

## 37. Forum Kommunikationskultur – Bundesweite medienpädagogische Fachtagung

Medienkultur und Öffentlichkeit –  
Politisch bilden nur mit Medienpädagogik



### Bericht Streaming-Teil

*Kontaktbeschränkung bedeutet nicht Kommunikationsbeschränkung: Statt wegen der Pandemie kleinere Brötchen zu backen und alles etwas zurückzufahren, gaben die Vorbereitungsgruppe und das Team der GMK richtig Gas und schufen auf digitalen Plattformen ein ganz besonderes 37. Forum Kommunikationskultur.*

*Über 1.500 unterschiedliche Zugriffe wurden beim Streaming verzeichnet, über 400 Teilnehmer\*innen verfolgten in Spitzenzeiten gleichzeitig die Impulse und Talks. Über tausend Workshop-Anmeldungen in mehr Workshops denn je wurden verzeichnet. Als besonders bereichernd haben die Teilnehmenden die Möglichkeit empfunden, nach den Impulsvorträgen mit den Vortragenden noch in moderierten Zoom-Räumen intensiv weiter zu diskutieren. Bis zu 70 Personen pro Vortrag nutzten dieses besondere Angebot. Und all das konnte in diesem Jahr ohne die sonst notwendige Teilnahmegebühr realisiert werden.*

*Die Vorträge und anregenden Diskussionen waren eingebettet in eine Doppelmoderation aus dem Live-Studio-Setting. Als Pausenprogramm gab es das „Medienpädagogische Schaufenster“, hier liefen Beiträge von GMK-Projekten und Partner-Institutionen oder auch die Videoclips der [Nominierten und Preisträger\\*innen des Dieter Baacke Preises 2020](#). Mittags sorgte Swing-DJ Mr. Gin für bewegte und beschwingte Pausen. Ein Hyperlapse-Video der GMK nahm die Zuschauer\*innen mit auf den Weg durch den eigentlichen Veranstaltungsort Bielefeld. Am Abend gab es ein geselliges Zusammentreffen mit DJ, Plauderraum und auf der kommunikativen Plattform wonder.me. Der folgende Beitrag skizziert die Inhalte der Impulse und Talks. Die Vorträge und Gesprächsformate stehen als Videos oder Präsentationen nachhaltig auf [www.gmk-net.de/gmk-tagungen/forum-kommunikationskultur/forum-kommunikationskultur-2020/](http://www.gmk-net.de/gmk-tagungen/forum-kommunikationskultur/forum-kommunikationskultur-2020/) unter „Materialien+Videos“ zur Verfügung.*

Politisch agieren, teilhaben, sich für eigene und gesellschaftliche Interessen auch digital einsetzen: Ein vielschichtiges, hochaktuelles Thema hat sich die Medienpädagogik 2020 ausgesucht.

Um es vorweg zu nehmen: **Medienbildung ist ohne politische Bildung heute nicht denkbar und umgekehrt**, dies war eine zentrale Aussage, die sich durch die gesamte Streaming-Veranstaltung und auch die Workshops am Nachmittag zog. Dieses betonte in seiner Begrüßung auch **Thomas Krüger**, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung, in seiner Begrüßung. Informationen strömen medial überall auf uns ein, weitgehend ohne Gatekeeper, die das einzuordnen helfen. Jugendliche unterscheiden heute nicht mehr zwischen digital und analog. Damit Jugendliche sich nicht „lost“ fühlen (Jugendwort 2020) und Informationen besser einordnen können, gehöre dazu unbedingt die Förderung kritischer Kompetenzen.

**Stefan Haddick** vom Bundesjugendministerium hob vor dem Hintergrund der Novellierung des Jugendschutzgesetzes die Notwendigkeit pädagogischer Strategien hervor, die zum Ziel haben sollten, dass Kinder und Jugendliche auch in digitalen Räumen unbeschwert und altersgerecht handeln können. Hierbei sah er Mediennutzungskompetenz und politische Bildung in einer Wechselwirkung.

