

U n t e r r i c h t u n g

durch den Rechnungshof

**Prüfung der Haushalts- und Wirtschaftsführung der Landeszentrale für
Medien und Kommunikation in Ludwigshafen in den Haushaltsjahren
2010 bis 2014**

Gemäß § 49 Abs. 3 Landesmediengesetz dem Präsidenten des Landtags mit Schreiben des Präsidenten des Rechnungshofs vom 6. Juni 2017 zugeleitet.

Der Präsident des Landtags hat den Bericht gemäß § 66 Abs. 1 und 2 GOLT an den Haushalts- und Finanzausschuss – federführend – und an den Ausschuss für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik überwiesen.

Inhaltsverzeichnis

1	Allgemeines	1
1.1	Vorbemerkung	1
1.2	Rechtliche Grundlagen	1
1.2.1	Rechtliche Grundlagen der LMK.....	1
1.2.2	Rechtliche Grundlagen der m+b.com	1
1.3	Aufgaben.....	2
1.3.1	Aufgaben der LMK.....	2
1.3.2	Aufgaben der m+b.com	2
1.4	Organe.....	2
1.4.1	Organe der LMK	2
1.4.2	Organe der m+b.com.....	3
2	Voraussetzungen der Förderung der Medienkompetenz.....	4
2.1	Rechtliche Grundlagen	4
2.2	Begriffsbestimmung	4
3	Wesentliches Ergebnis.....	5
3.1	Prüfung der LMK.....	5
3.1.1	Wirtschaftliche Lage der LMK.....	5
3.1.2	Medienkompetenzförderung der LMK	5
3.2	Prüfung der m+b.com	7
3.2.1	Wirtschaftliche Lage der m+b.com	7
3.2.2	Medienkompetenzförderung der m+b.com.....	7
3.2.3	Weiterführende Überlegungen zur Förderung der Medienkompetenz durch die m+b.com	9
3.3	Fazit	9
4	Prüfung der LMK.....	11
4.1	Wirtschaftliche Lage der LMK.....	11
4.1.1	Finanzierung	11
4.1.2	Haushalts- und Wirtschaftsführung.....	12
4.1.3	Bilanz	13
4.1.4	Gewinn- und Verlustrechnung	13
4.1.5	Abführungen an den SWR und Rücklagenbildung	14
4.2	Medienkompetenzförderung der LMK	15
4.2.1	Maßnahmen und Aufbau der Förderung	15
4.2.2	Finanzielle Mittel für die Förderung	16
4.2.3	Personal und Personalkosten der Medienkompetenzförderung	17
4.2.4	Einzelne Maßnahmen der LMK	19

5	Prüfung der medien+bildung.com gGmbH	37
5.1	Gründung der medien+bildung.com gGmbH.....	37
5.2	Wirtschaftliche Lage.....	37
5.2.1	Haushalts- und Wirtschaftsführung.....	37
5.2.2	Bilanz	37
5.2.3	Gewinn- und Verlustrechnung	38
5.3	Finanzielle Mittel für die Förderung der Medienkompetenz.....	39
5.3.1	Erträge	39
5.3.2	Aufwendungen	39
5.4	Kostenrechnung.....	47
5.5	Maßnahmen und Aufbau der Förderung	49
5.5.1	Lernwerkstätten	50
5.5.2	(Modell-)Projekte.....	68
5.6	Weitergehende Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz.....	76
5.7	Evaluation der Angebote zur Förderung der Medienkompetenz.....	77
5.7.1	Lernerorientierte Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung	77
5.7.2	Zertifizierung nach der Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung	79
5.8	Weiterführende Überlegungen zur Förderung der Medienkompetenz durch die m+b.com	79
5.8.1	Auswahl der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz	79
5.8.2	Regionale Verteilung der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz.....	80
5.8.3	Finanzierung der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz	80
6	Fazit	82

Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung des Rundfunkbeitragsanteils	12
Tabelle 2: Bilanz der LMK von 2010 bis 2014	13
Tabelle 3: Ertragslage der LMK von 2010 bis 2014.....	13
Tabelle 4: Abführung an SWR und in Rücklagenbildung	14
Tabelle 5: Liquidität der LMK	14
Tabelle 6: Aufwand der LMK für den Bereich Medienkompetenz	17
Tabelle 7: Personalkosten für die Medienkompetenzförderung der LMK.....	18
Tabelle 8: Kosten der für die m+b.com tätigen LMK-Mitarbeiter.....	18
Tabelle 9: Anteil des Personalkostenzuschusses für zwei Betreuer der MKN	19
Tabelle 10: Sitzungen der Grundsatzkommission	20
Tabelle 11: Mitglieder der MKN - Stand Dezember 2015	23
Tabelle 12: Personal der MKN und OK 2014	25
Tabelle 13: Treffen und Berichte der MKN	27
Tabelle 14: Anzahl der MKN-Projekte und der Teilnehmer	28
Tabelle 15: Seminare des BZBM und Teilnehmer von 2010 bis 2014	29
Tabelle 16: Seminarstatistik 2014	29
Tabelle 17: Kosten der LMK für den mpfs	29
Tabelle 18: Aufwendungen des mpfs für das Projekt Handysektor.....	31
Tabelle 19: Kosten der LMK für die MKFS	32
Tabelle 20: Projekte der MKFS	33
Tabelle 21: Jährliche Förderung von Saferinternet/klicksafe durch die EU	36
Tabelle 22: Bilanz der m+b.com von 2010 bis 2014.....	38
Tabelle 23: Ertragslage der m+b.com von 2010 bis 2014	38
Tabelle 24: Erträge der m+b.com.....	39
Tabelle 25: Aufwendungen der m+b.com.....	40
Tabelle 26: Entwicklung des Personalbestands jeweils zum 31. Dezember des Jahres.....	41
Tabelle 27: Gesamtaufwendungen für das bei der m+b.com festangestellte Personal	42
Tabelle 28: Beschäftigungsaufwendungen.....	43
Tabelle 29: Regionale Standorte der m+b.com (Stand: 31. Dezember 2014).....	43
Tabelle 30: Aufwendungen für die betrieblichen Räume (Miete und Nebenkosten).....	44
Tabelle 31: Erträge und Aufwendungen der Öffentlichkeitsarbeit.....	45
Tabelle 32: Buchwerte der technischen Ausstattung der m+b.com	47
Tabelle 33: Maßnahmen und Aufbau der Förderung der Medienkompetenz	50
Tabelle 34: Vergleich Dienstleistungs- und Kooperationsvertrag	51
Tabelle 35: Anzahl der Ganztagsschul-Angebote nach Vertragsarten	52
Tabelle 36: Medienpädagogische Angebote an den Ganztagschulen	52

Tabelle 37: Ermittlung der Personalkosten für die Vor- und Nachbereitung der medienpädagogischen Angebote an den Ganztagschulen im Schuljahr 2014/2015.....	56
Tabelle 38: Mitgliedschaften und Angebote des mec	59
Tabelle 39: Landeszuschuss für den Auf- und Ausbau von Jugendkunstschulen.....	62
Tabelle 40: Kinder- und Jugendredaktionen im HdM.....	64
Tabelle 41: Erstattungen für Lehraufträge an der Katholischen Fachschule für Sozialwesen in Heidelberg.....	67
Tabelle 42: Erstattungen für Zertifikatskurse Medienbildung in der Jugendarbeit.....	68
Tabelle 43: Erträge und Aufwendungen für die Radio-Starter-Sets.....	68
Tabelle 44: Ertragslage der Betreibergemeinschaft edura GbR	70
Tabelle 45: Erträge und Aufwendungen für das Projekt „MyClip“	74
Tabelle 46: Weitere Projekte der m+b.com im Prüfungszeitraum.....	75
Schaubild 1: Definition der Medienkompetenz	4
Schaubild 2: Rundfunkbeitragsanteil der Länder.....	11
Schaubild 3: Medienkompetenzprojekte der LMK	16
Schaubild 4: Regionale Verteilung der MKN	22

