



21 JAHRE MB21

**DEUTSCHER
MULTI
MEDIA
PREIS** mb21

Knallig pink – Leitungsteam Kirsten Mascher und Thomas Hartmann bei der Eröffnung des Medienfestivals 2018.

Forum für Fantasie und Fortschritt

MB21 – VORREITER FÜR DIGITALE KREATIVITÄT VON KINDERN UND JUGENDLICHEN

Von Thomas Hartmann Ideen von heute für morgen: Seit 21 Jahren schafft und präsentiert der Deutsche Multimediapreis mb21 hierzulande kreative Jugendmedienkultur. Vom CD-ROM-Lernspiel in den Anfangszeiten bis zur virtuellen 3D-Videoinstallation heute – die jährlich bis zu 300 Einreichungen beim Wettbewerb zeigen eindrucksvoll, dass Kinder und Jugendliche die kreativen Chancen der digitalen Medien zu nutzen wissen. Mitmachen, Ausprobieren und Staunen heißt es dann ein Wochenende lang zum Abschluss beim Medienfestival in Dresden.

Unter dem Titel **Unboxing YouTube** veröffentlichte die Otto Brenner Stiftung Anfang 2019 eine Studie, die sich mit der Frage befasst, ob es sich bei der größten und meistgenutzten Videoplattform im Internet um ein basisdemokratisches Medium zur kulturellen Selbstermächtigung oder aber um eine durchkommerzialisierte Werbeplattform handelt. Dafür werteten die Autorinnen und Autoren der Studie die 100 deutschen YouTube-Kanäle mit den höchsten Abonnentenzahlen mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse aus und kamen zu dem Ergebnis, dass die große Mehrheit der Kanäle „inhaltlich von anspruchsloser, oft sogar platter und stark emotionalisierter Unterhaltung geprägt und zudem von Produktwerbung durchzogen“ sei. Nur vier der 100 untersuchten Kanäle beschäftigten sich im weitesten Sinne mit Politik oder Wissen, der Rest widmete sich den Themen Musik, Gaming, Beauty und Lifestyle sowie schlichter Unterhaltung.¹

Damit bestätigt die Studie die weit verbreiteten Vorurteile über das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen, die nachweislich zu den Hauptnutzern der Videoplattform gehören. Wieder einmal stehen junge Menschen damit unter dem Generalverdacht, digitale Medien lediglich zur Ablenkung, Zerstreuung und stumpfen Berieselung zu nutzen. So unzweifelhaft die Ergebnisse der Studie sein mögen, so deutlich sollte man jedoch auch zwischen dem Medienkonsum und der aktiven Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen unterscheiden.

Denn was sie im Netz konsumieren, sagt nur wenig darüber aus, was sie selbst mit Medien machen. Als Nutzerinnen und Nutzer digitaler Technologien sind wir alle nicht nur Rezipienten, sondern fast immer auch Produzenten medialer Inhalte. Darum lohnt es sich, gerade bei den Jüngsten einen Blick darauf zu werfen, wie sie sich die sogenannten „neuen Medien“ zum Ausdruck eigener Ideen und Sichtweisen aneignen. Eben diese Perspektive nimmt der Deutsche Multimediapreis seit inzwischen 21 Jahren konsequent und vorurteilsfrei ein.

INSPIRATION UND SELBSTWIRKSAMKEITSERFAHRUNG

Jedes Jahr im April wird der Wettbewerb neu ausgeschrieben. Bis zum August haben Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene bis 25 Jahre dann die Möglichkeit, ihre digitalen, netzbasierten und interaktiven Projekte dort einzureichen. Das formale Spektrum ist dabei recht breit. Angefangen bei Websites, Blogs und YouTube-Kanälen reichen die Arbeiten weiter über Apps, Games, Podcasts und Software bis hin zu Coding- und Robotic-Anwendungen oder medienkünstlerischen Installationen. Es ist dabei völlig egal, in welchem Kontext die jeweiligen Arbeiten entstanden sind. Schulklassen und Kindergartengruppen können sich ebenso am Deutschen Multimediapreis beteiligen wie ambitionierte Hochschul-Projekte, Einzelkämpfer genauso wie engagierte Teams.

