

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 19
Was auf die Ohren?!
Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der Medienpädagogik
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2024
Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-139-5

Kulturcaster – Medienlabor für kulturelle Bildung (Kategorie B „Projekte von und mit Jugendlichen“)

Junge Sicht auf Kultur. *Kulturcaster* ist ein Medienlabor für kreative Perspektiven. Das Prinzip: Kulturorte in NRW laden ein und Jugendliche machen sich selbst ein Bild. Das Projekt des jfc Medienzentrum e.V. ermöglicht seit 2019 kreative Medienproduktion von jungen Menschen ab 15 bis 25 Jahren mit Künstler*innen und Medienschaffenden und lotet innovative Formate aus. Es wird ein besonderer Freiraum für Storytelling mit Kulturaneignung geschaffen. In Workshops zu Foto- und Bildkreation, Filmproduktion sowie Gestaltung mit und in Virtual Reality setzen junge Menschen ihre individuellen Themen partizipativ und interaktiv weitgehend eigenständig um.

Inwieweit gelingt es, sich Kulturorte neu mit kreativen Medienformaten zu erschließen? Welche Geschichten und Produktionsarten ergeben sich in der Auseinandersetzung mit Digitalität, Medienkultur und Kunst? Im Museum Abteiberg in Mönchengladbach zum Beispiel konnten sich Jugendliche für ihren Film von Ausstellungen zu Umweltaktivismus, Ökofeminismus und Hochsicherheitsgesellschaft, von der Kunstrichtung Fluxus und von der Provenienzforschung inspirieren lassen. Die genannten Themen gaben einen Rahmen vor, in dem sich die junge Filmcrew frei bewegen konnte. Nach einer Führung durch die jeweilige Ausstellung haben die Jugendlichen gemeinsam mit professionellen Filmschaffenden Ideen für Kurzfilme entwickelt und diese im Museum umgesetzt.

Mit zunehmend dreidimensionalen Inhalten wandelt sich das Internet. Der Bezug zu Körper, Raum und 3D-Objekten in immersiven Welten ist ein neuer Erfahrungshorizont: Wie sie ihre eigenen Werke mit und in Virtual Reality gestalten können, haben Jugendliche im Skulpturenpark Waldfrieden in Wupper-

tal, im Clemens Sels Museum Neuss und im Lehmruck Museum in Duisburg erfahren. Die Kulturorte öffneten ihre Türen für ein- bis zweitägige Workshops, in denen sich die Kulturcaster*innen vor Ort von Skulpturen und anderen künstlerischen Werken inspirieren ließen. Mit kabelloser VR-Brille und Controllern ausgestattet, entstanden so ganz freie, bunte, fantasievolle Skulpturen und Skizzen.

Ein wesentlicher Kontextrahmen ist der Blick in die Produktionsstätten von Kultur mit ihren Geheimnissen, Abläufen und besonderen Gewerken. Im Kölner COMEDIA Theater zum Beispiel war es den Teilnehmenden möglich, hinter die Kulissen zu schauen, diese frei zu nutzen und in Zusammenarbeit mit einem Schauspieler und einer Fotokünstlerin zu lernen, wie sie sich selbst und andere vor der Kamera und auf der Bühne in Szene setzen. Für die Ausstattung ihrer Fotos konnten sich die Jugendlichen im Theaterfundus bedienen und ihre Fotoideen kreativ mit verschiedenen Kostümen, Requisiten, Lichtern und Filtern umsetzen.

Thema

Jugendliche und junge Erwachsene experimentieren mit Medien zur partizipativen Kunst- und Kulturvermittlung. Das Projekt ermöglicht digitales Storytelling und Co-Creation mit freiem Zugang zu Kunst und Kultur. In Workshops werden eigenständige Sichtweisen der Zielgruppe mit Medien und Lebensweltbezug gefördert.

