

Schriften zur Medienpädagogik 55

Medienbildung für alle

Digitalisierung. Teilhabe. Vielfalt.

Marion Brüggemann
Sabine Eder
Angela Tillmann (Hrsg.)

kopaed (München)
www.kopaed.de

Schriften zur Medienpädagogik 55

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Diese Publikation erscheint mit Unterstützung der Technischen Hochschule Köln, des ZeMKI (Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung) an der Universität Bremen und der Universität Paderborn.

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e.V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24a
D-33602 Bielefeld
Fon: 0521.67788
Fax: 0521.67729
Email: gmk@medienpaed.de
Website: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich.

Redaktion: Marion Brüggemann, Sabine Eder, Angela Tillmann, Tanja Kalwar
Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

Druck: Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2019
Arnulfstraße 205
80634 München
Fon: 089.68890098
Fax: 089.6891912
Email: info@kopaed.de
Website: www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-555-0
e-ISBN 978-3-86736-643-4

Inhalt

Marion Brüggemann/Sabine Eder/Angela Tillmann	
Medienbildung für alle	9
Digitalisierung. Teilhabe. Vielfalt.	

1. Theoretische Perspektiven

Ricarda Drüeke	
„Check your privilege“	21
Intersektionale Perspektiven auf digitalisierte Medienkulturen	
Ingo Bosse/Anna-Maria Kamin/Jan-René Schluchter	
Inklusive Medienbildung	35
Zugehörigkeit und Teilhabe in gegenwärtigen Gesellschaften	

2. Gesellschaftliche Perspektiven

Lorenz Matzat	
„Algorithmic Accountability“	55
Automatisierte Entscheidungen sichtbar machen	
Bernward Hoffmann	
Medienbildung als Teil kultureller Bildung zwischen Inklusion und exklusiven Angeboten	63
Herbert Kubicek	
Medienbildung wirklich für alle?	75
Digitalbetreuung statt Lernzumutung	
Torben Kohring/Dirk Poerschke/Horst Pohlmann	
Computerspielsucht oder digitale Bewältigungsstrategie?	91
Medienpädagogische Implikationen zur Klassifizierung von exzessivem Spielverhalten als Krankheit	

Judyta Smykowski im Interview mit Sabine Eder	
Disability Mainstreaming	105
Gleichstellung von Menschen mit Behinderung als Querschnittsaufgabe	

3. Empirische Zugänge

Ingrid Paus-Hasebrink	
Teilhabe unter erschwerten Bedingungen – Mediensozialisation sozial benachteiligter Heranwachsender	117
Zur Langzeitstudie von 2005 bis 2017	
Olivier Steiner/Monika Luginbühl/Rahel Heeg/ Magdalene Schmid/Frank Egle	
Medienkompetenz in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe der Schweiz	131
Sonja Ganguin/Ronja Schlemme	
Mediennutzung blinder Menschen und Implikationen für die inklusive Medienbildung	143
Adrian Roeske/Katharina Heitmann	
Nutzer*innenwünsche an eine alternative Nachrichtenplattform	161
Co-Creation als Methode partizipativer Sozialforschung	

4. Perspektiven aus der Praxis

Wolfram Hilpert	
Einfach für Alle! Politische Bildung und Inklusion	177
Zum Konzept inklusiver Materialien der politischen Bildung. Das Beispiel der multimedialen bpb-Reihe „einfach POLITIK:“	
Christoph Marx/Luise Jahn	
Selbstbestimmte mediale Teilhabe fördern: Das Projekt „Telling Stories/Geschichten erzählen“	193

5. Positionspapier

Ingo Bosse/Anne Haage/Anna-Maria Kamin/Jan-René Schluchter/
GMK-Vorstand

Medienbildung für alle: Medienbildung inklusiv gestalten 207

Positionspapier der Fachgruppe Inklusive Medienbildung der
Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.
(GMK)

Autorinnen und Autoren 221

Abbildungsnachweis 227

Adrian Roeske/Katharina Heitmann
Nutzerwünsche an eine alternative
Nachrichtenplattform
Co-Creation als Methode partizipativer Sozialforschung

Co-Creation stammt als Methode ursprünglich aus der Produkt- und Softwareentwicklung. In diesem Ansatz lassen sich aber auch Aspekte sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden wiederfinden. Im Rahmen des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts *Tinder die Stadt*, welches mithilfe einer Plattform und dazugehöriger App eine bessere Kommunikation in der Stadtöffentlichkeit ermöglichen will, haben wir die Methode in experimenteller Form testen und in einem partizipativen Entwicklungsprozess erproben können. Der Beitrag stellt die im Prozess gewonnenen methodischen Erkenntnisse zusammen.

„Tinder die Stadt“: Mit Co-Creation die Partizipation am Stadtgeschehen erhöhen

In dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Verbundprojekt *Tinder die Stadt* wird derzeit eruiert, ob und wie sich die Methode Co-Creation für die angewandte Forschung eignet. Gemeinsam mit verschiedenen Akteur*innen der Stadtgemeinschaft entwickeln wir eine App, die einen Beitrag dazu leisten soll, die aktuell zu beobachtende Krise der lokalen Öffentlichkeit zu überwinden. Das Projekt verbindet empirische kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung mit innovativer, co-kreativer Softwareentwicklung. Ziel dieses Aufsatzes ist es, aufzuzeigen, warum und wie Co-Creation als Methode in der partizipativen Sozialforschung sinnvolle Anwendung finden kann.

