

Familie
Digital
Kompetent
2019



Eine Initiative der
Bundesministerin
für Frauen, Familien
und Jugend

Familie Digital Kompetent 2019

Liste der Fragen für die Einreichung

- ➔ *Dieses Dokument dient zur Information über die Fragen, die für eine Einreichung zur Initiative FDK2019 zu beantworten sind.*
- ➔ *Die Einreichung ist ausnahmslos über das entsprechende Web-Formular möglich und zulässig!*

Datenschutzrechtliche Information und Zustimmung sowie Bildrechte

- (Wenn Sie zustimmen, bitte erkennbar ankreuzen.)

Ich/Wir erteile/n hiermit die Zustimmung zur Verarbeitung folgender personenbezogener Daten zum Zweck der Einreichung im Rahmen der Initiative „Familie Digital Kompetent 2019“ des BKA inklusive des Drucks von Urkunden und für die Öffentlichkeitsarbeit: Einreichendes Unternehmen: Firmenwortlaut, Adresse, Aktivitäten des medienpädagogischen Engagements laut Einreichung; sowie zum Zweck der Bewertung durch die Jury und der bundesinternen Dokumentation zusätzlich: Einreichendes Unternehmen: Angaben zum Unternehmen laut Einreichung; Kontaktperson sowie unterzeichnende Organe: Vorname, Nachname, Funktion, E-Mail und Telefonnummer.

Die Datenschutzrechtliche Information und Zustimmung sowie die Erklärung und Übertragung der Bildrechte erfolgt mit dem gesonderten Formular „Datenschutz und Bildrechte“. Dieses ist vollständig auszufüllen und zu unterfertigen. Ein Scan davon ist verpflichtend der Einreichung anzuschließen.

[Download des Formulars]

[Upload des Formulars]

Unternehmensdaten

- Firmenwortlaut
- Adresse
- Sparte/Branche
- Firmenbuch-Nr.
- Kurz-Charakteristik des Unternehmens [max. 500 Zeichen]
- Anzahl Standorte in Ö
- Anzahl Mitarbeiter/-innen in Ö
- Ist das Unternehmen international tätig? JA - NEIN
- Wenn JA:
 - Standort Mutter des Mutterunternehmens
 - in wie vielen Ländern tätig
 - Anzahl Mitarbeiter/-innen Weltweit

Kontaktperson

- Name
- Funktion
- Adresse
- Telefon
- E-Mail

Beschreibung der Hauptaktivität zur Förderung der Medienkompetenz:

1. Bezeichnung/Titel: _____
2. Kurzbeschreibung [max. 2000 Zeichen]
3. Welche Ziele werden mit diesen Hauptaktivitäten des Engagements verfolgt, was soll erreicht und bewirkt werden?
 - 3.1. Für die Zielgruppe(n): [max. 1000 Zeichen]
 - 3.2. Für das Unternehmen: [max. 1000 Zeichen]
4. Link zu Online-Informationen

Detailinformationen:

5. Art des Angebots [Mehrfachauswahl]
 - Workshop/Schulung
 - Print-Publikation
 - Online-Publikation
 - Offline-Services / -Information / -Beratung (zB. spezielle Beratungstermine an Vertriebsstandorten)
 - Online-Services / -Information / -Beratung (zB. Chat-Beratung)
 - Software / App(s)
 - Veranstaltung(en)
 - Dienstleitung(en) (zB. Installationsservice für Jugendschutzeinstellungen)

- Produkt(e)
 - Sonstiges: _____
6. Zeitraum [Mehrfachauswahl]
- Einmalig – Datum: _____
 - Befristet – von: _____ bis: _____
 - Unbefristet/bis auf weiteres
 - Punktuell / aus Anlass: _____
 - Auf Anforderung
 - Sonstiges: _____
7. Ort(e), an denen das Angebot genutzt werden kann: (zB. österreichweit an allen Standorten; an ausgewählten Standorten; beim Standort eines Partners)

Zielgruppen:

8. Altersgruppe(n) der zu erreichenden Kinder und Jugendlichen: [Mehrfachauswahl]
- Kleinkinder (bis 3 Jahre)
 - Kindergartenkinder (bis 6 Jahre)
 - Volksschulkinder (bis 10 Jahre)
 - PflichtschulKinder (bis 14 Jahre)
 - Jugendliche (bis 20 Jahre)
 - junge Erwachsene (bis 30 Jahre)
9. Erwachsene Zielgruppe(n): [Mehrfachauswahl]
- Eltern
 - Familien (Kinder und Eltern gemeinsam)
 - Lehrer/-innen
 - Jugendarbeitsfachkräfte
 - Sozialarbeiter/-innen
 - Sozialpädagog/-innen
 - Senior/-innen
 - Eigenes Personal im Verkauf oder der Beratung
 - Personal im Verkauf oder der Beratung bei Vertriebsunternehmen
 - Öffentliche Verwaltung / Dienste
 - Sonstige: _____
10. Kosten für Nutzer/-innen
- Kostenlos
 - Kostenpflichtig - Angabe der Kosten und der „Einheit“ bzw. des Umfanges: (zB. €50 für einen 3Std. Workshop; €15 pro Buch; €1.200 für eine 2 tägige Schulung)
[Textfeld]

Reichweite:

11. Wie viele Personen konnten im Rahmen des medienpädagogischen Engagements bislang erreicht werden?
 - 11.1. Gesamt, seit das Angebot gesetzt wird:
 - 11.2. Im Kalenderjahr 2018:
 - 11.3. Im Jänner und Februar 2019:
12. Ungefähre Aufteilung (in Prozent) der erreichten Personen auf die oben genannten Zielgruppen: [Textfeld]
13. Ungefähre Aufteilung (in Prozent) der erreichten Personen auf die Art des Kontaktes:
 - 13.1. Face-to-face: _____
 - 13.2. Websites: _____
 - 13.3. Private Online Kommunikation 1:1 (z.B. Messenger): _____
 - 13.4. Öffentliche Online Kommunikation 1:many (z.B. Social Network, Forum):

 - 13.5. mit Print-Materialien: _____

Medienpädagogische Aspekte:

14. Welche der folgenden Dimensionen der Medienkompetenz sowie welche relevanten Anschluss-Kompetenz(en) werden adressiert und wie?
 - 14.1. Medienkunde [max. 2000 Zeichen]
(Hier ist das Wissen über heutige Medien und Mediensysteme gemeint. Auf einer informativen Ebene sind dies klassische Wissensbestände wie z.B. Kenntnisse über die Struktur des World-Wide-Web, die journalistische Arbeitsweise oder auch die Möglichkeiten, einen Computer für persönliche Zwecke zu nutzen. Ergänzend dazu gibt es auch instrumentell-qualifikatorische Fähigkeiten, die nötig sind, um neue Geräte bedienen zu können, wie zB. Videoschnitt am Smartphone)
 - 14.2. Medienkritik [max. 2000 Zeichen]
(Das vorhandene Wissen über Medien sollte stets reflektiert und erweitert werden. Nur mit dem nötigen Wissen und der Fähigkeit, das Wissen kritisch anzuwenden, können Medienentwicklungen differenziert betrachtet werden. Das Wissen sollte aber auch auf sich selbst bezogen und das eigene (Medien-)Handeln kritisch reflektiert werden können. Die Analyse der Medienentwicklungen und der reflexive Rückbezug auf das eigene Handeln können schließlich auch daraufhin abgestimmt werden, ob sie sozial verantwortlich sind. So erhält die Medienkritik auch eine ethische Dimension. zB. Workshop „Fake News erkennen“)
 - 14.3. Mediennutzung [max. 2000 Zeichen]
(Hier ist einerseits der rezeptiv-anwendende Bereich der Mediennutzung gemeint, also die Nutzungs- bzw. Rezeptionskompetenz jedes einzelnen

Menschen im Umgang mit Medien. In diesem Sinne wird Fernsehen z.B. als aktive Tätigkeit gesehen, die kompetent gestaltet werden soll, oder Erklärvideos nutzen. Die zweite Unterdimension der Mediennutzung ist der Bereich auffordernden Anbietens und interaktiven Handelns. Es gibt heute eine Vielzahl von Handlungsmöglichkeiten, um in der Medienwelt interaktiv tätig zu sein, wie zB. Social Media, Online-Banking, Produktion von Podcasts und Handyfilmen u.s.w.)

