

Schriften zur Medienpädagogik 61

Zwischen Kunst und Künstlichkeit

**Transformation durch kulturelle und politische
Medienbildung gestalten**

Selma Brand
Sabine Eder
Markus Gerstmann
Andreas Spengler
Eik-Henning Tappe (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 61

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

Herausgeberin

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

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle

Obernstr. 24a

33602 Bielefeld

Fon: 0521/677 88

E-Mail: gmk@medienpaed.de

Website: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autor*innen verantwortlich.

Redaktion: Selma Brand, Sabine Eder, Markus Gerstmann, Andreas Spengler, Eik-Henning Tappe, Tanja Kalwar

Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

© kopaed 2025

Arnulfstr. 205

80634 München

Fon: 089/688 900 98

Fax: 089/689 19 12

E-Mail: info@kopaed.de

Website: www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-180-7

Selma Brand

Medienbildung und der Mut zur Zukunft

Freiräume schaffen für Kreativität und Wandel

Format des Impulses

Im Rahmen eines an das Pecha-Kucha-Format (20 Folien, zu denen je nur 20 Sekunden gesprochen werden darf; die Folien sollen nur Bilder und keinen Text zeigen) angelehnten Impulses auf dem Forum 2024 (siehe www.gmk-net.de/veranstaltungen/41-forum-kommunikationskultur-2024/) plädiere ich dafür, medienmutig die Potenziale unserer Zeit zu erforschen und zu nutzen. Ich halte eine proaktive und ergebnisoffene Medienbildung im Zusammenspiel mit Kunst, Zeit, Raum und Ideen für einen zentralen Bestandteil einer offenen, demokratiefähigen Gesellschaft.

Alle Überschriften sind (ab hier) den Folien oder dem Originaltext entnommen. Los geht's.

Doch was ist Kunst? Was ist künstlich? Was kann weg? (Folien 1-3)

Was braucht denn jetzt eigentlich diese zukunftsfähige Gesellschaft von der alle reden? Werte, Solidarität, Empathie? Auf jeden Fall Kunst – wir sind viel zu reich, als das wir uns Kunst nicht leisten könnten.

Doch was ist Kunst? Was ist künstlich? Was kann weg? Was passiert, wenn wir über Kunst urteilen? Und bedeutet, wenn etwas „weg“ kann, dass es auch nie gebraucht wurde, nie einen Sinn erfüllte? Was bedeutet das für die Medienbildung? Wohin verschwinden Unmengen von selbstgemachten Fotos, Podcasts, Filmen, Websites, Blogs, Mini-Discs, Disketten? Brau-



Abb. 1: Montage und Bildbearbeitung in einem Comic-Projekt mit Grundschulkindern (Foto: ©Selma Brand)

chen wir ein Archiv der Medienpädagogik oder ist Medienbildung gar nicht haptisch archivierbar, leben eigentlich die Ergebnisse, Erlebnisse, Erfolge in der Gruppe in den Teilnehmenden weiter und wenn es gut läuft, erinnern sie sich Jahre später daran, dass sie damals diese Radiosendung über die Kernkraft gemacht haben? Oder erinnern sie sich gerade nicht an die vielen Projekte, spüren aber, dass sie auch im Kleinen etwas verändern können, sich etwas zutrauen sollten? Was werden die Teilnehmenden morgen von den Medienprojekten heute noch erinnern?

Muss alles, was wir und sie tun, immer Sinn ergeben, eine Zukunft haben, ein Problem beleuchten, irgendwie nachhaltig sein? Oder darf es auch „nur“ Spaß machen? Bringt Spaß mich nicht ebenfalls weiter? Oder bringt Spaß *mich* weiter, als jeder Sinn mich je bringen könnte?

Ich sage heute ein herzliches Willkommen an die Kunst und an alles, was „weg“ kann. Bleib noch ein bisschen, großer Zombie, kleines Tamagotchi. Denn – ganz ehrlich – wenn ich mir die Welt so anschau...