Zielgruppe/n

Jugendliche ab 15 Jahren und junge Erwachsene bis 25 Jahre



Methoden

Kunst und Kultur bieten Anregungsrahmen und Möglichkeiten der Auseinandersetzung. Die Formate und Methoden werden individuell entworfen und angepasst. Hierbei greifen die Erfordernisse aktueller Medienproduktion, der jeweilige Kontext und die Interessen der Zielgruppe ineinander. Da das Medienlabor die Produktion an Kulturorten anstrebt, ist der Zeitrahmen je nach Medium und Thema unterschiedlich.

Die Formate der Workshops variieren von einem halben Tag bis zu zwei Tagen und kurzen zweistündigen Besuchsformaten. Für Medienproduktionen erfolgt eine freie Aneignung des Kulturraums zu einem Thema. Es werden Methoden der Co-Creation, des Design Thinking und forschenden Lernens mit Medienbildung vermischt. Auf eine Phase freier Ideen-, Drehbuch- oder Storyboard-Entwicklung mit gemeinsamer Planung folgt eine Umsetzungsphase mit explorativer Medien- und Technikaneignung. Eine Postproduktion wird gemeinsam mit Medienschaffenden und Teilnehmenden umgesetzt.

Das Besondere ist die gemeinsame Planung der Angebote mit der *Kulturcaster*-Redaktion: Eine wechselnde und organisch wachsende Gruppe folgt eigenen Interessen und wählt Kulturorte aus. Im Format *Kulturcaster unterwegs* werden me-

diale Mikroprojekte für Instagram bei Besuchen von Ausstellungen, Festivals und Künstler*innenateliers entwickelt.

Projektlaufzeit

01.01.2019 bis 31.12.2024

Ergebnisse

Alle Angebote haben zum Ziel, Medienergebnisse mit eigenständiger Sichtweise der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu zeigen und online zu veröffentlichen, um möglichst in den Kulturort einzuwirken und dort sichtbar zu sein. Ob Kurzfilm, Foto- und Bildproduktion digital/analog, grafisch, Audioproduktion oder 3D-Gestaltung: Werke vermischen sich intermedial und mit Mixed-Media. Hauptsächlich wird der Instagram-Kanal @kulturcaster bespielt mit Ergebnissen und Medienwerken im Kurzformat.

Kontakt

jfc Medienzentrum e.V.
 Seekabelstraße 4
 50733 Köln
 E-Mail: info@jfc.info
 Web: www.jfc.info

Im Interview

Kulturcaster

jfc Medienzentrum e.V.

Diana Kaiser und Michelle Adolfs

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Kulturorte in NRW werden in Kooperationen einbezogen, laden Jugendliche zu Aktionen und Besuchen ein. Sie machen sich selbst ein Bild, werden kreativ und berichten aus ihrer Perspektive. Im Zentrum des Projekts steht die konkrete und niederschwellige Auseinandersetzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Kulturangeboten und damit eng verknüpft: die Öffnung von Möglichkeiten zum eigenen kreativen Gestalten und die Möglichkeit, diese Gestaltungen und ihre persönlichen Eindrücke zu veröffentlichen.

Das Projekt bietet einen landesweiten Impuls für die Kulturvermittlung mit digitalen Medien, der junge Menschen aktiv einbezieht. Wichtig ist hierbei festzuhalten, dass die Kulturcaster*innen nicht über Kulturveranstaltungen als PR berichten oder mit einer Medienproduktion einem Wissenserzählformat folgen. Aus ihren eigenen Interessen und mit Lebensbezug ist eine freie, kreative Aneignung von Kunst und Kultur möglich.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?

Das Projekt setzt Ziele im Bereich der Kunst- und Kulturrezeption und -vermittlung, der Medienbildung und der Partizipation von Jugendlichen an Kunst und Kultur um.