14.4. Mediengestaltung [max. 2000 Zeichen]

(Medien verändern sich ständig und es steht jeder Nutzerin und jedem Nutzer frei, neue Inhalte gestaltend einzubringen. Jeder Mensch kann das Mediensystem einerseits innovativ weiter entwickeln, zB. durch Coding oder bei Game-Jams. Andererseits bieten sich eine Vielzahl an Möglichkeiten, Medien auch auf einer kreativen Ebene mitzugestalten und "Neues" zu entwickeln, zB. mit Bildbearbeitung, Musik- oder Videoproduktion.)

14.5. Anschlusskompetenz(en) [max. 2000 Zeichen]

(Informationskompetenz, Datenkompetenz, Sozial-Kommunikative Kompetenz, Vergnügungs- und Freizeitkompetenz, Legal Literacy, Financial Literacy und viele andere Kompetenzen mehr, stehen im Zusammenhang mit Medienkompetenz oder schließen daran an. Eine Adressierung dieser Kompetenzen setzt daher gleichzeitig die Adressierung von Medienkompetenz voraus, beziehungsweise impliziert sie diese.)

15. Wie wurde das Angebot/die Maßnahme/die Aktivität entwickelt? (zB. Grundlagen / Evidenzen, interne und externe Expertise, Prozess, partizipative Einbindung der Zielgruppe(n), ...) [max. 2000 Zeichen]

Evaluation und Qualitätssicherung:

16. Wie wird das Erreichen der Ziele bzw. die Wirkung evaluiert? (zB. Befragungen der Teilnehmenden; direkte Messung Lernerfolg)

17. Wie wird angestrebt, bei den Wirkungen Nachhaltigkeit zu erzielen? (zB. begleitende Materialien mitgeben)

18. Wie wurde/wird die Nachhaltigkeit des Engagements evaluiert? (zB. Analyse von Verhaltensänderungen)

19. Wird das Angebot regelmäßig adaptiert, weiterentwickelt oder ausgebaut? Wenn ja, auf welcher Grundlage?

20. Was unterscheiden diese Hauptaktivitäten von Aktivitäten und Angeboten anderer Träger? Worin liegt eine eventuelle Innovation?

Kommunikation und Kooperation:

21. Wie wurde/wird auf das Engagement aufmerksam gemacht, wie wird es beworben? (zB. Print, Online, Soziale Netzwerke, Mundpropaganda)
22. Arbeitet das Unternehmen im Zusammenhang mit der Hauptaktivität des medienpädagogischen Engagements mit Dritten (anderen Unternehmen, NGOs etc.) zusammen?
23. Gibt es eine aktive Vernetzung? JA - NEIN
 - 23.1. Wenn ja, mit welchen Einrichtungen und welchen Inhalten und Zielsetzungen?

Weitere Aktivitäten oder Angebote und Maßnahmen

24. Werden neben den oben beschriebenen, zentralen Aktivitäten/Angebote/Maßnahmen noch weitere gesetzt? JA – NEIN

Wenn JA:

- 24.1. Welche weitere Aktivitäten, Angebote oder Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz werden gesetzt? (jeweils Titel und Kurzbeschreibung)
- 24.2. Wie wirken diese mit den unter Abschnitt A beschriebenen zusammen?
- 24.3. Für welche Zielgruppe(n) werden diese Aktivitäten angeboten?
- 24.4. Welche Wirkungen werden mit diesen weiteren Aktivitäten angestrebt?
- 24.5. Wie werden das Erreichen dieser Wirkungen sowie eine Nachhaltigkeit evaluiert?
- 24.6. Arbeitet das Unternehmen im Zusammenhang mit den weiteren Aktivitäten des medienpädagogischen Engagements mit Dritten (anderen Unternehmen, NGOs etc.) zusammen? Gibt es eine aktive Vernetzung? Wenn ja, mit welchen Einrichtungen und welchen Inhalten und Zielsetzungen?