Abkürzungsverzeichnis

ADD	Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion
AG	Arbeitsgemeinschaft
AZAV	Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung
AZUBIS	Auszubildende
Baff e. V.	Verein für Bildung, Ausbildung, Förderung und Frauenprojekte, Ludwigshafen
BBS	Berufsbildende Schule
bigFM	bigFM Programmproduktionsgesellschaft S. E. GmbH
BMFSFJ	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (vorher: Bundesministerium für Familie, Senioren und Frauen)
BW	Baden-Württemberg
BZBM	Bildungszentrum BürgerMedien e. V.
ctg	check-the-games
ctw	check-the-web
DV	Dienstleistungsvertrag
ESF	Europäischer Sozialfonds
EU	Europäische Union
e. V.	Eingetragener Verein
FÖJ	Freiwilliges Ökologisches Jahr
FSJ	Freiwilliges Soziales Jahr
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GEMA	Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte
GK	Grundsatzkommission
GV	Gesellschaftsvertrag
GVBl.	Gesetz- und Verordnungsblatt
HD	High Definition
HdM	Haus der Medienbildung
HGB	Handelsgesetzbuch
IB	Internationaler Bund e. V.
IGS	Integrierte Gesamtschule
ISIM	Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur (bis 2016)
JFF	JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
JFF e. V.	JFF – Jugend Film Fernsehen e. V.
JIM-Studie	Jugend, Information, (Multi-)Media-Studie

JMStV	Jugendmedienschutz-Staatsvertrag
jugendschutz.net	jugendschutz.net gGmbH
KIM-Studie	Kinder+Medien, Computer+Internet-Studie
KV	Kooperationsvertrag
LFD	Landesfilmdienst
LfD RP	Landesbeauftragter für den Datenschutz Rheinland-Pfalz
LfK	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LfM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LHO	Landeshaushaltsordnung
LMA	Landesmedienanstalt(en)
LMG	Landesmediengesetz
LMK	Landeszentrale für Medien und Kommunikation
LMZ	Landesmedienzentrum
lpb	Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg
LPM	Landesinstitut für Pädagogik und Medien Saarland
LPR	Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz
LQW	Lernerorientierte Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung
m+b.com	medien+bildung.com gGmbH
MBWJK	Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur (bis 2011)
MBWWK	Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur (2011–2016)
mec	Medienpädagogischer Erzieher/innenclub Rheinland-Pfalz
MIFKJF	Ministerium für Integration, Familie, Kinder, Jugend und Frauen
MKFS	Stiftung Medienkompetenzforum Südwest
MKN	Medienkompetenznetzwerk(e)
mpfs	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
OK	Offener Kanal/Offene Kanäle
PL	Pädagogisches Landesinstitut Rheinland-Pfalz
RP	Rheinland-Pfalz
RPR1	Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co. KG
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
SWR	Südwestrundfunk
TV-L	Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst der Länder
Tz.	Textziffer

1 Allgemeines

1.1 Vorbemerkung

Der Rechnungshof hat auf der Grundlage des § 49 Abs. 3 des Landesmediengesetzes (LMG)¹ die Haushalts- und Wirtschaftsführung der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) und deren Tochter, die medien+bildung.com gGmbH (m+b.com), nach § 10 des Gesellschaftsvertrags (GV) des Unternehmens geprüft. Schwerpunkt der Prüfung war die Aufgabe der Förderung der Medienkompetenz.

Die Prüfung umfasst die Jahre 2010 bis 2014. Bestimmte Geschäftsvorfälle des Jahres 2015 wurden einbezogen.

Mit der Durchführung der Prüfungen waren Regierungsdirektorin Dr. Altes, Regierungsdirektor Gies und Oberrechnungsrätin Drescher beauftragt.

Die den Prüfungsmitteilungen zugrunde liegenden Feststellungen wurden in der Schlussbesprechung am 24. Januar 2017 erörtert. Die LMK und die m+b.com haben am 30. März 2017 schriftlich Stellung genommen. Der Rechnungshof hat die Hinweise berücksichtigt.