Das Projekt geht von einer Krise der lokalen Öffentlichkeit in der Stadt und im angrenzenden Umland aus, die im Kern eine mangelnde Einbindung vor allem junger Menschen in die lokale Öffentlichkeit bzw. eine abnehmende Verbindung zum Gemeinwesen „Stadt“ ist. Eine Ursache wie auch Folge hierfür sind eine zunehmende Segregation und Gentrifizierung der Stadt und angrenzender Gebiete (vgl. Smith/Williams 2010).

Die Stadt wird im Alltag vieler Bewohner*innen kaum noch als gemeinsamer, geteilter Kommunikationsraum sowie als (politische) Gemeinschaft wahrgenommen. Zwar werden digitale Medien vielfach für die Vernetzung auch im lokalen Raum eingesetzt (vgl. Hepp/Berg/Roitsch 2014), die Mediennutzung findet aber hochgradig individualisiert statt (vgl. Adoni et al. 2017; Hasebrink/Schmidt 2013). Obwohl die regionale Öffentlichkeit nach wie vor stark auf traditionelle Medien wie Lokalzeitungen oder Lokalradio setzt, schaffen es lokal ansässige Medienunternehmen kaum noch, junge Menschen zu erreichen. Abnehmende Leserzahlen (nicht nur unter den jüngeren Menschen) und Informationsdefizite sind die Folge (vgl. Harte et al. 2019; Tang/Lai 2018; Ytre-Arne/Moes 2018). Junge Menschen mit ihren sich nachhaltig verändernden Medienrepertoires und kommunikativen Vernetzungen werden nicht angemessen in den städtischen Kommunikationsraum einbezogen. Im Projekt *Tinder die Stadt* wurde explizit die sogenannte Millennial-Generation untersucht, also die Bevölkerungskohorte, der ab den 1980er-Jahren bis in die frühen 2000er-Jahre Geborenen. Jener Generation wird dabei nachgesagt, dass sie a priori digitalen Medien zugewandt sind.

Diese Krise ist in sich nicht zuletzt deshalb hochgradig ambivalent, weil gleichzeitig eine zunehmende Urbanisierung auch des ländlichen Raumes und ein Erstarken lokal ansässiger sozialer Bewegungen auszumachen sind. Ein möglicher Ansatz zur Lösung für diese Krise stellt eine neue, unabhängige Nachrichten-Plattform samt dazugehöriger App dar, die den gemeinsamen Kommunikationsraum wiederbeleben soll.

Von der ersten Konzeption der Idee bis hin zum Prototypen und der geplanten Realisierung einer marktfähigen App arbeitet unser Forschungsteam mit einer Vielzahl von Akteursgruppen zusammen, um einen möglichst breiten Querschnitt der Gesellschaft abzubilden. Ein Fokus liegt auf der Expertise junger Menschen. Weitere wichtige Akteur*innen sind professionelle Nachrichtenanbieter aus der Umgebung, politische Parteien sowie städtische Einrichtungen. Zudem haben wir lokal ansässige Kollektive, wie Verbände, Vereine, soziale Bewegungen oder (Nachbarschafts-) Initiativen und auch religiöse Gemeinden untersucht. Letztere Gruppe ist typischerweise auf eine Kommunikation mit der lokalen Gemeinschaft angewiesen, um z.B. auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen oder neue Mitglieder und Unterstützer*innen zu finden.

All diese Akteursgruppen wurden zunächst unter Einsatz von Gruppendiskussionen und Einzelinterviews untersucht. Die formulierte These einer hochgradig ambivalenten Krise lokaler Öffentlichkeit hat sich hierbei in den erhobenen Daten bestätigt. Es wurde deutlich, dass über alle Gruppen hin-

weg trotz (oder gerade wegen) der Krise lokaler Öffentlichkeit ein vitales Interesse an lokalen Themen, insbesondere mit Bezug zur eigenen Lebenswelt besteht. Zudem ist ein deutlicher Wunsch nach einer thematisch breit angelegten und diskursiv orientierten lokalen Öffentlichkeit auszumachen. Es zeigt sich demnach ein *Paradox der Stadtöffentlichkeit*, bei dem das hohe Interesse an der Stadtöffentlichkeit und die Wertschätzung für diese einer gleichzeitig nachlassenden Anbindung an und Bindekraft durch diese gegenüberstehen. Diesen Widerspruch können bestehende Plattformen wie Facebook (Local) und Twitter aus Sicht der verschiedenen Akteursgruppen nicht lösen. Der Bedarf nach einer unabhängigen Informationsplattform, die verschiedene Inhalte vereint, gleichzeitig einen „Rundumblick“ über das Stadtgeschehen bietet und sich trotzdem auf die jeweils eigenen spezifischen Interessen skalieren lässt, hat sich in der Erhebung bei den Nutzenden sowie Kollektiven stark widerspiegelt. Auch lokale Medienunternehmen und politische Gruppen problematisieren, dass zu unterschiedlichen, spezifischen Einzelthemen zu wenig informiert und grundsätzlich über Belange des jeweiligen städtischen Gemeinwesens zu wenig öffentlich debattiert werde (vgl. Hepp/Loosen/Breiter 2019).

