

Am 10. August 2018 erschien die Ausgabe 111 der Fachzeitschrift *Computer + Unterricht* zum Thema *Storytelling*. Darin war auch ein Artikel von mir. Hier wird nun der Artikel in einer früheren und längeren Form veröffentlicht. Ich danke Christian Füller für das Redigat und Donald Townsend für die Literaturempfehlung.

## Medienberater an die Schulen!

Die Medien sind voll von pauschalen Überschriften über den Wert und Unwert digitaler Geräte im schulischen Kontext. Mal machen Computer dumm, mal machen sie schlau, mal machen sie traurig, mal fördern sie Kreativität.

Als Fazit all dieser widersprüchlichen Aussagen, lässt sich festhalten, dass es entscheidend ist, *wie* und *in welchem Kontext/Rahmen* Medien eingesetzt werden. Es heißt auch, dass man Unterricht durch den Einsatz digitaler Medien und entsprechender Methoden sowohl verbessern als auch verschlechtern kann. Netzwerke und Offenheit *können* zu einer ganz anderen Herangehensweise bei der Innervierung von Lernprozessen führen, eine ungezielte Digitalisierung bestehender Handlungsweisen kann hingegen durchaus lernhinderlich wirken.

Dies unterstreicht die Notwendigkeit von Aus- und Fortbildungsmaßnahmen für Lehrer<sup>i</sup> in Bezug auf das Lehren in der Digitalität. Lehrer stehen im Zeitalter der Digitalisierung vor der Herausforderung, ein grundlegendes Technikverständnis zu besitzen, wenn digitale Geräte im Unterricht Verwendung finden sollen.<sup>ii</sup>

Aber wollen Lehrer überhaupt zu diesen Themen fortgebildet werden? Ist nicht gerade in Deutschland die Skepsis gegenüber Netzwerken ganz besonders ausgeprägt? Ein technikskeptischer Habitus spielt eine Rolle bei der zögerlichen Integration digitaler Medien in den Unterricht (Kommer 2016). Sozialisationsbedingte Wertvorstellungen machen Lehrkräfte skeptisch in Bezug auf die Integration von Computern in Lehrprozesse. Eine Wertvorstellung ändert man aber nicht durch einmalige Fortbildungsveranstaltungen. Es braucht positive Erfahrungen, um diese Haltungen langfristig zu verändern. Die Schaffung von Erfahrungsräumen wäre also ein wesentliches Merkmal einer erfolgreichen Medienberatung – allerdings nicht (ausschließlich) über isolierte, externe Fortbildungen und E-Learning-Kurse sondern vor allem über Beziehungsarbeit.

Auch die Kultusministerkonferenz hält Fortbildungsmaßnahmen für Lehrer für erforderlich, „*damit angesichts der schnellen technischen Veränderungen die vorhandenen Kompetenzen ausgebaut und weiterentwickelt werden.*“<sup>iii</sup> Beratungsstrukturen werden jedoch in diesem Zusammenhang eher allgemein thematisiert. Es ist demnach Ländersache, wie die Lehrerschaft dieser Aufgabe gerecht werden soll.

Ansätze, wie entsprechende Kompetenzen langfristig aufgebaut werden könnten, gibt es viele. Man könnte die Fachdidaktik und die Erziehungswissenschaft an den Hochschulen nutzen und übergeordnete universitäre Angebote schaffen, man könnte entsprechende Inhalte in der Referendarsausbildung verankern, man könnte die einzelnen Phasen der Lehramtsausbildung stärker miteinander vernetzen. Und man könnte die Fortbildungsangebote für fertige Lehrer entsprechend ausrichten. Und zwar mit Hilfe eines weiteren Verantwortlichen, der leider in den meisten Bundesländern nicht etabliert ist: In der Schweiz nennt man ihn *PICTS* (Pädagogischer ICT-Support), an der Deutsch-Europäischen Schule in Singapur und anderen internationalen Schulen *Educational-Technology Coach* (ETC) und in Baden-Württemberg *Multimediaberater* (MMB). Die Begrifflichkeiten sind vielfältig, obschon die Aufgaben sehr ähnlich sind. Für diesen Artikel wird deshalb der allgemeine Begriff *Medienberater* verwendet.

