

Wie erreichen wir Eltern mit Medienerziehungsthemen?

Christa Gebel

Medienkompetenz-Festival Kiel, 24.9.2026



Eltern besser erreichen

- Beschreibung von Barrieren und Gelingensbedingungen
- Elterliche Bedarfe an medienerzieherischer Information und Beratung
 - subjektive und objektive Bedarfe
- Abgleich mit der Angebotsstruktur
- Ableitung von Handlungsempfehlungen



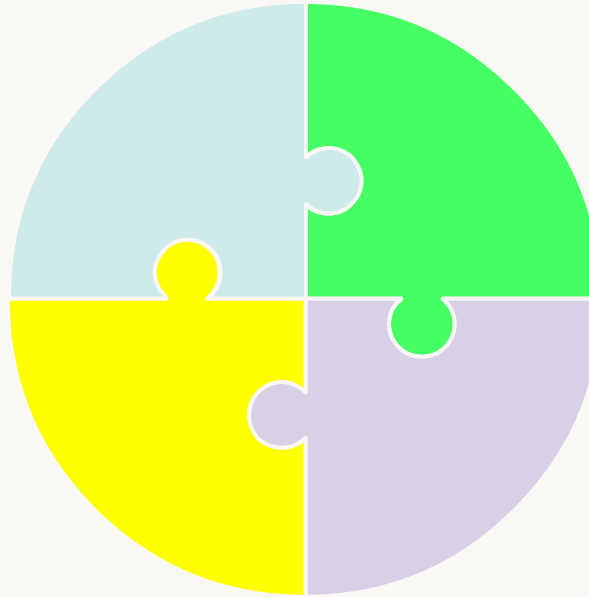
Vorgehen

Analyse Literaturstand

Medien-/Sozialpädagogik
Forschungsarbeiten,
Praxisreflexionen

Expert*innendiskussionen

Anbieter*innen/Fachkräfte,
Wissenschaftler*innen



Online-Befragung

Anbieter*innen, Fachkräfte
-> Auffinden von Angeboten und
Expert*innen

Strukturanalyse

Überblick über die
Angebotslandschaft

„Schwer erreichbare“ Eltern: Diskursstränge

sog. Präventionsdilemma



01

“Familien mit hohem Unterstützungsbedarf nehmen klassische Angebote der Familienbildung kaum wahr” (BMFSFJ 2021, Peter 2015)

Negatives Labeling



02

Verantwortungszuschreibung an die Eltern

Es gibt nicht die schwer erreichbaren Eltern



03

diverse Ungleichheitsmerkmale, innerhalb der Merkmale different (z.B. Migrationsgeschichte), Kombinationen

Diskursveränderung



04

From „hard to reach“ to „how to reach“, lebenslagensensible Medienbildung (Schlör 2019)

Bedarfe

Sensibilisierung in Bezug auf eigene
Vorbildrolle

Kenntnis geeigneter Maßnahmen zur Risikobegegnung (inkl.
medientechnisches Wissen)

realistische Einschätzung medialer Risiken
für Kinder

Sensibilisierung für medienbezogene Bedürfnisse
der Kinder/Jugendlichen und ihre Perspektive

