

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
Oberrnstr. 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

Hinführung: Zuhörbildung – warum ist das so wichtig?

„Wenn man mir nicht zuhört, ist das, als ob ich nicht da bin.“ (Jasmin, 7 Jahre)

Der Hörsinn ist unser erster und einer unserer wichtigsten Sinne. Schon ab der 22. Schwangerschaftswoche ist die Hörschnecke fertig ausgebildet und Babys lernen ihre Umwelt lauschend kennen: Musik, Rhythmen, Alltagsgeräusche und die Stimmen der Familienmitglieder dringen zu ihnen durch (vgl. BR alpha 2022).

Hören können die meisten Menschen also längst, wenn sie auf die Welt kommen.

Zuhören dagegen ist eine Fertigkeit, die erst gelernt werden muss. Denn Zuhören geht über das reine Aufnehmen von akustischen Reizen hinaus: „Hören ist ein physiologisches Phänomen, Zuhören ein psychologischer Akt.“ (Barthes 1964/1990: 76)

Zuhören ist ein vielschichtiger Prozess, „bei dem verbale und nonverbale Information, kognitive, soziale und emotionale Aspekte verarbeitet werden“ (Imhof 2013: 98). Margarete Imhof definiert den Zuhörprozess in Erweiterung des Informationsverarbeitungsansatzes in den Schritten Intention – Selektion – Organisation – Integration und Überwachung (vgl. Imhof 2021: 19). Zuhören bedeutet also ein bewusstes, absichtliches Aufnehmen von Information, das Verstehen und die Verarbeitung dieser Informationen und das Weiterarbeiten damit.

Damit das funktioniert, ist eine Voraussetzung, dass alle beteiligten Personen sich aktiv und bewusst auf das Zuhören einlassen. Es braucht Aufmerksamkeit, Zuwendung und bewusstes Teilnehmen an einer gemeinsamen Zuhörsituation.

Diese Art von Zuhören ist – weit mehr als reines Hören – eine der Grundlagen für gelingendes Interagieren und Zusammenleben, aber auch für individuelle Entwicklung und Lernen (vgl. Hagen 2003: 16ff.; Glück-Levi 2013). Dies gilt auf zahlreichen Ebenen:

- Zuhören ist die Voraussetzung für jede Art von Kommunikation. Sei es im 1-zu-1-Gespräch oder in Gruppen, direkt oder medial vermittelt: Nur wer zuhören kann, nimmt das Gegenüber und seine Botschaften wirklich wahr und kann in einen Austausch treten, der qualitativ wertvoll und für beide Seiten lohnend ist.
- Erst durch diesen Austausch entstehen Beziehung, Miteinander und Gemeinschaft – die Grundpfeiler unseres Zusammenlebens in Familien und Freundschaften, in Kindergarten und Grundschule, in Beruf und Freizeit und als ganze Gesellschaft.
- Zuhören ist aber auch für die ganz persönliche Entwicklung nötig: Erst durch Zuhören können Lern- und Entwicklungsprozesse angestoßen werden. Nur wer zuhört, erfährt Neues, erweitert Horizonte oder erlebt andere Perspektiven.

Für diesen komplexen Prozess des Zuhörens sind allerdings Grundfähigkeiten nötig: Aufmerksamkeit und bewusste Zuwendung, Sprachkenntnis und Weltwissen, Regulationsfähigkeit, Empathie und noch einige weitere Faktoren müssen bei den beteiligten Personen vorhanden sein, um erfolgreiches Zuhören möglich zu machen (vgl. Imhof 2013: 98). Grundfähigkeiten, die gelernt werden können – und gelernt werden müssen.

Diese **Zuhörbildung** passiert im besten Fall von Anfang an in den Familien, in Kitas und Schulen. Mitunter ist sie festgeschrieben