## Aufgaben eines Medienberaters

Damit klar ist, was in diesem Beitrag unter diesem Begriff verstanden wird, lohnt sich ein Blick in die Aufgabenbeschreibung eines baden-württembergischen Multimediaberaters:

*„Die Multimediaberaterinnen und Multimediaberater sind im Rahmen ihrer Entlastung **nicht** [Hervorhebung des Autors] zuständig für die Erstellung und Betreuung der Schulhomepage, die Präsentation der Schule z. B. bei einer 25-Jahr-Feier, [...] Zeugnisdruck oder die Betreuung audiovisueller Medien. Sie sind auch nicht zuständig für die Installation von Software, die Betreuung der Hardware und des Netzes sowie die Administration einer Online-Plattform.“<sup>iv</sup>*

Es ist bezeichnend, klug und wohl auch der Erfahrung geschuldet, dass in dieser Aufgabenbeschreibung so explizit darauf verwiesen wird, was *nicht* in den Aufgabenbereich eines Multimediaberaters fällt.

Die eigentlichen Aufgaben eines Medienberaters, wie der Autor ihn versteht, gliedern sich in zwei Bereiche:

Zum einen berät er die Schulleitung in Fragen der (digitalen) Schulentwicklung und arbeitet maßgeblich am Medienkonzept der Schule mit, evaluiert dieses und schlägt Anpassungen vor.

Zum anderen bietet er vielfältige Fortbildungen für Lehrende zu digitalen Themen an und berät diese zum lernförderlichen Einsatz von Technik im Unterricht. Vom Peer-to-Peer-Training bis zur Organisation schulweiter Lehrerfortbildungen sind eine Vielzahl von Veranstaltungen möglich (dazu später mehr). Zu dieser Beratung gehört vor allem auch, mit dem Kollegium zu kommunizieren – sowohl bei Flurgesprächen als auch über in der Schule etablierte digitale Kanäle<sup>v</sup>.

## Wie beraten?

Zeit ist knapp in deutschen Lehrerzimmern. Schulinterne Medienberater haben es schwer, interessierte Kollegen in ihre Fortbildungsveranstaltungen zu locken, auch wenn grundsätzlich das Interesse vorhanden ist.

Schulinterne Fortbildungen, bei denen alle Lehrer einer Schule teilnehmen, sind darauf eine Antwort. Für solche Großveranstaltungen für das gesamte Kollegium muss Zeit geschaffen werden. Entweder dadurch, dass der reguläre Unterricht ausfällt oder durch eine verpflichtende Veranstaltung außerhalb der Unterrichtszeit. Da Fortbildungen zum Kerngeschäft eines Medienberaters gehören, wird oft auch die Vorbereitung einer solchen schulweiten Veranstaltung in dessen Anforderungsprofil geschrieben. Aktuell gehen einige Schulen – gerade auch beim Thema *Lehren in der Digitalität* – dazu über, solche schulinternen Fortbildungsveranstaltungen als Barcamp abzuhalten. Anders als eine klassische Konferenz hat dieses Fortbildungsformat kein festgelegtes Programm. Es wird zu Beginn von allen Anwesenden vorgeschlagen und bestimmt<sup>vi</sup>. Die Teilnehmer werden so zu Teilgebern, bieten also selbst Workshops („Sessions“) an, was den Vorteil hat, dass vertraute (und somit glaubwürdige) Kollegen aufzeigen, wie sie Medien einsetzen. Allerdings muss man auch die Grenzen dieses Formats erkennen. Äußere Impulse durch Medienpädagogen, Fortbilder oder Medienberater anderer Schulen, können solche Veranstaltungen bereichern und verhindern, dass ein Kollegium (ausschließlich) Erfahrungsaustausch betreibt.

