht sind freiwillig und helfen der Stiftung Lesen bei der Auswertung und Dokumentation des Projekts. Für die Stiftung Lesen hat der Datenschutz und verantwortungsvolle Umgang mit Ihren Daten im Einklang mit gesetzlichen Regelungen eine sehr hohe Bedeutung. Die in der DSGVO geforderte Information über die Verwendung personenbezogener Daten finden Sie in der Datenschutzerklärung auf www leseclubs.de.

Hinweise zur Abrechnung der Aufwandsentschädigung für ehrenamtliches Engagement im media.lab

Termine und Vorlagen

- **Abrechnungszeiträume** 2018-2022: jeweils **01.01. bis 30.6. sowie 01.07. bis 31.12.**
- media.labs sollten die Abrechnungen der jeweiligen Ehrenamtlichen möglichst gebündelt bei der Stiftung Lesen einreichen, für das erste Halbjahr immer ab dem 1. Juli, für das zweite Halbjahr möglichst bis Mitte Dezember oder alternativ bis Mitte Januar des Folgejahres.
- Die **Abrechnungsformulare und Anwesenheitslisten** müssen der Stiftung Lesen **im Original** vorliegen. Daher können ausschließlich auf dem **Postweg** eingehende Abrechnungen bearbeitet werden (an: Stiftung Lesen, Projekt „media.labs“, Römerwall 40, 55131 Mainz).
- Grundlage der Abrechnung sind die Vorlagen „**Abrechnung einer Aufwandsentschädigung für ehrenamtliches Engagement im media.lab ab 2018**“ sowie „**Anwesenheitsliste media.lab**“.
Die zur Verfügung stehenden Mittel können nur bei nachweislich erfolgtem Engagement im media.lab sowie nicht im Voraus ausbezahlt werden.
- Unterlagen können nur dann bearbeitet werden, wenn sie vollständig sind. Es können ausschließlich die auszufüllenden Vorlagen der Stiftung Lesen bearbeitet werden, d. h. keine eigenen Vorlagen der Bündnispartner.
- Die genannten Vorlagen stehen als beschreibbares pdf-Format zur Verfügung, d. h. sie sollten am PC ausgefüllt, ggf. abgespeichert, ausgedruckt und unterschrieben werden. Bitte machen Sie sich für eventuelle Rückfragen immer von allen Unterlagen eine Kopie.

Maximalbeträge und steuerlich-rechtliche Aspekte

- **Pro Person** können **max. 300,- Euro pro Halbjahr** abgerechnet werden, d. h. für ein ganzes Jahr max. 600,- Euro. Höhere Pauschalen sind nicht möglich.
- **Pro media.lab** können in der Summe **max. 1.000,- Euro pro Jahr** an Pauschalen für ehrenamtliches Engagement ausgezahlt werden. Über diesen Betrag hinausgehende Abrechnungen können ggf. nicht ausgezahlt werden.
- Die Entscheidung, welche/r Ehrenamtliche/r welche Pauschale mit der Stiftung Lesen abrechnet (d. h. 200,- Euro oder 300,- Euro pro Halbjahr), sollte der Ansprechpartner der Einrichtung am media.lab-Standort einvernehmlich mit den Ehrenamtlichen festlegen. Die Zuordnung einer Pauschale sollte mit dem auf dem Abrechnungsformular genannten, kalkulatorischen Wert von 5,- Euro pro Stunde Engagement korrelieren. D. h.: 200,- Euro entsprechen ca. 40 Stunden Engagement (z. B. für 30 Stunden Betreuung im media.lab, 8 Stunden Vorbereitung von Aktionen, 2 Stunden Teamsitzung), 300,- Euro entsprechen ca. 60 Stunden Engagement im Halbjahr.
- Ehrenamtlich tätige Menschen dürfen als Entschädigung für freiwillig geleistete Arbeit pro Jahr 720,- Euro steuerfrei einnehmen (siehe www.ehrenamt-deutschland.org/verguetung-aufwandsentschaedigung/ehrenamtspauschale.html).
- Zur eventuellen Anrechnung erhaltener Aufwandsentschädigungen bei Bezug von Arbeitslosengeld 1 siehe www.ehrenamt-deutschland.org/verguetung-aufwandsentschaedigung/arbeitslosengeld-1.html, bei Bezug von Arbeitslosengeld 2 (Hartz IV) siehe www.ehrenamt-deutschland.org/verguetung-aufwandsentschaedigung/arbeitslosengeld-1.html. Ehrenamtliche sollten sich im Einzelfall vorab bei der für sie zuständigen Agentur für Arbeit erkundigen, damit Leistungen möglichst nicht gekürzt werden.