Jugendliche sind mehr als Schüler\*innen und Partypeople und wollen auch in ihrer Lebenswelt gesehen werden, so **Eva Bertram** vom Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes NRW. Nicht alle nutzen partizipative hybride Möglichkeiten so wie *Fridays for Future*. Es gehe darum, Kinder und Jugendliche medienpädagogisch dazu anzuregen, digitale Räume der Teilhabe aktiv für ihre Interessen zu gestalten. Bertram sprach von der „Sternstunde der Medienpädagogik“ und lobte die kreativen und kommunikativen digitalen und hybriden Angebote und Weiterbildungen, die Jugendeinrichtungen und Medienpädagog\*innen in der Pandemie auf die Beine gestellt haben.

**Sabine Eder**, GMK-Vorsitzende, erläuterte anhand von Beispielen des [Dieter Baacke Preises](#), wie der Transfer von Aktivitäten, die Kritik, Kreativität und Teilhabe fördern, in der Zeit des ersten Lockdowns beispielgebend gelungen ist. Von der Kita bis in die Jugendarbeit gibt es herausragende Beispiel von Teilhabe: Kitakinder interviewen Ärzte, Teenies drücken in Musikvideos ihre eigenen Empfindungen und Erlebnisse zu den Kontaktbeschränkungen aus, andere begeben sich digital und vernetzt in die kreative Computerspielschule.

**Marion Brüggemann**, ebenfalls Vorsitzende der GMK, hob die Bedeutung von Medienbildung in der demokratischen Gesellschaft hervor. Die Transformationen der Öffentlichkeit in digitalen und hybriden Formen werden auf der Tagung besonders betrachtet. Der respektvolle Umgang im Netz, das Erkennen von Fake News und Verschwörungserzählungen müssen Kindern und Jugendlichen vermittelt werden. Doch gelte es besonders auch, Jugendbeteiligung zu ermöglichen und Empowerment von Kindern und Jugendlichen voranzubringen. Dies sei auch vor dem Hintergrund der Kinderrechte unerlässlich. Insgesamt müsse zudem die Medienbildung für Menschen jeden Alters weitergebracht werden.

Bevor sich der Blick nachmittags jeweils in ausdifferenzierten Workshops auf verschiedene Praxisfelder von der Jugendarbeit über Bibliotheken bis in die Kita richtete, gab es im Streamingbereich am Vormittag jeweils spannende Impulse und Talks. Diese fächerten das Thema auf und stellten sich brisanten Fragen: Wie läuft echte Jugendbeteiligung und wo fängt Teenwashing an? Mit Teenwashing (ähnlich wie Greenwashing) ist das Aufwerten politischer Diskurse durch Hinzuziehen von einzelnen Stimmen Jugendlicher gemeint. Aber davon später mehr.

Das Forum Kommunikationskultur wagt immer wieder den Blick über den medienpädagogischen Tellerrand, um sich von anderen Disziplinen Anregung zu holen: Bevor es näher um die Jugendlichen und die Pädagogik ging, holte die GMK den renommierten Konflikt- und Gewaltforscher **Andreas Zick** von der Universität Bielefeld an das Rednerpult. Er berichtete in einem fesselnden Vortrag über den Kontext Radikalisierung und Verschwörungstheorien auch im Hinblick auf digitales Handeln. Viele der problematischen Ideologien sind keineswegs neu und generell sind konstruktives Kritisieren und Hinterfragen wichtige Elemente demokratischen Handelns. Was jedoch zunimmt ist das, was Zick „destruktives Demokratiemisstrauen“ nennt. Kombiniert mit gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit äußert und organisiert sich dieses verstärkt auch in digitalen Räumen und auf der Straße. In den digitalen Räumen findet die Einbindung von Ideologien in Freundeskreise oder religiöse Gruppen statt. Dabei bilden Versatzstücke aus Ideologien soziale Identitäten, die wiederum zu Widerstand und Feindbildern führen. Es lasse sich beobachten, dass das Teilen von Verschwörungstheorien gerade in Pandemien gemeinschaftsbildend wirke. Medienpädagogik könne im Kontext Konfliktmanagement agieren, medienpädagogische Interventionen seien hierbei sinnvoll. „Jugend ist *keine* Risikogruppe“, betont Zick, der die Diversität und Vielschichtigkeit der Jugendlichen sieht. Es gehe darum, Jugendlichen würdevolle analoge *und* digitale Räume der Öffentlichkeit zu erschließen. Und (nicht nur) Jugendliche benötigen Wissen darüber, wie Propaganda funktioniert. Es gehe auch um Gegenstrategien: Hier könne an vielfältiges Know-how über erfolgreiche Kampagnen zu

Einstellungsänderungen angeknüpft werden (z.B. die Anti-Raucher-Kampagne). Ein pädagogisches Verständnis sei wichtig für die Politik. Zick rief abschließend dazu auf, sich durch Medienpädagogik die Welt zu erschließen.