Co-Creation: Weiterentwicklung von partizipativer Softwareentwicklung

Um auf Basis unserer empirischen Forschungsergebnisse eine solche Plattform zu entwickeln, haben wir uns des Co-Creation-Ansatzes bedient. Das Konzept stammt ursprünglich aus der Softwareentwicklung und bezieht sich auf den Einbezug von Nutzer*innen in sämtliche Phasen der Entwicklung und Verwertung eines Produktes (vgl. Voorberg/Bekkers/Tummers 2015). Dabei wird die Methode im Umfeld von „Innovationsvorhaben“ eingesetzt und als Prozess verstanden. Unter anderem gilt Markenbindung hierbei als ein unternehmerisches Ziel (vgl. Vorbach/Müller/Nadvornik 2018). Dementsprechend gibt es Beispiele aus der Wirtschaft – wie z.B. *Lego Ideas* – eine digitale Plattform der Lego Group, auf der Personen Ideen für neue Lego-Produkte einreichen können, die anschließend einen mehrstufigen Prozess durchlaufen und am Ende in die Produktpalette des Unternehmens aufgenommen werden können. Die Nutzer*innen werden nicht nur von Beginn an eingebunden, sondern stehen im Mittelpunkt des Prozesses und werden am Ende unter anderem in finanzieller Form mit einer Beteiligung am Umsatz belohnt.¹

Im Kern geht es bei unserem gewählten Ansatz darum, die Diversität von Ideen zu steigern, zu einer verbesserten Artikulation und gleichzeitig

zu einem verbesserten Verständnis der Nutzenden zu kommen. Die beteiligten Akteur*innen lassen sich aus medienpädagogischer Sicht als sogenannte „Prosumenten“ bezeichnen – also das in der handlungsorientierten Medienpädagogik bezeichnete Mitgestalten von Inhalten und dazugehörigen Produkten durch den Nutzenden (vgl. Grimm/Rhein 2007: 152f.). Ähnlich des Ansatzes von Co-Creation in der Softwareentwicklung sind Prosumenten nicht nur Nutzer*innen oder Konsument*innen bestimmter Medieninhalte, sondern partizipieren gleichzeitig an deren Weiterentwicklung. Während Co-Creation durch die Organisatoren dieses partizipativen Entwicklungsprozesses strukturiert wird, lassen sich doch Parallelen zum Prosumenten sehen. Dabei ist der Einsatz zu unterschiedlichen Zeitpunkten der Entwicklung denkbar. Das hat wiederum Folgen für die Freiheit in der Entwicklung, indem sowohl die Regularien als auch die zur Verfügung gestellten Tools immer enger bzw. präziser werden: Je später die Methode herangezogen wird, desto strukturierter ist in der Regel der Interaktionsprozess zwischen Nutzer*innen und Unternehmen (vgl. Ihl/Piller 2010).

Im Projekt *Tinder die Stadt* ist insbesondere der Diskussionsstand aus der partizipativen Softwareentwicklung aufgegriffen worden. Ähnlich der beschriebenen Vorgehensweise stehen die Nutzer*innen bei der Softwareentwicklung im Fokus, um deren Bedürfnisse sowie externes Wissen in die Entwicklung von Produkten und auch Diensten einzubeziehen. Ziel ist es auch hier, eine höhere Produktqualität zu erreichen und im besten Falle wirtschaftliche Erfolge zu erzielen (vgl. Piller/Ihl/Vossen 2010). In öffentlichen Einrichtungen geht es unter anderem um die Bereitstellung passender Angebote und die Verbesserung von Partizipation (vgl. Aichholzer/Strauß 2015; Nambisan/Nambisan 2013). Beispielhaft ist hierfür das Projekt *Mobile Age*, bei welchem in co-kreativer Form ein digitaler Stadtteilwegweiser für ältere Menschen entstanden ist. Das methodische Vorgehen wurde dort zum einen als Beteiligungsprozess und zum anderen als Beitrag zur Serviceentwicklung verstanden (vgl. Jarke/Gerhard 2017). Letztlich kann der Ansatz als Fortführung und Weiterentwicklung der partizipativen Softwareentwicklung verstanden werden (vgl. Sørensen/Henten: 72f.), bei welcher Bedürfnisse noch stärker eingebunden werden.

