

Bewerbungsbogen für „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2018–2022)

Version für die Einrichtung eines media.labs

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stiftung Lesen freut sich sehr, auch in der zweiten Förderphase einer von 30 Partnern im Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2018-2022) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zu sein. Diese möchten wir dazu nutzen, mit vielen verschiedenen Kinder- und Jugendeinrichtungen **100 media.labs für Kinder und Jugendliche im Alter von 12 bis 18 Jahren** in allen Bundesländern aufzubauen. Über Ihre Bewerbung würden wir uns sehr freuen!

Was ist ein media.lab?

- Die Angebote in den media.labs zielen auf eine Unterstützung von Medienkompetenz, Lesemotivation und Lesekompetenz. Sie sind so konzipiert, dass sie bei den Interessen der Kinder und Jugendlichen ansetzen und sich gezielt an bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche richten sowie an solche, die bisher selten lesen.
- Bei ihren regelmäßigen, u. a. von Ehrenamtlichen betreuten Treffen in den media.labs probieren Kinder und Jugendliche verschiedene Medien – digitale wie nicht-digitale – aus und erschaffen dabei eigene mediale Produkte in Bild, Ton, Film und Text: z. B. einen Songtext schreiben und vertonen, einen Film über eine bekannte Persönlichkeit drehen oder einen Comic entwickeln.
- Die Stiftung Lesen stellt media.labs ein breites und attraktives Angebot an verschiedenen Medien und medientechnischer Ausstattung zur Verfügung.
- Für Kinder und Jugendliche werden Workshops angeboten, um ihnen aktionsorientierte Anregungen für den Umgang mit verschiedenen Medien zu geben und ihre Kenntnisse und Fähigkeiten zu verbessern.
- Das Konzept der media.labs orientiert sich an dem der Leseklubs für Kinder ab 6 Jahren, von denen in der ersten Förderphase von „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ bereits 275 eingerichtet werden konnten. In dem ebenfalls gruppen- und freizeitorientierten Format media.lab können nun auch Kinder und Jugendliche ab 12 Jahren angesprochen werden.

Für wen sind die media.labs da?

Vor allem für bildungsbenachteiligte Kinder und 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 Lese- und Medienkompetenz.

Bestandteile der Förderung

- **Grundausrüstung** (im Wert von 5.000,- Euro): Umfangreiche aktuelle und niedrigschwellige Kinder- und Jugendmedien, die von der Stiftung Lesen ausgesucht werden. Neben **Büchern** zählen dazu **Zeitschriftenabonnements, Filme** und **Hörbücher**. Jedes media.lab erhält u. a. **einen Tablet-PC, eine Kompaktkamera** und weitere **medientechnische Ausstattung**, um praktische Erfahrungen in den Bereichen Ton, Film, Bild und Informatik zu ermöglichen. Auf Basis einer von den Bündnispartnern ggf. zu unterzeichnenden Eigenerklärung kann die Stiftung Lesen media.labs zusätzlich **Mobiliar** in geringem Umfang, d. h. Bücherregale und einen Sitzsack, zur Verfügung stellen.



- Jährliche **Nachausstattungen** (2019-2022) mit weiteren Medien.
- Öffentlichkeitswirksame **Druckmaterialien** zur Ansprache der Zielgruppen, d. h. Flyer und Plakate.
- **Aufwandsentschädigungen für Ehrenamtliche** (Abrechnung von Pauschalen in Höhe von bis zu 1.000,- Euro pro Jahr pro media.lab, auf Basis von Anwesenheitslisten).
- **Weiterbildungsprogramm für Ehrenamtliche** mit regelmäßigen Veranstaltungen auf regionaler Ebene sowie Webinare und didaktische Materialien.
- **Workshops für Jugendliche** der jeweiligen Einrichtung, zu von ihnen gewählten Themen.