Im Interesse der Lesbarkeit wird zwischen weiblicher und männlicher Form nicht unterschieden. In Zahlenübersichten kann es durch den Verzicht auf Dezimalstellen zu Rundungsdifferenzen kommen.

1.2 Rechtliche Grundlagen

1.2.1 Rechtliche Grundlagen der LMK

Das Land hat die Landesmedienanstalt (LMA) mit Sitz in Ludwigshafen am 24. Juni 1996 gegründet (§§ 38–51 LMG). Die LMK hat das Recht auf Selbstverwaltung und kann im Rahmen ihrer Aufgaben Satzungen erlassen (§ 38 Abs. 1 LMG). Sie unterliegt der Rechtsaufsicht der Landesregierung (§ 50 LMG). Die LMK finanziert sich nach § 10 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag i. V. m. § 48 Abs. 1 LMG vorrangig aus einem Anteil am Rundfunkbeitrag.

1.2.2 Rechtliche Grundlagen der m+b.com

Die LMK hat gemäß § 31 Abs. 1 S. 6 LMG das Recht, eine Einrichtung zur Förderung der Medienkompetenz zu errichten oder sich an einer derartigen Einrichtung zu beteiligen. Hiervon hat sie mit der Gründung der m+b.com durch GV vom 20. Dezember 2006, zuletzt geändert am 16. Januar 2007, Gebrauch gemacht. Die m+b.com hat die Rechtsform einer gemeinnützigen GmbH. Die LMK hält 100 % der Gesellschaftsanteile.

¹ Landesmediengesetz vom 4. Februar 2005 (GVBl. S. 23) i. d. F. vom 19. Februar 2010 (GVBl. S. 27).

1.3 Aufgaben

1.3.1 Aufgaben der LMK

Die LMK hat nach § 40 Rundfunkstaatsvertrag (RStV)² i. V. m. dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)³ und dem LMG u. a. folgende Aufgaben:

- Zulassung privater Rundfunkveranstalter und Aufsicht hierüber,
- Förderung der Offenen Kanäle (OK),
- Förderung von landesrechtlich gebotener technischer Infrastruktur,
- Förderung der Medienkompetenz,
- Aufsicht beim Jugendmedienschutz und
- Sicherung der Meinungsvielfalt.

Zur Erfüllung dieser Aufgaben in Zusammenarbeit aller LMA bestehen folgende Gemeinschaftseinrichtungen: die Arbeitsgemeinschaft der LMA, die Direktorenkonferenz der LMA, die Gremienvorsitzendenkonferenz, die Kommission für Zulassung und Aufsicht, die Kommission für Jugendmedienschutz und die Gesamtkonferenz.

1.3.2 Aufgaben der m+b.com

Gegenstand des Unternehmens ist gem. § 2 GV die Förderung von Bildung und Erziehung im Sinne des § 52 Abs. 2 der Abgabenordnung⁴. Der Zweck der Gesellschaft wird insbesondere verwirklicht durch die Entwicklung und Durchführung von Bildungsangeboten (Kurse, Projekte, Unterricht) zur praktischen Medienbildung und Medienkompetenzvermittlung an

- Schulen und Ganztagschulen,
- Kindertagesstätten,
- Universitäten und
- Einrichtungen der außerschulischen Jugend- und Erwachsenenbildung

sowie für Multiplikatoren aus den genannten Bereichen.

1.4 Organe

1.4.1 Organe der LMK

Organe der LMK sind die Versammlung und der Direktor. Weitere Organe der LMK sind die durch den RStV und den JMStV bestimmten Organe im Rahmen der dortigen Aufgabenstellung (§ 39 LMG).

² Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Achtzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 1. Januar 2016.

³ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag vom 10. bis 27. September 2002, zuletzt geändert durch den Achtzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 1. Januar 2016.

⁴ Abgabenordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. Oktober 2002, zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes zur Neuorganisation der Zollverwaltung vom 3. Dezember 2015.