Partizipative Forschung: Verbindungslinien zu Co-Creation(-Prozessen)

In der empirischen Sozialforschung wird das aktive Einbeziehen von Personen unter dem Stichwort „partizipative Forschung“ diskutiert, die als Oberbegriff für Forschungsansätze gilt, in der soziale Wirklichkeit partnerschaft-

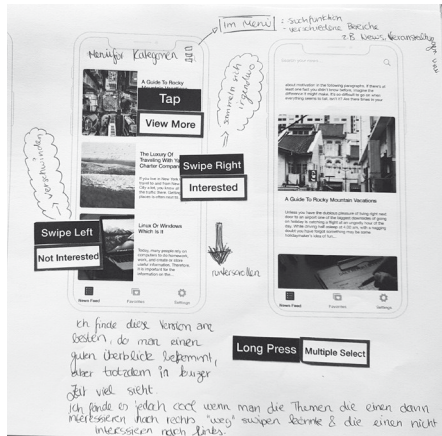


Abb. 1: Stufen der Partizipation (Wright/Block/von Unger 2010)

lich erforscht und beeinflusst wird. Gesellschaftliche Akteur*innen werden als „Co-Forschende“ verstanden, um gesellschaftliche Teilhabe zu fördern (vgl. von Unger 2014: 1). Partizipative Forschung ist hierbei als Methodologie zu verstehen, die für den Einbezug von Co-Forschenden argumentiert (vgl. Bergold 2007). Daran knüpft der Wandel des Rollenverhältnisses zwischen Wissenschaftler*innen und Beforschten im Horizont der Aktionsforschung an: Personen sollen demnach als eigenständige Akteur*innen im Forschungsprozess wahrgenommen und ein gemeinsames Handeln gestaltet werden (vgl. Munsch 2014: 1184). Gegenwärtig bietet die Aktionsforschung einen Denkansatz, um gesellschaftliche Akteure als Co-Forschende zu begreifen (vgl. ebd.: 1185f.). Alltagspraktisch zeigt sich das vor allem auf in politischen Zusammenhängen, wo zivilgesellschaftliche Partizipation und Beteiligung zuletzt an Gewicht gewonnen haben (vgl. von Unger 2014). Das Verhältnis von Gesellschaft und Wissenschaft befindet sich demnach im Wandel und neue Formen der Wissensproduktion sind möglich (vgl. ebd.).

Partizipation gilt als verwandter Begriff von Teilhabe, Mitbestimmung und Demokratisierung und erlebt bereits seit den 70er-Jahren eine Inflation in der Politikwissenschaft, die zunehmend auch auf die Sozialwissenschaften sowie die öffentliche Diskussion übergeht. Partizipation soll durch die Anregung zu aktiver Beteiligung unter anderem dazu beitragen, Gemeinwohl zu steigern (vgl. Scheu/Autrata 2013: 11 und 22). Zur Eingrenzung von Partizipation wird hier ein neunstufiges Modell herangezogen, das die Grenze für Partizipation dort zieht, wo Personen oder Einrichtungen mitscheiden können oder mindestens dazu befähigt werden (vgl. von Unger

2012; Wright/Block/von Unger 2010). Auf der untersten Ebene liegen mit der Anweisung und der Instrumentalisierung Bereiche der „Nicht-Partizipation“, welche aufsteigend über die „Vorstufen der Partizipation“ und die tatsächliche Partizipation beschrieben werden. Mitbestimmung drückt sich als partiell vorhandene Entscheidungskompetenz aus. Auf der höchsten Stufe steht die Selbstorganisation, die zum einen über Partizipation hinausgeht und zum anderen von Maßnahmen oder Projekten ausgeht, die von der Zielgruppe selbst organisiert und durchgeführt werden.

Der Anspruch eines Co-Creation-Vorhabens kann es demnach sein, sich den Ansprüchen der partizipativen Forschung in unterschiedlichen Phasen auf den obersten Stufen anzunähern. Der jeweilige Grad an Kontrolle über Forschungsprozesse ist letztlich ein Kriterium dafür, inwieweit Forschung partizipativ ist (vgl. Bergold/Thomas 2012). Sowohl partizipative Forschung als auch Co-Creation sind voraussetzungsfull, da zahlreiche Rahmenbedingungen erfüllt sein müssen, um eine Entscheidungsmacht von Co-Kreierenden zu ermöglichen.

Empirisches Vorgehen: Umsetzung von Co-Creation im Projekt

Für die Entwicklung unseres Prototypens wurden ab dem Sommer 2018 bis ins Frühjahr 2019 acht Co-Creation-Workshops durchgeführt. So sind die Akteur*innen der lokalen Öffentlichkeit bereits vor der ersten Konzeption der App in den Entwicklungsprozess einbezogen worden. Akquiriert wurden die Teilnehmenden zum Teil über Schulen und Freizeitheime, aber auch über Flyer, Mails und Social Media-Aufrufe. Wir hatten es insgesamt mit einer starken Heterogenität hinsichtlich Alter (15 bis 39 Jahre), formaler Bildung sowie Sozialmilieu zu tun, weshalb wir bei den Gruppenaufteilungen auf eine homogenere Gruppenstruktur geachtet haben. Das Setting der Workshops hat teils stark variiert, was vor allem forschungspraktische Gründe hatte. Bei der Arbeit mit Schüler*innen haben wir zum einen im eher formalen Bildungskontext Schule gearbeitet und zum anderen in außerschulischen Einrichtungen. Die Workshops mit den älteren Teilnehmenden konnten wir in den Laboren der beteiligten Forschungseinrichtungen durchführen. In allen Workshops haben wir auf eine kommunikationsfördernde Sitzordnung an Gruppentischen geachtet – ähnlich dem Setting einer Gruppendiskussion (vgl. Lamnek 2005).