Natürlich werden auch die Ergebnisse aus medienpädagogischen Projekten im Wettbewerb ausgezeichnet. Zu gewinnen gibt es Preise im Gesamtwert von 11.000 Euro, die in verschiedenen Altersgruppen und Sonderkategorien vergeben werden. Die Erfahrung zeigt aber, dass der eigentliche Gewinn für die Teilnehmenden ganz anderer Natur ist. Denn der Deutsche Multimediapreis vermittelt vor allem Wertschätzung und



Los geht's – KJF-Leiterin Dr. Eva Bürgermeister begrüßt die Teilnehmenden in den Technischen Sammlungen Dresden.

Anerkennung für das, was sie mit Medien machen. Er schafft Öffentlichkeit für ihr kreatives Medienhandeln und bietet ihnen die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, Feedback zu erhalten und sich den kritischen Rückfragen eines interessierten Publikums zu stellen. Im Zusammenwirken dieser verschiedenen Faktoren machen junge Menschen wichtige Selbstwirksamkeitserfahrungen, die sie bestenfalls in ihrem eigenverantwortlichen und kritischen Medienhandeln stärken.

Seinen inspirierenden Höhepunkt erreicht der Wettbewerb beim alljährlichen Medienfestival im November in Dresden. Als Veranstalter freuen wir uns dabei insbesondere auf den als „internen Abend“ getauften Auftakt. In gemütlicher und lockerer Atmosphäre kommen dort die nominierten Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus ganz Deutschland zusammen und stellen sich gegenseitig ihre Arbeiten vor. Hier trifft der neunjährige Erfinder eines Bügelperlen-Plattenspieler auf die junge Bloggerin. Kreative Tüftler präsentieren ihre eigenhändig programmierte Schnittstelle zwischen einer freien Animations-Software und modernen VR-Anwendungen und angehende Medienprofis zeigen in Form medienkünstlerischer Installationen, dass sie sich ebenso versiert wie kritisch mit dem digitalen Wandel befassen.

Wenn die jungen Medienschaffenden die Bühne betreten und in frei vorgetragenen Mini-Pitches den Weg von ihrer ersten Idee bis zum konkreten Endprodukt nachzeichnen, ist ihre Leidenschaft, Beharrlichkeit und Begeisterung deutlich spürbar. Dieser Abend ist der greifbare Gegenentwurf zu den unzähligen Debatten über eine Generation, die durch digitale Medien angeblich zu verblöden droht und in eine passive Konsumhaltung zurückfällt.

ORIGINALITÄT, EIGENLEISTUNG, INNOVATIONSGEIST

„Das ist wirklich was fürs Herz“, resümiert Jürgen Slegers von der Technischen Hochschule Köln, seit vielen Jahren Mitglied der Fachjury des Deutschen Multimediapreises. Zusammen mit sechs weiteren Kolleginnen und

Kollegen aus Wissenschaft, Forschung und Praxis sichtet er während einer dreitägigen Sitzung die besten Einreichungen des jeweiligen Wettbewerbsjahrgangs. Dem voraus geht die Arbeit des Auswahlgremiums, das alle eingegangenen Einreichungen einer ersten Prüfung unterzieht und nur die besten Arbeiten an die Fachjury weiterleitet. Dieses zweistufige Verfahren hat sich – auch aus der Erfahrung anderer Medienwettbewerbe, die das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum veranstaltet – bewährt, denn anders lassen sich die bis zu 300 eingereichten Projekte nicht seriös bewerten. Angefangen bei einfachen Stopp- und Legetrick-Animationen oder kurzen Hörspielen, die in Kitas und Kindergärten produziert werden, professionalisieren sich die Arbeiten mit zunehmendem Alter – von kreativen Maker-Projekten, ambitionierten Video-Kanälen oder Websites bis hin zu aufwändigen Rauminstallationen und technisch ausgereiften Games oder Apps.

Diese Arbeiten lassen sich nicht „mal eben so“ anschauen, sondern müssen in ihrer komplexen Struktur regelrecht durchdrungen werden. Es kostet viel Zeit und Konzentration und erfordert überdies ein breites inhaltliches wie technisches Verständnis, um die Qualität der einzelnen Einreichungen ins Verhältnis zueinander zu setzen und letztlich fair zu beurteilen. Entscheidend ist dabei jedoch nicht die perfekte Umsetzung, sondern vor allem der inhaltliche Anspruch der jeweiligen Arbeiten. Da sich der Deutsche Multimediapreis zum Ziel gesetzt hat, junge Menschen zu einem reflektierten, selbstbewussten und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien zu motivieren und zu befähigen, rangieren Originalität, Eigenleistung und Innovationsgeist beim Urteil

der Fachjury meist vor technischer Expertise und ästhetischer Perfektion. „Diesen tiefen Einblick zu bekommen: Was sind die Themen der Jugendlichen? Was ist da gerade an Technologie vorhanden? Wie wird sie auch auseinandergenommen und neu gestaltet? Das finde ich schon immer wieder spannend zu sehen“, beschreibt Daniel Seitz, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Berliner Agentur für Medienbildung „Mediale Pfade“, die Motivation für sein Engagement in der Jury des Wettbewerbs.