Kunst- und Kulturrezeption

Schlüsselwort für die Teilnahme der Jugendlichen am Projekt ist „Casting“. Jugendliche kennen den Begriff und popkulturelle Castingshows aus den Medien. Auch beim Casting in

diesem Projekt schlüpfen die Jugendlichen in die Rolle von Juror*innen und Expert*innen, die ihr Interesse und ihre Aufmerksamkeit auf Kulturangebote richten. Das bedeutet, sie werden zu Kulturnutzenden eigener Fassung. Es wird signalisiert: Ihre Wahrnehmung ist den Kultureinrichtungen wichtig. Damit verbunden ist dann, fast schon automatisch, die Übernahme von Verantwortung für eine genaue, interessierte Wahrnehmung, die Entwicklung von Fragen an Kunst und Kultur, von Versuchen zu verstehen, von eigenen Interpretationen.

Weil sie ihre Meinungen zu erlebten Kulturbegegnungen darstellen sollen, sind sie gefordert, ihre ästhetische Wahrnehmung zu schärfen, bewusster zu erleben, ihre eigene emotionale und gedankliche Reaktion auf das Kunst-/Kulturerleben, Inspiration oder auch das Fehlen einer solchen zu erkennen.

Sie sind zudem gefordert, all das auszudrücken, sei es als Video, Fotostrecke, als Text oder Kommentar oder in Form von Interviews. Sie sind gefordert, Eindrücke zu verarbeiten, Urteile zu begründen, auch wenn sie subjektiv bleiben. Humor und eine eigene Perspektive sind durchaus erwünscht. So können zentrale Elemente der Kulturwahrnehmung und Ziele der Kulturvermittlung erreicht werden.

Kreative, kommunikative Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur über Medien

„Casting“ bedeutet in diesem Projekt, sich Kunst und Kultur mithilfe von Medien aktiv, forschend und Stellung beziehend zu nähern. Medien fördern den partizipativen und aktiven Zugang. Sie funktionieren in diesem Projekt als Werkzeuge für die Erforschung und Dokumentation künstlerischer Macharten ihrer Protagonist*innen und Präsentationsformen. Sie geben den Jugendlichen zusätzliche „Augen

und Ohren" und fordern sie zu bewussten Perspektiven heraus. Medien schärfen in diesem Projekt die Erfahrung einer Differenz zwischen Live-Erlebtem und Medial-Vermitteltem.

Medien geben den Jugendlichen einen Halt und einen Anlass, sich in dem zum Teil ungewohnten Umfeld zu bewegen. Durch Kamera und Mikrofon haben sie eine legitimierte Rolle und einen Auftrag, sich in der Kultureinrichtung zu bewegen, diese zu erforschen, Fragen zu stellen. Medien unterstützen so auch die Überwindung von habituellen Barrieren und tragen zur Partizipation auch bildungsferner Jugendlicher bei. Die jungen Kulturcaster*innen wenden sich online mit ihren Beiträgen an Gleichaltrige aus ihren sozialen Umfeldern. Die medialen Produktionen fördern zudem den Zusammenhalt und die Kollaboration in der Gruppe.

Die Präsentation von medialen Statements und Perspektiven gibt den jungen Kulturcaster*innen eine Bühne für ihre Einsichten, Erfahrungen, Urteile und Fragen. Auch wenn es für sie selbstverständlich ist, das, was sie bewegt, interessiert oder auch stört, zu posten, macht erst die Veröffentlichung von Produktionen auf den projekteigenen Kanälen zusätzliche Reflexion möglich. In der Gruppe werden die Erfahrungen besprochen und Statements reflektiert und begründet. Sichtweisen, Perspektiven, Assoziationen werden bewusst produziert, die Juror*innen des Kultur-Castings geben ebenso subjektive wie reflektierte Urteile ab. Die mediale Darstellung, auch auf ihren eigenen Kanälen, gibt den Jugendlichen dabei eine Vielzahl von zusätzlichen Ausdrucksmöglichkeiten – und einen ästhetischen Raum für Begeisterung.

Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

a) Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer*innen?