IT'S 18:00 AFTER THE WAR SOMEWHERE (Folien 4-6)

Extremismus in jeder Form, politische und soziale Polarisierung, Bildungsbenachteiligung, Klimakrise, rasant fortschreitende Entwicklung von Technologien (und nicht so rasant fortschreitende Entwicklung von Menschen) – Hass... Dann ist das anstrengend, so anstrengend, dass es uns manchmal fast ohnmächtig werden lässt.

Das Gefühl der Handlungsunfähigkeit in einer komplexen Welt kennen auch Kinder und Jugendliche. Sie bringen jedoch auch Energie, Veränderungsbereitschaft sowie Interesse an ihrer Lebenswelt mit und entwickeln häufig eine intrinsische Motivation, sich mit Themen auseinanderzusetzen und sich so – entlang der Krisen – im Rahmen von Medienprojekten als selbstwirksam zu erleben. Auch wenn mit einem Foto-Comic wohl nicht die Verschmutzung der Meere dauerhaft gelöst wird, kann sich ein Medienteam mit dem Thema auseinandersetzen, es darstellen und so auch andere (Mitschüler*innen, Fach- und Lehrkräfte, Eltern, Familien, Passant*innen) für die große Problematik im Kleinen sensibilisieren, zeigen, was ihnen wichtig ist.

Was ist nötig, damit junge Menschen, wie beschrieben, aktiv werden? Muss ich als Medienpädagog*in immer ein klar definiertes Ziel vor Augen haben? Dürfen Jugendliche sich in Projekten ausprobieren, keinen konkreten Plan verfolgen und sich dabei trotzdem gut fühlen? (Wer finanziert und fördert entsprechende Projekte?)

Teilnehmende von Medienprojekten brauchen unser Vertrauen in ihre Handlungskompetenz und die Freiheit, sich für oder gegen ein Thema, ein

Medium, ein Produkt, ja sogar das Mitarbeiten zu entscheiden.

Zusätzlich brauchen sie uns, um Räume zu schaffen. Egal ob virtuell oder auf einer Landkarte zu finden: Medienbildung braucht immer einen Ort. Orte öffnen Räume. Wir planen nicht nur, was wir machen, sondern auch wo. Orte können anregen und einschränken,

sie inspirieren und geben dem sich entwickelnden Prozess Raum für die Entfaltung. Eine komplexe Welt braucht variable, vielfältige Lernräume, vor Projektbeginn sollten wir uns bewusst hinterfragen: Baue ich Lernortwechsel in mein Angebot ein, bin ich auch draußen, schaffe Bewegungsanlässe, bleibt genug Zeit, um zu toben, zu chillen? Und ja, manchmal geht es unter freiem Himmel nicht, manchmal regnet es, physisch und inhaltlich.



Abb. 2: Graffiti in Tel Aviv im Dezember 2023
(Foto: ©Naama Gawi)

Wischen mit Haltung: Medienmut (Folien 7-10)

Situationen, in denen irgendetwas nicht genauso klappt, wie wir es vorhaben, sind uns bekannt. Das war schon immer so. Früher fehlte der richtige Adapter, heute gibt es kein WLAN (und je nach technischer Ausstattung fehlt immer noch der richtige Adapter), früher hat man den Farbfilm vergessen, heute ist das Video im Hochformat. Früher hat Video the radio-star gekillt, heute kilt KI Realitätssicherheit. Aber: Früher haben wir coole Schwarz-Weiß-Fotos gemacht, heute können dank Künstlicher Intelligenz nahezu alle Personen ihre Ideen realisieren, visualisieren, erlebbar machen.

Auch wenn es verlockend ist, ausschließlich auf die positive Seite der Projekte zu blicken, es lässt sich nicht leugnen, dass häufig etwas nicht klappt. Neben den Kernfaktoren Zeit, Personal und Finanzen geht Technik kaputt, fehlen Einverständniserklärungen, treffen unterschiedliche Charaktere mit sehr unterschiedlichen Vorstellungen aufeinander. Mitunter scheint es, als ginge nichts mehr. Doch dann bäumt sich beim Anblick des drohenden (Teil-)Projektscheiterns bei den Teilnehmenden (und, davon mitgerissen, auch bei uns) das Improvisationstalent auf. Wo Kinder begeis-