Die Versammlung besteht aus 42 Mitgliedern. Von diesen stellen der Landtag sieben Mitglieder, die kommunalen Spitzenverbände je ein Mitglied und die Interessenvertretungen verschiedener gesellschaftlich relevanter Gruppen weitere Mitglieder. Ein Vertreter der Landesregierung kann mit beratender Stimme an den Sitzungen der Versammlung teilnehmen (§ 40 Abs. 1 LMG).

Der Direktor wird von der Versammlung für die Dauer von sechs Jahren gewählt. Er vertritt die LMK gerichtlich und außergerichtlich (§ 44 LMG). Er hat nach § 44 Abs. 3 LMG den Haushalts- und Wirtschaftsplan aufzustellen und den Jahresabschluss festzustellen. Die Versammlung genehmigt nach § 42 LMG den Haushalts- und Wirtschaftsplan und den Jahresabschluss. Sie erteilt dem Direktor die Entlastung.

1.4.2 Organe der m+b.com

Organe der m+b.com sind die Gesellschafterversammlung und die Geschäftsführung (§ 6 GV). Die Gesellschafterversammlung besteht aus dem jeweiligen Direktor der LMK als Vertreter der Gesellschafterin und der Geschäftsführung der m+b.com.

Darüber hinaus verfügt die m+b.com über einen Beirat. Dieser wurde 2008 auf Initiative der Gesellschaft gebildet und besteht aus Experten der verschiedenen Bildungssektoren, mit denen die m+b.com zusammenarbeitet. Der Beirat tagt zweimal im Jahr und soll die strategische Ausrichtung und die pädagogische Schwerpunktsetzung der Gesellschaft kritisch und beratend begleiten. Die Beiratsmitglieder sind ehrenamtlich tätig und erhalten keine Aufwandsentschädigung. Die m+b.com erstattet ihnen lediglich die Reisekosten.

2015 bestand der Beirat aus insgesamt elf Mitgliedern aus folgenden Institutionen:

- drei Hochschulen,
- zwei Schulen (Integrierte Gesamtschule [IGS] und Berufsbildende Schule [BBS]),
- Ministerium für Integration, Familie, Kinder, Jugend und Frauen (MIFKJF),
Abteilung Kinder- und Jugendpolitik,
- Versammlung der LMK,
- LMK, Abteilung IV (klicksafe),
- Pädagogisches Landesinstitut (PL),
- JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF),
- Einzelhandelsverband Rheinland-Pfalz (RP).

1 Laut Satzung soll der Beirat in einer noch zu erarbeitenden Geschäftsordnung der m+b.com verankert werden. Die m+b.com hat bisher keine Geschäftsordnung erlassen. Der Rechnungshof empfiehlt, dies nachzuholen.

Die m+b.com teilte in der Stellungnahme mit, dass sie sich im Zuge der anstehenden Neukonstituierung des Beirats 2017 eine Geschäftsordnung geben wolle.

2 Voraussetzungen der Förderung der Medienkompetenz

2.1 Rechtliche Grundlagen

Nach § 46 Abs. 2 LMG i. V. m. § 40 Abs. 1 RStV kann die LMK Medienkompetenzprojekte fördern.

2.2 Begriffsbestimmung

Der Begriff Medienkompetenz wird von verschiedenen Seiten und im Zuge zunehmender Veränderungen sehr unterschiedlich definiert. Eine konsistente und von aktuellen Entwicklungen unabhängige Begriffsbestimmung ist notwendig, da ansonsten nicht eindeutig festgelegt werden kann, ob Projekte zur Förderung der Medienkompetenz gehören und damit zu den Aufgaben der LMK. Eine ungenaue Definition des Begriffs führt dazu, dass Projekte je nach Intention der Verantwortlichen dem Bereich der Medienkompetenzförderung zugeordnet werden. In diesem Bericht wird für Medienkompetenz eine allgemein anerkannte Definition verwendet, die auch die LMK ihren Ausführungen zumeist zugrunde legt. Medienkompetenz wird demzufolge jedenfalls nicht allein als die Fähigkeit angesehen, technisch mit Medien umgehen zu können. Vielmehr wird davon ausgegangen, dass Medienkompetenz insgesamt die Fähigkeiten und Zielsetzungen umfasst, Medien und deren Inhalte zweckorientiert und eigenverantwortlich nutzen zu können.