Grundlagen der Abrechnung

- Die Stiftung Lesen kann verfügbare Gelder nur direkt an die Ehrenamtlichen auszahlen, d. h. eine Weiterleitung an die Bündnispartner zur Auszahlung durch diese ist nicht möglich.
- Das anzugebende Konto (IBAN erforderlich) muss ein persönliches Konto der abrechnenden Person sein, Überweisungen auf Konten anderer Personen sind nicht möglich.
- Als Abrechnungsnummer ist die dem media.lab mitgeteilte Kostenstelle sowie eine aufsteigende Nummer der Abrechnung für den jeweiligen media.lab sowie das Jahr anzugeben. Beispiel einer Nummernfolge für 2018 und 2019: 6000 / 1/18; 6000 / 2/18; 6000 / 3/18; 6000 / 1/19; 6000 / 2/19.
- Hauptbestandteil der Abrechnungen ist die über Anwesenheitslisten nachzuweisende Betreuung der Kinder während der Aktionen im media.lab.
- Zusätzlich kann, sofern ein/e Ehrenamtliche/r das media.lab z. B. wöchentlich jeweils eineinhalb Stunden betreut, für eine Stunde pro Woche eine Aufwandsentschädigung für die Vorbereitungszeit der Aktionen einkalkuliert werden. Vorbereitungszeiten müssen nicht im Einzelnen nachgewiesen werden und sind mit einer Stundenanzahl im entsprechenden Feld auf dem Abrechnungsformular einzutragen.
- Zudem kann jede/r Ehrenamtliche für zwei Stunden pro Quartal eine Aufwandsentschädigung für die Teilnahme an einer Teamsitzung ansetzen. Teamsitzungen inkl. ihrer Teilnehmer sind auf der Anwesenheitsliste mit einzutragen (betrifft Felder „Datum“, „Uhrzeit“, „Betreuer/in/nen“ sowie „Aktion“ (= Teamsitzung).
- Für die Teilnahme an Weiterbildungen der Stiftung Lesen können keine Aufwandsentschädigungen abgerechnet werden.
- Die lokalen Bündnispartner sollten anstreben, ein Team von 2 Ehrenamtlichen, die sich regelmäßig im media.lab engagieren, zusammenzustellen.
- Im Sinne des Teamgedankens und der gegenseitigen Unterstützung der Ehrenamtlichen, v. a. auch in der Anfangsphase des Projekts, ist es möglich, größere Gruppen von Kindern und Jugendlichen bei Bedarf zu zweit betreuen und die entsprechenden Aufwandsentschädigungen dafür abzurechnen. Gruppen im media.lab sollten grundsätzlich, je nach Aktion, aus 5 bis 10 Kindern/Jugendlichen bestehen.

Wer kann eine Aufwandsentschädigung für ehrenamtliches Engagement abrechnen?

- Bis auf einzelne Ausnahmen können Aufwandsentschädigungen für ehrenamtliches Engagement nur an Personen ausgezahlt werden, die mit den lokalen Bündnispartnern nicht bereits im Rahmen von Anstellungs- oder Honorarverträgen verbunden sind. Mögliche Ausnahmen: Teilzeitkräfte der Bündnispartner können Aufwandsentschädigungen abrechnen, sofern ihre reguläre Tätigkeit in Bezug auf den Inhalt, Umfang und Ort klar von der ehrenamtlichen Tätigkeit abgrenzbar ist und sie max. 20 Stunden pro Woche im Angestelltenverhältnis für den jeweiligen Bündnispartner tätig sind.
- Beispiele: Ein/e Schulsozialarbeiter/in betreut zusätzlich ehrenamtlich das media.lab. Sofern Sie an der Schule max. für 20 h/Woche angestellt ist und Aufgaben zur Leseförderung nicht zu ihren regulären Tätigkeiten gehören, kann Sie für die ehrenamtliche media.lab-Betreuung eine Aufwandsentschädigung abrechnen. Der Arbeitgeber sollte über die Ausübung dieser Nebentätigkeit informiert sein.
Ein/e Mitarbeiter/in eines Jugendzentrums betreut außerhalb der Arbeitszeit am Nachmittag das media.lab in den eigenen Räumen. Eine Abrechnung von Aufwandsentschädigungen ist hier i. d. R. nicht möglich, da die Tätigkeiten schwierig voneinander abzugrenzen sind.
- Hauptamtliche Vollzeitkräfte der Bündnispartner können grundsätzlich keine Aufwandsentschädigungen abrechnen bzw. erhalten.

