

Bewerbungsleitfaden zur Weiterförderung eines Bündnisses im Rahmen von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2023–2027)

Version für bestehende media.labs

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stiftung Lesen freut sich sehr, auch in der dritten Förderphase einer von 27 Partnern im Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2023-2027) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) zu sein. Diese möchten wir dazu nutzen, mit vielen verschiedenen Kinder- und Jugendeinrichtungen weitere media.labs in allen Bundesländern aufzubauen und bestehende Standorte weiterhin zu unterstützen. Insgesamt können bis voraussichtlich Ende 2027 circa 15 media.labs gefördert werden, 10 davon als Fortsetzung der bisherigen Förderphase.

Was ist ein media.lab?

Die Angebote in den media.labs zielen auf eine Unterstützung von Medienkompetenz, Lesemotivation und Lesekompetenz. Das Konzept setzt bei den Interessen und Lebenswelten der Jugendlichen an und richtet sich gezielt an bildungsbenachteiligte und wenig lesende Jugendliche. Während der Angebote probieren die Jugendlichen verschiedene digitale und nicht-digitale Medien aus und erschaffen eigene mediale Produkte in Bild, Ton, Film und Text. Dabei kann es sich um das Schreiben und Vertonen von Songtexten, Filmproduktionen oder die Gestaltung von Comics drehen.

Die Stiftung Lesen unterstützt die Einrichtungen dabei mit medienschnischer Ausstattung und Online-Seminaren mit Anregungen für Aktionsangebote. Auch die Jugendlichen können im Rahmen von der Stiftung Lesen organisierten Workshops neue Kompetenzen entwickeln und den Umgang mit verschiedenen Medien trainieren.

Was sind die Ziele der media.labs?

- Förderung der Schlüsselkompetenz Lesen durch Steigerung der Lesemotivation
- Förderung von Medienkompetenz
- Unterstützung der Persönlichkeitsbildung, z. B. durch Förderung sozialer Kompetenzen
- Verbesserung der Bildungschancen bildungsbenachteiligter Zielgruppen
- Aktivierung und Professionalisierung von ehrenamtlichem Engagement

Für wen sind die media.labs da?

Media.labs richten sich insbesondere an Jugendliche im Alter von 12 bis 18 Jahren. Diese Zielgruppe benötigt besondere Unterstützung, um den starken Zusammenhang zwischen sozialer Herkunft und persönlichem Bildungsweg abzuschwächen. Nur wer lesen kann, hat Chancen auf schulischen und beruflichen Erfolg. Eine stabile Lesemotivation ist dabei die Grundlage einer guten Lesekompetenz. Daher geht es in den media.labs darum, bei Jugendlichen erstes bzw. erneutes Interesse an Büchern und Medien zu wecken und Lesefreude zu vermitteln. Ebenfalls sollen die media.labs die Medienkompetenz der Jugendlichen für einen angemessenen und kritischen Umgang mit Medien ausbilden.

Welche Verpflichtungen hat ein Bündnis?

- Bereitstellung von personellen Ressourcen und Räumlichkeiten über die gesamte Förderlaufzeit
- Umsetzung eines regelmäßigen wöchentlichen Angebots mit ordentlicher Dokumentation
- Teilnahme an zwei obligatorischen Einführungsseminaren zum media.lab-Start sowie jährlichen Weiterbildungen und Online-Seminaren
- Fristgerechte Einreichung der notwendigen Dokumentationsunterlagen (Teilnahmelisten, Jahresbericht, Abrechnungen)

Konzeptionelle Schwerpunkte der media.labs in der Förderphase 2023–2027

Alle media.labs müssen im Rahmen der neuen Förderphase mindestens einen thematischen Schwerpunkt im Rahmen ihrer media.lab-Angebote umsetzen. Dabei handelt es sich um folgende:

- **Inklusive Angebote:** Sie erreichen als Einrichtung Jugendliche mit Behinderungen oder sonderpädagogischen Förderbedarfen. Im Rahmen der Förderung erhalten Sie die Möglichkeit, inklusive Ausstattungs- und Medienpakete zu erhalten. Ihre media.lab-Betreuenden werden bei Fortbildungen und Workshops bei der Konzeption und Umsetzung inklusiver Angebote unterstützt.
- **Digitalisierung:** Sie planen die regulären media.lab-Angebote um regelmäßige digitale Angebote zu erweitern. Dies umfasst z. B. die Umsetzung digitaler media.lab-Angebote zusätzlich zum Präsenzangebot oder die verstärkte Schulung beim Umgang zu Themen rund um Quellenkritik und Fake News, Hetze im Netz oder persönlicher sowie datenbezogener Schutz im Internet. Im Rahmen der Förderung erhalten Sie die Möglichkeit einen Fokus auf technische Ausstattungsgegenstände zu legen. Die media.lab-Betreuenden werden bei Fortbildungen und Online-Seminaren bei der Konzeption und Umsetzung solcher Angebote unterstützt.
- **Kulturelle Bildungsangebote im ländlichen Raum:** Sie bieten einen media.lab im ländlichen Raum an, um die kulturellen Bildungsangebote im Sozialraum der Jugendlichen zu stärken und eine Alternative oder Ergänzung zu anderen Freizeitangeboten, bspw. aus dem Bereich Sport oder anderen Kulturbereichen, zu bieten. Auch mobile Angebote an wechselnden Standorten bieten eine Möglichkeit, Jugendliche an ihren eigenen Wohnorten oder häufig aufgesuchten Plätzen zu erreichen.

Weitere Informationen zum Konzept der media.labs

- ... finden Sie auf der Projektwebsite www.media-labs.info
- Einblicke in die praktische Arbeit gibt der [Film](#) über die Eröffnung des media.labs im Kindertreff in Landau oder die [Vorstellung](#) des media.labs aus Schortens

Bestandteile der Förderung

- Grundausstattung bei Neugründung, bestehend aus einem umfangreichen Startbestand aktueller und niedrigschwelliger Kinder- und Jugendmedien, die von der Stiftung Lesen ausgesucht werden. Neben Büchern zählen dazu Zeitschriftenabonnements, Lernspiele, Film- und Hörbuchpakete sowie digitale und technische Medien. Jedes media.lab erhält u. a. zwei Tablet-PCs, die für vielfältige Aktionen eingesetzt werden kann. Im Bedarfsfall kann die Stiftung Lesen den media.labs auf Basis einer von den Bündnispartnern zu unterzeichnenden Eigenerklärung ggf. zusätzlich Mobiliar in geringem Umfang, zur Verfügung stellen.
- Jährliche Nachausstattungen (bis vsl. einschließlich 2027), v. a. von der Stiftung Lesen ausgesuchte Medien.
- Halbjährliche Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche bei einem Stundensatz von 5,- Euro pro Stunde.
- Weiterbildungsprogramm für Ehrenamtliche mit regelmäßigen Veranstaltungen auf regionaler Ebene sowie Online-Seminare und didaktische Materialien.
- Jährliche Ferienaktionen mit thematischen Medienpaketen und Ausflugsmöglichkeiten.
- Jährliche Workshopangebote für Jugendliche zu vielseitigen Themen, begleitet von ausgebildeten Medienpädagog/-innen.
- Öffentlichkeitswirksame Druckmaterialien zur Ansprache der Zielgruppen wie u. a. Flyer und Plakate.

Förderrechtliche Hinweise

- In diesem Bewerbungsverfahren bewerben sich zwei lokale Bündnispartner gemeinsam bei der Stiftung Lesen um die Einrichtung oder Weiterführung eines media.labs.
- Ein Bündnis für Bildung besteht aus mindestens drei Partnern. Der dritte Bündnispartner ist immer die Stiftung Lesen, die die beiden lokalen Bündnispartner bei ihrer Arbeit im media.lab mit zentralen Projektbestandteilen wie z. B. Ausstattung, Weiterbildungen und Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche unterstützt.
- Die media.labs sind ein bis vorerst zum 31.12.2025, bei Verlängerung des Vorhabens bis zum Programmende am 31.12.2027, fortlaufendes Projekt. Die lokalen Bündnispartner verpflichten sich zu einer mehrjährigen, intensiven Zusammenarbeit mit der Stiftung Lesen per Kooperationsvertrag und gewährleisten die wöchentliche Umsetzung des media.lab-Angebots.
- Im Rahmen des Programms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ gelten förderrechtliche Leitlinien. Von besonderer Bedeutung sind die Außerunterrichtlichkeit der media.lab-Angebote, die Freiwilligkeit der Teilnahme sowie die Beteiligung von Ehrenamtlichen als media.lab-Betreuende.
- Interessierte können die [Förderrichtlinie](#) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung für „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2023-2027) einsehen.
- Das media.lab bzw. ein evtl. bereits bestehendes, ähnliches Förderungsangebot der Bündnispartner darf nicht bereits über anderweitige Gelder der öffentlichen Hand finanziert bzw. anteilig mit Mitteln z. B. von Ländern oder Kommunen unterstützt werden. In diesem Fall bestünde kein Bedarf, das Vorhaben mit Bundesmitteln zu unterstützen.
- Die Zusammenarbeit der lokalen Partner basiert auf neuen inhaltlichen Aspekten, d.h. das media.lab stellt ein vor Ort neues Angebot dar. Bereits bestehende Angebote können nicht gefördert werden, es sei denn es handelt sich um die Weiterförderung eines media.labs aus vorheriger Förderphase.