Doch wie informieren sich Jugendliche heute politisch? Welche Medien nutzen sie, um sich bewusst über politische Themen zu informieren? Nach welchen Kriterien bewerten sie politische Informationen? **Claudia Wegener** von der Filmuniversität Babelsberg warf zunächst einen Blick auf Formate und Informationskanäle, die von Jugendlichen genutzt werden. Es zeigt sich ein vielschichtiges Bild, das neben „Jungem Journalismus von unten“ z.B. auf YouTube und jugendaffiner Online-Zeitschriften auch Online-Erweiterungen etablierter News-Formate umfasst. Dazu zählt das inhaltlich auf Jugendliche abgestimmte Tagesschau-Format auf TikTok mit über 700.000 Follower\*innen. Mit der Lebenswelt von Jugendlichen verknüpft sind vor allem YouTube-Angebote. Hier gibt es explizit oder implizit politische Formate. Beliebt sind witzige oder satirische Angebote neben explizit politisch agierenden Influencer\*innen wie Le Floyd, Rezo oder Louisa Dellert. Festzustellen bleibt, dass Kanäle wie YouTube oder Social Media-Plattformen wie Instagram Jugendliche mit themengebunden verschiedenen Angeboten erreichen und politisch wirksam sein können. Verständliche, für Jugendliche zugängliche Sprache ist eine wesentliche Grundvoraussetzung, um Jugendliche mit politischen Informationen zu erreichen und einzubeziehen. Laut Shell-Studie hat das politische Interesse von Jugendlichen seit zwei Jahrzehnten eher zu- als abgenommen. Die Social Media-Angebote werden dabei *teils* eher von männlichen (YouTube) oder eher von weiblichen Follower\*innen (Instagram) wahrgenommen und haben mehr oder weniger offen politische Implikationen. Bei Instagram sind mehr Frauen politisch aktiv, insgesamt sind in den neueren größeren politischen Jugendbewegungen (wie FFF) mehr Frauen Vorreiterinnen, so Wegener. Spannend sind auch Influencer\*innen, die in einer globalen Öffentlichkeit agieren, z.B. Sham Jaff. Nach ihren Vorbildern gefragt, nennen Mädchen jedoch als erstes Heidi Klum, dann allerdings gefolgt von der feministisch orientierten Sängerin Billie Eilish und Umweltaktivistin Greta Thunberg. Bei den Jungen gehören die ersten Plätze Sportlern. Da Kinder und Jugendliche sich zunehmend auf Plattformen wie YouTube und Instagram orientieren und sich auch ihre politische Orientierung hier herausbildet, ist es pädagogisch unverzichtbar, sich auch diesen informellen Wegen der politischen Bildung zu widmen. Denn YouTuber\*innen und Instagram-Stars genießen oftmals einen Vertrauensbonus bei Jugendlichen, sie fungieren als ihre Opinion-Leader. In einer Kombination von Subjektivität und Personalisierung genießen Influencer\*innen einen besonderen Authentizitäts- und Glaubwürdigkeitsvorsprung. Grundsätzlich sollten Kinder und Jugendliche in pädagogischen Kontexten auch das Hinterfragen solcher Formate lernen. Dieses Zwischenfazit zog sich durch den gesamten Streaming-Vormittag und wurde als Kernforderung auch weiterhin in vielen anderen Workshops und Beiträgen genannt. Hierfür sind vielschichtige Kenntnisse zu vermitteln. Vor allem problematische oder radikale Inhalte sind einem Fakten- und Quellencheck zu unterziehen, die Grundlagen hierfür müssen Kinder und Jugendliche erwerben. Als Konsequenzen für die Medienpädagogik stellt Wegener drei Forderungen auf: Formen von Aussagen kennen und mit anderen Nutzer\*innen reflektieren, sich mit den Akteur\*innen politischer Informationsvermittlung auseinandersetzen und den Diskurs um Subjektivität und Personalisierung im Politischen neu führen.