Die Teilnehmer*innen haben ganz unterschiedliche Vorkenntnisse. Nur manche haben noch nie eine Kamera in der Hand gehabt, noch nicht mit einer Bildbearbeitungssoftware

gearbeitet oder ein Video geschnitten. Smartphone und Apps bieten heute einfache Zugänge. Andere wiederum gestalten mit Medien in ihrer Freizeit professioneller und wissen beispielsweise ganz genau, wie Filme funktionieren und Bilder wirken.

b) Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Das sind beispielsweise digitale Produktionskompetenzen im Bereich Foto, Video, Audio und Web. Darüber hinaus setzen sich die jungen Kulturcaster*innen mit Rechtefragen, Fragen der Strategien der medialen Kommunikation in vernetzten Medien, Fragen des Zusammenspiels von verschiedenen Medien- und Textformaten auseinander. Besonders der Zugang zu digital-innovativen Technologien und das Bewusstsein der Wirkung von Medienkultur werden gestärkt.

c) Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

In den Workshops lernen die Teilnehmenden etwa, wie Geschichten entwickelt und Filme gedreht werden, wie sie in Virtual Reality digitale 3D-Skulpturen gestalten können und Urban Art in den eigenen vier Wänden, oder wie Analogfotografie mit einer Polaroid-Kamera funktioniert – immer inspiriert durch Kunst. Die Jugendredaktion *Kulturcaster unterwegs* besucht regelmäßig Kulturrorte und setzt sich mit dem Gesehenen auseinander. Kultur mischt sich mit der Lebenswelt von Jugendlichen, sie erfahren sich selbstwirksam im Umfeld.

Probleme und Grenzen

Gibt es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie werden diese Probleme bewältigt?

Es hat sich gezeigt, dass die mediale Auseinandersetzung mit Kunst und die Produktion an Kulturorten viele Rechtefragen berührt. Die eingeschränkte Möglichkeit, die Kunst, mit der sich die Jugendlichen auseinandersetzen, auch

selbst abzubilden, erweist sich als große Herausforderung in der Umsetzung und Veröffentlichung. Zugleich verstehen die jungen Teilnehmer*innen damit aber auch den bewahrenden und schützenden Auftrag der Kulturorte. Die projektverantwortlichen Mitarbeiter*innen der Museen klären vor jedem Workshop bestimmte Rechte, sodass die Jugendlichen in einem gewissen Rahmen frei produzieren können. Hier haben sich im Laufe der Zeit viele Kulturorte geöffnet und bewegen sich auf die Zielgruppe zu. Gleichwohl bleibt die Hochkultur für junge Menschen eine Blackbox qua Begriff und in der Priorität der möglichen Erlebnis-Attraktionen untergeordnet gegenüber popkulturellen Angeboten. Zudem ist das freie Zeitkontinuum von Jugendlichen rar.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Für die Medienworkshops wird eine gute technische Grundausstattung benötigt. Im jfc Medienzentrum können wir die Foto- und Filmarbeit sowie Making mit FabLab und Audioproduktion grundlegend abdecken. Alles Weitere wird zum Teil über Projektmittel angeschafft oder auch bei professionellen Technikverleihern und anderen Medienzentren geliehen. Unsere Erfahrung zeigt, dass Jugendliche sich professionelle Ausstattung wünschen und der Zugang zu innovativen Medientechnologien als Entdeckungsrahmen einen Mehrwert darstellt.

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessierten geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Insbesondere bei Kooperationen mit Kulturorten sollten vorher klare Absprachen, am besten schriftliche Vereinbarungen getroffen werden. Die Workshop- bzw. Produktionsbedingungen sind ganz andere als in Medienzentren, Jugendzentren oder Schulen. So muss

neben der Problematik mit den Bildrechten beispielsweise auch bedacht werden, dass in vielen Museen aus konservatorischen Gründen oft keine Stative aufgestellt werden dürfen, es darf kein Licht aufgebaut werden und natürlich darf die Gruppe den laufenden Betrieb nicht sonderlich stören. All diese Regeln sorgen für



© Antonia Gruber

erhebliche Einschränkungen, die bereits bei der Konzeption bedacht werden müssen. Und: Jugendliche möchten nicht instrumentalisiert eingespannt werden. Ihnen ist wichtig, mit ihren Ideen Raum zu bekommen und auf Augenhöhe agieren zu können.