Einhaltung geltender behördlicher Bestimmungen bei media.lab-Angeboten

Die Stiftung Lesen weist darauf hin, dass die Bündnispartner bzw. die Standort-Einrichtung des media.labs dafür verantwortlich sind, alle Angebote im Rahmen des media.labs entsprechend lokal gültiger behördlicher Vorschriften (z.B. Hygiene- und Abstandsregeln während der Corona-Pandemie) umzusetzen.

Erfolgversprechende Bündnisse

Alle Einrichtungen mit Zugang zu Jugendlichen im Alter von 12 bis 18 Jahren haben die Möglichkeit sich um ein media.lab zu bewerben. Mögliche Bündnispartner können dabei sein:

- Außerschulische Jugendeinrichtungen; öffentliche Bibliotheken; Mehrgenerationen- und Bürgerhäuser; Bürgerstiftungen; Familien-, Jugend- und Medienzentren; Freiwilligenagenturen; kommunale Servicestellen; uvm.
Schulen mit Möglichkeit zur Umsetzung des Projekts am Nachmittag und außerhalb der Unterrichtszeiten sind ebenfalls als Bündnispartner möglich, müssen jedoch als zweiten Bündnispartner eine außerschulische Einrichtung haben.
- Eine Kooperation zwischen Einrichtung und Träger dieser Einrichtung ist nicht möglich. Zwei vom selben Träger getragene Einrichtungen dürfen wiederum miteinander kooperieren.

Wichtige Informationen für schulische Einrichtungen

- Die Beteiligung von Schulen ist nur dann möglich, wenn die Angebote außerhalb des Schulbetriebs und Klassenverbands stattfinden und sollten in der Regel von einem außerschulischen Partner umgesetzt werden (d. h., dass die Angebote von Ehrenamtlichen umgesetzt werden sollten, die über den zweiten lokalen Bündnispartner gestellt werden, der in diesem Falle eine außerschulische Einrichtung sein muss). Interessierte Schulen sollten unbedingt die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung erarbeitete „[Abgrenzung zum Schulunterricht und Integration in den Ganztag](#)“ berücksichtigen.
- Das media.lab ist kein Projekt zum Auf- oder Ausbau einer Schulbibliothek oder einer öffentlichen Bibliothek. Kern des media.labs sind die regelmäßigen betreuten, freizeitorientierten Angebote für die Zielgruppen.
- Nur in **Ausnahmefällen** möglich ist ein lokales Bündnis aus Schule und Schulförderverein, Betreuungsverein o. ä. sowie zwischen Schule und Träger des schulischen Ganztagsangebots. Im Sinne der für außerschulische Maßnahmen kultureller Bildung konzipierten Förderrichtlinie sollten Schulen einen explizit außerschulischen Partner mit entsprechenden Erfahrungen wählen. Ausnahmefälle stellen z. B. Orte im ländlichen Raum mit geringer institutioneller Dichte im Feld der kulturellen Bildung dar. In solchen Fällen kann u. U. ein Bündnis aus Schule und einem auch schulischen Zwecken dienenden Bündnispartner wie z. B. einem Schulförderverein förderfähig sein. Interessierte sollten deutlich machen, dass die Betreuung des media.labs durch Ehrenamtliche gemäß dem media.lab-Konzept der Stiftung Lesen erfolgt und in den media.lab-Stunden keinerlei unterrichtliche bzw. schulische Aufgaben erfüllt werden.
- Das media.lab kann in kostenlos zu nutzenden Ganztagsangeboten stattfinden (z. B. als Arbeitsgemeinschaft). Die betrifft den Offenen und den Gebundenen Ganztag. Entscheidend ist, dass das neue Angebot zusätzlich ist, d. h. nicht bereits vergleichbare Förderungsangebote bestehen, die z. B. vom jeweiligen Bundesland finanziert werden. Im Gebundenen Ganztag ist darauf zu achten, dass es sich nicht um Zeiten handelt, in denen Unterricht nach Lehrplan stattfindet. Zudem darf die Teilnahme am media.lab im Gebundenen Ganztag nicht im Klassenverband stattfinden. Alle Teilnehmenden müssen sich freiwillig für die Teilnahme entscheiden können.
- Privatpersonen können grundsätzlich kein Bündnispartner eines media.labs sein.