Abb. 3: Entstanden bei einem Elternabend zur Medienerziehung (Foto: ©Selma Brand)

tert „ihr“ Projekt realisieren wollen und Aufgeben keine Option ist, entsteht beim Tüfteln und Grübeln soziales Miteinander, bildet sich eine Gemeinschaft, in der alle Mitglieder ihren Fähigkeiten entsprechend zum Gelingen des gemeinsamen Produktes beitragen. Basis für das Erkennen, Thematisieren, Diskutieren von Problemen und das Finden neuer Lösungswege ist auch hier die pädagogische Begleitung, die es ermöglicht, Etappen und Ziele anzupassen und somit auch in widrigen Umständen Erfolgserlebnisse schafft. Motiviert durch Erfolgserlebnisse und damit verbundene Selbstwirksam-

keitserfahrungen lernen die Teilnehmenden in den Projekten, Geräte und Techniken selbstbestimmt zum Erreichen eines durch sie definierten Ziels einzusetzen. Die Zielgruppen bringen die Bedienkompetenz von Tools und Geräten, sozusagen das optimierte Wischen mit. Gemeinsam erarbeiten wir mit ihnen, wie wir mit der Technik leben und diese für uns nutzen wollen. Wischen mit Haltung sozusagen.

Und dann entstehen Produkte, die Kinder und Jugendliche begeistern: Mithilfe der Perspektive den Dino in der Waldkita zum Leben erwecken, in der Grundschule einen Comic schreiben oder einen Kinofilm drehen, im Jugendtreff einen Song produzieren. Egal, wofür die Herzen unserer Teilnehmenden schlagen: Wir als Medienpädagog*innen sollen Medienmut vorleben, also die vielfältigen Möglichkeiten des Medieneinsatzes nutzen, neue Einsatzgebiete und Methoden erforschen und dabei aktuelle Entwicklungen „zukunftsfreudig“ im Blick behalten. Medienmut meint aber auch, dass wir uns und unsere Pläne zurücknehmen können, zuhören, (non-)verbal geäußerte Bedürfnisse wahrnehmen und Rahmenbedingungen variabel gestalten, um bei jeder Gruppe auf die individuellen Bedarfe einzugehen. Im Medienprojekt selbst stehen wir dann der „Zielgruppe“ als verlässliche Begleitung zur Seite, die begleitet, motiviert, berät und sich beraten lässt, um Wege zu ebnen, die das eigenständige Lernen und Arbeiten fördern. Während die Zielgruppen meist das Produkt im Blick haben, arbeiten wir aus fachlicher Sicht also prozessorientiert, schaffen Erprobungsräume und ermöglichen die Förderung von Zukunftskompetenzen wie Agilität, Teamfähigkeit und auch Kreativität. Das Entwickeln und Formulieren von Ideen und

deren Aus- und Umgestaltung braucht im besten Fall vertrauensvolle Unterstützer*innen.

Apropos Ideen: Damit diese kommen braucht es neben dem Ort auch die richtige Zeit.

Wann ist die eigentlich diese richtige Zeit? Und wann hört die wieder auf? Hört Zeit irgendwann auf, richtig zu sein? Ich weiß es nicht, aber ich weiß,

dass kreative Medienbildung keine Baustelle ist, bei der wir auf die Uhr schauen, um halb zehn ein Knoppers essen und dann das Tablet anmachen, damit die Ideen kommen. Kreativität auf Knopfdruck (oder dort, wo es noch Schulglocken gibt, mit dem Gongschlag) zu erwarten, steht in klarem Gegensatz zu allem, was wir über Kunst und die Entstehung des kreativen Flows wissen. Gebunden an Förder- und Rahmenbedingungen müssen wir Mittelwege zwischen Raum, Zeit und Kunst finden. Wir könnten ein bisschen Schweigen (gar nicht so einfach), wir können miteinander reden, besser ins Gespräch kommen.