Workshops für Jugendliche als Schwerpunkt der Förderung in den media.labs

- Die Stiftung Lesen bietet für media.labs ein umfangreiches Workshopprogramm an. In den Workshops arbeiten Referent/innen z. B. aus dem medienpädagogischen Bereich direkt mit der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen. Die Workshops können halb-, ganz- oder auch zweitägig sein. Pro Bündnis sind zwei Workshops pro Jahr geplant.
- Die Workshops dienen der Anwendung der zur Verfügung gestellten Ausstattung und sollen den Kindern und Jugendlichen Impulse geben, sich regelmäßig zu treffen und im media.lab eigene mediale Produkte entstehen zu lassen.
- Einige Themen aus dem breiten Workshopangebot:
 - „Vom Drehbuch zum fertigen Film“ beinhaltet das Entwickeln und Schreiben eines Drehbuchs sowie die Nutzung von Film- und Schnittprogrammen.
 - Erstellung von Trick- bzw. Stop-Motion-Filmen sowie eigenen Comics.
 - Erarbeiten eigener Hörspiele, Hip-Hop-Songs oder Poetry Slam-Aufnahmen – anhand von den Kindern und Jugendlichen entwickelter Texte, unter Einsatz von Aufnahmegeräten und digitalen Tools.
 - Kreativer Umgang mit der Digitalkamera, unter Einbeziehung Bildbearbeitungsprogrammen sowie das Erstellen einer eigenen Fotostory.
 - Weitere Themen sind Gaming, E-Sport und Programmieren