Eine ideale inhaltliche Struktur der Workshops hat sich im Projektverlauf nicht herauskristallisiert, da die Inhalte immer wieder auf den Ergebnissen der vorangegangenen Workshops aufbauen mussten bzw. auf die

Selbstorganisation	über Partizipation hinaus
Entscheidungsmacht	Partizipation
Teilweise Entscheidungskompetenz	
Mitbestimmung	
Einbeziehung	Vorstufen der Partizipation
Anhörung	
Information	
Anweisung	Nicht-Partizipation
Instrumentalisierung	

Abb. 2: Co-kreatives Vorgehen und Ergebnisse aus den Co-Creation-Workshops (eigene Darstellung)

jeweilige Gruppe eingegangen werden musste. Der inhaltliche Ablauf der Workshops ist somit hochgradig kontextabhängig. Jeder Workshop wurde mit einem Methodenmix aus Input-, Interview- und Kreativphasen sowie kollaborativen Elementen ausgestaltet. So haben wir beispielsweise mit der Think Aloud-Methode aus dem Design Thinking sowie mit sogenannten A/B-Tests gearbeitet: Während ersteres verkürzt ein aktives Artikulieren der Eindrücke bei der Erprobung einer Anwendung beschreibt (vgl. van Someren/Barnard/Sandberg 1994), handelt es sich beim A/B-Test um einen Vergleichstest zwischen zwei Varianten des gleichen Systems (vgl. Schöberl 2004). In allen Fällen wurde an bestimmten Problemen und Fragestellungen im Hinblick auf die App gearbeitet. Hierbei sind verschiedene Anschauungsmaterialien eingesetzt und bereits erarbeitete Design-Elemente auf Papier mit Schere, Stiften und ergänzenden Materialien bearbeitet worden. Die Ergebnisse der Workshops wurden in ein sogenanntes Mockup der App – ein einfaches digitales Modell – übersetzt, auf dessen Basis im nächsten Workshop vertiefend weitergearbeitet werden konnte.

Methodische Erkenntnisse: Handlungsempfehlungen für zukünftige Projekte

Hinsichtlich der Durchführung der einzelnen Workshops hat sich ein von uns vorstrukturierter Ablauf- und fester Zeitplan bewährt. Auch wenn der Ablauf zum Teil flexibel angepasst worden ist, gab er den Sessions einen festen Rahmen, der sich positiv auf die Mitwirkungsbereitschaft der Teil-

nehmenden ausgewirkt hat, die außerdem höher lag, wenn die Personen bereits vorab an einer Gruppendiskussion im Rahmen des Projektes teilgenommen hatten. Bezüglich der Gruppengröße sollte die Vorbedingung der gegenseitigen Bekanntheit der Teilnehmenden berücksichtigt werden. So haben wir in Workshops, bei denen sich die Teilnehmenden gar nicht oder nur flüchtig kannten, gute Erfahrungen mit einer eher kleineren Gruppengröße von ca. fünf Personen gemacht. Bei Sessions mit Schulklassen war die Gruppengröße dementsprechend größer und lag bei bis zu zehn Personen, was aber durch den für die Schüler*innen gewohnten Kontext nicht problematisch war. Bei der Arbeit mit Schüler*innen ist hervorzuheben, dass das Setting der Durchführung für die Qualität der Workshops von hoher Bedeutung ist. So haben sich formale Bildungskontexte, wie die Schule und der Klassenverband, gegenüber nicht-formalen Bildungskontexten, wie Freizeitheimen, als deutlich gewinnbringender erwiesen, da die Schüler*innen hier weit mehr Engagement und Motivation zur Mitarbeit zeigten. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass das Prinzip der Freiwilligkeit im Kontext Schule, in der die Bearbeitung von Aufgaben die Norm darstellt, in Teilen aufgehoben wird.

Zur Rollenverteilung der Co-Kreierenden lässt sich aus dem Projektverlauf heraus festhalten, dass sich die Rollen von Entwickler*in und Nutzer*in entgrenzt haben – ein Effekt, der durchaus gewünscht war: Als Entwickler*in oder Forscher*in braucht es ein Bewusstsein darüber, dass es zwischen beiden Gruppen verstärkt zu einer Teamarbeit kommt. Während der Co-Creation-Workshops können sich die Forschenden am ehesten als moderierender *primus inter pares* verstehen, während sie im gesamten Projektverlauf eine kuratierende Funktion einnehmen. Ein solches Verständnis findet sich auch in der partizipativen Forschung wieder (vgl. Bergold/Thomas 2012; Scariot/Heemann/Padovani 2012). Insgesamt hat sich gezeigt, dass der Erfolg der gemeinsamen Arbeit von der Ansprache der Teilnehmenden als Bürger*innen anstatt als Kund*innen von Vorteil ist.