Shaun das Schaf als süßes Teilchen in der Bäckerei, Bibi Blocksberg mit dem Slogan „Patriachat verhexen!“ auf dem CSD: Medienheld*innen sind und bleiben Influencer*innen aller Generationen und haben (inzwischen oft auch virtuell z.B. als Memes in Chats) Raum in unseren Gesprächen. Medienerlebnisse (Serien, Influencer*innen, Social Media) bieten im Gespräch Anknüpfungspunkte, um zu erfahren, wie Teilnehmende Medien nutzen, was sie daran schätzen und was gerade aktuell und ihnen wichtig ist. Wird diesen Medienspuren grundsätzlich in pädagogischen Settings der Raum gegeben, in Gespräche einzufließen, fällt es leicht, auch problematische Aspekte zu thematisieren, von Fehlern zu berichten und gemeinsam Tipps für eine gute, selbstbestimmte Mediennutzung zu formulieren. Obwohl wir das „Wischen mit Haltung“ bevorzugen: Auch der planlos-wischende Zeitvertreib ist nicht wegzuredender Teil von Mediennutzung, ein Raum, in dem Erfahrungen gemacht werden und Kindern und Jugendlichen zufällige Inhalte begegnen, die sie teilweise nicht einordnen können, die überfordern und im schlimmsten Fall Angst machen.



Abb. 4: Entstanden im Medienprojekt mit Kindern eines Waldkindergartens (Foto: ©Selma Brand)

Medienmündig agieren zu können, darf kein Luxus sein (Folien 11-13)

Negative Medienerlebnisse, wie die Konfrontation mit Kettenbriefen, Deepfakes, Fake News, Hatespeech, Sextortion, stehen den oben genannten bestärkenden positiven Möglichkeiten der kreativen Entfaltung in Medienprojekten vermeintlich gegenüber. Dabei bietet die selbstwirksame Gestaltung von (Medien-)Kunst einen Erfahrungs- und Erkenntnisraum, in dem das Verstehen von Künstlichkeit selbstverständlich wird und so auch schon die Jüngsten befähigt werden, medienmündig und damit auch medienkritisch zu agieren. Grade bei Kindern im Kita- und Grundschulalter soll hier nicht in Form eines medienpädagogischen Feuerwerks alles gezeigt werden, was in den Medien so läuft oder mit Medien umsetzbar ist, Medien dürfen nicht zum Einsatz kommen, um Kinder zu ängstigen oder überfordern. Vielmehr geht es besonders bei dieser Zielgruppe darum, eng orientiert am individuellen Entwicklungsstand zu arbeiten und mit lebensweltbezogenen Projekten das Forschen, Entdecken und Verstehen mit und von Medien zu fördern. Mithilfe von Audio-Verzerrungen (aus der normalen Kinderstimme wird eine Gruselstimme, die sagt: „Ich esse am liebsten Schokoeis mit bunten Streuseln“) oder Bildmontagen (Fatima fliegt auf dem Besen gemeinsam mit Bibi Blocksberg über die Skyline von Münster, Kyrill steht in der Kita neben dem eigenen, von ihm selbst in das Bild montierten Zwilling) erlangen auch schon sehr junge Kinder automatisch ein Verständnis dafür, dass nicht alle Medieninhalte real sind – auch wenn sie echt klingen oder echt aussehen. Ein wichtiger Bestandteil von Medienkompetenz und Basis für das eigene Medienhandeln und -verstehen.

Diese Kompetenzen müssen wir als Gesellschaft momentan alle zeitgleich und immer wieder angepasst an technische Neuerungen, Erkenntnisse, Forschung und Innovationen erlangen. Auch und gerade weil es bisher wenig Erfahrungswerte gibt und wir diesen Kompetenzerwerb nicht vorleben, die Älteren nicht wie sonst als Vorbild dienen können, ist es wichtig, dass wir im gemeinsamen, gleichzeitigen, generationsübergreifenden Lernen fehlerfreundlich miteinander und mit uns selbst umgehen. Dabei darf in einer zukunftsfähigen Gesellschaft niemand vergessen werden, Angebote der Medienbildung müssen allen Zielgruppen offenstehen. Medienmündig agieren zu können, darf kein Luxus sein. Die Personengruppen, die Angebote zum Medienkompetenzerwerb und deren Festigung benötigen, wachsen konstant. Neben Kindern und Jugendlichen sind es auch ältere Menschen und durch fortschreitende technische Entwicklungen (z.B. unterstützte Kommunikation) auch Menschen mit Behinderung, die bei ihren ersten

