

### Das aktuelle Stichwort: Kampagne „Startchance kita.digital“

Eva Reichert-Garschhammer, Jutta Lehmann & Sigrid Lorenz

Die im September 2021 gestartete Kampagne *Startchance kita.digital* ist das Kernelement der Digitalisierungsstrategie für Kitas der Bayerischen Staatsregierung. Mit ihr werden die Ergebnisse des vorangegangenen Modellversuchs *Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken* in die Fläche getragen und Kitas durch qualifizierte *kita.digital.coaches\** unterstützt, ihren digitalen Bildungsauftrag zu realisieren. Dies geschieht durch einjährige Blended-Learning-Kurse, die Fortbildung, einrichtungsspezifische Begleitung, Netzwerkaufbau und Öffentlichkeitsarbeit vor Ort mit Online-Lerneinheiten kombinieren. Der ZMF Learning Hub bietet hierfür die digitale Infrastruktur; dort findet sich auch der MOOC *Startchance kita.digital* – ein Onlinekurs, den Kitas, Aus-, Fort- und Weiterbildung kostenfrei nutzen können. Aktuelle Informationen & Unterlagen zur Kampagne stehen auch auf der IFP-Website bereit.

#### Warum eine Kampagne

Ausgangslage dieser Kampagne sind das Aufwachsen junger Kinder in einer digitalen Welt und der digitale Bildungsauftrag bayerischer Kitas sowie der darauf gerichtete wissenschaftlich begleitete Modellversuch *Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken*, der 2020 erfolgreich zu Ende ging:

1. Digitale Medien faszinieren Kinder von klein auf. Sie erleben Smartphones und Tablets in der Familie genauso wie in der Öffentlichkeit. Beim Eintritt in die Kita haben die meisten Kinder bereits Erfahrungen mit digitalen Medien.
2. Daher ist es eine wichtige Aufgabe von Kitas, Kinder schon sehr früh entwicklungsangemessen im kreativen, kritisch-reflektierten und sicheren Umgang mit digitalen Medien zu begleiten und sie dabei zu unterstützen, sich in der komplexen digitalen Welt zurechtzufinden. In der Kita können Kinder das Potential digitaler Medien, die neue Ausdrucks- und Gestaltungsmöglichkeiten bieten, in einem risikofreien Rahmen kennenlernen und sich darüber austauschen. Medienkompetente Kinder sind am besten vor Medienrisiken geschützt.
3. Zur Beantwortung der Frage, wie dieser Bildungsauftrag gut umsetzbar ist, wurden im Modellversuch 100 Kitas in Bayern drei Jahre lang durch gezielt dafür qualifizierte Mediencoaches individuell begleitet und unterstützt. Die um-

fangreichen Erfahrungen und Ergebnisse des Modellversuchs zeigen, worauf es ankommt, damit digitale Bildung mit jungen Kindern in der Kita unter Einbezug der Eltern gelingen kann.

#### Ergebnisse aus dem Modellversuch

Zwei der fünf Forschungsberichte sind auf der Seite zum Modellversuch auf der IFP-Website bereits abrufbar:

- ⇒ Ergebnisbericht der wissenschaftlichen Begleitung des Modellversuchs zu den Basisbefragungen der Kitaleitungen, Mediencoaches und Eltern (Lorenz/ Schreyer) und zur Befragung der pädagogischen Fachkräfte (Danay/ Krause)
- ⇒ KinderFragen! Eine Studie zu Tablets in der Kita aus Sicht der Kinder (Lorenz/ Schreyer/Winterhalter-Salvatore/ Goesmann), die in diesem Heft vorgestellt wird. Diese Forschungsbefunde flossen ein in die Konzeption der Kampagne und in die Aufbereitung der vielfältigen Praxismaterialien, die in Kooperation mit den Mediencoaches und Modellkitas entstanden sind.

Das Wissen aus dem Modellversuch soll nun bayernweit zur Verfügung gestellt und systematisch implementiert werden. Dies geschieht durch

## Das aktuelle Stichwort

---

- die Qualifizierungskampagne *Startchance kita.digital*, die sich an alle 10.200 Kitas in Bayern richtet, und
- den Ausbau der digitalen Serviceplattform ZMF *Learning Hub* als zentrale Anlaufstelle für E-Learning, Kommunikation und Materialien für das Bildungssystem Kita in Bayern.