Dem entspricht die in der Fachliteratur als Bielefelder Modell bekannte Begriffsbestimmung nach Baacke⁵. Medienkompetenz lässt sich danach in vier Dimensionen aufteilen.

Schaubild 1: Definition der Medienkompetenz

Medienkompetenz			
Vermittlung		Zielorientierung	
Medienkritik	Medienkunde	Mediennutzung	Mediengestaltung
- analytisch - reflexiv - ethisch	- informativ - instrumentell - qualifikatorisch	- aufnehmend - anwendend	- aufnehmend - anwendend

Medienkritik soll jeden Menschen dazu befähigen, gesellschaftliche Vorgänge zu analysieren, angemessen zu erfassen und zu bewerten. Medienkunde beinhaltet das Wissen über die aktuellen Medien, ihre Inhalte und Systeme.

Mediennutzung bezieht sich auf die Anwender- und Nutzerkompetenz. Mediengestaltung umfasst die Weiterentwicklung der Medien und die kreative Gestaltung.

⁵ Vgl. Dieter Baake: Medienpädagogik, Tübingen 1997, S. 98 f.

3 Wesentliches Ergebnis

3.1 Prüfung der LMK

3.1.1 Wirtschaftliche Lage der LMK

Die Anstalt finanziert sich überwiegend aus einem Anteil am Aufkommen des Rundfunkbeitrags in RP. Er stieg 2010 bis 2014 um 6,55 % auf 7,71 Mio. € an. Von seinem Recht, der LMK nur einen Teil des Rundfunkbeitragsaufkommens zuzuweisen, machte das Land weiterhin nicht Gebrauch (Tz. 4.1.1).

Die LMK führte im Prüfungszeitraum einmalig 2011 37 T€ an den SWR ab. Gleichzeitig bildete sie Rücklagen von insgesamt 8,6 Mio. € im Jahre 2014. Die Höhe der Rücklagen wird mit künftigen Investitionen begründet. Diese Notwendigkeit liegt nur z. T. vor (Tz. 4.1.5).

3.1.2 Medienkompetenzförderung der LMK

Die LMK fördert Medienkompetenz in rheinland-pfälzischen, länderübergreifenden, bundesweiten und in europäischen Projekten – und institutionell. Die jährliche Förderung lag im Prüfungszeitraum zwischen 1,6 und 1,8 Mio. €, wobei etwa 50 % auf Mittel für die m+b.com entfielen. Die Personalkosten der LMK für Medienkompetenzförderung bewegten sich zwischen 346 T€ und 440 T€ pro Jahr. Zudem übernahm die LMK die Vergütungen für drei Mitarbeiter der m+b.com. Aus Gründen der Transparenz und der Personalverantwortung sollte die m+b.com die Kosten ihrer Beschäftigten selbst tragen (Tzn. 4.2.1 bis 4.2.3).

Nach § 31 Abs.1 LMG unterstützt die LMK die Medienkompetenznetzwerke (MKN). Sie hat dazu mit der Staatskanzlei des Landes RP und dem damaligen Ministerium für Bildung, Frauen und Jugend 2005 eine Rahmenvereinbarung geschlossen. Zudem erließ sie eine MKN-Satzung (Tz. 4.2.4.1.1). Die Förderung und Unterstützung seitens der LMK für die MKN sollte in einigen Bereichen verbessert werden. Die LMK sagte in der Schlussbesprechung zu, sich der Thematik anzunehmen.