Hilfestellungen und Checkliste zum Ausfüllen des Weiterförderungsantrags

Bitte senden Sie uns den unterzeichneten Antrag zum **28.02.2023** per Mail oder postalisch an:

medialabs@stiftunglesen.de | Stiftung Lesen • Projekt „media.labs“ • Römerwall 40 • 55131 Mainz

Fügen Sie dem Antrag bitte ebenfalls **zwei Fotos der Räumlichkeiten** hinzu.

Auf den folgenden Seiten erhalten Sie weiterführende Erläuterungen zu einzelnen Punkten des Antrags, die Sie bei dem Ausfüllen der Unterlagen unterstützen sollen. Bitte lesen Sie sich die Anmerkungen gründlich durch und gehen auf alle mit einem Kästchen markierten Bereiche in Ihrem Antrag ein.

Bitte beachten Sie, dass die Antragsunterlagen **digital ausgefüllt** sein müssen. Handschriftlich ausgefüllte Anträge werden **nicht** bearbeitet.

Da das Kontingent zur Unterstützung bereits bestehender media.labs auf 10 Standorte begrenzt ist, können nach dem 28.02.2023 eingehende Bewerbungen nicht für eine Förderung berücksichtigt werden.

Bei allen weiteren Fragen steht Ihnen das Projektteam gerne zur Verfügung:

Gabriele Immel
gabriele.immel@stiftunglesen.de
0 6131 288 90 19

Sebastian Niesen
sebastian.niesen@stiftunglesen.de
0 6131 288 90 59

Jill Carna
jill.carna@stiftunglesen.de
0 6131 288 90 56

Reflexion der vorherigen Förderphase (2018–2022)

Beschreiben und reflektieren Sie die Umsetzung des media.labs in der vorherigen Förderphase.

Seit welchem Zeitpunkt und wie häufig setzen Sie regelmäßige Angebote im media.lab um? Falls Sie erst zu einem späteren Zeitpunkt gestartet sind und sich noch im Aufbau befinden, beschreiben Sie den bisherigen Prozess.

Gab es längere Unterbrechungen? Wenn ja, was waren die Hintergründe oder besondere Herausforderungen?

Beschreiben Sie die bisherige Zusammenarbeit zwischen den Bündnispartnern und inwieweit sie sich aktiv an der Umsetzung des Projekts beteiligt haben.

Beschreiben und reflektieren Sie die Sichtbarkeit des media.labs in der vorherigen Förderphase.

Wie viele Jugendliche konnten Sie in Ihrem media.lab erreichen?

Wie viele Ehrenamtliche engagieren sich zurzeit im media.lab? Gibt es Pläne das Team zu vergrößern?

Beschreiben Sie die Sichtbarkeit des media.labs für die Zielgruppe als aktionsorientiertes Freizeitangebot. Wie machen Sie auf das Angebot aufmerksam, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen?

Beschreiben und reflektieren Sie die Wirkung des media.labs in der vorherigen Förderphase.

Beschreiben Sie, inwieweit die Jugendlichen zur bildungsbenachteiligten Zielgruppe gezählt haben.

Welche Entwicklungen konnten Sie bei den Jugendlichen wahrnehmen?

Konnten Sie die für das media.lab gesetzten Ziele erreichen?

Welche Problemlagen bleiben weiterhin bei den Jugendlichen bestehen?