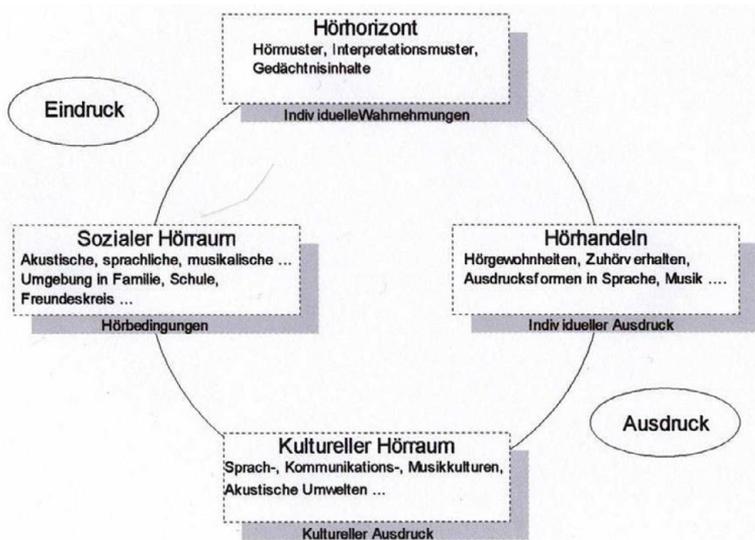


Abb. 1: Handlungsmodell Zuhörförderung (aus: Hagen 2003: 92)

in Lern- und Bildungsplänen, etwa im Rahmen des Deutschunterrichts (vgl. Bernius 2018). Doch sie geht weit darüber hinaus.

Durch Wissensvermittlung, durch Erläuterung und Schärfung von Aufmerksamkeit und Bewusstsein, vor allem aber durch praktische Übungen, Methoden und Rituale kann Zuhören in allen Altersstufen und allen Gruppenzusammensetzungen immer wieder neu zum Thema gemacht und angeregt werden. So können die eigenen Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster bewusst gemacht, reflektiert und schließlich auch neugestaltet werden: Daraus entstehen bessere Hörbedingungen, weniger Lärm und Stress und mehr gelingendes Miteinander im größeren Rahmen und schließlich eine Kultur des Zuhörens in allen Bereichen, wie Hagen in ihrem „Handlungsmodell Zuhörförderung“ (Abb. 1) darstellt.

Was hat Zuhörbildung mit Medienbildung zu tun?

Doch Zuhörbildung steht nie für sich alleine. Zuhören passiert immer in Interaktion und Gemeinschaft – und es passiert im 21. Jahrhundert zu einem beträchtlichen Teil in und durch Medien(-welten). Dabei geht die Verknüpfung

von Medien- und Zuhörbildung weit darüber hinaus, dass Kommunikationsprozesse auch fernmündlich stattfinden. Zuhören ist vielmehr eine Grundlage für viele Arten von Medien-nutzungsprozessen und Medienkompetenz wiederum bedingt Kommunikations- und Zuhörprozesse.

Orientiert man sich am Medienkompetenz-Modell nach Baacke (1999), so sind Zuhör- und Medienkompetenz in allen vier Dimensionen eng verknüpft:

- **Mediennutzung**, also das Auswählen und Aufnehmen von Informationen, funktioniert nur auf Basis einer offenen, konzentrierten und informierten Herangehensweise.
- **Medienkunde** kann erst durch funktionierende Lernprozesse erworben werden und
- **Medienkritik** setzt das aktive Aufnehmen, Sortieren, Verstehen und Reflektieren von Informationen und Bewertungen voraus.
- Die **Mediengestaltung** schließlich – vor allem, wenn sie in Gruppenkontexten stattfindet – ist ein stetiger Kommunikationsprozess, in dem Botschaften abgewogen, Reaktionen verarbeitet, Kompromisse geschlossen und Konflikte durchlebt und schließlich ein gemeinsames Verständnis des Ergebnisses gefunden werden müssen.

Projekte der aktiven Medienarbeit – nicht nur, aber gerade im Bereich akustischer Medien, also Radioarbeit, Hörspielproduktion, Audioguides etc. – sind somit zugleich immer Projekte der Zuhörbildung. Alleine der Fokus auf auditive Medien macht bereits genaues Hinhören und aufmerksames Wahrnehmen nötig. Durch Methoden der Zuhörbildung wird zudem die Konzentration auf das Akustische geschärft, es werden aber auch Kommunikations- und Interaktionsprozesse ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt und bewusster hinterfragt und gestaltet – und nicht zuletzt werden sprachlicher und akustischer Ausdruck und Kreativität angeregt und gefördert (vgl. Günnel/Löffler 2009).