### Partner und Steuerung der Kampagne

Die Kampagne Startchance kita.digital ist eine Initiative mit vielen Partnern:

- StMAS – das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales ist Auftraggeber und Förderer der Qualifizierungskampagne
- BMFSFJ – das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend finanziert über Bundesmittel aus dem Gute-Kita-Gesetz das erste Kampagnenjahr mit
- IFP – das Staatsinstitut für Frühpädagogik wurde federführend mit der Konzeption, Durchführung und wissenschaftlichen Begleitung der Kampagne federführend beauftragt
- ZMF – das Zentrum für Medienkompetenz in der Frühpädagogik verantwortet die digitale Infrastruktur für die Kampagne
- JFF – das Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis koordiniert die für die Kampagne eingesetzten kita.digital.coaches\*
- kita.digital.coaches\* bilden die an der Kampagne teilnehmenden Kitas fort und begleiten sie
- Jugendämter der Landkreise und kreisfreien Städte unterstützen die Organisation der Kampagne vor Ort.

Die Kampagne wird durch eine vom IFP geleitete Steuerungsgruppe koordiniert, der das StMAS, ZMF und JFF angehören. An der Vorbereitung der Kampagne maßgeblich beteiligt waren auch 17 kita.digital.coaches\*, die bereits im Modellversuch als Mediencoaches tätig waren.

### Konzeption der Kampagne

Die Kampagne Startchance kita.digital ist eine mehrjährige Qualifizierungsmaßnahme für das pädagogische Personal in Kitas im Blended Learning-Format.

### Zielsetzung

Leitziel der Kampagne ist es, Kitas bei der Sicherstellung ihres bestehenden digitalen Bildungsauftrags (§ 9 AVBayKiBiG; BayBEP, Kap. 7.4) zu unterstützen. Dafür wird das pädagogische Personal in seiner Kompetenz gestärkt, diesen Auftrag chancenreich umzusetzen, d.h. den digitalen Medieneinsatz mit Kindern, unter Einbezug der Eltern, professionell zu gestalten.

### Drei Handlungsfelder

Drei Handlungsfelder stehen im Blickfeld der Kampagne, innerhalb dieser im Sinne eines exemplarischen Vorgehens für jede Kita passgenau Schritte in Richtung kita.digital gemacht werden:

1. Digitale Bildung von und mit Kindern mit dem Fokus Medienbildung
2. Bildungspartnerschaft mit Eltern in der digitalen Welt mit dem Fokus Elterninformation über den digitalen Bildungsauftrag und dessen Umsetzung in der Kita
3. Online-basierte berufliche Information und Qualifizierung

### Kurssystem und dessen Struktur

Im Rahmen der Kampagne werden für die Dauer je eines Jahres Kampagnenkurse in kreisfreien Städten und Landkreisen angeboten, die sich dafür beworben haben:

- An einem Kampagnenkurs, der stets im September beginnt und im Juli endet, können trägerübergreifend jeweils bis zu 12 Kitas – kostenfrei – teilnehmen.
- Jede Kita erhält in dem einjährigen Kurs eine Qualifizierung und Begleitung im Umfang von 52 Stunden durch einen kita.digital.coach\* mit medienpädagogischer Expertise, der für diese Aufgabe qualifiziert wurde.

### Fahrplan der Kampagnenkurse

Für den Ablauf aller Kampagnenkurse wird entlang eines Kitajahres ein einheitlicher Fahrplan festgelegt, der die Kurselemente in ihrer Abfolge beschreibt:

### Digitale Bildung

Digitale Bildung umfasst Medien- und informatische Bildung. Die Kampagne fokussiert in ihren Blended-Learning-Kursen die Medienbildung und nimmt folgende Themen in den Blick:

- ⇒ Foto-, Audio- und Filmarbeit mit Kindern und deren vielfältige Bildungszwecke
- ⇒ Recht am eigenen Bild und Kitaregeln hierzu
- ⇒ Sichere Gestaltung digitaler Bildung durch Tablet- und App-Einstellungen
- ⇒ Bewertung von KinderApps

Das gesamte Themenspektrum digitaler Bildung behandelt der MOOC Startchance kita.digital – dieser offene Onlinekurs ist ein eigenständiges Angebot innerhalb der Kampagne und zugleich Bestandteil der Kampagnenkurse.

Der Videotrailer „Digitale Bildung mit Kindern gestalten“ auf der Kampagnen-Seite der IFP-Website gibt erste anregende Praxiseinblicke aus den Modellkitas.

**September:** Auftaktveranstaltung mit allen am Kurs teilnehmenden Kitas

**Oktober/Anfang November:** Fortbildungsphase mit drei Fortbildungstagen (2+1) und drei selbstorganisierten Online-Lerneinheiten

**November bis Mai:** Praxisphase, deren Coach\*-Begleitung im Umfang von 18 Stunden drei Inhouse-Coachingtermine, einen Elternabend, eine Abschlussreflexion mit dem Team und begleitende Beratung umfasst und in der mindestens ein Praxisvorhaben zu realisieren und zu dokumentieren ist

**März:** Netzwerk-Treffen mit allem am Kurs teilnehmenden Kitas innerhalb der Praxisphase

**Juni/Juli:** Abschlussveranstaltung mit allen am Kurs teilnehmenden Kitas, auf der sie Ergebnisse aus dem Praxisvorhaben präsentieren und sich darüber austauschen.