Kinder und Jugendliche sollten dahingehend gestärkt und ermutigt werden, „Meinung zu bilden statt Meinung zu übernehmen (Wegener) und auch für ihre Rechte einzustehen.

Über Möglichkeiten und Grenzen digitaler und analoger Bildungsbestrebungen diskutieren im Anschluss Politikberater und Blogger **Martin Fuchs** und **Saba-Nur Cheema**, pädagogische Leiterin der Bildungsstätte Anne Frank. Fuchs nennt die internationale Vernetzung von *Fridays For Future* als

herausragendes Beispiel, in der Kinder und Jugendliche sich digitale Medien und Pfade angeeignet haben, um die Bewegung zu gestalten, zu vernetzen und voranzubringen. Ausgehend unter anderem von einem 14-Jährigen aus Mailand, der die Koordination und das Eventmanagement via Discord-Server organisierte, entspann sich nach und nach die europa- und weltweite Bewegung. Wichtig sei, Jugendliche in ihrer eigenständigen politischen Aktivität nicht zu unterschätzen. Jugendliche nutzen eigene Kanäle und Medien, denen Parteien oftmals nicht folgen. Doch, so Cheema, gebe es weiterhin die zentrale Frage, wie diejenigen Jugendlichen erreicht werden können, die sich nicht explizit mit politischen Themen auseinandersetzen. Hier sei auch aufsuchende politische Bildungsarbeit wichtig. Diese gelte es auch im digitalen Raum weiterzuentwickeln und dürfe nicht von oben herab gestaltet werden. Vielmehr müssten die Jugendlichen direkt einbezogen und in ihrer Lebenswelt und bei ihren Interessen abgeholt werden. Brisant sind Überschneidungen von Gaming und politischer Kultur, wo mitunter problematische rechtsorientierte oder rassistische Einstellungen kultiviert werden. Hierbei gelte es in die Communitys reinzugehen und dort direkt Konzepte zu realisieren. Zusätzlich sollten Influencer\*innen gewonnen werden, um Inhalte differenzierter zu verhandeln und antidemokratischen oder rassistischen Einstellungen und Äußerungen zu begegnen. TikTok werde zunehmend von Rechten erobert und für Propaganda genutzt. Medienpädagogik könne vielfältig wirksam sein, um politische Kommunikation weiterzubringen und um Jugendliche zu ermutigen und Strategien zu entwickeln, um Inhalte und Quellen zu hinterfragen. Dabei sollten auch die audiovisuellen Finessen in den Blick genommen werden. Eine besondere Herausforderung sieht Fuchs auch darin, dass politische Kommunikation immer mehr in geschlossenen Gruppen stattfindet (z.B. Telegram-Gruppen). Insgesamt gilt es, den gesamten Bereich des „dark social“ genauer zu untersuchen und zu reflektieren. Auch hierbei sind medienpädagogische Strategien zu entwickeln, die helfen, das Geflecht zu durchschauen und alert zu agieren und zu reagieren.

Warum sind Verschwörungstheorien und Fake News so erfolgreich? Antworten auf diese essentielle Frage bot der Impuls von **Ingrid Brodnig**, Journalistin und Autorin aus Wien. Dabei werden oftmals aus anonymen substanzlosen Posts Scheinfakten konstruiert, die dann weitergeleitet werden. Auch Taktiken der Irreführung gehören dazu, bei denen Fakten mit Fiktion vermischt werden, oder Kontexte assoziiert und hergestellt werden, um Stimmung zu machen. Wesentlich seien auch Faktoren wie Emotionalität und Viralität. So würden besonders solche Memes, Posts etc. weitergeleitet, die witzige oder eben auch wütend machende Inhalte transportieren, ungeachtet des Wahrheitsgehaltes, der dann aber oftmals konnotiert wird. Die Meldungen erzeugten Wut und Sorge und würden dann ungeachtet der Faktenbasis weitergeleitet und als solche interpretiert. Gerade in ungewissen gesellschaftlichen Situationen, wie derzeit in der Pandemie-Situation, reüssieren solche Verschwörungs-Erzählungen und erfüllen das Bedürfnis nach Erklärungen für die als unsicher empfundene Lage. Bei Corona-Skeptiker\*innen ist dies unterfüttert mit dem Bedürfnis nach Einzigartigkeit. Viele teilen dann eine Melange aus Meldungen, die ins Weltbild passen (confirmation bias). Falsche und schiefe Vergleiche werden dann weitertransportiert, besonders verbreitet ist z.B. der Influenza-Corona-Vergleich. Signifikante Unterschiede in der Infektiosität, Aktivität und Gefährlichkeit des Virus werden dabei z.B. außer Acht gelassen, was diese Erzählung besonders riskant macht. Ähnliches gilt für trumpsche Tweets wie „It’s extremely cold in New York – where is global warming?“, wo bewusst Wetter und Klima verwechselt werden, was verheerende Folgen für die Meinungsbildung zum Klimawandel haben kann. Auch anekdotisches Denken und Kommunizieren kann in diesem Kontext fatal sein: „Kennst *du* jemand, der schwer an Corona erkrankt war?“. Weil ich niemanden kenne, nehme ich es weniger ernst. Helfen können in solchen Kontexten Strategien wie „Inokulation“, also die logischen Fehlschlüsse aufzuzeigen, das Richtige in den Vordergrund zu stellen,