Kenntnis altersgerechter Medienangebote

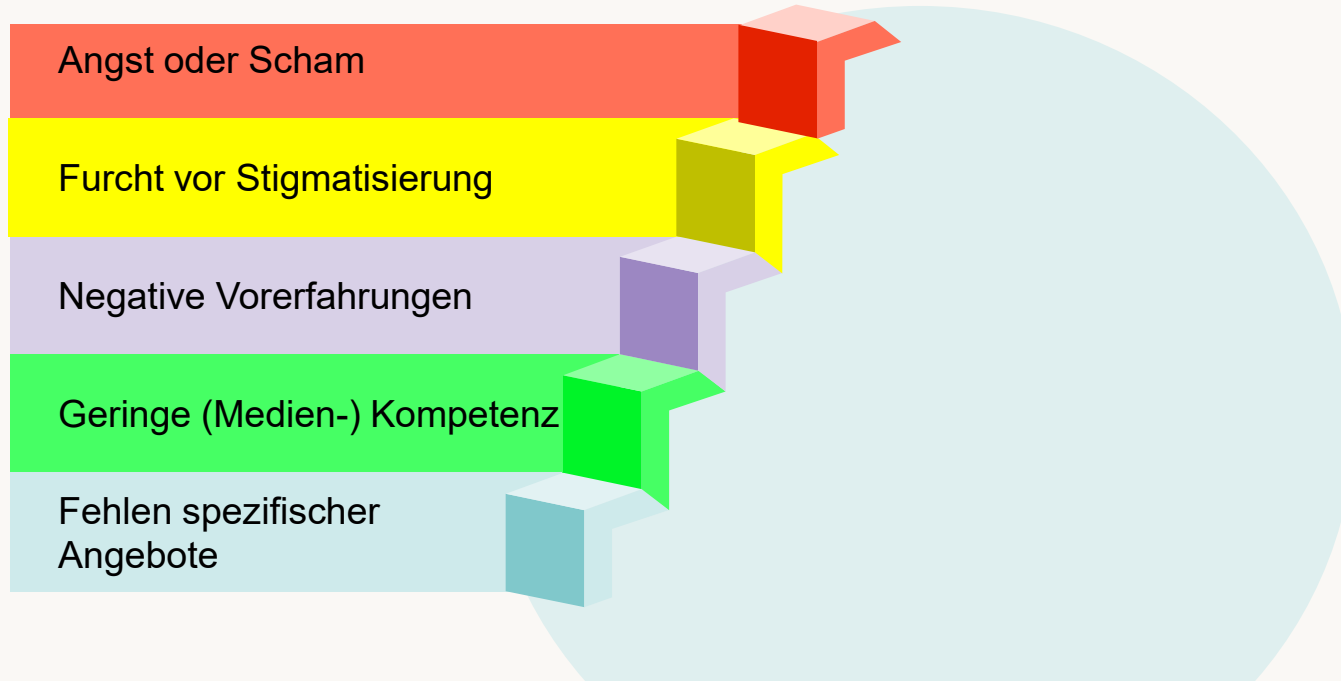
Grundlagenwissen zum Medienumgang
nach Alter und Entwicklungsstand

Faktoren, die mit spezifischem/erhöhtem Unterstützungsbedarf in der Medienerziehung korrelieren