Schritten im Netz und in den „sozialen“ Medien dringend Unterstützung benötigen. Angebote für diese Zielgruppen müssen passgenau und verständlich sein. Geht es beispielsweise in einer Wohngruppe der Lebenshilfe um das Thema Persönlichkeitsrecht beim Weiterleiten und Posten von Fotos, kann grundlegend das Recht am eigenen Bild anhand



Abb. 5: Foto-Safari im Stadtteil mit einer Wohngruppe der Lebenshilfe (Foto: ©Selma Brand)

von Beispielfotos besprochen werden, im Anschluss sollten medien-ethische Fragen, wie das Fotografieren von schlafenden Personen oder das Posten von Kindern aus der Familie in einfacher Sprache thematisiert werden. Symbolbasierte Materialien können das Angebot ergänzen, wichtiger sind jedoch Gespräche, viele Wiederholungen und das Einbeziehen und Sensibilisieren der Fachkräfte vor Ort. Medienpädagog*innen müssen sich ihrer Verantwortung bewusst sein und lernen, die komplexen Themen, die Medien mit sich bringen, zu simplifizieren, um alle zu erreichen. Je nach Interesse und kognitiven Voraussetzungen in der Gruppe ist es vielleicht im Anschluss möglich, das Thema Urheberrecht anzusprechen.

„Ey! Guck meins an!“ (Folien 14-16)

Ja... das Urheberrecht. Gilt für die Fotografie nicht von Anfang an... Denn zu Beginn der Fotografie galt das Foto lediglich als Abbild der Realität und daher als nicht schützenswert.

Heute bilden wir mit KI Nicht-Realitäten ab und befinden uns mitten in dem Diskurs dazu, ob – und wenn ja, wie – diese Werke schützenswert sind. Und während wir Medienpädagog*innen überlegen, ob eine KI eigene Bildrechte besitzen oder mit welcher CC-Lizenz OER-Material versehen werden sollte, erstellen Fachkräfte in Kita, Schule, Jugendtreffs und Wohngruppen für Menschen mit Behinderung Einverständniserklärungen, die oft drei und mehr Seiten umfassen und kaum verständlich sind, um irgendwie abgesichert zu sein. Eine Restunsicherheit bleibt und so gibt es immer häufiger Einrichtungen, die das Anfertigen von (audio-)visuellen Aufnah-



Abb. 6: Produktion datenschutzkonformer Profelfotos bei einem Workshop der Stadtbücherei Werne (Foto: ©Selma Brand)

men grundsätzlich ausnahmslos verbieten.

Wenn das mit der Rechteklärung so viel Aufwand ist, kommt in der medienpädagogischen Praxis und auch im Privaten schon mal die Frage auf, ob ein Werk es überhaupt wert ist, erstellt zu werden? Zusätzlich hat es ja doch im Internet immer jemand schon besser und schöner gemacht. Für mich persönlich

ist es eine blöde, frustrierende Situation, wenn ich jemandem zeige, was ich erstellt, gebaut, gebastelt habe und die Person sagt: „Oh ja, das habe ich auch schon auf Insta gesehen, guck mal hier.“ Ich möchte schreien: „Ey! Guck *meins* an!“ Und so verbleiben wir scrollend auf Pinterest auf der Suche nach dem vermeintlich schönsten Bild, statt im Winter selbst zu versuchen, mal so furchtbar kitschige Fotos von gefrorenen Seifenblasen zu machen (sehr kalt und sehr kitschig). Doch was passiert, wenn wir den Algorithmus aus dem Taktgefühl bringen, unsere Social-Media-Bubble verwirren, indem wir nicht länger nach immer noch einem besseren Video suchen, sondern uns dasselbe Tutorial immer wieder anschauen, weil wir es wirklich *machen*? Dann schieben wir das Streben nach Perfektion beiseite und machen den Weg frei für die Selbstwirksamkeit. Teilweise müssen wir ganz schön viel Perfektionswillen beiseiteschieben, denn wir haben die optimalen Wunschergebnisse im Reel gesehen und streben Vergleichbares an. Doch wenn wir selbst aktiv werden, wird Unvorhergesehenes passieren, etwas klappt, etwas klappt nicht (auch wenn wir endlich den richtigen Adapter im Gepäck haben).