Hier greifen Medien- und Zuhörbildung ineinander. Mediale Botschaften zu verstehen, einzuordnen und selbsttätig zu hinterfragen und zu bewerten, benötigt dieselben psychologischen Prozesse und Fertigkeiten wie die Verarbeitung von Botschaften zwischenmenschlicher Kommunikation. Und auf dem Weg von der eigenen Kommunikationsabsicht hin zu einem Audioprodukt, das diese angemessen verpackt und vermittelt, spielt das aufmerksame Wahrnehmen eine nicht zu unterschätzende Rolle. In Audio-Projekten sind Kinder und Jugendliche (und nicht nur diese) noch viel stärker als in anderen Formaten herausgefordert, sich zu hinterfragen und ihre Inhalte und Ziele klar herauszuarbeiten: Es gilt hier, „dass die Reduktion auf den Ton eine eigene Kraft hinsichtlich der Auseinandersetzung mit Themen hat. Hier können nicht eindrucksvolle Bilder über mangelnde Inhalte hinwegtäuschen, sondern es geht darum zum Kern des Anliegens vorzudringen oder die Hörer allein über Sprache, Musik und Imagination in eine andere Welt zu entführen.“ (Rösch et al. 2012: 91)

Hier wird also ein wechselseitiges Verhältnis deutlich, in dem Medienkompetenz die Voraussetzung dafür ist, dass Kommunikations- und Zuhörprozesse gelingen können – während gelingendes Zuhören unverzichtbar dafür ist, dass Medien kompetent, selbstbestimmt und zielführend genutzt werden können.

Wie lassen sich Zuhör- und Medienbildung sinnvoll verknüpfen?

Doch was bedeutet dies nun in der Praxis? Wie lassen sich Medien- und Zuhörbildung so verknüpfen, dass beide Kompetenzen – und die Lernprozesse auf dem Weg dahin – sich gegenseitig bereichern, unterstützen und ineinandergreifen?

Genau an dieser Schnittstelle befinden sich zwei Angebote der Stiftung Zuhören, das Programm *Hör.Forscher!* sowie die Plattform *Zuhörbox*. In beiden Fällen sind sowohl Zuhören als auch Medienkompetenz zentrale Ziele und werden mit verschiedenen Methoden und Herangehensweisen verknüpft und verfolgt. Der Fokus liegt dabei bei den *Hör.Forschern!* stärker auf praktischer Medienarbeit, während die *Zuhörbox* auf das Thema Wissensvermittlung fokussiert und damit auch eine andere Zielgruppe anspricht.

***Hör.Forscher!* – selbsttätig und kreativ Kompetenzen erwerben**

„Hören lernen durch Hören machen.“ (Echtler 2016: 5)

Nach diesem Prinzip agiert das Programm *Hör.Forscher!*, das die PwC-Stiftung in Zusammenarbeit mit der Stiftung Zuhören und dem Netzwerk Junge Ohren e.V. durchführt:

„Das bundesweite Programm der Kulturellen Bildung wird mit zwei frei wählbaren Schwerpunkten an Schulen angeboten: ‚Sprache & Medien‘ sowie ‚Musik & Klang‘. Es richtet sich an Schulklassen und AGs der Sekundarstufe I (5. bis 10. Klasse). In wöchentlichen Workshops oder Projektwochen entwickeln die Schüler:innen gemeinsam mit außerschulischen Expert:innen Hörstücke und Kompositionen. Dadurch erhalten Schulalltag und Unterrichtspraxis neue Impulse. Am Ende eines Programmdurchlaufs präsentieren die Schüler:innen ihre klanglichen Ergebnisse.“ (Narrativ Hör.Forscher!)



Abb. 2: Schüler*innengruppe bei der Präsentation (Foto: © Peter Adamik)

Der Programmteil „Sprache & Medien“, der in leichten Variationen bereits seit 2015¹ durchgeführt wird, lässt sich als Projekt der aktiven Medienarbeit charakterisieren, in dem sowohl das Erproben, Kennenlernen und kreative Nutzen von (auditiven) Medien als auch das Zuhören als zentrales Element und Ziel im Zentrum stehen.