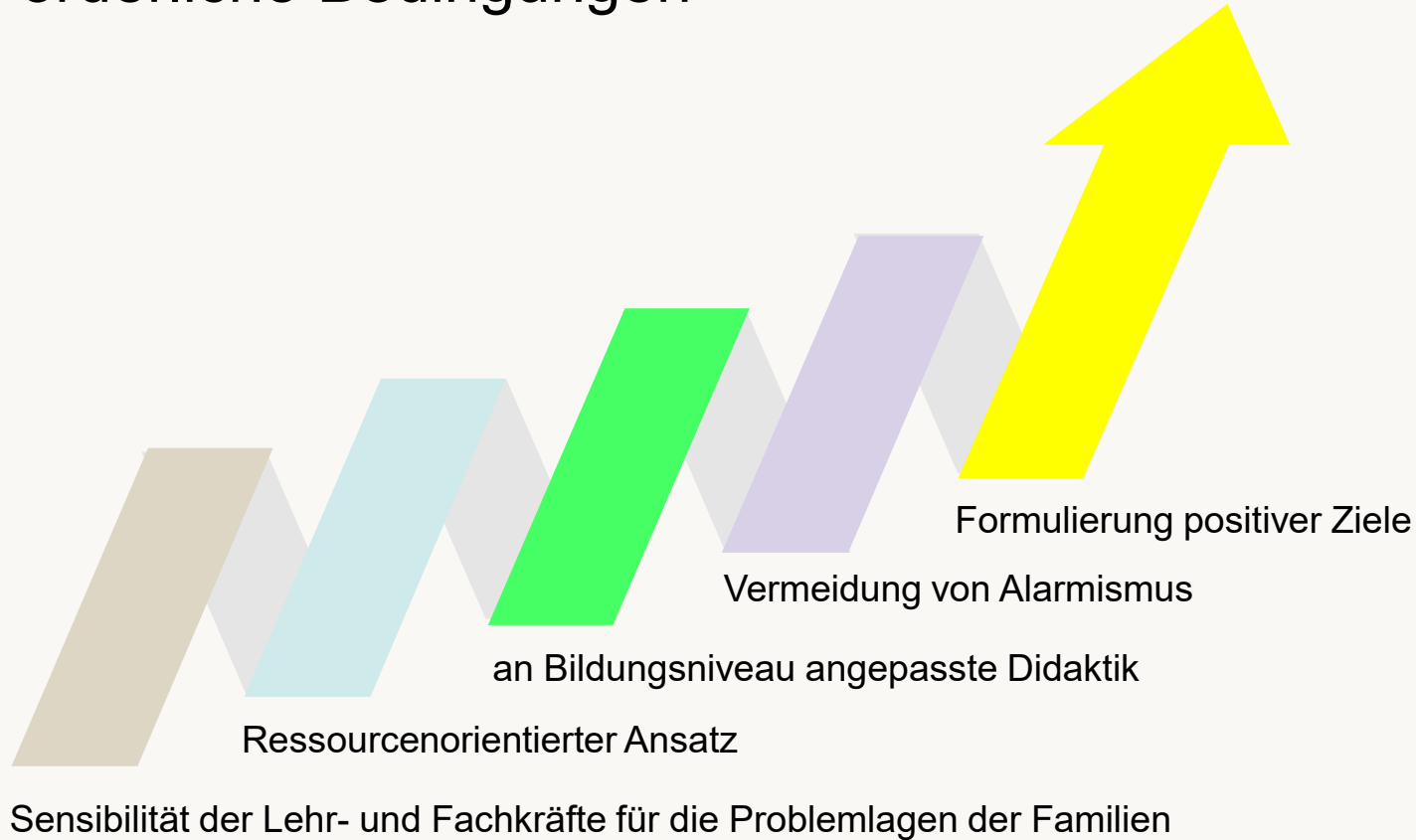


Hürden

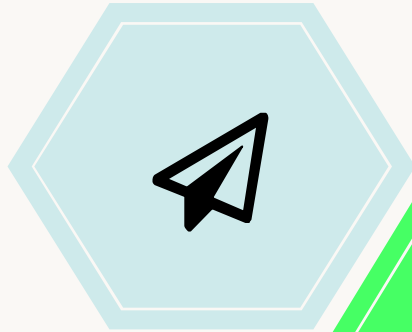
korrelieren mit sozialen Divergenzmerkmalen (Elternbildung allgemein)