Konzept des media.labs in der neuen Förderphase (2023–2027)

- Beschreiben Sie das angedachte Konzept für Ihr media.lab. Inwieweit binden Sie einen oder mehrere der neuen Schwerpunkte der nächsten Förderphase in Ihr bereits bestehendes Konzept ein?**

Die Schwerpunkte der neuen Förderphase sind Inklusion, Digitalisierung sowie Kulturelle Bildungsangebote im ländlichen Raum. Eine genauere Erläuterung zu den einzelnen Punkten finden Sie auf S. 2. Bitte beachten Sie bei der Beschreibung des Konzepts, dass nur eine Verstärkung des bereits bestehenden Angebots für eine Berücksichtigung in der neuen Förderphase nicht ausreichend ist und Sie mindestens einen der neuen Schwerpunkte in Ihr Konzept integrieren müssen.

Welche Angebote werden Sie umsetzen und was sind beispielhafte Aktionen, die Sie im Rahmen der neuen Schwerpunkte umsetzen möchten?

Wie partizipieren Jugendliche an der Programmgestaltung?

Integrieren Sie Eltern oder Sorgeberechtigte der Jugendlichen aktiv in die Umsetzung der media.lab-Angebote, bspw. als regelmäßige media.lab-Betreuende, im Rahmen mehrsprachiger Angebote oder durch gemeinsame Aktionstage?

- Wie werden Sie die Umsetzung nach den zentralen Prinzipien des Förderprogramms gewährleisten?**

Kostenlos – Alle regulären Angebote des media.labs müssen für alle Teilnehmenden in allen Aspekten und Bereichen kostenfrei sein.

Freiwillig – Die media.lab-Teilnahme darf nicht verpflichtend sein, sondern muss auf freiwilliger Basis gewählt werden können. Im Rahmen des schulischen Ganztags ist es obligatorisch, dass die Jugendlichen ein Alternativangebot zum media.lab wählen dürfen, wenn sie dies wünschen.

Zugangsoffen – Das media.lab soll für alle Jugendlichen im Alter von 12 bis 18 Jahren im Sozialraum offen zugänglich sein. Dies bedeutet für Schulen, dass sich die Angebote zwar auf die Zielgruppe der eigenen Schülerschaft fokussieren dürfen, es jedoch ebenfalls im Antrag deutlich gemacht werden muss, inwieweit die Zugangsoffenheit des Angebots für z. B. schulfremde Jugendliche geschaffen wird. Ebenfalls müssen die Angebote am Nachmittag stattfinden, um schulpflichtigen Jugendlichen den Besuch außerhalb der Schulzeit zu ermöglichen.

Außerunterrichtlich – Das media.lab darf am Standort Schule stattfinden, muss jedoch völlig vom Schulkontext getrennt durchgeführt werden. Media.lab-Angebote dürfen nicht im Klassenverband stattfinden und auch im media.lab erbrachte Leistungen dürfen nicht als Grundlage für die Benotung der Jugendlichen zur Hand genommen werden. Nehmen Sie bei der Antragsstellung gerne die Erläuterung „[Abgrenzung zum Schulunterricht und Integration in den Ganztag](#)“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Hand.

- Benennen Sie die Zielsetzung des media.labs.**

Welche Ziele setzen Sie sich mit dem media.labs, v. a. in Bezug auf angestrebte Wirkungen bei den teilnehmenden Jugendlichen?

Mit welchen Methoden und Formaten wollen Sie eine Verbesserung der Lesemotivation und Medienkompetenz der bildungsbenachteiligten Teilnehmenden herbeiführen?

Welche anderen Förderziele spielen für Sie im media.lab eine wichtige Rolle, z. B. soziale Kompetenzen, Integration oder die Unterstützung der Selbstwirksamkeit der Jugendlichen?

- Stellen Sie dar, warum die geplante Weiterführung der Fördermaßnahmen nicht aus eigenen Mitteln oder Zuwendungen anderer Partner finanziert werden kann, sodass eine Einbindung in das BMBF-Förderprogramm notwendig ist.**

Zur Beantwortung dieser Frage ist kein formeller Nachweis gefordert. Bitte gehen Sie stattdessen kurz auf die einrichtungsbezogenen Strukturen ein.

Wofür werden die für die Einrichtung vorhandenen finanziellen und personellen Mittel genutzt?

Gibt es Konzepte für alternative Angebote bei sich kurzfristig verändernden Rahmenbedingungen?

Die Pandemie betraf in den letzten Jahren alle Einrichtungen und zeigt weiterhin Nachwirkungen. Legen Sie dar, wie Sie auch unter unvorhersehbaren Rahmenbedingungen wie geschlossenen Einrichtungen oder beschränktem Kontakt zu den Jugendlichen das media.lab-Angebot fortführen können.