Ein anderer, gut dokumentierter Lösungsansatz ist es, außerunterrichtliche Zeitfenster für kleinere Fortbildungsangebote zu nutzen. Viele medienberatend tätige Kollegen haben hier diverse Zeitfenster gesucht und gefunden. „Wissen vor 8“ kann vor Unterrichtsbeginn stattfinden. Die „Digitale Mittagspause“ ist in ebendieser angesiedelt. Und auch die Randstunden im Nachmittagsbereich werden genutzt. Die Angebote haben Titel wie „Mikrofortbildungen“, „FoBi-Snacks“ oder „Digitale Fortbildungshäppchen“ Sie werden meist über Aushänge und Eintragungslisten geplant.<sup>vii</sup>

Eine Erfahrung, die sich durch diese Berichte zieht, ist die, dass die Anmeldung zu solchen Mikrofortbildungen einem zähen Ringen gleicht. Das Interesse im Kollegium wäre wohl vielfach da. Doch die schulische Aufgabenvielfalt und die damit verbundene zeitliche Enge verhindert sehr oft, dass terminlich festgelegte Fortbildungen tatsächlich stattfinden. In Folge dessen entwickeln sich viele dieser Weiterbildungsansätze zu Abrufangeboten, die stattfinden, sobald ein Kollege oder eine Kollegin Interesse daran äußert. Nicht selten ergibt sich dann tatsächlich eine reine Peer-2-Peer-Situation, was zwar aus Sicht der Arbeitszeit des Medienberaters eher ineffektiv ist, aber dafür sehr persönlich intensiv und adressatenbezogen.

Und dies ist letztlich auch die besondere Stärke des schulischen Medienberater-Konzepts. Denn *Beziehungsarbeit* ist wichtig, meint auch Sandra Ricker, ehemals Educational-Technology Coach an der German European School Singapore<sup>viii</sup>. Das gelingt am besten mit Personal, das ausschließlich dafür und ausschließlich an einer Schule zuständig ist. So kann das Kollegium Vertrauen aufbauen und Fragen werden geäußert, die man bei außerhäusigen Experten, welche einmalig eine Schule besuchen, eher zurückhält.

### Woher bekommt man 33.493 Medienberater?

So viele allgemeinbildende Schulen gab es 2016/17 in Deutschland<sup>ix</sup>. Wenn die Forderung nach einem Medienberater an jeder Schule ernst genommen wird, müssen entsprechend viele Menschen gefunden werden, die über den nötigen technischen und pädagogischen Erfahrungen verfügen.

Zur Ausbildung dieser Personen bieten sich erneut die Hochschulen an<sup>x</sup>. Aber auch die Lehrerfortbildungs-Institutionen der Länder und private Fortbildungsanbieter<sup>xi</sup>. Bei der Frage nach der Ausgestaltung solch einer Ausbildung bietet sich der Blick in bereits bestehende Medienberater-Konzepte an. Der Umfang der Ausbildung weist hier erhebliche Unterschiede auf. In Baden-Württemberg umfasst die Ausbildung beispielsweise drei bis fünf Einzeltage, während in der Schweiz ein Fortbildungs-Master im Umfang von 450 Stunden angeboten wird, der mit einem Certificate of Advanced Studies abschließt<sup>xii</sup>.

Wichtiger noch als die Ausbildung erscheint dem Autor die Weiterbildung während der Tätigkeit. Der Austausch und die Vernetzung mit anderen Medienberatern, beständige Fortbildungen und die Externalisierung der eigenen Erfahrungen. Zum Teil werden diese Aspekte auch in den Anforderungsbeschreibungen der Medienberater-Stellen als Erwartungen formuliert.

### Wer soll das bezahlen?

Qualitätssicherung kostet Geld. Das gilt auch für den qualitätsvollen Einsatz digitaler Technik im Unterricht. Ein Medienberater-System würde dementsprechend finanziert werden müssen. Hierbei ist zu unterscheiden zwischen Ausbildungs-, Weiterbildungs- und laufenden Kosten.