Die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen entwickeln, geleitet durch ein Thema² und begleitet von einem Medientrainer, eigene Hörstücke. Im Vordergrund stehen dabei Prinzipien des forschenden Lernens und der Ergebnisoffenheit: Die Klassen und Gruppen nähern sich dem Thema auf ihre eigene Art und in ihrem eigenen Tempo, entwickeln Assoziationen und Botschaften, die sie schließlich in einem akustischen Produkt umsetzen. Die Medientrainer – Expert*innen aus den Bereichen Hörfunk, Hörspielproduktion und Medienpädagogik – agieren dabei als Mentor*innen, begleiten den Prozess, unterstützen bei der technischen Produktion der Ergebnisse mit ihrer Expertise, machen aber keine engen Vorgaben bezüglich Thema oder Form. So zeichnen sich die Ergebnisse durch eine große Vielfalt aus: Es entstehen Radiosendungen und Interviews, Hörspiele und Podcasts, Features

und experimentelle Stücke; manche Hörstücke sind ernsthaft und nachdenklich, manche leichtfüßig und lustig – aber alle spiegeln die Ideen, Gedanken und Anliegen ihrer jungen Macher*innen.³

Auf dem Weg zu den Hörstücken stehen zum einen die Prinzipien der **aktiven Medienarbeit** im Vordergrund: Im aktiven, kreativen Handeln setzen sich die Teilnehmer*innen mit (auditiven) Medien auseinander, gewinnen durch diese selbstbestimmte Beschäftigung nicht nur technisches Wissen, sondern verstehen, reflektieren und beleuchten Medien aus einer neuen Perspektive und mit einem tieferen Verständnis – und nutzen die Möglichkeiten akustischer Medien schließlich für Selbstaussdruck und zur Vermittlung ihrer eigenen Themen und Botschaften (vgl. Schell in Schorb et al. 2009: 10ff.).

Zum anderen ist das Thema **Zuhören** auf mehreren Ebenen stets zentral: Das aktive Einlassen auf die akustische Umwelt – sowohl hörend als auch mit dem Ziel, im Ergebnis selbst rein akustisch zu gestalten und zu vermitteln, was bei den Hörer*innen ankommen soll – führt zu einer Schärfung der Wahrnehmung des Hörsinnes und einer neuen Aufmerksamkeit für Töne und Geräusche aller Art. Zugleich

sind die jungen Hörstück-Produzent*innen stets als Gruppe aktiv, sie sind herausgefordert, in einem stark autarken Prozess gemeinsam Themen und Formen zu finden, Herangehensweisen auszuhandeln, Aufgaben zu verteilen, auch Konflikte zu meistern. Das braucht viel Kommunikation – und immer wieder viel aufmerksames, zugewandtes Zuhören.

Nach der Produktion der Hörstücke ist das Projekt aber noch nicht zu Ende: Die abschließende Präsentation des eigenen Stückes vor einem größeren Publikum ist besondere Herausforderung und Highlight in einem. Der Schritt auf die Bühne ist für viele Kinder und Jugendlichen ein großer – der Stolz, die wohlverdiente Wertschätzung für das ganz eigene Produkt zu erfahren und die so erlebte Selbstwirksamkeit, übertreffen das aber um ein Vielfaches und sind eine elementare Komponente des Programmes.

Die Zuhörbox – Zuhörbildung digital

Einen etwas anderen Schwerpunkt setzt die *Zuhörbox* – und hat doch ganz ähnliche Ziele. Das Portal zuhoerbox.de ist seit 2022 die „digitale Materialkiste“ der Stiftung Zuhören. Auf dem Portal findet sich eine Sammlung an theoretischen Informationen und Hintergründen, pädagogischen Materialien und praktische Angebote rund um das Thema Zuhören. Hier soll, mit den Möglichkeiten der digitalen Medien, das Thema Zuhören und Zuhörbildung niedrigschwellig vermittelt werden. Angesprochen werden damit sowohl pädagogische Fachkräfte, die sich weiterbilden, aber auch Arbeitsmaterialien zum praktischen Einsatz finden und nutzen können. Zudem werden Eltern und Kinder angesprochen, die Informationen, Anregungen und Ideen rund um das Zuhören suchen, um die Kommunikation in der Familie und darüber hinaus zu verbessern.