Vereinbarung mit ehrenamtlich Tätigen im media.lab

zwischen

Name der Einrichtung/des media.labs:

Anschrift:

Vertreten durch:

und

Name der/s ehrenamtlich Tätigen:

Anschrift:

Gegenstand der Vereinbarung

Der Einsatz als ehrenamtliche/r Betreuer/-in im Projekt „media.labs – storys, apps und du“ erfolgt freiwillig und auf Basis einer Aufwandsentschädigung. Bei dieser Tätigkeit handelt es sich nicht um ein Arbeitsverhältnis. Dieses wird hiermit auch nicht begründet.

Der Aufgabenbereich der/des ehrenamtlich Tätigen umfasst folgende Tätigkeiten:

- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Angeboten für Kinder und Jugendliche im media.lab.
- *usw. usw. (vor Ort ergänzen)*

Die Einrichtung/das media.lab gewährleistet:

- Einarbeitung in den Aufgabenbereich
- Fachliche Begleitung
- Freistellung für die Weiterbildungen der Stiftung Lesen im Rahmen des Leseclubs
- Regelmäßigen Erfahrungsaustausch/Feedback-Gespräche
- Versicherungsschutz für Ehrenamtliche
- Aufwandsentschädigung

Die/der ehrenamtlich Tätige sichert zu:

- Positive Repräsentanz des Leseclubs nach außen
- Zeitnahe Information an die Einrichtung/das media.lab im Fall der Verhinderung
- Teilnahme an den Weiterbildungen der Stiftung Lesen
- Stillschweigen wahren gegenüber Dritten über Interna der Einrichtung/des media.labs
- Beachtung der Hausordnung
- Keine Aussagen ggü. der Presse zu treffen, die nicht mit der Einrichtung abgesprochen sind

Ort, Datum, Stempel, Unterschrift
media.lab-Einrichtung

Ort, Datum, Unterschrift
ehrenamtlich Tätige/r



Auswahl von media.labs-Workshops

Die Workshops der Stiftung Lesen vermitteln Kindern und Jugendlichen im Alter von 12-18 Jahren praktische Kenntnisse und fördern die kreative Beschäftigung mit den unterschiedlichen Medien. Um sich für ein passendes Angebot anzumelden, können Sie als Ansprechpartner/-in gemeinsam mit den Kindern und Jugendlichen des media.labs die Workshop-Übersicht auf unserer Webseite sichten und sich die Wunsch-Nummern im vorliegenden Formular notieren. Referent/-innen der Stiftung Lesen setzen die Angebote vor Ort in Ihrem media.lab um. An den Workshops können auch ehrenamtliche Betreuer/-innen teilnehmen, um die Impulse ggf. in darauf folgenden Gruppentreffen umzusetzen.

Workshop-Übersicht

Die Online-Übersicht mit allen aktuellen Workshop-Angeboten finden Sie auf unserer Webseite unter www leseclubs.de/medialabs/workshops-fuer-kinder-und-jugendliche/

Die Workshops dauern je nach Format und Absprache einen halben bis anderthalb Tage. An einem Workshop sollten ca. 15 Kinder und/oder Jugendliche teilnehmen.

Nachdem Sie uns dieses Formular an medialabs@stiftunglesen.de gesandt haben, meldet sich der/die Referent/-in innerhalb von ca. zwei Wochen bei Ihnen, um detaillierte Absprachen zu treffen.

Workshop-Auswahl

Workshop	Workshop-Nummer	Termine	Geschätzte Anzahl Kinder und Jugendliche	Geschätzte Anzahl Betreuer/-innen	Dauer (falls wählbar)
Wunsch 1		Wunschtermin:			
		Ausweichtermin:			
Wunsch 2		Wunschtermin:			
		Ausweichtermin:			

Angaben zum media.lab

Name der Einrichtung: _____

Adresse media.lab/Veranstaltungsort (ggf. Raum): _____

Name Ansprechpartner/Bearbeiter: _____

Kontaktdaten (E-Mail, Telefon): _____

Merkblatt zur Aufsichtspflicht

Was bedeutet Aufsichtspflicht?