Motivation

a) Ist es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Es ist immer eine Herausforderung, Jugendliche zu erreichen. Hier haben sich in den letzten Jahren mit Social Media die Bedingungen zur Erreichbarkeit verändert und die Lebenswelt ist komplexer geworden. Sobald sie durch Werbung über Schulverteiler, Kooperationsangebote oder über die eigenen Kanäle im Projekt landen, sind sie in der Regel aufgeschlossen und neugierig. Die Jugendlichen sind motiviert und bringen sich mit eigenen Ideen ein.



© Diana Kaiser

Über Multiplikator*innen und direkte Ansprache Zugangswege zu gestalten, ist eine intensive, aber lohnende Beziehungsarbeit für beide Seiten. Der Lernort Schule nimmt einen wichtigen Knotenpunkt ein, der allerdings mit den Aufgaben außerschulischer Bildung oftmals zu sehr überfrachtet bzw. überfordert wird.

b) Was macht den Teilnehmenden besonders viel Spaß?

Nach unserer Erfahrung begeistert sie insbesondere die Gestaltung eigener Medien nach spannender Inspiration an Kulturoorten und das Kennenlernen von Personen in der Kunst- und Kulturszene. In kleineren Galerien, Off-Spaces, Kunsträumen oder Ateliers bekommen sie oftmals einen Blick hinter die Kulissen, einen Einblick in Arbeits- und Lebensrealitäten fernab großer Namen, die sie sonst im Kunstunterricht behandeln. Die persönliche Begegnung mit Kunstschaffenden, Kunstvermittler*innen, Aussteller*innen oder Kurator*innen ermöglicht eine intensive Auseinandersetzung in einem vergleichsweise freien Rahmen.

c) Und was finden Sie selbst besonders motivierend?

Die größte Motivation entsteht durch die Partizipation von Jugendlichen an der Entwicklung des Programms und durch die Auseinandersetzung mit einer Szene, die sich für Jugendliche für gewöhnlich hinter verschlossenen Türen verbirgt. Die freie Aneignung jenseits üblicher hausinterner Formate ist spannend für explorative Neuorientierung und bietet Potenzial für co-kreative, generationenübergreifende Diskurse.

Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

a) Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?

Ein Großteil unserer anderen Angebote richtet sich an Kinder, sodass wir mit *Kulturcaster*

eine neue Zielgruppe kunstinteressierter Jugendlicher in Köln gewinnen konnten und das weit über den Stadtteil hinaus. Da das Projekt NRW-weit agiert, sind die jeweiligen Kooperationspartner angehalten, die Beziehungsarbeit zu der Zielgruppe eigeninitiativ mit den Erfahrungen im Projekt neu zu gestalten sowie Zugangswege und Netzwerke vor Ort auszuprobieren.

b) Läuft das Projekt noch und wenn ja, wie lange? Oder gibt es Anschlussprojekte?

Das Projekt ist derzeit in der dritten Förderperiode bis zum 31.12.2024 bewilligt. Eine erneute Beantragung der Fördermittel beim Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen ist geplant.

Themen

Welche Themen (Inhalte) sind im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?

Das ganze Thema Berufsorientierung ist äußerst spannend für die Zielgruppe, da viele gerade kurz vor Schulabschluss stehen. So stellen wir sicher, dass die Jugendlichen einen möglichst realistischen Einblick in verschiedene Berufe der Kultur- und Kreativwirtschaft bekommen.

Trends und Interessen der Zielgruppe

a) Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in Ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?

Der Zugang zu Kultur ist in der Lebenswelt Jugendlicher eng mit Smartphone, Foto und Video-/Audioproduktion verknüpft. Mit *Kulturcaster* ist ein medialer Kulturkanal von Jugendlichen für Jugendliche entstanden. Das Projekt öffnet damit neue Räume der kreativen Teilhabe für junge Menschen. Der Begriff *Medienlabor* nimmt den digitalen Wandel auf und wächst im Prozess mit der Zielgruppe und dem Interesse an der Gestaltung von Medienkultur.

b) Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?