Gibt es die Möglichkeit auf digitale oder kontaktarme Angebote umzusteigen? Möglichkeiten wären bspw. Lese- und Gamingaktionen per Videokonferenz oder Mitnehm-Taschen mit Aktionsanregungen für Zuhause, falls den Familien die Endgeräte für die Umsetzung eines digitalen Angebots fehlen sollten.

Angebotsstruktur in der neuen Förderphase (2023–2027)

Beschreiben Sie inwieweit die von Ihnen erreichten Jugendlichen zur beschriebenen bildungsbenachteiligten Zielgruppe zählen und inwieweit es vor Ort weiterhin einen Bedarf an außerunterrichtlichen Leseförderungsmaßnahmen gibt.

Die Angebote sollen insbesondere Jugendlichen im Alter von 12 bis 18 Jahren zugutekommen, die in einer Risikolage aufwachsen, welche ihre Chancen auf Bildung einschränkt. Es gelten die im nationalen Bildungsbericht 2022 beschriebenen Risikolagen:

1. **Finanzielles Risiko** – Arbeitslosigkeit eines oder beider Elternteile, geringes Familieneinkommen, Armutsgefährdung des Elternhauses
2. **Soziales Risiko** – Erwerbslosigkeit der Eltern, weitere Problemlagen wie instabile Familienverhältnisse
3. **Bildungsbezogenes Risiko** – geringe Qualifizierung bzw. niedriger Bildungsstand der Eltern

Grundsätzlich ist auch die Teilnahme anderer Jugendlicher zulässig, sofern dies zur Förderung der primären Zielgruppe beiträgt. Der überwiegende Teil der Teilnehmenden an den Angeboten sollte mindestens einer Risikolage zuzuordnen sein.

Stellen Sie hier dar, in welchem Umfang Sie bildungsbenachteiligte Zielgruppen mit dem media.lab erreichen können. Machen Sie dabei möglichst konkrete Angaben zu Indikatoren wie der SGB II- oder Arbeitslosenquote, der Anzahl alleinerziehender und erwerbsloser Haushalte und weiteren Sozialindikatoren für Ihren Ort oder Stadtteil. Informationen dazu erhalten Sie meist durch Internetrecherchen oder auf Anfrage bei der Stadt oder Landeszentrale. Beschreiben Sie hier ebenfalls spezifische Problemstellungen in Ihrem Sozialraum, z. B. bezogen auf Leseverhalten und Sprachkompetenzen der Zielgruppen Ihres media.labs.

Stellen Sie hier bitte ebenfalls dar, dass es vor Ort weiterhin einen Bedarf an außerunterrichtlichen Förderungsangeboten für bildungsbenachteiligte Zielgruppen gibt.

In welchem zeitlichen Umfang werden Sie das media.lab anbieten?

Media.labs sollten möglichst einmal pro Woche stattfinden. Falls dies noch nicht passiert, planen Sie die Angebotsstruktur auf ein regelmäßiges Wochenangebot auszuweiten?

Welche regelmäßigen Tage und Uhrzeiten stellen Sie sich vor?

Sind Angebote während der Ferienzeiten oder an Wochenenden möglich?

Benennen Sie Ihre Kernzielgruppe(n) für die neue Förderphase.

Welche Jugendlichen werden Sie im media.lab primär ansprechen?

Welche Altersgruppe möchten Sie mit dem media.lab erreichen?

Erwartete jährliche Reichweite innerhalb dieser Gruppe.

Wie viele unterschiedliche Jugendliche können Sie voraussichtlich während eines Jahres mit den geplanten Angeboten erreichen? Bitte geben Sie nur eine Zahl oder einen sehr engen Zahlenbereich an.

Wie stellen Sie die Zielgruppenansprache sicher?

Stellen Sie dar, wie Sie ggf. eine neue Zielgruppe auf das media.lab aufmerksam machen wollen. Welche konkreten Maßnahmen planen Sie hierfür?

Welche Multiplikatoren unterstützen Sie dabei?

Räumlichkeiten und Ausstattung

Beschreiben Sie die vorhandenen oder ggf. neuen Räumlichkeiten kurz.

Werden die selben Räumlichkeiten für das media.lab für die Programmzeit von 2023 bis vsl. 2027 zur Verfügung stehen?