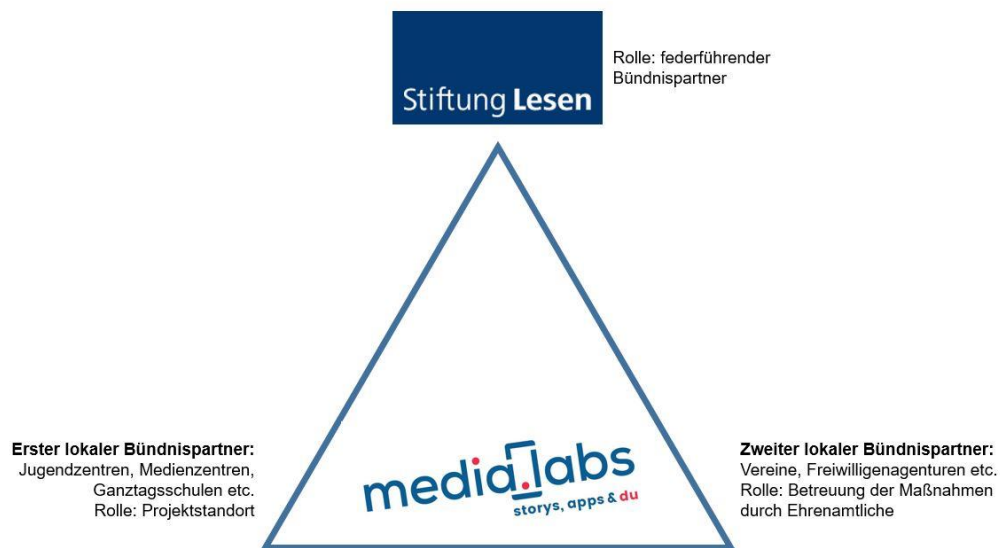
Förderrechtliche Hinweise

- In diesem Bewerbungsverfahren bewerben sich zwei lokale Bündnispartner gemeinsam bei der Stiftung Lesen um die Einrichtung 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 zum Programmende am 31.12.2022 fortlaufendes Projekt. D. h., dass die lokalen Bündnispartner sich zu einer mehrjährigen, intensiven Zusammenarbeit mit der Stiftung Lesen per Kooperationsvertrag verpflichten und prinzipiell jede Woche ein Angebot im media.lab durchführen werden.
- Im Rahmen des Programms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ gelten förderrechtliche Leitlinien. Von besonderer Bedeutung sind die Außerunterrichtlichkeit der Angebote, die Freiwilligkeit der Teilnahme sowie die Beteiligung von Ehrenamtlichen als Betreuer/innen im media.lab.
- Interessierte können hier die Förderrichtlinie des Bundesministeriums für Bildung und Forschung für „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ (2018-2022) einsehen: www.buendnisse-fuer-bildung.de/de/foerderrichtlinie-1719.html
- Das media.lab bzw. ein evtl. bereits bestehendes, ähnliches Leseförderungsangebot der Bündnispartner darf nicht bereits über anderweitige Gelder der öffentlichen Hand finanziert bzw. anteilig mit Mitteln z. B. von Ländern oder Kommunen unterstützt werden, so dass kein Bedarf dafür bestehen würde, 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.

Erfolgversprechende Bündnisse

- Jugendzentrum, Medienzentrum, Mehrgenerationenhaus, Bürgerhaus, Familienzentrum oder Verein etc. als media.lab-Standort, im Bündnis mit Bürgerstiftung, Freiwilligenagentur, kommunaler Servicestelle etc. als zweitem lokalem Bündnispartner.
- Offene Ganztags-Schule oder Schulen ohne Nachmittagsangebote als media.lab-Standort, im Bündnis mit öffentlicher Bibliothek, Medienzentrum, Bürgerstiftung, Freiwilligenagentur, Hochschule, Verein o. ä. als zweitem lokalem Bündnispartner.

media.lab: Struktur eines Bündnisses für Bildung



Was leisten die beiden lokalen Bündnispartner?

- Während der Öffnungszeiten machen Sie gruppen- und freizeitorientierte Angebote, bei denen die Teilnehmer sich mit ihren Wünschen und Vorstellungen einbringen können.
- Betreut werden die i. d. R. wöchentlich stattfindenden Angebote eines media.labs von Haupt- und Ehrenamtlichen, die von Ihnen als lokalem Bündnispartner mobilisiert und begleitet werden.

Nicht oder nur eingeschränkt mögliche Bündnisse

- Die Beteiligung von weiterführenden Schulen ist nur dann möglich, wenn die Angebote außerhalb von Schulbetrieb und Klassenverband stattfinden und 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 „Definition außerschulischer Bildungsangebote“ berücksichtigen:
www.buendnisse-fuer-bildung.de/files/Definition%20au%20c3%9ferschulisch%20KMS%20II.pdf
- 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.
- Das media.lab kann in zeitlicher Hinsicht in freiwillig und kostenlos zu nutzenden Ganztagsangeboten stattfinden. Die Förderung kann jedoch nicht mit dem Ziel in Anspruch genommen werden, damit Schulen und Ganztags Träger ein vom jeweiligen Land zu finanzierendes Ganztagsangebot ausbauen können.
- Privatpersonen können grundsätzlich kein Bündnispartner eines media.labs sein.

Bewerbungsbogen für die Einrichtung eines media.labs

Hinweise zur Bearbeitung: Bitte achten Sie auf die für jedes Eingabefeld begrenzte Zeichenanzahl, die in der „Quickinfo“ erscheint, wenn Sie mit dem Cursor über das jeweilige Feld fahren.

Sie sollten Ihr begonnenes, beschreibbares pdf-Dokument unbedingt zu Beginn speichern, damit Sie es für Ihre Unterlagen haben und um die Bearbeitung ggf. zu unterbrechen. Sie können z. B. das begonnene, gespeicherte Dokument per E-Mail an Ihren Bündnispartner schicken, damit dieser ihn betreffende Fragen beantwortet.