Aufsichtspflicht heißt in erster Linie, dass alle Betreuer des media.labs Verantwortung für die Kinder und Jugendlichen ihrer Gruppe übernehmen. Konkret heißt das, dass die den Betreuenden anvertrauten Minderjährigen vor Schäden jeglicher Art bewahrt werden müssen: vor körperlichen, seelischen und gesundheitlichen Schäden des Kindes/Jugendlichen selbst, die durch sich selbst oder Dritte verursacht werden könnten, sowie vor Sachschäden.

Die Aufsichtspflicht beginnt in der Regel mit der festgelegten Betreuungszeit, für die die Betreuenden die Verantwortung übernommen haben. Hin- und Rückweg der Teilnehmer/-innen fallen **nicht** unter diese Aufsichtspflicht, sondern zählen zur Verantwortlichkeit der Eltern (sofern diesbezüglich keine besonderen Vereinbarungen getroffen wurden). Dennoch sollten z. B. nach dem media.lab-Treffen von den Eltern ggf. nicht abgeholt Kinder oder Jugendliche nicht alleine gelassen werden. Der Schutz der Teilnehmer/-innen ist das oberste Gebot der Aufsichtspflicht.

Gesetzliche Grundlage: Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), § 832: Haftung des Aufsichtspflichtigen

§ 832 BGB, Haftung des Aufsichtspflichtigen

- (1) Wer kraft Gesetzes zur Führung der Aufsicht über eine Person verpflichtet ist, die wegen Minderjährigkeit oder wegen ihres geistigen oder körperlichen Zustands der Beaufsichtigung bedarf, ist zum Ersatz des Schadens verpflichtet, den diese Person einem Dritten widerrechtlich zufügt. Die Ersatzpflicht tritt nicht ein, wenn er seiner Aufsichtspflicht genügt oder wenn der Schaden auch bei gehöriger Aufsichtsführung entstanden sein würde.
- (2) Die gleiche Verantwortlichkeit trifft denjenigen, welcher die Führung der Aufsicht durch Vertrag übernimmt.

Unmittelbar gesetzlich geregelt ist daher lediglich die Frage, wer nach einer Aufsichtspflichtverletzung haftet, aber nicht wie eine ordnungsgemäße Aufsicht inhaltlich und vom Umfang her konkret auszusehen hat. Dadurch sind rechtliche Folgen auch nicht vorhersehbar. Die bloße Verletzung der Aufsichtspflicht ohne Folgen zieht keine rechtlichen Konsequenzen nach sich.

Vorkehrungen

Die Bündnispartner sollten das Thema mit den Betreuenden der media.labs besprechen, sich mögliche Gefahren bewusstmachen und sich darüber einigen, wie im Falle eines Problems gehandelt wird. Wichtig sind klare Anweisungen für die Betreuenden, damit diese ihre Aufsichtspflicht verantwortungsvoll wahrnehmen können. Anbei einige wichtige Aspekte:

- Betreuer/-innen sollten über wichtige individuelle Belange der Kinder und Jugendlichen wie z. B. mögliche körperliche Einschränkungen, Krankheiten und medikamentöse Vorgaben informiert sein.
- Die Umgebung, d. h. das media.lab, sollte möglichst sicher sein, damit Unfälle äußerst unwahrscheinlich sind.
- Kinder und Jugendliche sollten auf mögliche Gefahren hingewiesen werden.
- Die Gruppe im media.lab sollte eigene Verhaltensregeln aufstellen. Das kann dazu beitragen, potenziell gefährliche Situationen zu vermeiden. Aufsichtspersonen sind in gewissen Situationen zum Eingreifen verpflichtet.

Antrag auf Erteilung eines erweiterten Führungszeugnisses

(Name, Vorname)

(Straße)

(PLZ, Ort)

(Geburtsdatum und Geburtsort)

Hiermit beantrage ich die Erteilung eines erweiterten Führungszeugnisses. Ich bitte, von der Kostenerhebung abzusehen, da nach der Anlage zu § 4 Absatz 1 JVKostG ein besonderer Verwendungszweck vorliegt. Dies ist nach dem Merkblatt des Bundesamtes für Justiz vom 31.03.2017, Punkt II der Fall, wenn das Führungszeugnis zum Zwecke des Ausübens einer ehrenamtlichen Tätigkeit benötigt wird, die für eine gemeinnützige Einrichtung, für eine Behörde oder im Rahmen eines der in § 32 Abs. 4 Nr. 2 Buchstabe d EStG genannten Dienste ausgeübt wird. Ich benötige das Führungszeugnis für eine ehrenamtliche Tätigkeit als Betreuerin/Betreuer eines media.labs in folgender Einrichtung:

(Name der Einrichtung)

(Straße, PLZ Ort)

Ort, Datum, Stempel, Unterschrift Antragsteller

Wir bestätigen, dass sich die Antragstellerin/der Antragsteller im Rahmen des Projekts „media.labs – storys, apps und du“ als Betreuer/-in für Kinder und Jugendliche sozial engagieren möchte und hierfür ein erweitertes Führungszeugnis benötigt.