- Die Vertragspartner gründeten zur Umsetzung der Ziele der MKN eine Grundsatzkommission (GK), die ihre Aufgaben nur unzureichend wahrnahm. Das Land und die LMK sollten die Zusammenarbeit in Bezug auf die Förderung der MKN wieder aufnehmen (Tz. 4.2.4.1.2).
- Das Land sollte seine Einrichtungen, die im Bereich Medienkompetenz tätig sind, anhalten, in den MKN aktiv zu werden. Zudem sollten die MKN anstreben, alle OK als Mitglieder zu gewinnen. Die MKN sollten vor Ort selbst prüfen und entscheiden, welche Organisationsform für sie die wirtschaftlichste und effektivste ist (Tzn. 4.2.4.1.4 und 4.2.4.1.5).
- Die LMK trägt fast sämtliche Personalkosten der MKN und die Kosten der Räume an vier Standorten (Tz. 4.2.4.1.6).

- Die MKN erstellten nur im geringen Umfang Geschäftsberichte und führten keine regelmäßigen Treffen durch⁶. Die LMK sollte darauf hinwirken, dass die MKN den Zielerreichungsgrad verbessern sowie untereinander vergleichbare Jahresberichte erstellen und sich die Kooperationspartner regelmäßig treffen (Tzn. 4.2.4.1.7 und 4.2.4.1.8).
- Die LMK führte auf eigene Kosten als Erfolgskontrolle der MKN 2013 eine Indikatoranalyse durch. Sie sollte diese mittelfristig weiterführen und optimieren (Tz. 4.2.4.1.9).

Für die Förderung der anderen Medienkompetenzprojekte der LMK schlägt der Rechnungshof vor:

- Die LMK und die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) sind Träger des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs). Sie sollten auch weiterhin versuchen, alle LMA an den Kosten von länderübergreifend wirkenden Studien zu beteiligen. Zudem sollte die LMK prüfen, ob die Herstellung von Informationsmaterial und Projekte, die vergleichbar andere Einrichtungen anbieten, eingestellt werden können (Tzn. 4.2.4.3 und 4.2.4.4).
- Die LMK, die LfK und der SWR sind Träger der Stiftung Medienkompetenzforum Südwest (MKFS), die – wie andere Einrichtungen auch – Kinderseiten und Kinder-Apps empfiehlt. Die LMK sollte anregen, dass die Stiftung versucht, diese Anbieter als Kooperationspartner zu gewinnen (Tz. 4.2.4.5).
- Der gemeinnützige Verein JUUUPORT e. V. wird von sieben LMA getragen. Er stellt im Internet eine bundesweit wirkende Selbstschutzplattform von Jugendlichen für Jugendliche zur Verfügung. Die LMK sollte ihr Bemühen nicht aufgeben, alle 14 LMA an dem Projekt – zumindest finanziell – zu beteiligen (Tz. 4.2.4.7).
- Flimmo ist das Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e. V. Alle LMA sind Vereinsmitglieder. Der Verein gibt dreimal jährlich eine kostenlose Broschüre heraus. Andere Einrichtungen bieten Ähnliches an. Das Angebot der Broschüre im Internet und ggf. ein – hierauf verweisender – Flyer sind ausreichend. Der Verein sollte außerdem versuchen, diese Anbieter als Kooperationspartner zu gewinnen (Tz. 4.2.4.8).
- Alle LMA sind Träger des Internet abc e. V. Die LMK sollte im Kreise der LMA darauf hinwirken, ob nicht andere länderübergreifende Projekte, wie z. B. Handysektor, in die Tätigkeit des Internet abc e. V. integriert werden könnten (Tz. 4.2.4.9).

⁶ Mit Ausnahme des MKN Südwestpfalz.

3.2 Prüfung der m+b.com

3.2.1 Wirtschaftliche Lage der m+b.com

Die m+b.com ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der LMK, die sich überwiegend aus einem Zuschuss der Alleingeschafterin finanzierte. Daneben stellte die LMK ihrer Tochter unentgeltlich Personal sowie Räume zur Verfügung. Aus Transparenzgründen und zur Ermittlung der tatsächlichen Gesamtkosten sollte die m+b.com alle Kosten selbst tragen (Tz. 5.3.2.2).