Was ist nun der Mehrwert der Co-Creation-Methode im Hinblick auf das Projekt *Tinder die Stadt*? Die verschiedenen Akteur*innen der lokalen Gemeinschaft stellen für die Entwicklung des Lösungsmodells eine Bereicherung dar, da ihre Kompetenz, ihre Expertise, ihre Bereitschaft zu lernen und zu experimentieren für den Entwicklungsprozess von größter Bedeutung sind (vgl. Prahalad/Ramaswamy 2000). Wenn die jeweilige Expertise der verschiedenen Akteur*innen in die Entwicklung des Lösungsmodells einfließt, kann dies wiederum einen Mehrwert für das Produkt darstellen. Gleichzeitig wird so das Vertrauen zu den verschiedenen Bezugs- und Nutzergruppen aufgebaut und die Identifikation mit der Idee, dem Konzept

und nicht zuletzt dem Produkt von Beginn an gefördert. Letzten Endes konnten wir durch den Co-Creation-Ansatz optimal auf die Bedürfnisse der Nutzer*innen eingehen und ein Lösungsmodell entwickeln – in unserem Fall eine einfache, intuitive Benutzbarkeit der App, die die Interoperabilität zu bestehenden Anwendungen und insbesondere offenen Daten sicherstellt, um so eine Akzeptanz und Verbreitung der App auf dem (übersättigten) Markt von mobilen Apps bestmöglich umzusetzen.

Fazit: Co-Creation und das Partizipationsdilemma

Co-Creation bietet aus der Wirtschaft kommend als Prozess und Methode die Chance, partizipative Sozialforschung mit nutzerzentrierter Softwareentwicklung zu verbinden. Somit können zum einen Software-Lösungen co-kreativ entwickelt und zum anderen unterschiedliche Lösungsmodelle diskutiert werden. Die Erforschung von Zusammenhängen, an denen unterschiedliche Akteursgruppen beteiligt sind, wird somit in einem partizipativen Prozess möglich. Neben den bereits dargestellten Chancen und Qualitäten sind mit der Methode auch einige Herausforderungen verbunden.

In methodischer Hinsicht ist es zunächst unabdingbar, den Prozesscharakter der Methode zu akzeptieren bzw. diesen sogar zu forcieren. Es ist notwendig, die jeweiligen Ergebnisse sukzessive umzusetzen und in den folgenden Workshops weiterzuentwickeln. Hierbei gilt es anzuerkennen, dass es sich bei diesem unter Umständen längeren Hergang um einen Aushandlungsprozess zwischen unterschiedlichen Anforderungen an das Produkt handelt. Diese intensive Aushandlungsarbeit kann aber zu einem für alle Seiten zufriedenstellendem und nachhaltig gewinnbringendem Ergebnis führen. Eine konsequente Umsetzung von Co-Creation hat sich im Projektverlauf als notwendig herausgestellt, auch wenn nicht alle Workshops in ihrer Ergiebigkeit gleich hoch einzuschätzen sind. Manchmal ist der Mehrwert eines einzelnen Workshops eher gering und der Aufwand steht in einem ungünstigen Verhältnis zum Ergebnis.

Eine weitere Herausforderung der Methode ist das von uns beobachtete und so bezeichnete „Partizipationsdilemma“, das wir an drei Punkten festmachen:

- 1. Es gibt immer „unsichtbare“ Beteiligte:** Es ist äußerst schwierig, ein Feld so abzudecken und Partizipation so zu gestalten, dass auch genau die „Richtigen“ mit einbezogen werden (vgl. auch Bergold/Thomas 2012). Hierfür bedarf es entsprechend niedrigschwellige Ansätze, die z.B. aus der partizipativen Sozialforschung für Co-Creation-Projekte abgeleitet werden können. Eine gleichberechtigte Beteiligung zu errei-

chen, die am Ende das komplette Feld und alle Interessen im Sinne der Repräsentativität abdeckt, kann das übergeordnete Ziel sein. Das gilt für die Akquise, aber auch für die Aktivierung der Teilnehmenden in den Workshops selbst: Es gibt Teilnehmende, die zwar rekrutiert werden konnten, sich dann aber in der Diskussion zurückhalten, sodass deren Ideen, Perspektiven und Expertisen „unsichtbar“ bleiben und ihr co-kreatives Potential nicht mit einfließt.