Die Kosten für die Ausbildung eines Medienberaters hängen erheblich vom Umfang und vom Anbieter ab. Die Kurskosten für den umfangreichen Weiterbildungs-Master in der Schweiz liegen bei CHF 9.500,- (und nicht alle Kantone übernehmen diese Kosten vollständig).<sup>xiii</sup> Ausbildungen geringeren Umfangs sind vermutlich entsprechend günstiger.

Gleiches gilt für die laufenden Kosten also für die Vergütung, die ein Medienberater für seine Tätigkeit erhält – auch diese hängt erheblich vom Umfang seiner Tätigkeit ab. Während für einen Educational-Technology Coach oft eine volle Stelle vorgesehen ist, wird für einen Multimediaberater in Baden-Württemberg eine halbe Anrechnungsstunde vorgesehen. Entlastend für Schulen in diesem Bundesland ist, dass diese halbe Anrechnungsstunde nicht dem allgemeinen Stundenpool entnommen wird, sondern dass sie aus separaten Finanztöpfen bezahlt werden.<sup>xiv</sup>

Diese Sondertöpfe sollten auch für die Fortbildungen für Medienberater genutzt werden können. Denn eine solche Aufgabe kann nur bei kontinuierlicher Weiterbildung erfolgreich erfüllt werden. Die Zahl der genehmigten und finanzierten Fortbildungen für Lehrende sind aber in den Bundesländern z. T. recht scharf gedeckelt. Hier bietet sich ein Sondertopf für medienbezogene Veranstaltungen an.

## Fazit

Medienberater können dazu beitragen, die lernförderliche Integration digitaler Medien in den Unterricht zu unterstützen. Ein verpflichtendes Medienkonzept, verteilt auf alle Fächer, wie es in manchen Bundesländern zu finden ist, wird ohne einen Medienberater vor Ort wohl vor allem auf dem Papier bestehen. Kleinste Stolpersteine und habituelle Vorbehalte verhindern vielfach, dass so ein Konzept tatsächlich gelebt wird. Medienberater kennen die Strukturen und Traditionen ihrer Schule und können als persönliche Ansprechpartner notwendiges Vertrauen aufbauen. Durch die kurzen Wege können sie bei auftretenden Fragen Lösungswege und Alternativen aufzeigen und das Kollegium für zeitgemäßes Lehren in der Digitalität begeistern. Ferner können sie auch bei der Ausgestaltung des Medienkonzepts wesentliche Beiträge leisten. Insgesamt kann dadurch ein Medienberater zur Schulentwicklung in der Digitalität beitragen. Medienberater sollten deshalb verstärkt ausgebildet, eingesetzt, bezahlt und weitergebildet werden.

## Literatur

- Kommer, S. (2016): Buch statt Tablet-PC. Warum die digitalen Medien nicht in die Schule kommen – der Faktor LehrerIn. In: Knaus, T. und Engel, O. (Hg.): Wi(e)derstände. Digitaler Wandel in Bildungseinrichtungen. München: kopaed (= fraMediale, 5) 35-67
- Norrish, D., Baker, M., Edwards, D., Picardo, J. und Webster, A. (2014): Educate 1-to-1: The secret to successful planning, implementing and sustaining change through mobile learning in schools. Kapitel 3.1.2 The importance of strategic leadership, not just the Head's vision - The Director of Innovation/ Technology role. CreateSpace Independent Publishing Platform
- Schiefner-Rohs, M. (2015): Lehrerbildung und digitale Medien. Herausforderungen entlang der Lehrerbildungskette. In: Schiefner-Rohs, M., Gómez Tutor, C. und Menzer, C. (Hg.): Lehrer.Bildung.Medien. Herausforderungen für die Entwicklung und Gestaltung von Schule. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren (= Grundlagen der Berufs- und Erwachsenenbildung, 82) 119-128



Weiternutzung als OER ausdrücklich erlaubt: Dieses Werk und dessen Inhalte sind - sofern nicht anders angegeben - lizenziert unter [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Nennung gemäß [TULLU-Regel](#) bitte wie folgt:

*"Medienberater an die Schulen!"* von [André Hermes](#), Lizenz: [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

---

<sup>i</sup> Die Inhalte dieses Textes beziehen sich in gleichem Maße auf Frauen und Männer. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch die männliche Form für alle Personenbezeichnungen gewählt.