1. Erster lokaler Bündnispartner (Standort media.lab)

| | | | |
|--|--|-----------|--|
| Name der Organisation (inkl. Rechtsform): | | | |
| Straße, Hausnr.: | | PLZ, Ort: | |
| Verantwortliche Ansprechperson (Leitung der Organisation): | | | |
| Telefon: | | E-Mail: | |
| Bearbeiter/in der Bewerbung (inkl. Funktion innerhalb der Organisation): | | | |
| Telefon: | | E-Mail: | |
| Website der Organisation: | | | |
| Ggf. Träger der Organisation: | | | |
| Beschreiben Sie Ihre Organisation in Bezug auf folgende Aspekte: Aufgaben, Ziele, Zielgruppen, Programm- und Arbeitsschwerpunkte, sozialräumliche Einbindung, aktuelle Situation. | | | |
| | | | |
| Welche Erfahrungen liegen im Bereich der Förderung von Lesemotivation und Medienkompetenz bereits vor? Beschreiben Sie ggf. bestehende Angebote, deren Zielgruppen sowie Erfolg und Wirksamkeit. Was möchten Sie mit der Einrichtung eines media.labs erreichen? | | | |
| | | | |



2. Zweiter lokaler Bündnispartner

| | | | |
|--|--|-----------|--|
| Name der Organisation (inkl. Rechtsform): | | | |
| Straße, Hausnr.: | | PLZ, Ort: | |
| Verantwortliche Ansprechperson (Leitung der Organisation): | | | |
| Telefon: | | E-Mail: | |
| Bearbeiter/in der Bewerbung (inkl. Funktion innerhalb der Organisation): | | | |
| Telefon: | | E-Mail: | |
| Website der Organisation: | | | |
| Ggf. Träger der Organisation: | | | |
| Beschreiben Sie Ihre Organisation in Bezug auf folgende Aspekte: Aufgaben, Ziele, Zielgruppen, Programm- und Arbeitsschwerpunkte, sozialräumliche Einbindung, aktuelle Situation. | | | |
| | | | |
| Welche Erfahrungen liegen im Bereich der Förderung von Lesemotivation und Medienkompetenz bereits vor? Beschreiben Sie ggf. bestehende Angebote, deren Zielgruppen sowie Erfolg und Wirksamkeit. Was möchten Sie mit der Einrichtung eines media.labs erreichen? | | | |
| | | | |

3. Gemeinsames Konzept für das media.lab

a) Zielgruppen und Ziele

„Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ ist ein Förderprogramm für bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche. Zu den Zielgruppen gehören v. a. Kinder und Jugendliche, die in mindestens einer Risikolage leben. Im von der Kultusministerkonferenz und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung herausgegebenen Bericht „Bildung in Deutschland 2016“ werden drei Risikolagen beschrieben (siehe www.bildungsbericht.de/de/bildungsberichte-seit-2006/bildungsbericht-2016/pdf-bildungsbericht-2016/bildungsbericht-2016):

1. Finanzielles Risiko (d. h. Armutsgefährdung des Elternhauses),
 2. Soziales Risiko (z. B. Erwerbslosigkeit der Eltern und weitere Problemlagen wie instabile Familienverhältnisse),
 3. Bildungsbezogenes Risiko (z. B. geringe Qualifizierung der Eltern).
 Der überwiegende Teil der Teilnehmer/innen an Ihren media.lab-Angeboten sollte mindestens einer Risikolage zuzuordnen sein.
 Stellen Sie dar, in welchem Umfang Sie bildungsbenachteiligte Zielgruppen mit dem media.lab erreichen können. Machen Sie dabei möglichst konkrete Angaben (z. B. mithilfe von statistischen Daten z. B. zur SGB II-Quote und weiteren Sozialindikatoren für Ihren Ort bzw. Stadtteil). Beschreiben Sie spezifische Problemstellungen in Ihrem Sozialraum, z. B. bezogen auf Lese- und Medienverhalten sowie Sprachkompetenzen der Zielgruppen Ihres media.labs.