2. **Partizipation lässt sich nicht verordnen:** Was ist, wenn diejenigen, die betroffen sind, gar nicht teilnehmen wollen oder sich eigentlich Beteiligte nicht als Beteiligte sehen (wollen)? Im Rahmen des Projektes zeigte sich, dass es unter Umständen schwierig ist, zu erläutern, aus welchen Gründen eine Teilnahme am Projekt relevant sein könnte. Der Transfer von Forschungsergebnissen spielt hier eine zentrale Rolle, um vorausgegangene Erkenntnisse so einzusetzen, dass Beteiligte sich auch als solche sehen.
3. **Co-Creation ist voraussetzungs voll:** Aufseiten der Forschenden sollten bestimmte Grundwerte, Einstellungen und soziale sowie kommunikative Kompetenzen vorhanden sein, um einen derart komplexen Prozess in Gang zu setzen. Gleichzeitig sollte anerkannt werden, dass Nutzer*innen Expert*innen ihrer eigenen Lebenswelt sind und Argumentationen mitbringen können, die entgegen bestimmter Annahmen der Forschenden laufen: Ein entsprechendes Methodenrepertoire ist notwendig, um verschieden gelagerte Nutzergruppen zu aktivieren bzw. einzubeziehen. Partizipation lässt sich hierbei an unterschiedlichen Stellen des Prozesses in unterschiedlicher Ausprägung umsetzen, was wiederum dazu führt, dass Beteiligung nur begrenzt planbar ist. Zuletzt besteht kontinuierlich die Gefahr des Scheiterns, was dazu führen kann, dass sich ein womöglich vorhandenes Misstrauen in Forschung weiter verfestigt (vgl. von Unger 2012).

Wenngleich partizipative Forschung häufig Bezug auf die Arbeit mit marginalisierten Gruppen nimmt, lassen sich viele der Punkte auf die Initiierung von Co-Creation-Prozessen übertragen. Partizipation kann ebenso wie Co-Creation als dynamischer Prozess mit verschiedenen Schattierungen verstanden werden (vgl. ebd.), da beide von einer Vielzahl von Rahmenbedingungen abhängig sind. Insofern ist zumindest bei Forschungsvorhaben zu hinterfragen, ob Co-Creation so initiiert werden kann, dass es dem Verständnis von Partizipation als Selbstorganisation gerecht werden kann. Gleichzeitig bleibt gerade vor dem Hintergrund von vorhandenen Ressourcen und dazugehörigen Projektlogiken offen, an welchen Stellen eines For-

schungsprozesses Entscheidungen an Co-Kreierende abgegeben werden können. Im Projekt *Tinder die Stadt* hat sich bereits gezeigt, dass dies nicht immer möglich ist, was mitunter auch von externen Faktoren, z.B. in Form von finanziellen Ressourcen, abhängen kann.

Die hier vorgenommene erste Annäherung von Co-Creation und partizipativer Forschung kann eine Grundlage für Projekte mit Beteiligungscharakter darstellen. Hierfür können die Anwendung sowie der Vergleich einzelner Praxen, wie Ansätze aus der Aktionsforschung, dem Community-based-participatory-research (CBPR) sowie der Praxisforschung zielführend sein. Als zentrale Handlungsempfehlung wollen wir den Abgleich der Zielvorstellungen von Co-Creation-Prozessen mit dem angeführten Stufenmodell aus der partizipativen Forschung mitgeben, um zum einen Transparenz über Forschungsprozesse herzustellen und sich andererseits zu vergewissern, welcher Grad von aktiver Einbeziehung tatsächlich gegeben ist.

Anmerkung

- 1 Siehe hierzu: *Lego Ideas*. Abrufbar unter: <https://ideas.lego.com/howitworks> [Stand: 08.04.2019].

Literatur

- Adoni, H./ Peruško, Z./Nossek, H./Schröder, K. C. (2017): Introduction: News consumption as a democratic resource – News media repertoires across Europe. *Participations*, 14(2), 226-252.
- Bergold, Jarg (2007): Participatory strategies in community psychology research – a short survey. In: Bokszczanin, A. (Hrsg.): *Poland welcomes community psychology: Proceedings from the 6th European Conference on Community Psychology*. Opole: Opole University Press, 57-66.
- Bergold, Jarg/Thomas, Stefan (2012): Partizipative Forschungsmethoden: Ein methodischer Ansatz in Bewegung. In: *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 13(1), Art. 30. Abrufbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1201302> [Stand: 10.07.2019].
- Grimm, Petra/Rhein, Stefanie (2007): *Slapping, Bullying, Snuffing! Zur Problematik von gewalthaltigen und pornografischen Videoclips auf Mobiltelefonen von Jugendlichen*. Berlin: Vistas.
- Harte, David/Howells, Rachel/William, Andy (2019): *HYPERLOCAL JOURNALISM. The decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge.