Zu diesem Zweck finden sich in der *Zuhörbox* Erklärvideos, in denen zentrale Begriffe und wichtige Themen der Zuhörbildung erklärt werden; es gibt Elternmaterial und verschiedene Tutorials zur praktischen Audio-Arbeit zum Download; jeden Monat wird das „Hörmedium des Monats“ vorgestellt, also ein

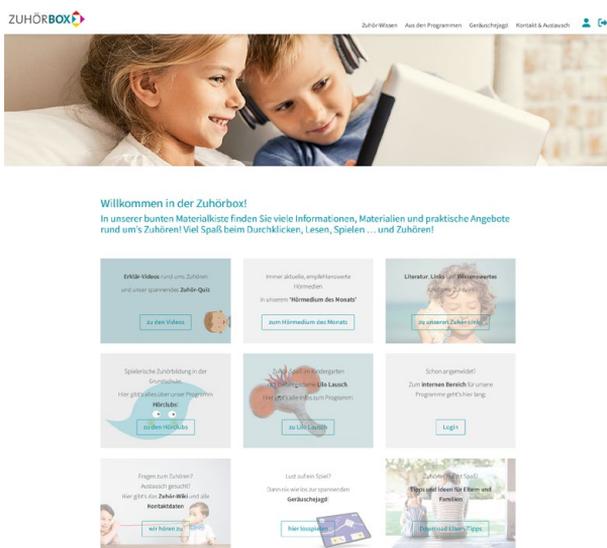


Abb. 3: Screenshot Zuhörbox

besonderes Hörbuch oder Hörspiel, das sich zur Nutzung zu Hause oder in pädagogischen Kontexten eignet und zu dem jeweils Hintergründe, Anregungen und Vorlagen für die pädagogische Arbeit angeboten werden; und schließlich finden die Nutzer*innen Links und Literaturhinweise rund um das Zuhören.

Damit die Besucher*innen der Seite auch selbst kreativ und praktisch aktiv werden können, findet sich auf der Seite außerdem das Spiel *Geräuschjagd*, ein Spiel für Kinder ab ca. 5 Jahren, das dazu anregt, genau hinzuhören und Bilder und Töne zuzuordnen. Und für die Großen gibt es die interaktiven Bereiche *Methoden-Wiki* und *Link-Pinnwand*, wo eigene, erprobte Ideen und Methoden gefunden, aber auch selbst beigetragen werden können.

Die *Zuhörbox* nutzt so eine Fülle an Möglichkeiten der digitalen Medien, um Zuhörbildung verständlich und greifbar zu machen, Familien und pädagogische Fachkräfte durch einfache, ansprechende Materialien für das Thema zu begeistern und neue Impulse zu setzen und auch die eigene, praktische Auseinandersetzung, etwa durch das Ausprobieren neuer Methoden oder durch das Initiieren eigener, medienpraktischer Projekte, anzuregen.

Ausblick: Medien und Zuhören als unschlagbares Team

Wie die beiden Beispiele *Hör.Forscher!* und *Zuhörbox* zeigen, sind Medien- und Zuhörbildung zwei Anliegen und Kompetenzfelder, die nicht nur gut kombinierbar sind, sondern in vielen Fällen sogar ganz generisch Hand in Hand gehen. Projekte aktiver Medienarbeit sind ohne gelingendes Zuhören kaum denkbar, da sie immer auf Kommunikations- und Interaktionsprozessen basieren – und Anstrengungen zur Zuhörbildung passieren in unserer Medienwelt kaum jemals ohne den Einsatz verschiedenster medialer Angebote. Es ist deshalb unbedingt lohnend, diese beiden Themen auch bewusst stärker gemeinsam zu denken und die sich überschneidenden Ziele, Herangehensweisen und Methoden dazu zu nutzen, Projekte und Angebote zu schaffen, die gleich den doppelten Effekt und Mehrwert haben – nämlich Menschen dazu zu befähigen, besser zuzuhören sowie kompetenter mit Medien umzugehen und so wichtige Fertigkeiten und Impulse für viele Bereiche des Lebens zu erlangen.

Autorin

Dr. Elisabeth Jäcklein-Kreis: Medienpädagogin und Programmleiterin von *Hör.Forscher!* und *Zuhörbox*.

Anmerkungen

- 1 Im zweiten Halbjahr des Schuljahres 2014/2015 wurde das Programm *Klang.Forscher!* von PwC-Stiftung und Stiftung Zuhören gestartet, seit 2018 ist *Klang.Forscher!* ein Schwerpunkt des gemeinsamen Programmes *Hör.Forscher!* von PwC-Stiftung, Stiftung Zuhören und njo, die Umbenennung des Schwerpunktes in „Sprache & Medien“ erfolgte 2022.
- 2 Im Schuljahr 2023/24 ist das Thema „Erinnerung“, im Jahr davor war es „Abenteuer“.
- 3 Eine Auswahl der Produktionen ist online zu finden unter www.hoer-forscher.de/hoerstuecke [Stand: 07.05.2024].