Ort, Datum, Stempel, Unterschrift Einrichtungsleitung

Bescheinigung über ehrenamtliches Engagement im Projekt „media.labs – stories, apps & du“

Die Stiftung Lesen verfügt im Förderprogramm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ deutschlandweit über mehr als 40 media.labs, die sich in verschiedenen Einrichtungen befinden. Die media.labs werden von der Stiftung Lesen mit einer umfassenden Ausstattung und vielfältigen medienpädagogischen Workshops für Kinder und Jugendliche sowie Weiterbildungsangeboten für ehrenamtliche Betreuerinnen und Betreuer unterstützt. In den media.labs finden regelmäßige freizeitorientierte Aktionen rund um das Lesen und Anwendung digitaler Medien statt, die v. a. bildungsbenachteiligte und leseferne Kinder und Jugendliche ab zwölf Jahren ansprechen.

Hiermit bescheinigen wir, dass sich

im folgenden Zeitraum

im media.lab

ehrenamtlich engagiert hat.



Mainz, 2021
Stiftung Lesen, Projektleitung

Ort, Datum, Unterschrift der
media.lab-Ansprechpartner/-in

Nachweis für ehrenamtliche Tätigkeiten im Rahmen des Projekts „media.labs – storys, apps und du“ der Stiftung Lesen

Das Projekt wird im Rahmen des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung durchgeführt.

In diesem Projekt werden wöchentlich freizeitorientierte Gruppenangebote zur Lese- und Medienförderung für Kinder und Jugendliche im Alter von 12 bis 18 Jahren umgesetzt. Ehrenamtliche Betreuer/-innen unterstützen die media.labs durch die Koordination regelmäßiger aktionsorientierter media.lab-Treffen. In diesen Treffen wird den Teilnehmenden in einem außerunterrichtlichen Kontext die Freude am Lesen und an der kreativen Beschäftigung mit Medien vermittelt. Gemeinsam entwickelte und umgesetzte Projekte fördern auch die soziale Kompetenz und das Selbstbewusstsein der Kinder und Jugendlichen.

Hiermit bestätigen wir die ehrenamtliche Tätigkeit von

Für den Zeitraum:

Im media.lab (Name/ Institution/ Adresse):

Anmerkungen zum ausgeübten Engagement:

Ort, Datum, Unterschrift, Stempel
media.lab-Einrichtung/ Ansprechpartner

Hier werden Geschichten zusammengeklickt

Neues media.lab an [Institution] eröffnet / Jugendliche lernen mit Tablets, Apps und Medien digitales Geschichtenerzählen, Lese- und Medienkompetenz

Einen Roman in Selfies nacherzählen, einen Thriller als Hörbuch aufnehmen, einen eigenen Videoclip produzieren oder ein Robotertheater programmieren, das können Jugendliche im media.lab an der [Institution]. Gemeinsam mit [Bündnispartner 2] wurde es heute in [Ort] eröffnet.

Digitale Bildung ist in der Schule, aber vor allem im privaten und später beruflichen Leben, zunehmend wichtig. In den media.labs finden Jugendliche digitale Medien wie Tablets, Kameras oder programmierbare Roboter. Ziel ist es, ihnen mit einem breiten Angebot aus Workshops sowie Apps und Programmen zur Video- und Audiotbearbeitung digitale Fähigkeiten und Medienkompetenz näher zu bringen – getreu dem Motto „storys, apps & du“. Denn mit Smartphone oder Tablet lassen sich Inhalte nicht nur konsumieren, sondern auch selbst einfach kreieren.

Basis hierfür ist eine grundlegende Lesekompetenz. Diese wird in den media.labs ganz nebenbei gefördert und eingesetzt, etwa beim Schreiben von Drehbüchern für einen Videoclip oder beim Programmieren einer App. Aktuelle Umfragen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zeigen zudem, dass ein Drittel der Menschen unter 30 durch die Digitalisierung heute mehr liest als früher (Link unten). So verleiten auch elektronische Texte zum vertieften Lesen. Neben den digitalen sind die media.labs auch mit analogen Medien wie Büchern, Zeitschriften oder Hörbüchern ausgestattet.