| |
|--|
| |
|--|

| | |
|---|--|
| Benennen Sie Ihre Kern-Zielgruppe(n) für das media.lab. | |
|---|--|

| | |
|---|--|
| Welche Altersgruppe möchten Sie mit dem media.lab ansprechen? | |
|---|--|

| | |
|--|--|
| Wie viele unterschiedliche Kinder und Jugendliche können Sie während eines Jahres mit dem geplanten Angebot erreichen? | |
|--|--|

| | |
|---|--|
| Wie möchten Sie die Zielgruppen auf das media.lab aufmerksam machen? Welche konkreten Maßnahmen planen Sie hierfür, welche Multiplikatoren unterstützen Sie ggf. dabei? | |
|---|--|

| |
|--|
| |
|--|

| | |
|--|--|
| Welche Ziele setzen Sie sich mit dem media.lab, v. a. in Bezug auf angestrebte Wirkungen bei den teilnehmenden Kindern und Jugendlichen? | |
|--|--|

| |
|--|
| |
|--|



b) Konzept und Programm

Wie sieht Ihr pädagogisches Konzept für das media.lab aus? Mit welchen Methoden und Formaten wollen Sie eine Verbesserung von Lesemotivation und Medienkompetenz der bildungsbenachteiligten Teilnehmer/innen herbeiführen (und ggf. auf längere Sicht auch Verbesserungen der Lesekompetenz)? Welche anderen Förderziele spielen für Sie im media.lab eine wichtige Rolle, z. B. soziale Kompetenzen, Integration oder die Unterstützung der Selbstwirksamkeit der Kinder und Jugendlichen?

Wie in der Förderrichtlinie „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ beschrieben, müssen Maßnahmen im Programm „neu und zusätzlich“ sein. Inwieweit sind zukünftige Angebote im media.lab mit Blick auf Ihren Sozialraum und die lokale Bildungslandschaft als „neu und zusätzlich“ einzustufen? Legen Sie ggf. auch dar, dass es vor Ort einen Bedarf an außerunterrichtlichen Leseförderungsangeboten für bildungsbenachteiligte Zielgruppen gibt.

Formulieren Sie Ihr Leitmotiv für das media.lab in einem Satz:

Ein Angebot sollte regelmäßig pro Woche stattfinden. Welcher Zeitraum eignet sich bei Ihnen dafür? Sind Angebote während der Ferienzeiten möglich?

Stellen Sie dar, dass es sich um außerunterrichtliche, freiwillig und kostenlos zu besuchende Angebote handelt. Sofern der Standort des media.labs eine Ganztagschule sein soll: Beschreiben Sie die Struktur des Ganztags und machen Sie deutlich, inwieweit Ihr Konzept die „Definition außerschulischer Bildungsangebote“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung erfüllt (<https://www.buendnisse-fuer-bildung.de/files/Definition%20au%c3%9ferschulisch%20KMS%20II.pdf>).

Welche beispielhaften Aktionen können Sie sich für eine Umsetzung (ab Frühjahr 2018) vorstellen? Wie beteiligen Sie Kinder und Jugendliche an Ideenfindung und Programm?

c) Räumlichkeiten und Ausstattung

Welche Räumlichkeiten werden Sie dem media.lab für die Programmlaufzeit zur Verfügung stellen? Wodurch sind diese besonders für die Einrichtung eines media.labs geeignet? Bitte machen Sie Angaben zu Größe und Lage im Gebäude. Falls Sie ein Konzept mit Angeboten an mehreren Orten umsetzen möchten, können Sie dies hier darstellen.

Bitte machen Sie Angaben zu dem ggf. bereits vorhandenen Bestand an Medien für Kinder und Jugendliche (Umfang, Aktualität, ggf. thematische Schwerpunkte und Mediengattungen). Verfügen Sie über geeignetes Mobiliar sowie eine medientechnische Ausstattung wie z. B. einen PC, die vom media.lab genutzt werden kann?