<sup>ii</sup> Ein anschauliches und im englischsprachigen Raum viel diskutiertes Modell ist unter dem Akronym TPACK bekannt<sup>ii</sup>. Differenzierte Ausführungen zu der „Digitalen Kompetenz Lehrender“ sind kürzlich in dem *European Framework for the Digital Competence of Educators* zusammengefasst worden (<https://ec.europa.eu/jrc/en/digcompedu>). Weitere Leseempfehlungen zu diesem Thema finden sich in der umfangreichen Übersicht über Beiträge zu Lehrerkompetenzen bei den Bildungspunks: <https://bildungspunks.de/februar-thema-lehrerbildung-kompetenzen-einer-lehrkraft-in-der-digitalen-welt/>

<sup>iii</sup> [https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2018/Strategie\\_Bildung\\_in\\_der\\_digitalen\\_Welt\\_idF\\_vom\\_07.12.2017.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2018/Strategie_Bildung_in_der_digitalen_Welt_idF_vom_07.12.2017.pdf)

<sup>iv</sup> [https://lehrerfortbildung-bw.de/st\\_digital/medienwerkstatt/fortbildungen/mo/m5/02mmbaufg/](https://lehrerfortbildung-bw.de/st_digital/medienwerkstatt/fortbildungen/mo/m5/02mmbaufg/)

<sup>v</sup> <http://medienberaterbloggt.de/wie-beraet-man-sein-kollegium-oder-kanal-wahl/>

<sup>vi</sup> Zum Beispiel an der Schule von Dejan Mihajlovic: <https://mihajlovicfreiburg.com/2017/05/27/barcamp-macht-schule/>

<sup>vii</sup> Eine Sammlung von lesenswerten Erfahrungsberichten hat Alicia Bankhofer angelegt: <https://bankhofer-edu.wordpress.com/2017/11/26/mikrofortbildungen-braucht-das-land/>

<sup>viii</sup> <sup>viii</sup> Interview mit Sandra Ricker, bis 2017 Educational-Technology Coach an der German European School Singapore. (= Podcast Jöran ruft an, 65). Online unter <https://www.joeran.de/jra065-wie-ist-die-arbeit-als-educational-technology-coach-an-einer-schule-in-singapur/>

<sup>ix</sup> Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/235954/umfrage/allgemeinbildende-schulen-in-deutschland-nach-schulart/>

<sup>x</sup> z. B. dieser Zusatzstudiengang an der Uni Dortmund: [https://www.fk12.tu-dortmund.de/cms/de/studium/02\\_Uebersicht\\_neu/auslaufende\\_studiengaenge/zusatzstudiengang\\_medien\\_und\\_informationstechnologien/Kurzinfo\\_Medien\\_und\\_Informationstechnologien.pdf](https://www.fk12.tu-dortmund.de/cms/de/studium/02_Uebersicht_neu/auslaufende_studiengaenge/zusatzstudiengang_medien_und_informationstechnologien/Kurzinfo_Medien_und_Informationstechnologien.pdf)

<sup>xi</sup> z. B. dieser Online-Kursanbieter: <https://coetail.com/>

<sup>xii</sup> Weiterbildungs-Master zum Pädagogischen ICT-Support (PICTS) in der Schweiz <https://caspicts.jimdo.com/>

<sup>xiii</sup> <https://caspicts.jimdo.com/cas-picts/kantonale-bestimmungen/>

<sup>xiv</sup> [https://lehrerfortbildung-bw.de/st\\_digital/medienwerkstatt/fortbildungen/mo/m5/02mmbaufg/](https://lehrerfortbildung-bw.de/st_digital/medienwerkstatt/fortbildungen/mo/m5/02mmbaufg/)