Literatur

- Baacke, Dieter (1999): Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In: Ders. et al (Hrsg.): *Handbuch Medien: Medienkompetenz – Modelle und Projekte*. Bonn: Bundeszentrale fuer politische Bildung, 31-35.
- Barthes, Roland (1964/1990): Zuhören als Haltung. In: *Der Aufstand des Ohrs*, 76-89.
- Bernius, Volker (2018). Zuhören lernen durch „Hörenmachen“. Projekte der Stiftung Zuhören. In: *Symposiumsbericht „Wie lerne ich hören, wozu und warum? Zur Erprobungsphase des Forschungsprojekts Sparkling Ears“*, hrsg. von Ute Jung-Kaiser und Katharina Schilling-Sandvoß (=Beitragsarchiv des Internationalen Kongresses der Gesellschaft für Musikforschung, Mainz 2016 – „Wege der Musikwissenschaft“, hrsg. von Gabriele Buschmeier und Klaus Pietschmann). Mainz: Schott Campus.
- BR alpha (Hrsg.) (2022): *Ohren – Fühler zur Welt. Die aufregende Welt des Hörens*. Abrufbar unter: www.ardalpha.de/wissen/gesundheitsinne-hoeren-ohr-gehoeer-sinnesorgan-100.html [Stand: 01.12.2023].
- Echtler, Birgit (2016): Für das Zuhören begeistern – Stiftung Zuhören. In: *PwC-Stiftung/Stiftung Zuhören/CHUNDERKSEN (Hrsg.): Klang.Forscher! Die Pilotphase*. Abrufbar unter: www.hoer-forscher.de/wp-content/uploads/2020/06/klangforscher-handreichung-1.pdf [Stand: 08.12.2023].
- Glück-Levi, Marion (2013): Hören und Sprechen lernen. In: *KULTURELLE BILDUNG ONLINE*. Abrufbar unter: www.kubi-online.de/artikel/hoeren-sprechen-lernen [Stand: 06.12.2023].
- Günnel, Traudel/Löffler, Monika (2009): Perspektiven aktiver Medienarbeit an Schulen und Hochschulen – Schulradios und Audioproduktionen an Freiburger Schulen. In: *Zeitschrift Medienpädagogik*, 12/2009. Abrufbar unter: www.medienpaed-ludwigsburg.de/issue/view/18 [Stand: 06.12.2023].
- Hagen, Mechthild (2003): Förderung des Hörens und Zuhörens in der Schule: Begründung, Entwicklung und Evaluation eines Handlungsmodells. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

- Hör.Forscher!: Das Programm. Abrufbar unter: www.hoer-forscher.de/das-programm/ [Stand: 07.05.2024].
- Imhof, Margarete (2010): Zuhören lernen und lehren. Psychologische Grundlagen zur Beschreibung und Förderung von Zuhörkompetenzen in Schule und Unterricht. In: Imhof, Margarete/Bernius, Volker (Hrsg.): Zuhörkompetenz in Unterricht und Schule. Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 15-30. DOI: 10.25656/01:3228.
- Imhof, Margarete (2023): Zuhören lernen und lehren. In: Hörpäd, 3/2013, 94-99.
- PwC-Stiftung/Stiftung Zuhören/CHUNDERKSEN (Hrsg.) (2016): Klang.Forscher! Die Pilotphase. Abrufbar unter: www.hoer-forscher.de/wp-content/uploads/2020/06/klangforscher-handreichung-1.pdf [Stand: 08.12.2023].
- Rösch, Eike/Demmler, Kathrin/Jäcklein-Kreis, Elisabeth/Albers-Heinemann, Tobias (Hrsg.) (2012): Medienpädagogik Praxis Handbuch. Grundlagen, Anregungen und Konzepte für aktive Medienarbeit. München: kopaed.
- Schorb, Bernd/Anfang, Günther/Demmler, Kathrin (Hrsg.) (2009): Grundbegriffe Medienpädagogik – Praxis. München: kopaed.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name der Urheberin soll 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.