Bitte stellen Sie den Versicherungsschutz der ggf. von der Stiftung Lesen gestellten Ausstattung dar (betrifft z. B. Hardware und Mobiliar, für den Fall von Verlust, Beschädigung etc.): Wäre die Ausstattung über ggf. bestehende Versicherungen mitversichert?

| |
|--|
| |
|--|

d) Betreuung des media.labs

Verfügen Sie bereits über Zugänge zu Ehrenamtlichen? Um welche Ehrenamts-Zielgruppen handelt es sich dabei? Auf welche praktischen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen können Sie zurückgreifen?

| |
|--|
| |
|--|

Die Betreuer eines media.labs sollten medienaffin sein und kreative Aktionen zu verschiedenen Medien mit Jugendlichen umsetzen. Gibt es bereits Personen im Umfeld, die das media.lab ehrenamtlich betreuen könnten? Benennen Sie nach Möglichkeit ein Team aus mind. media.lab-Betreuerinnen (Hauptamtliche der Bündnispartner können sich bei Bedarf beteiligen, der Einsatz von Ehrenamtlichen ist jedoch Voraussetzung).

| |
|--|
| |
|--|

e) Zusammenarbeit im Bündnis

Beschreiben Sie die möglichst 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 gleiche Aufteilung der Aufgaben vorliegen, d. h. beide Partner müssen einen kontinuierlichen aktiven Beitrag erbringen.

Welche Eigenleistungen werden von den lokalen Bündnispartnern erbracht? Stellen Sie hier z. B. personelle Ressourcen dar, die zur Planung des Projekts und zur Umsetzung gemeinsam mit Ehrenamtlichen auf jeden Fall notwendig sind. Dies betrifft z. B. die Mobilisierung und kontinuierliche Betreuung von 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?

| | |
|--|--|
| <p>Stellen Sie dar, warum Sie die geplanten Leseförderungsmaßnahmen ggf. nicht aus eigenen Mitteln oder Zuwendungen anderer Partner finanzieren können, sodass eine Einbindung ins BMBF-Förderprogramm notwendig ist.</p> | |
| <p>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?</p> | |
| <p>Was benötigen Sie besonders von der Stiftung Lesen, um die dargestellten Ziele zu erreichen?</p> | |

Sie willigen ein, dass Ihre personenbezogenen Daten zur Projektabwicklung sowie zur Information über andere Projekte, entsprechend der Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO), elektronisch gespeichert und zum Zwecke von Versandabwicklungen an Logistikpartner der Stiftung Lesen weitergegeben werden. Ferner erklären sie sich damit einverstanden, per E-Mail regelmäßige Projektinformationen im Rahmen der Leseklubs zu erhalten (z. B. Einladungen zu Weiterbildungen und Webinaren). Weitere Informationen finden Sie in der Datenschutzerklärung der Stiftung Lesen:
www.stiftunglesen.de/datenschutz

| | |
|--|---|
| Ort, Datum, Name/n und Unterschrift des/der Verfasser/innen der Bewerbung (erster Bündnispartner) | Ort, Datum, Name/n und Unterschrift des/der Verfasser/innen der Bewerbung (zweiter Bündnispartner) |
|--|---|

Bitte senden Sie das von Ihnen beschriebene pdf-Dokument

- per Post an:

- oder per E-Mail mit eingescannter Unterschrift an:

Stiftung Lesen
 Projekt "media.labs"
 Römerwall 40
 55131 Mainz
medialabs@stiftunglesen.de

Zusätzlich per E-Mail einzureichende Anlagen – bitte nicht vergessen:

- Mindestens drei aktuelle Fotos der für das media.lab vorgesehenen Räumlichkeiten (z. B. Handyfoto)

Bitte beachten Sie, dass handschriftlich bearbeitete Bewerbungen nicht bearbeitet werden.

Kontakt für Rückfragen und Beratung

Wolf Borchers
 Tel.: 06131 / 288 90-26

Melanie Dreher
 Tel.: 06131 / 288 90-58

Milena Röthig
 Tel.: 06131 / 288 90-41

Mail: wolf.borchers@stiftunglesen.de

Mail: melanie.dreher@stiftunglesen.de

Mail: milena.roethig@stiftunglesen.de