- Hasebrink, U./Schmidt, J.-H. (2013): Informationsrepertoires und Medienvielfalt in der Großstadtöffentlichkeit. Eine Untersuchung der Berliner Bevölkerung. In: Pfetsch, B./Greyer, J./Trebbe, J. (Hrsg.): *MediaPolis – Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament: Strukturen, Entwicklungen und Probleme von politischer und zivilgesellschaftlicher Öffentlichkeit*. 1. Auflage ed. Konstanz: UVK, 161-184.
- Hepp, Andreas/Berg, Matthias/Roitsch, Cindy (2014): *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hepp, Andreas/Loosen, Wiebke/Breiter, Andreas (2019): Zwischenbericht des Projekts „Tinder die Stadt“. Software-bezogene Szenarien zur Überwindung der Krise mediatisierter Öffentlichkeit in Stadt und Umland.
- Ihl, Christoph/Piller, Frank T. (2010): Von Kundenorientierung zu Customer Co-Creation im Innovationsprozess. Abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/251189885_Von_Kundenorientierung_zu_Customer_Co-Creation_im_Innovationsprozess [Stand: 08.04.2019].
- Jarke, Juliane/Gerhard, Ulrike (2017): Co-creation eines digitalen Stadtteilwegweisers für und mit älteren Menschen. In: Eibel, Maximilian/Gaedke, Martin (Hrsg.): *INFORMATIK 2017. Lecture Notes in Informatics (LNI)*. Bonn: Gesellschaft für Informatik, 671-675.
- Lamnek, Siegfried (2005): *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. UTB: Stuttgart.
- Munsch, Chantal (2014): Praxisforschung in der Sozialen Arbeit. In: Thole, Werner (Hrsg.): *Grundriss Soziale Arbeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1177-1189.
- Piller, Frank T./Ihl, Christoph/Vossen, Alexander (2010): A Typology of Customer Co-Creation in the Innovation Process. Abrufbar unter: <https://ssrn.com/abstract=1732127> [Stand: 08.04.2019].
- Prahalad, C.K./Ramasmwamy, Venkatram (2000): Co-opting Customer Competence. *Harvard Business Review* from the January/February 2000 Issue.
- Scariot, Cristiele/Heemann, Adriano/Padovani, Stephania (2012): Understanding the collaborative-participatory design. Abrufbar unter: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22317129> [Stand: 08.04.2019].
- Scheu, Bringfriede/Autrat, Otger (2013): *Partizipation und Soziale Arbeit. Einflussnahme auf das subjektiv Ganze*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schöberl, Markus (2004): *Tests im Direktmarketing: Konzepte und Methoden für die Praxis. Auswertung und Analyse. Qualitätsmanagement und Erfolgsorientierung*. 1. Aufl. Frankfurt/M.: Redline Wirtschaft Verlag.
- Smith, N./Williams, P. (2010). *Gentrification of the City* (Reprint ed.). London u.a.: Routledge.

- Sørensen, Jannick Kirk/Henten, Andreas (2014): Co-Creation of Innovations in ICT-Based Service Encounters. In: Sun, Zhaohao/Yearwood, Sun (Hrsg.): Handbook of Research on Demand-Driven Web Services: Theory, Technologies and Applications, 63-83.
- Tang, Tang/Lai, Chih-Hui (2018): Managing old and new in local newsrooms: an analysis of Generation C's multiplatform local news repertoires. In: Journal of Media Business Studies, 15(1), 42-56. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1459141> [Stand: 08.04.2019].
- van Someren, Maarten W./Barnard, Yvonne/Sandberg, Jacobijn (1994): The Think Aloud Method. A practical guide to modelling cognitive processes. Abrufbar unter: http://echo.iat.sfu.ca/library/vanSomeren_94_think_aloud_method.pdf [Stand: 08.04.2019].
- von Unger, Hella (2014): Partizipative Forschung. Einführung in die Forschungspraxis. Wiesbaden: Springer VS.
- von Unger, Hella (2012). Partizipative Gesundheitsforschung: Wer partizipiert woran? [79 Absätze]. In: Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research, 13(1), Art. 7. Abrufbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs120176> [Stand: 08.04.2019].
- Voorberg, W. H./Bekkers, V./Tummers, L. G. (2015): A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production: Embarking on the social innovation journey. In: Public Management Review, 17:9, 1333-1357, DOI: 10.1080/14719037.2014.930505
- Vorbach, Stefan/Müller, Christiana/Nadvornik, Lukas (2018): Der "Co-Creation Square". Ein konzeptioneller Rahmen zur Umsetzung von Co-Creation in der Praxis. In: Redlich, Tobias/Moritz, Manuel/Wulfsberg, Jens P. (Hrsg): Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung. Wiesbaden: Springer Gabler, 299-314.
- Wright, M. T./von Unger, H./Block, M. (2010): Partizipation der Zielgruppe in der Gesundheitsförderung und Prävention. In: Wright, M. T. (Hrsg.): Partizipative Qualitätsentwicklung in der Gesundheitsförderung und Prävention. Bern: Hans Huber, 35-52.
- Ytre-Arne, Brita/Moe, Hallvard (2018): Approximately informed, occasionally monitorial? Reconsidering normative citizen ideals. In: The International Journal of Press/Politics, 23 (2), 227-246. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1177/1940161218771903> [Stand: 08.04.2019].

Lizenz

Der Artikel, sofern nicht gesondert angegeben, steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Die Namen der Urheber*innen sollen bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>

Abbildungsnachweis

Titelbild

©Titelcollage: optimarc/clickbestsellersshutterstock.com

Herbert Kubicek

Seiten 76, 77, 79, 81, 82

Olivier Steiner/Monika Luginbühl/Rahel Heeg/ Magdalene Schmid/Frank Egle

Seite 133

Adrian Roeske/Katharina Heitmann

Seiten 165, 167

Wolfram Hilpert

© Bundeszentrale für politische Bildung – bpb (Seiten 186, 187)

Christoph Marx/Luise Jahn

Seiten 196, 198, 199, 202