

Inhalt

1	Einleitung	8
2	Grundlagen des Gutachtens	16
2.1	Die Literaturanalyse	18
2.2	Die Online-Befragung	18
2.3	Die Expertendiskussionen	21
2.4	Die Strukturanalyse	24
3	Ergebnisse	26
3.1	Elternbezogene Befunde	26
3.1.1	Merkmale und Voraussetzungen von Eltern, die Angebote nicht nutzen	27
3.1.2	Elterliche Informationswünsche und Nutzung von Informationsquellen zur (Medien-)Erziehung	39
3.1.3	Elterliche Beratungsbedarfe zum Thema Medienerziehung	50
3.2	Angebotsbezogene Befunde zu Barrieren	61
3.2.1	Strukturelle und institutionelle Ebene von Barrieren	61
3.2.2	Politische und rechtliche Ebene von Barrieren	67
3.3	Anforderungen an Angebote/Gelingsbedingungen	69
3.3.1	Beziehungsebene/Fachkräfte	69
3.3.2	Strukturelle Gestaltung und Einbindung von Angeboten	74
3.3.3	Bewerbung von Angeboten	85
3.3.4	Formate	88
3.3.5	Didaktik und Methodik	95
3.3.6	Qualifikation der (medien-)pädagogischen Fachkräfte	101

3.4	Strukturanalyse	103
3.4.1	Cluster 1: Die Online-„Marken“ der Elternansprache und Bündelungsseiten	107
3.4.2	Cluster 2: Programme der medienerzieherischen Elternberatung, -bildung und -begleitung	117
3.4.3	Cluster 3: Einzelprojekte auf lokaler Ebene	125
3.4.4	Zusammenschau und Einordnung der Ergebnisse	128
4	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	133
4.1	Welche Eltern müssen besser erreicht werden?	134
4.2	Mit welchen Formaten können welche Eltern besser erreicht werden?	137
4.3	Was ist pädagogisch und didaktisch zu beachten?	143
4.4	Was ist zu tun?	146
4.4.1	Vernetzung und Kooperation	146
4.4.2	Zielgruppenspezifische Angebote	148
4.4.3	Professionalisierung und Forschung	149
4.4.4	Lohnende Investitionen	150
	Literaturverzeichnis	151
	Abbildungsverzeichnis	162
	Anhang	
	Angebote zur Medienerziehung für Eltern im deutschsprachigen Raum	163