In einer zunehmend digitalisierten Lebenswelt fördert das *jfc Medienzentrum* die Persönlichkeitsentwicklung von Jugendlichen und ihre aktive, gestaltende Partizipation durch/an Medien. Mit dieser neuen Form der Partizipation an Kunst und Kultur an Kulturorten werden Jugendliche selbst aktiv. So wird der projekteigene Instagram-Kanal @kulturcaster mit Videos, Texten und Fotos der Teilnehmer*innen ein Abbild diverser Formate und Kulturzugänge.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs

a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?

Der Arbeitsrahmen *Medienlabor* mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen erfordert sowohl medientechnisch als auch kulturell eine qualitativ hochwertige Produktionsumgebung. Die Fachkräfte und Künstler*innen im Team bekommen die Möglichkeit, sich neue Formate und Angebote zu erschließen. Nicht wenige Methoden und Medien wurden hier erprobt und erstmalig weitreichend umgesetzt. Digitale Kreation mit 3D und Virtual Reality zum Beispiel ist relatives Neuland. Auch der Umgang mit KI, neuen Apps und Produktionssoftware gegenüber Open-Source-Software benötigt in der medienpädagogischen Projektarbeit Zeit und besondere Ressourcen.

b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?

Eine große Chance ist sicherlich, dass immer mehr Kulturorte ihre Ausstellungen und Räumlichkeiten für medienpädagogische Projekte öffnen und jungen Menschen einen spannenden kreativen Input durch die Auseinandersetzung mit Kunst bieten können. Die Umsetzung und Betreuung solcher Angebote kann, wie in unserem Projekt *Kulturcaster*, in Zusammenarbeit mit Künstler*innen und Medienschaffenden stattfinden. Diese benötigen Zeit für die gemeinschaftliche, fundierte Konzeptent-

wicklung jenseits der reinen Durchführung im Angebot. Leider kommen die Evaluation und intensive Reflexion oft zu kurz.

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?

Wünschenswert wäre ein größerer Planungshorizont. Durch die Förderbewilligung für nur zwei Jahre, auch wenn die Förderung für unser Projekt nun bereits zweimal verlängert wurde, sind Personal und Ressourcen schwierig zu bündeln und zu halten. Kulturelle Bildung mit Medienarbeit im Prozess der Digitalisierung benötigt hier Explorationsraum und besondere Rahmenbedingungen mit Ressourcen.

Feedback

Gibt es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?

Die Jugendlichen würden sich gerne tiefergehend im Projekt einbringen, was ihre begrenzte Freizeit allerdings nicht erlaubt. Außerdem würde sich die Gruppe gerne später

am Abend treffen, was aufgrund begrenzter Öffnungszeiten der Kulturorte nicht möglich ist. So freuen wir uns über das Interesse und die Bereitschaft, an unserem vielfältigen Angebot zu partizipieren, doch müssen wir oftmals mit Absagen aufgrund von Schule und anderen Verpflichtungen umgehen. Das führt zu Frustration auf beiden Seiten und erschwert die Planbarkeit. Kulturorte sollten die Zusammenarbeit in unserem Projekt für den Wandel außerschulischer Kultureller Bildung und für mehr Öffnung nutzen.

Interviewpartnerinnen

Diana Kaiser: Creative Producerin, freie Filmmacherin und Konzepterin; M.A. Public Interest Design; fokussiert auf Projekte im sozialen Bereich; leitet das Projekt *Kulturcaster* seit 2021 im jfc Medienzentrum.

Michelle Adolfs: Medienkünstlerin, freie Konzepterin, Diplom-Pädagogin; hat 2019 *Kulturcaster* entwickelt und das Projekt an den Start gebracht; arbeitet und forscht an den Schnittstellen von Medienkunst, Medienbildung und digitaler Innovation.

Video und Laudatio unter:

<https://dieter-baacke-preis.de/kulturcaster>

Lizenz

Der Artikel steht unter der **Creative Commons Lizenz CC BY-SA 4.0**. Die Namen der Urheberinnen (siehe Interviewpartner*innen) sollen bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.