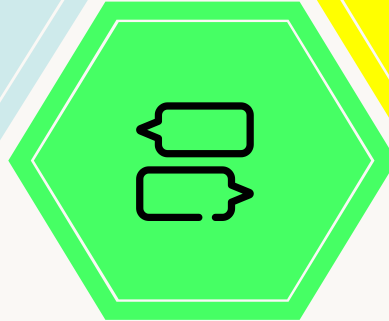
Förderliche Bedingungen



Geeignete Formate



**Info in
Pushmedien
integrieren**
(z.B.
Elternbriefe)



**Individuelle
Beratung**

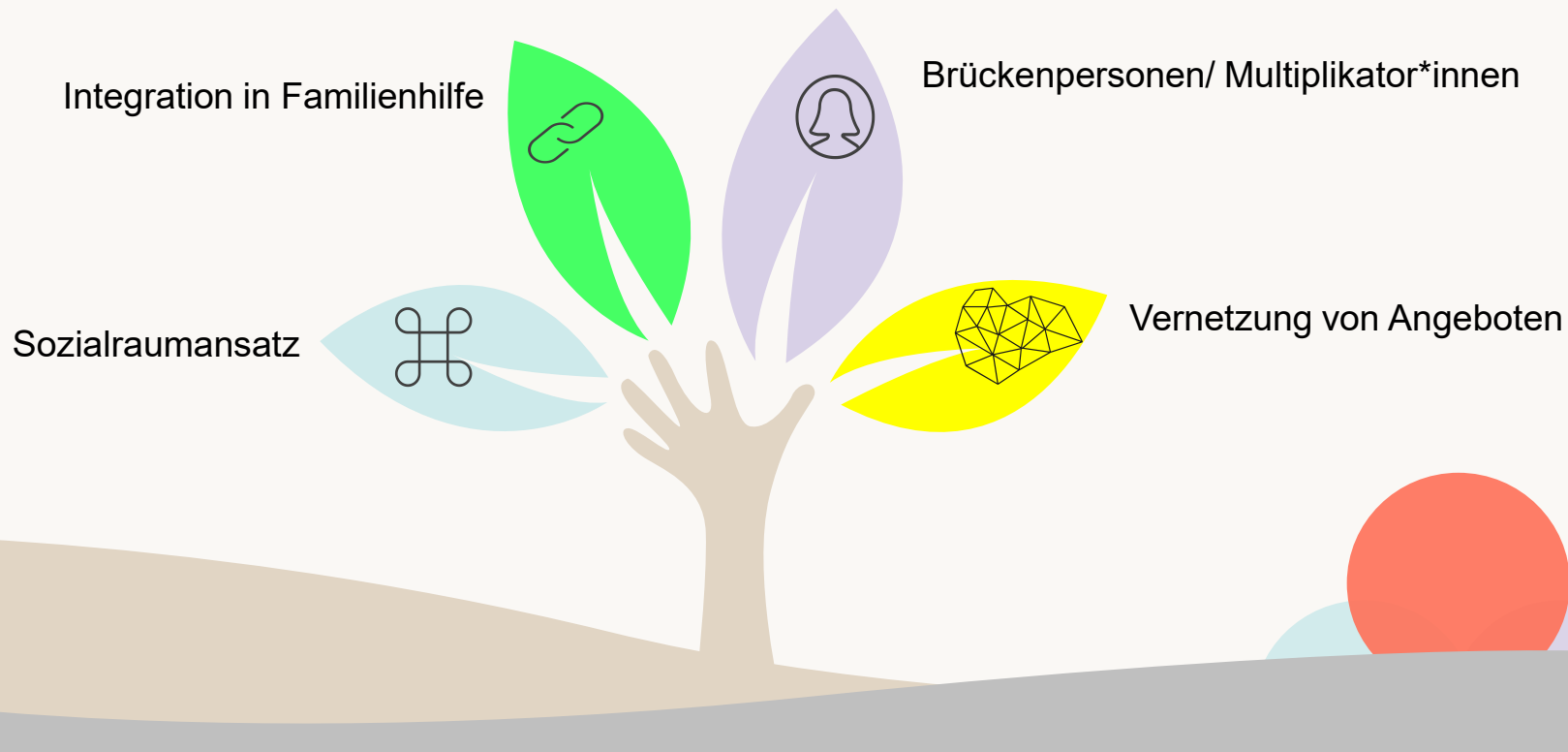


**Eltern-
austausch-
formate**



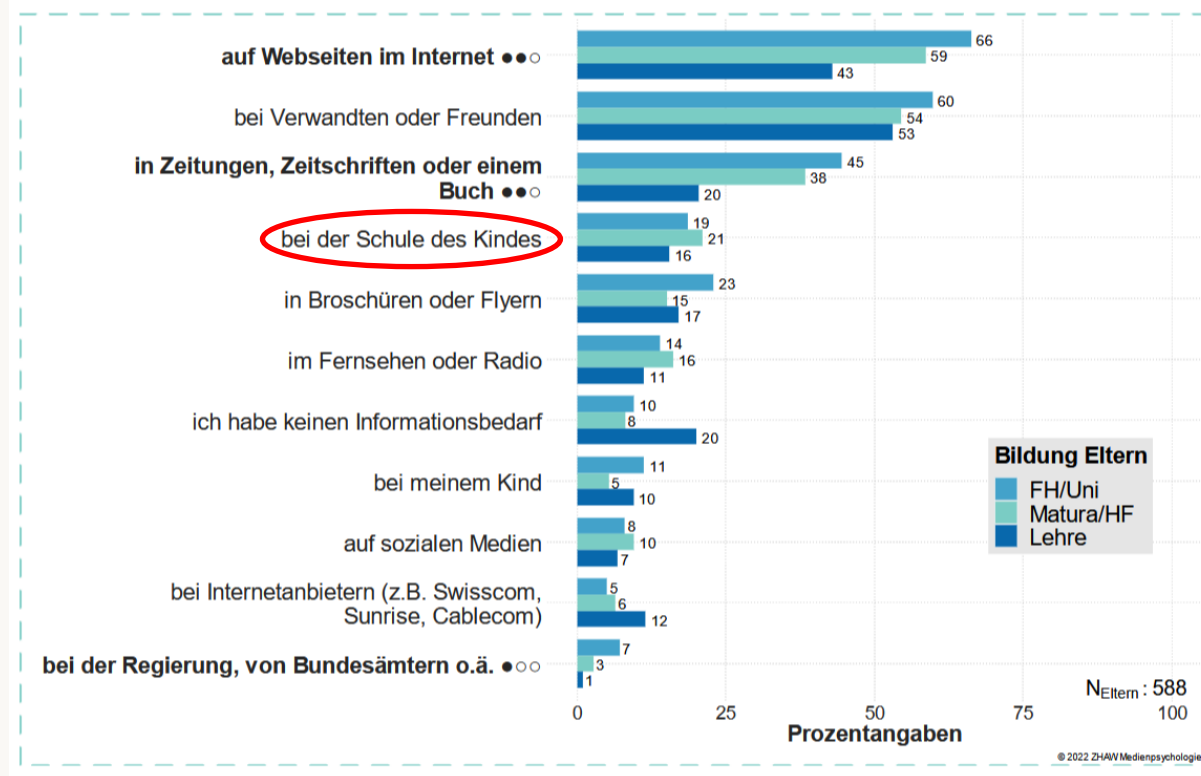
**Eltern-
Kind-
Formate**

Chancenreiche strukturelle Zugänge



Genutzte Quellen

für Informationen und Ratschläge zu Medienerziehung nach Bildung der Eltern (in der Schweiz)



(Suter et al. 2023, S. 69)

Schule

*„Ich hör auch oft, wenn ich z. B. an der Schule bin und die Schulsozialarbeit sagt danach: **„Oh, die, die es am nötigsten gebraucht hätten, waren jetzt nicht da.“***

*Ich finde, da steckt auch so ein **Stigma** drin und ich habe manchmal das Gefühl, **dass die Eltern deswegen auch nicht kommen, [...] weil sie die Sorge haben, zu hören zu bekommen, sie machen alles falsch.**“*

*(Fachkraft, Expert*innendiskussion)*

Cluster

Format

Struktur

Überregionale Online-Marken der Elternansprache
und Bündelungsseiten

Websites und Social-Media-Präsenzen

Infotexte, Downloads, Videos, Podcasts,
Quizze, Games, Selbstlernkurse ONLINE

Veranstaltungs-/ Beratungsstellen-
datenbanken

Abo v. Push-Formaten (Newsletter, SoMe ...)

Such-/
Finde-/
Hol-
Struktur

zeitlich flexibel

Überregionale Programme
der Elternarbeit, Elternbildung, -begleitung
Informationsveranstaltungs-/Referent*innenbuchung;
Austauschformate, P-2-P-Programme, Familienhilfe;
(Referent*innen-/Multiplikator*innen/
SPFH-Fortbildungen)