die richtigen News zu wiederholen und in den Vordergrund zu holen und das Falsche nach hinten zu schieben. Wichtig ist auch für pädagogische Zusammenhänge, dass nicht alle Fehlinformationen einen intendiert strategisch böswilligen Hintergrund haben, sondern oftmals in guter Absicht und aus gutem Gewissen weitergeleitet werden.

Wie steht es mit der medialen aktiven Teilhabe und Beteiligung Jugendlicher? Es muss mehr sein als Teenwashing, so **Sheherazade Becker**, Speakerin von TINCON e.V., dem Jugendbereich der re:publica. Mit dem Begriff ist die alibihafte und eher singuläre Einbeziehung von „jungen Stimmen“ in politische Diskurse, Talkshows etc. gemeint, um letztlich womöglich vorgefertigte Meinungen zu legitimieren. Diese Strategie lasse Jugendpartizipation zu einer Worthülse verkommen. Becker und auch Medienpädagogin und Baacke-Preisträgerin **Katharina Bluhm** (Jugendmedienverband Mecklenburg-Vorpommern) wissen, worauf es ankommt: auf Plattformen, Barcamps, Jugendkonferenzen und weitere intensiv beteiligungsorientierte Formate, die Jugendlichen die Möglichkeit bieten, ihre jugendkulturellen und politischen Themen untereinander zu verhandeln, zu diskutieren, zu entwickeln und um so dann auch mehr Öffentlichkeit zu erreichen. Des Weiteren geht es immer auch darum, wissenschaftliche Themen für Kinder und Jugendliche attraktiv aufzubereiten. Katharina Bluhm weist darauf hin, dass Medienpädagogik seit langem auf dem Gebiet Jugendbeteiligung aktiv ist und an einen großen Fundus an Methoden anknüpfen kann. Neu ist, dass dieses unter dem Label „digitale Jugendbeteiligung“ auch von der „großen Politik“ gesehen und angeregt wird. Um den Meinungen und Stimmen von Kindern und Jugendlichen mehr Raum zu geben, gilt es diejenigen Medien altersgerecht zu nutzen, die zur Verfügung stehen und innovative Wege und Settings auszuprobieren. So bietet die TINCON 13- bis 25-Jährigen vielfältige, auch digitale Möglichkeiten. In diesem Jahr fand die Veranstaltung, die sonst on- und offline Formate kombiniert, komplett digital statt. Beide Expertinnen sehen in ihren unterschiedlichen Ansätzen vielfältige Chancen, ziehen aber in Zweifel, inwieweit „Politik“ die dort erarbeiteten und vermittelten Forderungen und innovativen Ideen der Jugendlichen auch umsetzt. Hier ist deutlich mehr Power notwendig, auch wenn die Wege schon geebnet sind.