Machen Sie Angaben zu Größe und der Lage im Gebäude. Falls Sie Angebote an mehreren Standorten umsetzen, machen Sie es hier deutlich.

Welche Ausstattungsgegenstände, technische Medien und Materialien sind bereits im media.lab vorhanden? Gibt es thematische Schwerpunkte? In welchem Bereich brauchen Sie weiterhin Unterstützung?

Bitte fügen Sie dem Antrag zwei aktuelle Fotos des media.labs zu. Die Raumgröße und vorhandene Ausstattung sollten dabei gut erkennbar sein.

Welche Ausstattung und Unterstützung benötigen Sie, um die von Ihnen dargestellten Ziele des media.labs zu erreichen?

Nennen Sie hier z. B. konkrete Ausstattungswünsche, Vorlagen- und Formularwünsche, Weiterbildungsthemen oder Workshops.

Besteht ein Versicherungsschutz für ggf. im Rahmen der Förderung zur Verfügung gestellte Sachmittel?

Bitte stellen Sie den Versicherungsschutz der ggf. von der Stiftung Lesen gestellten Ausstattung dar. Die Versicherung sollte Medien, Hardware und Mobiliar umfassen, u. a. für den Fall von Verlust, Diebstahl oder Beschädigung.

Wäre die Ausstattung über ggf. bestehende Versicherungen mitversichert?

Zusammenarbeit im Bündnis

Beschreiben Sie die komplementäre Zusammenarbeit der beiden lokalen Bündnispartner.

Es sollte deutlich werden, wie Sie sich dabei ergänzen, um dem Konzept und den Förderbedingungen der Stiftung Lesen gerecht zu werden. Es sollte eine funktionale und möglichst gleichmäßige Aufteilung der Aufgaben vorliegen, d. h. beide Partner müssen einen kontinuierlichen aktiven Beitrag erbringen.

Welcher Bündnispartner übernimmt bspw. die Ansprache der Jugendlichen oder die Akquise und Koordinierung der Ehrenamtlichen?

Mit welchen weiteren Partnern im Sozialraum wird evtl. eine Vernetzung angestrebt und inwiefern könnte dadurch das Angebot im media.lab noch weiter angereichert werden?

Inwieweit werden Sie die Umsetzung mit Kommunikationsmaßnahmen flankieren (z. B. Pressetermine, Pressekommunikation, Social Media), um z. B. die Zielgruppen im Sozialraum zu mobilisieren und auch von der bundesweiten Ausstrahlung von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ zu profitieren?

Welche Eigenleistungen werden von den lokalen Bündnispartnern erbracht?

Stellen Sie hier die personellen Ressourcen dar, die zur Koordination und Planung des Projekts und zur Umsetzung gemeinsam mit Ehrenamtlichen notwendig sind. Dies betrifft z. B. die Mobilisierung und kontinuierliche Betreuung der Ehrenamtlichen.

Welche Eigenleistungen werden darüber hinaus erbracht?

Wo und wie werden Sie Ehrenamtliche zur Umsetzung der Angebote anwerben?

Der Einsatz von Ehrenamtlichen ist Voraussetzung für die Umsetzung des Projekts. Verfügen Sie bereits über ein festes Team oder Zugänge zu Ehrenamtlichen?

Um welche Ehrenamts-Zielgruppen handelt es sich? Die media.labs richten sich ausdrücklich auch an Personen, die noch keine Erfahrung in der Leseförderung von Jugendlichen haben – Grundlagen dafür werden u. a. über die obligatorischen Einführungsseminare sowie Weiterbildungen und Workshops geschaffen.

Gibt es bereits Personen im Umfeld, die das media.lab ehrenamtlich (weiter-)betreuen würden? Benennen Sie nach Möglichkeit ein Team aus mind. zwei bis drei Betreuenden. Stellen Sie dar, inwieweit die Ehrenamtlichen von ihrer Persönlichkeit und von ihren Interessen her dazu geeignet sind, die Jugendlichen im media.lab zu betreuen und sie mit kreativen Aktionen zur Steigerung der Lesemotivation und Medienkompetenz auf ihrem Bildungsweg zu unterstützen.

Wie sind Ehrenamtliche und Teilnehmende während der media.lab-Angebote versichert?

Die Stiftung Lesen kann nicht die Versicherung der Teilnehmenden oder Betreuenden tragen, ein Versicherungsschutz muss daher durch die lokalen Bündnispartner gewährleistet sein.