Dass diese Arbeit nachhaltig Früchte trägt, belegt nicht nur das umfangreiche Web-Archiv der Preisträgerinnen und Preisträger aus 21 Wettbewerbsjahren, sondern vor allem auch das immer wieder begeisterte Feedback der Teilnehmenden. „Wir waren noch nie auf einem derart perfekt organisierten Wettbewerb. Diese Auszeichnung bedeutet uns unermesslich viel, und wir haben dadurch bereits neue Fans, Freunde, Views und geniale Auftragsanfragen bekommen“, freuen sich die einen. „Wir haben so tolle Dinge entdeckt, sehr interessante und nette Menschen getroffen, gespielt bis zum Umfallen (echt), ganz lecker gegessen und uns nicht zuletzt über den super Preis gefreut“, schwärmen die anderen. Über 23.000 Kinder und Jugendliche haben sich seit 1998 an dem Wettbewerb beteiligt. Auch wenn der digitale Wandel nicht erst gestern begonnen hat, dringen die damit verbundenen Herausforderungen, die Risiken und Gefahren, vor allem aber auch die Chancen und Potentiale erst langsam in das öffentliche Bewusstsein vor. Zunehmend spiegelt sich diese Entwicklung auch in der Beteiligung beim Deutschen Multimediapreis wider.

RAUM FÜR DIGITALE EXPERIMENTE

Dass die digitalen Medien den Weg für neue Formen von Information, Kommunikation, Kreativität und gesellschaftlicher Teilhabe bereiten und damit einen fundamentalen kulturellen Wandel in Gang setzen, wird niemand mehr bestreiten. Dass sie, verantwortungsvoll eingesetzt, die moderne Gesellschaft demokratisieren und zu mehr und neuer Partizipation führen können, ist eines der zentralen Themen in einem bisweilen sehr kontrovers geführten

Der Deutsche Multimediapreis wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie der Landeshauptstadt Dresden gefördert. Veranstalter sind das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF) und das Medienkulturzentrum Dresden.

Diskurs. Vieles müssen wir dabei noch und immer neu lernen – und vor allem verinnerlichen.

Gerade für die heranwachsenden Generationen ist es daher von großer Bedeutung, dass man sich diesen Themen in allen pädagogischen Handlungsfeldern stellt und die Chancen der Digitalisierung nutzt. Der Deutsche Multimediapreis mb21 leistet einen Beitrag dazu, indem er einen Raum für die digitalen Experimente und Erfahrungen junger Menschen zur Verfügung stellt und zugleich für den Transfer ihres Schaffens in die sogenannte „reale Welt“ sorgt. Damit macht er sichtbar, was vielen Erwachsenen, auch den besonders skeptischen und kritischen, sonst verborgen bliebe. Wer sich davon überzeugen möchte, dass sich die junge Generation von digitalen Medien eben nicht ausschließlich berieseln lässt, der fühle sich herzlich eingeladen, beim nächsten Medienfestival in Dresden dabei zu sein. Als neugieriger Gast oder noch lieber als nominierter Preisträger. In jedem Fall aber als begeisterter Botschafter für die vielfältigen Potentiale digitaler Kreativität.

ANMERKUNG

1. Vgl. Prof. Dr. Frühbrodt, Lutz; Floren, Annette (2019): Unboxing YouTube – Im Netzwerk der Profis und Profiteure. Hrsg.: Otto Brenner Stiftung, Frankfurt am Main; Online verfügbar unter: www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH98_YouTube.pdf

AUTOR THOMAS HARTMANN

ist wissenschaftlich-pädagogischer Mitarbeiter beim Deutschen Kinder- und Jugendfilmzentrum und leitet u.a. gemeinsam mit Kirsten Mascher den Deutschen Multimediapreis mb21.

In einer anderen Welt – in der Forscherwerkstatt laden Medienkunst und Mitmachstationen ein zu spannenden Entdeckungsreisen.