Gelassen bleiben (Folien 17-20)

Wann immer wir uns entwickeln, passieren Fehler, unseren Teilnehmenden, Kooperationspartner*innen, uns. Das sollten wir nicht fürchten, sondern als Lernfeld nutzen, denn ein fehlerfreies Produkt ist bei genauem Hinsehen sicher nicht besser als ein Projekt, in dem Fehlerfreiheit gelebt wird, wo

also die Freiheit, Fehler zu machen in Kommunikation und Haltung, von Anfang an einfließt. Die Kunstfreiheit unterstützt zusätzlich, dank ihr ist vieles erlaubt, kann neu und anders umgesetzt werden. Wenn der Staat schon die Kunst befreit, müssen wir nur noch uns selbst befreien, von der Sorge, dass es nicht perfekt sein könnte, von den Folgen eines Abwei-

chens vom eigentlichen Plan, von der Angst vor Diskussionen und Fragen, auf die wir keine Antwort haben.

Wenn das gelingt, können wir in unseren Angeboten gelassen bleiben, den Themen und Entwicklungen dieser Zeit ruhig entgegenblicken. Eine kreative, fehlerfreundliche Atmosphäre öffnet den Experimentierraum dafür, Themen neu zu begegnen, sich Zeit zu nehmen, um sie in einem anderen Licht zu betrachten. Mit dem Erstellen von Kunst wird dann Gefühlen Ausdruck verliehen, werden Gedanken und Erkenntnisse sicht- und (be-)greifbar.

Zeit und Gelassenheit zu leben, bedeutet nicht, gar nicht in den Diskurs zu gehen, sondern im Gegenteil: die Chance zu nutzen, im Miteinander in die Auseinandersetzung mit sich selbst und der Gesellschaft, in der wir leben (wollen), zu gehen. Wir müssen damit rechnen, dass es in den Diskursen nicht nur angenehm und gemütlich wird, dass es eben nicht nur künstlich und weich gezeichnet ist, sondern uns Ecken und Kanten begegnen, an denen wir gemeinsam schleifen und von denen wir auch einige stehen lassen.

Fazit

Zwischen Kunst und Künstlichkeit stehen wir als Gesellschaft, konfrontiert mit Kriegen, Klimakrise, Transformationen, Innovationen, Nachrichten, Medien, kurz: mit der Komplexität der gesellschaftlichen und globalen Herausforderungen dieser Zeit, noch kürzer: mit unserem Alltag. Man könnte meinen, wir hätten keine Chance. Und doch: Es ist meine feste Überzeugung, dass wir die Räume und Köpfe nur weit genug öffnen müssen, um



Abb. 7: Impression aus einem Comicprojekt zur Lese- und Schreibförderung (Foto: ©Selma Brand)

der Medienbildung und damit verbunden der Kreativität ihren berechtigten Platz zu schaffen. Wir müssen öffnen und – noch wichtiger – offenhalten.

Wenn wir unsere Angebote weiterentwickeln, neu denken, alt denken, bereit sind für räumliche, personelle, inhaltliche und methodische Entwicklungen, bieten wir mit Medien in ihrer unglaublichen gestaltbaren Vielfalt integrierbare Projekte, die alle erreichen, und schaffen so diskursoffene Orte, an denen der Wert des nachhaltigen Miteinanders erkannt und gelebt wird.

Eingangs habe ich gefragt: Was passiert, wenn wir über Kunst urteilen und bedeutet, wenn etwas weg kann, dass es auch nie gebraucht wurde, nie einen Sinn erfüllte? Was bedeutet das für die Medienbildung? Es bedeutet: Raus zu gehen, Fehler zu machen, Neues auszuprobieren, sich überraschen zu lassen, was mit kreativer Medienbildung möglich ist, es bedeutet: medienmutig zu sein. Wir können das.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name der Urheberin soll 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>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.