„Ist die Generation Gretapolitischer als ihre direkten Vorgänger“?“, fragt **Benjamin Jörissen** von der Universität Erlangen-Nürnberg unter Rekurs auf Klaus Hurrelmann. Politischer sei nicht gleichzusetzen mit kritischer, so Jörissen in seinem vielschichtigen kultur- und medienwissenschaftlichen Beitrag, der sich unter anderem der postdigitalen Jugendkultur mit hybriden Subjektformationen widmet. Jörissen verdeutlicht die vielfältigen Ambivalenzen und Dilemmata politischer Aktivitäten in digitalen Räumen. Rezos Interventionen haben die Politik nachhaltig erschüttert, Hashtags wie #blacklivesmatter und #metoo erzielen Milliarden Views. Politische Artikulation junger Menschen findet hierbei jedoch in einem durch und durch kapitalisierten und ökonomisierten Kontext statt, ästhetisierte Politik und politisierte Ästhetik spielen eine wichtige Rolle. Jörissen verdeutlicht, dass der Plattform-Kapitalismus eben nicht nur politischen Aktivismus voranbringt, sondern auch wesentlich mit verantwortlich ist für Demokratieverfall und Singularisierung. Die post-digitale Jugendkultur, „Generation Remix“, erfährt und artikuliert aktive Teilhabe durch kollektive, kollaborative auch ludische Elemente, zu deren Grunddisposition Referentialität gehöre. Das Subjekt sei heute zu verstehen als soziotechnischer Hybrid, der sich aus Remixes, Memes, Hashtags, Algorithmen, Coding und Smartphone-Kommunikation konstituiert. Auch Bioprinting und KI (deep mind, z.B. Alpha Go Zero) werden zunehmend wichtiger und greifen tief in unser Leben ein. In seinem Impuls stellt Jörissen das Konzept der Disruption dem – auch pädagogischen – Ziel der Resilienz gegenüber, auf organisatorischer, sozialer und kultureller Ebene. Er plädiert für partizipatorische Design Thinking-Prozesse in der Pädagogik, die Exploration und Experiment verbinden und deren Ziel Emanzipation als kollektive Ermöglichung von Dissens sei. Vom heroischen Widerstand gehe es zur vernetzten ästhetischen

Resilienz, die Streit in pädagogischen Prozessen zulassen. Pädagogik solle und müsse sich mehr und mehr zum Pull-Medium entwickeln.

\*\*\*

Das Leben, Lernen und politische Agieren in unserer digital durchwirkten Gesellschaft basiert auf hochkomplexen Prozessen und bietet zugleich großartige kollaborative Chancen der Teilhabe. Das gilt für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. In der digitalen Medienkultur und Öffentlichkeit bieten sich Möglichkeiten für Engagement, Einfluss und Protest. Dem stehen als problematische Aspekte Fake News, Verschwörungserzählungen und diverse Machtaspekte entgegen. Medienbildung ist mehr denn je unabdingbar: nicht allein für das kritische Durchschauen oder für die reflektierte Meinungsbildung, sondern auch für kreatives und kritisches Agieren im demokratischen Kontext. Medienbildung geht hierfür weit über technische Bildung hinaus und schließt soziale, kulturelle, ethische und kreative Bildung ein. Hierfür steht Medienpädagogik und hierfür ist die Kombination von Medienbildung und politischer Bildung, so die Essenz des 37. Forum Kommunikationskultur, eine ebenso notwendige wie zukunftsweisende und kraftvolle Kombination. Die GMK wird sich weiter dafür einsetzen, dass kritische und kreative Medienbildung Menschen jeden Alters und jeder Voraussetzung erreicht. Um Medienpädagogik mit ihren innovativen Erkenntnissen und Methoden, die demokratisches mediales Agieren stützen, weiter in die Gesellschaft zu bringen und es nicht beim Experimentellen und Singulären zu belassen, ist ein großer gemeinschaftlicher Prozess vieler zivilgesellschaftlicher und politischer Akteur\*innen erforderlich.

### **Links zu den Streamings:**

Streamingbereich am ersten Tag: <https://youtu.be/AOOpdgBwRfE>

Streamingbereich am zweiten Tag: <https://youtu.be/stQ2Hvmmha8>

### **Workshop-Berichte:**

Auf [www.gmk-net.de/gmk-tagungen/forum-kommunikationskultur/forum-kommunikationskultur-2020/](http://www.gmk-net.de/gmk-tagungen/forum-kommunikationskultur/forum-kommunikationskultur-2020/) finden Sie unter „Programm“ die einzelnen Workshops. Die Berichte sind auf den jeweiligen Workshop-Unterseiten hinterlegt.

*Bericht: Renate Röllecke/GMK*