Verankerung im Unternehmen

25. Wie engagiert sich das Unternehmen generell in folgenden Bereichen:
 - 25.1. Usability (zB. von eigenen Produkten, der Website, etc.)
 - 25.2. Accessibility/Barrierefreiheit (zB. von der Website, von Apps, etc.)
 - 25.3. Datenschutz
 - 25.4. Abgrenzung Werbung – Information
 - 25.5. Jugendschutz
 - 25.6. Digital Citizenship/E-Participation
 - 25.7. kreative Mediennutzung
 - 25.8. Sonstiges:
26. Welche Vorkehrungen trifft das Unternehmen, um Kund/-innen generell bei der kompetenten und sicheren Nutzung der digitalen oder medialen Angebote des Unternehmens zu unterstützen und um Risiken und Hürden zu minimieren?
27. Welche Maßnahmen setzt das Unternehmen zur Transparenz über die generellen Werte, Ziele und Absichten des Unternehmens im Kontext der Nutzung digitaler Medien und digitaler Technologien?

28. Welche Maßnahmen setzt das Unternehmen zur Transparenz über Datenschutz und Persönlichkeitsrechte der Kund/-innen?
29. Bindet das Unternehmen eigene Mitarbeiter/-innen bei internen oder externen Projekten und Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz ein (zB. Corporate Volunteering; im Rahmen eines Trainee-Programms)
30. Unterstützt das Unternehmen andere Träger von medienpädagogischen oder medienbezogenen Angeboten, etwa durch Sponsoring etc.? JA – NEIN
 - 30.1. Wenn JA, welche und in welcher Weise?
31. Ist das Unternehmen in Netzwerken, Beiräten, Arbeitsgruppen etc. vertreten, welche relevante Schwerpunktsetzungen im Kontext der Förderung von Medienkompetenz verfolgen? (zB. Saferinternet-Beirat, Digital Society, fit4internet, Internetoffensive Österreich, Future Learning Lab, digital.tirol, kärnten.digital, etc.)
 - 31.1. Wenn ja, in welchen?

Beilagen:

Video

Ein Video, das der Jury einen Eindruck vermittelt und das – falls ein Gütesiegel zuerkannt wird – bei der Verleihung dem Publikum das Engagement des Unternehmens für Medienkompetenz kurz darstellt, ist verpflichtend bereits mit der Einreichung bereitzustellen. Im Mittelpunkt des Videos stehen die zuvor beschriebenen zentralen Aktivitäten, Maßnahmen und Angebote für Medienkompetenz. Dauer inkl. Vor- und Abspann: 90 – 120 Sekunden; Auflösung FullHD 1080p; Gängiger MP4 Codec (der standardmäßig vom VLC-Player UND Windows Media Player unterstützt wird)

[Upload des Videos]

Optionale Beilagen:

Allfällige ausführliche Beschreibungen zu den oben abgefragten Informationen (in einem Dokument, jedoch mit eindeutigen Verweisen auf den Listenpunkt, auf den jeweils Bezug genommen wird); Fotos; Presseartikel; URL zu Website, Blog, FB-Page, Newsletter oder zu anderen im Rahmen des Projektes entstandene Materialien, wie z.B. Videos, Publikationen,

...

[Upload Files]

Es wird darauf hingewiesen, dass nur eine vollständig ausgefüllte Einreichung mit Übermittlung eines Scan des Formulars „Datenschutz und Bildrechte“ sowie eines Videos gemäß den oben stehenden Vorgaben berücksichtigt werden kann.