„Wir wollen Jugendliche zwischen zwölf und 18 Jahren fürs Lesen begeistern – ganz egal mit welchem Medium“, sagt Dr. Jörg F. Maas von der Stiftung Lesen. „Egal ob per Tweet, Post oder Nachricht, auch die digitale Kommunikation in den sozialen Medien ist textbasiert. Ausgeschlossen wird hier, wer über keine oder nur eine geringe Lesekompetenz verfügt – das wollen wir ändern. Und aufzeigen, dass digitale Medien unendlich viele kreative Möglichkeiten bieten, sich mit Geschichten auseinanderzusetzen.“

Die media.labs sind eine bundesweite Initiative der Stiftung Lesen. Sie werden finanziert aus Mitteln des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Von 2018 bis 2022 werden an 100 Standorten in Jugendeinrichtungen, Medienzentren, Schulen oder Mehrgenerationenhäusern media.labs eingerichtet.

Presseeinladung

Eröffnung des media.labs in [Ort, Name der Institution]

[Bündnispartner vor Ort] und [Bündnispartner vor Ort] bieten Jugendlichen ein neues Freizeitprogramm für kreative Medienprojekte

Sehr geehrte Damen und Herren,

in den media.labs der Stiftung Lesen können Kinder und Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 18 Jahren durch kreative Projekte mit Tablets, Apps und Medien mehr Lese- und Medienkompetenz erlangen. Die Stiftung Lesen eröffnet gemeinsam mit [Partner-Nennungen] ein neues media.lab [Name der Standort-Institution] in [Ort].

Wir laden Sie herzlich ein zur:

Eröffnung des media.labs in

[Name der Institution]

[Adresse der Institution]

Am XX.XX.20XX um XX:XX Uhr

Die media.labs sind eine bundesweite Initiative der Stiftung Lesen. Sie werden finanziert aus Mitteln des Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Von 2018 bis 2022 werden an 100 Standorten in Jugendeinrichtungen, Medienzentren, Schulen oder Mehrgenerationenhäusern media.labs eingerichtet.

In den media.labs finden Jugendliche digitale Medien wie Tablets, Kameras oder programmierbare Roboter. Ziel ist es, ihnen mit einem breiten Angebot aus Workshops sowie Apps und Programmen zur Video- und Audiotbearbeitung digitale Fähigkeiten und Medienkompetenz näher zu bringen – getreu dem Motto des Projekts „storys, apps & du“. Denn mit Smartphone oder Tablet lassen sich Inhalte nicht nur konsumieren, sondern auch selbst einfach kreieren. Basis hierfür ist eine grundlegende Lesekompetenz. Diese wird in den media.labs ganz nebenbei gefördert und eingesetzt: Neben den digitalen sind die media.labs auch mit analogen Medien wie Büchern, Zeitschriften und Hörbüchern ausgestattet.

Bitte akkreditieren Sie sich bis zum XX.XX.20XX per E-Mail an [Kontakt] für diesen Pressetermin. Vielen Dank!

Kontakt:

Ansprechpartner, Mailadresse, Telefonnummer

Einwilligungserklärung zur Nutzung von Foto- und Filmaufnahmen

Mit meiner Unterschrift willige ich ein, dass Mitarbeiter der Stiftung Lesen von mir, bzw. der minderjährigen Person/gesetzlich betreuten Person, die ich vertrete, am

.....
Datum

bei dem Pressetermin anlässlich bzw. dem Workshop/Seminar mit dem Titel

.....

in

.....

Einrichtung, Adresse

angefertigte Foto- und Filmaufnahmen in unten genannten Medien im Zusammenhang der Berichterstattung zu den Leseclubs bzw. media.labs im Rahmen des BMBF-Förderprogramms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ sowie für die Öffentlichkeitsarbeit aller beteiligten Partner (Bundesministerium für Bildung und Forschung, DLR Projektträger) zu diesem Projekt veröffentlichen und verbreiten dürfen.

Persönliche Angaben:

.....