An den Veranstaltungen und Fortbildungstagen nehmen je Kita die Leitung und eine 2. Fachkraft teil. Die Teams der teilnehmenden Kitas sind eingebunden in die selbstorganisierten Online-Lerneinheiten und in die Praxisphase.

### Digitale Infrastruktur der Kampagne

Zur Realisierung des Blended Learning-Ansatzes werden die Kampagnenkurse auf dem ZMF Learning Hub verankert, der als zentrale digitale Infrastruktur für bayerische Kitas auf- und ausgebaut wird.

### Einblicke in das erste Kampagnenjahr

Im ersten Kampagnenjahr beteiligen sich 46 Landkreise und kreisfreien Städte, die teils in Kooperation insgesamt 44 Kampagnenkurse über alle sieben Regierungsbezirke hinweg anbieten; in der Landeshauptstadt München finden 6 Kurse statt. An den 44 Kursen, die von 42 kita.digital-coaches\* allein oder im Tandem durchgeführt werden, nehmen rund 440 Kitas teil.

Einblicke in die Kampagnenkurse 2021/22 geben folgende Unterlagen, die auf der IFP-Website zum Abruf bereitstehen:

1. Flyer zur Kampagne, der für die Ausschreibung der Kursteilnahme erstellt wurde und über die Kampagne und deren Konzeption in ihren Grundzügen informiert
2. Kita-Fahrplan für die Kampagnenkurse 2021/22, der die Kurselemente und deren zeitlichen Ablauf konkretisiert
3. Plakat „Wir machen mit“, das die teilnehmenden Kitas zum Aushang erhalten.

Im ersten Kampagnenjahr werden die Kursmaterialien sukzessive entwickelt sowie die Kampagnenkurse pilotiert und wissenschaftlich begleitet, um sie anhand der Rückmeldungen der Kitas und kita.digital.coaches\* und der gemachten Erfahrungen weiterentwickeln und optimieren zu können.

## Das aktuelle Stichwort

---

### Ausschreibung der Kampagnenkurse 2022/23

Das Ausschreibungs- und Anmeldeverfahren für die Kampagnenkurse 2021/22 ist abgeschlossen, es können sich keine neuen Kitas mehr bewerben. Die Kampagnenkurse werden jährlich in zwei Schritten ausgeschrieben:

1. Im ersten Schritt bewerben sich die Landkreise und kreisfreien Städte für einen Kurs bzw. mehrere Kurse.
2. Im zweiten Schritt schreiben die Landkreise und Städte, die einen Zuschlag erhalten haben, die Kursanmeldung für Kitas aus.

Die Ausschreibungen für die Kampagnenkurse 2022/23 finden voraussichtlich im Zeitraum März bis Juni 2022 statt, für die Kitas voraussichtlich ab Mai 2022.

### Teilnahmevoraussetzungen für Kitas

Für eine Kursteilnahme bewerben können sich alle bayerischen Tageseinrichtungen mit Kindern von 0-10 Jahren, die nicht bereits am Modellversuch teilgenommen haben, und Interesse am Thema „Digitale Bildung in der Kita“ mitbringen.

Für eine Kursteilnahme sind keine Vorkenntnisse zum Thema erforderlich, aber die verbindliche Zusicherung im Anmeldebogen, insbesondere folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

1. Bereitschaft des Teams, sich aktiv auf den digitalen Bildungsprozess einzulassen
2. Bereitstellung zeitlicher und personeller Ressourcen für die Kursteilnahme
3. Zugang zu mindestens 2 Tablets (Android oder iOS) und stabile Internetverbindung
4. Teilnahme an den Online-Befragungen zu Kursbeginn und am Kursende
5. Abschluss einer Kooperationsvereinbarung mit dem [kita.digital.coach\\*](#)

### MOOC Startchance [kita.digital](#)

Der MOOC Startchance [kita.digital](#) wurde am IFP in Kooperation mit dem JFF, mit technischer Unterstützung des ZMF und mit Förderung der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft und des StMAS entwickelt. Der MOOC (massive open online course) ist ein kostenloses Online-Seminar zum Einstieg in die digitale Bildungsarbeit in der Kita mit dem Ziel, Lust zu machen, die vorgestellten Methoden und Werkzeuge und den Umgang mit Medien in der eigenen Praxis auszuprobieren:

- Der MOOC wird auf dem ZMF Learning Hub seit Mitte Oktober 2021 sukzessiv bereitgestellt und ist dort ohne Registrierung öffentlich zugänglich.
- Der MOOC fasst die zentralen Ergebnisse des Modellversuchs zusammen und zeigt das Spektrum des digitalen Medieneinsatzes im Bildungsprozess mit den Kindern und der aktiven Einbeziehung der Eltern auf.
- Der MOOC ermöglicht ein Selbststudium aller Interessierter, er kann ebenfalls in Kitateam-Besprechungen gemeinsam behandelt werden. Darüber hinaus steht der MOOC der Aus-, Fort- und Weiterbildung sowie der Fachberatung frei zur Verfügung.
- Der MOOC ist auch ein Kernelement der Kampagnenkurse im Blended Learning-Format. Er erleichtert den Lerntransfer ins Team und führt die Teams in das Online-Lernen ein.

### Konzeption des MOOC

Der MOOC umfasst eine Einführung sowie acht Lerneinheiten zu folgenden Themen:

Jetzt verfügbar



MOOC Startchance [kita.digital](#)

1. Medien zum Thema machen
  2. Spiele rund um das Hören
  3. Fotografieren und Bildbearbeitung
  4. Filmarbeit und Kameratricks
  5. Erzählen mit und über Medien
  6. Forschen mit Medien – drinnen und draußen
  7. Coding und Robotics
  8. Eltern als Partner einbeziehen
- Die Einheiten 2, 3, 4 und 8 stehen seit Mitte Oktober 2021 zur Verfügung, alle anderen Einheiten bis Jahresende. Jede Lerneinheit ist wie folgt aufgebaut:

- Bildungsziele kurz & knapp (Warum ist das Thema fachlich wichtig)
- Filmische Inspirationen (moderierter Film, der das jeweilige Thema in seiner Bandbreite aufzeigt und mit Filmbeispielen guter Praxis aus den Modellkitas angereichert ist)
- Wissensquiz
- Reflexionsfragen
- Erste Schritte
- Materialkiste: Grundlagen – Videotutorials – Linksammlung – Literatur – Praxisbeispiele – App-Steckbriefe (im Aufbau)

---

## Der Learning Hub

Der Learning Hub umfasst verschiedene Dienste, die den am Kurs teilnehmenden Kitas nach ihrer Registrierung und auch nach Kursende zur Verfügung stehen: Im Bereich „*Kursangebote*“ wird für jeden Kampagnenkurs nach einer einheitlichen Struktur ein eigener Kursraum angelegt, in dem die Kursmaterialien abrufbar und die Aufgaben der Online-Lernphasen hinterlegt sind und die teilnehmenden Kitas ihre Ergebnisse einreichen können. Zur *Kommunikation und Vernetzung* werden zwei datenschutzkonforme Dienste bereitgestellt, die auch kursübergreifend nutzbar sind:

- Das Videokonferenztool Big Blue Button, mit dem Präsenzveranstaltungen und Austausch im Kurs auch online durchgeführt werden; die Kitas können auch für eigene Zwecke Räume anlegen und verwalten sowie Videokonferenzen abhalten.

- Der Nachrichtendienst Rocket.Chat, der mehrere Funktionen zum schnellen und einfachen Austausch bündelt (z.B. Textnachrichten an Personen; Organisation von Lerngruppen, die sich in themenspezifischen Kanälen austauschen; Dateiaustausch; Erstellung kleiner Umfragen; Videoanrufe)

Im Bereich „*Freie Materialien*“ wird auf dem Learning Hub eine umfassende Materialsammlung zum Thema kita.digital aufgebaut. Grundlegendokumente, Praxisbeispiele und -filme, Expertisen und Fachbeiträge, technische Empfehlungen und Anleitungen, die auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse und Impulse des Modellversuchs entwickelt werden, werden dort im ersten Kampagnenjahr nach und nach bereitgestellt.

*Eva Opitz, ZMF*

### Webseiten zum Modellversuch

- <https://www.ifp.bayern.de/projekte/curricula/Medienkompetenz.php>
- <https://www.kita-digital-bayern.de/>
- Webseite zur Kampagne: <https://www.ifp.bayern.de/projekte/qualitaet/startchancekitadigital.php>
- Link und Website zum Learning Hub: <https://www.hub.kita.bayern/>  
<https://www.zmf.bayern/hier-wird-gelernt-vorstellung-des-zmf-learning-hubs/>
- LINK zum MOOC: <https://www.kurse.kita.bayern/course/view.php?id=14>