Veranstaltungen ONLINE

Elternabende, Informationsveranstaltungen

Individuelle Beratung ONLINE

Veranstaltungen VOR ORT

Elternabende, Elternkurse,
Austauschformate, Eltern-Kind-Formate

Individuelle Beratung VOR ORT

Individuelle Begleitung VOR ORT

Aufsuchende Beratung ONLINE

Komm-
Struktur

zeitlich bindend

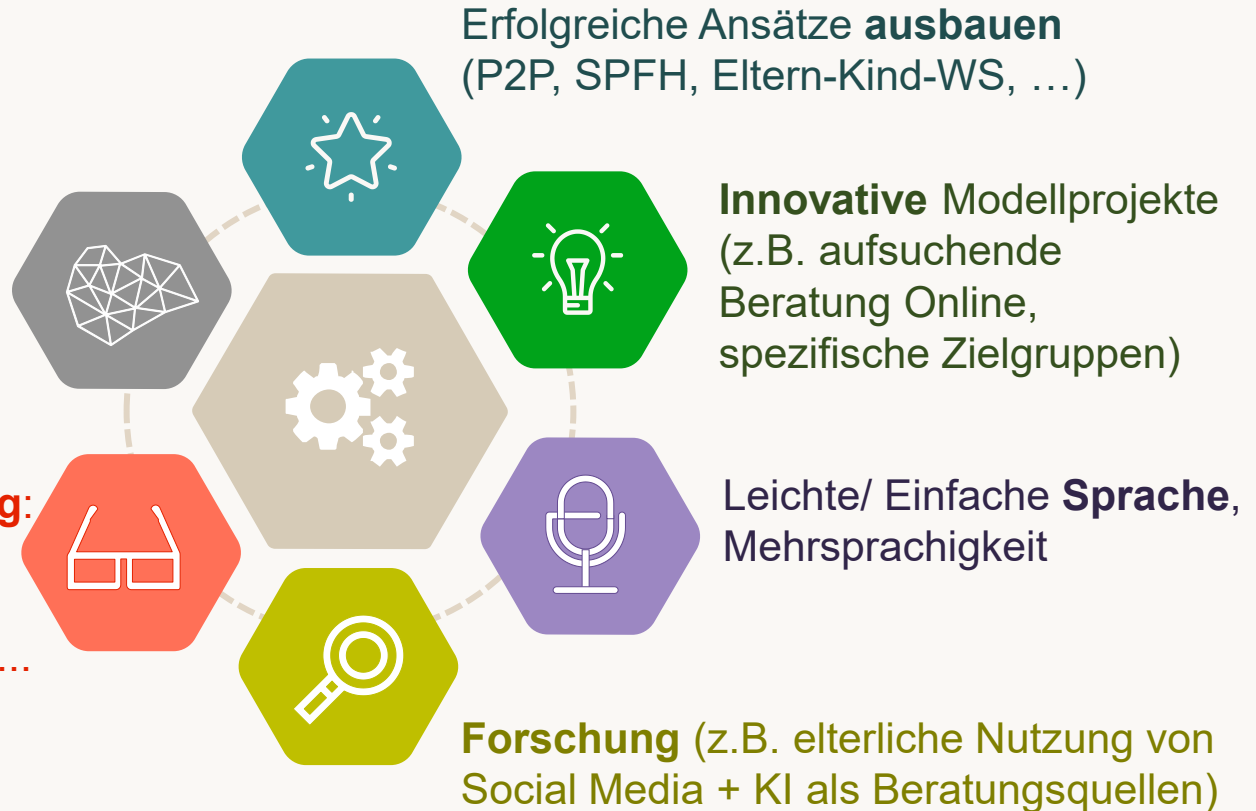
Lokale/regionale Einzelprojekte

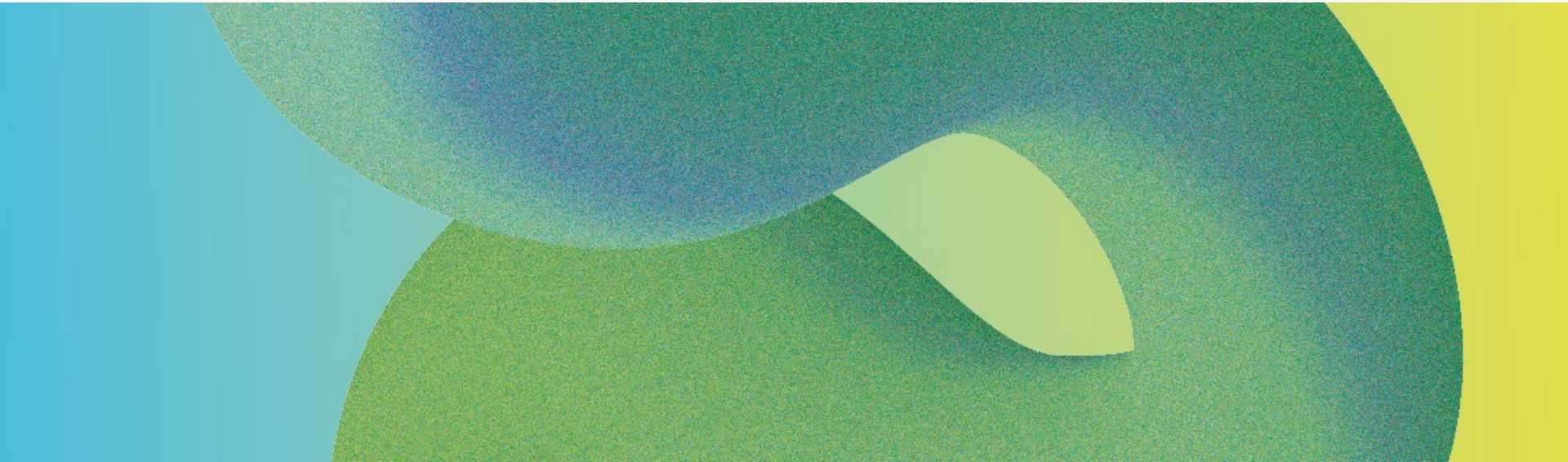
Aufsuchend

Handlungsempfehlungen

Vernetzung + Kooperation
über Regionalebene und
Cluster hinweg +
Aufbau eines **Leitsystems**

Fachkräftequalifizierung:
Haltung, Sprach- und
Diversitätskompetenz,
Lebenslagensensibilität, ...





Vielen Dank!

www.blm.de/files/pdf2/blm_schriftenreihe_112.pdf,

www.blm.de/files/pdf2/blm_schriftenreihe_112_anhang.pdf