Name, Vorname des Kindes

- Hiermit willige ich ein, dass die bei der oben genannten Veranstaltung angefertigten Foto- und Filmaufnahmen von der Stiftung Lesen und ihren oben genannten Projektpartnern in Printmedien (z. B. Broschüren, Flyer, Plakate, Geschäftsbericht), im Internet (z. B. Website, Plattformen von Sozialen Medien) und im Intranet sowie von anderen Medien (z. B. TV, Tagespresse, Magazine, Internetauftritte und soziale Kanäle der öffentlichen Medien) verwendet werden dürfen.**

Ich kann meine Einwilligung jederzeit ganz oder teilweise widerrufen. Der Widerruf gilt nur mit Wirkung für die Zukunft. Bereits produzierte Print- und Digitalmedien sind von dem Widerruf bis zur Neuauflage ausgenommen.

Der Widerruf ist zu richten an folgende Stelle: *Stiftung Lesen, Römerwall 40, 55131 Mainz.*

Mir ist bewusst, dass diese Einwilligungserklärung freiwillig erfolgt und keine Nachteile entstehen, sofern ich nicht einwillige. Ich habe die Informationen, die dieser Einwilligung beigefügt sind, zur Kenntnis genommen und weiß, für welche Zwecke die persönlichen Aufnahmen verwendet werden sollen.

.....
 Ort + Datum der Foto-/Filmaufnahmen, Unterschrift

.....

bei Minderjährigen bzw. gesetzlich Betreuten Unterschrift der/des Sorgeberechtigten bzw. des Betreuers



Information zur Veröffentlichung von personenbezogenen Daten, Fotos oder Filmen im Internet

Bitte beachten Sie, dass durch die beabsichtigte Verwendung auf Internetseiten und in sozialen Medien die Möglichkeit des weltweiten Zugriffs auf die Bildnisse bzw. des Abrufs der eingestellten Daten und Bildnisse besteht. Dies kann auch Zugriffe aus Ländern, in denen kein oder kein hinreichender Datenschutzstandard besteht, beinhalten. Die Stiftung Lesen kann weder die Zugriffe auf diese Daten über das Internet noch die Nutzung dieser Daten beeinflussen und insoweit auch keine Gewähr für die Beachtung des Datenschutzes übernehmen.

Mit geeigneten Suchmaschinen können personenbezogene Daten im Internet aufgefunden und die auf Bildnissen dargestellten Personen u. U. auch identifiziert werden. Dadurch besteht auch die Möglichkeit, durch Zusammenführung dieser Daten und Informationen mit anderen im Internet vorhandenen Daten Persönlichkeitsprofile zu bilden und zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten, z. B. für Zwecke der Werbung, zu erschließen. Aufgrund der Möglichkeiten des weltweiten Abrufes und Speicherung der Daten durch andere Stellen oder Personen kann im Falle eines Widerrufs der Einwilligung und trotz Entfernung Ihrer Daten und Bildnisse von unserer Internetseite eine weitere Nutzung durch andere Stellen oder Personen oder ein Auffinden über Archivfunktionen von Suchmaschinen nicht ausgeschlossen werden.

Weitere Informationspflichten gem. Artikel 13 EU-DS-GVO (EU-Datenschutz-Grundverordnung)

Dieser Datenschutzhinweis soll Sie darüber informieren, zu welchen Zwecken die Stiftung Lesen (im Folgenden „wir“ oder „uns“ genannt) Ihre personenbezogenen Daten verarbeitet. Personenbezogene Daten sind dabei sämtliche Informationen, die sich auf Ihre Person beziehen. Die folgenden Informationen sollen Ihnen behilflich sein, die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten nachvollziehen zu können und somit für Transparenz zu sorgen.

Die angefertigten Foto- und Filmaufnahmen sowie der Name und Vorname der abgebildeten Person werden für die in der Einwilligung genannten Medien im Zusammenhang mit der Berichterstattung zum Welttag des Buches sowie für die Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung Lesen und ihrer Projektpartner (hier: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Deutsche Post DHL Group, cbj Verlag, ZDF) verwendet.

Die Rechtsgrundlage für die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zu den oben genannten Zwecken ist diese Einwilligungserklärung. Die Erteilung der Einwilligung durch Sie erfolgt freiwillig. Dies bedeutet, Sie sind nicht verpflichtet, uns Ihre personenbezogenen Daten bereitzustellen. Für den Fall, dass Sie die Einwilligungserklärung nicht abgeben möchten, stellen wir ausdrücklich fest, dass dies für Sie mit keinerlei Nachteilen verbunden ist.

Es wird keine automatische Entscheidungsfindung, welche ausschließlich auf einer automatisierten Verarbeitung beruht, einschließlich Profiling, und eine rechtliche Wirkung entfaltet oder Sie in ähnlicher Weise beeinträchtigt, durchgeführt.

Die angefertigten Aufnahmen werden solange aufbewahrt wie die Stiftung Lesen ein berechtigtes Interesse an der Verwendung dieser hat oder bis Betroffene der Verwendung der Aufnahmen widersprechen. Der Widerruf der Einwilligung erfolgt mit Wirkung für die Zukunft. Bereits produzierte Print- und Digitalmedien sind von dem Widerruf bis zur Neuauflage ausgenommen.



Im Übrigen erfolgt eine Löschung dann, wenn eine der Voraussetzungen des Art. 17 Abs. 1 DSGVO vorliegt und soweit dem keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Nach den Vorschriften der EU-Datenschutz-Grundverordnung können Sie uns gegenüber folgende Rechte geltend machen:

- Recht auf Auskunft
- Recht auf Berichtigung
- Recht auf Einschränkung der Verarbeitung
- Recht auf Löschung / Recht auf Vergessenwerden
- Recht auf Datenübertragbarkeit

Sie haben zudem das Recht, diese Einwilligung jederzeit zu widerrufen. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

Um eines Ihrer oben aufgeführten Rechte geltend zu machen, können Sie sich jederzeit an uns wenden: Andrea Bartl, kaufm. Geschäftsführung, Römerwall 40, 55131 Mainz, per E-Mail: andrea.bartl@stiftunglesen.de.

Sollten Sie der Auffassung sein, dass wir Ihre personenbezogenen Daten in unzulässiger Weise verarbeiten, kontaktieren Sie bitte unseren Datenschutzbeauftragten. Er kann unter folgenden Kontaktdaten erreicht werden: SPIE GmbH, z.Hd. Herrn Dr. Anton Peuser, Lyoner Straße 9, 60528 Frankfurt am Main.

Sie haben zudem das Recht, sich an die Datenschutzaufsichtsbehörde zu wenden. Die zuständige Aufsichtsbehörde ist: Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz, Postfach 30 40, 55020 Mainz.



Einverständniserklärung der Eltern und Jugendlichen ab 16 Jahren

zur Wahrung der Persönlichkeitsrechte bei der Produktion und Verwendung von Bild-, Film- und Tonerzeugnissen im Rahmen des Projekts media.labs

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, dass meine Tochter/ mein Sohn / meine Kinder

Name der Teilnehmer/-innen in Druckbuchstaben

in der _____
Name und Adresse der Einrichtung

für Bilder und Film- bzw. Ton-Aufnahmen im Rahmen des Projekts "media.labs - storys, apps und du" aufgenommen werden darf/dürfen und dass die Bilder und Aufnahmen für die Öffentlichkeitsarbeit des media.labs und der Stiftung Lesen in TV, Printerzeugnissen und online (u. a. auf www leseclubs.de, www.stiftunglesen.de, im Facebook-Auftritt sowie im Youtube-Kanal der Einrichtung oder der Stiftung Lesen) verwendet und veröffentlicht werden dürfen.

Ort, Datum, Unterschrift der/des Erziehungsberechtigten

Ort, Datum, Unterschrift der/des Jugendlichen ab 16 Jahre

Datenschutz: Mit meiner Unterschrift willige ich ein, dass meine Daten/die Daten meiner Kinder zur Projektabwicklung, entsprechend der Datenschutzgrundverordnung, elektronisch gespeichert und verarbeitet werden. Weitere Informationen zum Thema Datenschutz sind unter www.stiftunglesen.de/datenschutz zu finden.

Eine Initiative von



durchgeführt von



Eröffnung des media.labs „.....“ im Rahmen von
„Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“

Ort: Name Institution, Adresse

Termin: Datum, Uhrzeit

Beteiligte Personen:

Name (Leitung der Einrichtung Bündnispartner A)

Name (Leitung der Einrichtung Bündnispartner B)

Name (Ehregast, z. B. Politiker, Autor, Prominenter)

Anzahl Ehrenamtliche & Teilnehmer/-innen des media.labs

Ablauf:

13.30 Uhr: Willkommen durch Leitungen A und B

13.35 Uhr: Grußworte

13.40 Uhr: Jugendliche präsentieren ihre Projekte des media.labs - „Was bisher geschah“

14.05 Uhr: Gespräche, auch als Einzelgespräche, mit den Jugendlichen über das media.lab

14.15 Uhr: Vorlese-Aktion/Mitmach-Aktion

15:00 Uhr: Kleiner Imbiss

Ansprechperson:

Name
Telefon
Mail