Die m+b.com bucht die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit auf einer Sammelkostenstelle. Zur Ermittlung der Gesamtkosten der einzelnen Maßnahmen sollte die m+b.com auch diese Aufwendungen verursachungsgerecht zuordnen. Außerdem empfiehlt der Rechnungshof, verstärkt das Internet und die vorhandenen Webseiten für die Eigenwerbung zu nutzen (Tz. 5.3.2.3).

Die m+b.com verwaltet und verleiht ihre weniger genutzte Technik zentral. Auch die Technik der LMK in den OK und die der MKN sollte in diese Praxis einbezogen werden (Tz. 0).

Die m+b.com verfügt über eine nicht aussagefähige Kostenrechnung, die nur nach Kostenarten und Kostenstellen aufgeteilt ist. Die Gemeinkosten werden nicht zugeordnet. Die m+b.com sollte die bestehende Kostenrechnung erweitern (Tz. 5.4).

3.2.2 Medienkompetenzförderung der m+b.com

Bei den Maßnahmen der m+b.com zur Förderung der Medienkompetenz konnten aufgrund der unzureichenden Kostenrechnung keine vollständigen Kosten ermittelt werden. Die m+b.com kann nicht angeben, inwieweit die Erträge, die sie für die Durchführung von Projekten für Dritte erzielte, kostendeckend waren. In den durchgeführten Evaluationen wurden lediglich qualitative Aspekte berücksichtigt (Tzn. 5.5.1.4.2, 5.5.2.2, 5.5.2.6, 5.7.1).

- Lernwerkstatt Ganztagschule

Das Angebot an den Ganztagschulen richtet sich nach einer mit dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur (MBWJK) geschlossenen Rahmenvereinbarung. Zielgruppe sind die Schüler. Die regionale Verteilung und der Wirkungsgrad sollten verbessert werden. Die Lehrkräfte oder pädagogischen Mitarbeiter sollten die Angebote nach einer Pilotphase selbst durchführen können (Tzn. 5.5.1.1.1.2 und 5.5.1.1.1.3).

Das Land erstattete der m+b.com nur die Personalaufwendungen für die Unterrichtszeiten. Für die Vor- und Nachbereitung der Angebote musste die m+b.com im Schuljahr 2014/2015 rd. 152 T€ aus Eigenmitteln aufbringen (Tz. 5.5.1.1.1.4).

Ziel des Projektes Ganztagschule-intensiv ist, die Schulen bei der Entwicklung eines eigenen Medienbildungskonzeptes zu unterstützen. Diese Kooperation erachtet der Rechnungshof aufgrund des höheren Wirkungsgrades als sinnvoll. Die

m+b.com sollte sich allerdings um den Abschluss einer neuen Rahmenvereinbarung bemühen, die die Lehrkräfte und pädagogischen Mitarbeiter zur Zielgruppe hat (Tz. 5.5.1.1.2).

- Lernwerkstatt Kindertagesstätte/Medienpädagogischer Erzieher/innenclub Rheinland-Pfalz

Seit Mitte 2013 führt die m+b.com den Medienpädagogischen Erzieher/innenclub Rheinland-Pfalz (mec) ohne Kooperationspartner. Sie sollte überprüfen, inwieweit die bei Gründung des mec gesetzten Ziele noch aktuell sind. Ggf. sollte die m+b.com das Angebot reduzieren, soweit die Angebote Dritter qualitativ vergleichbar sind. Außerdem sollte sie erneut die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen prüfen (Tz. 5.5.1.2.2).

Das MIFKJF förderte die Fortbildungsveranstaltungen für den mec. Die Zuwendungen deckten nur einen Teil der Kosten. Die m+b.com sollte sich auf eine Beratungsfunktion zurückziehen und keine Fortbildungen mehr selbst organisieren (Tz. 5.5.1.2.3).

- Lernwerkstatt Jugendbildung

Die Angebote im außerschulischen Kinder- und Jugendbereich finden fast ausschließlich im HdM statt. Dieses erhält als Jugendkunstschule für Medien in RP vom Land einen Zuschuss. Die m+b.com sollte weiterhin darauf achten, dass die Förderung der Medienkompetenz den inhaltlichen Schwerpunkt der Jugendkunstschule bildet (Tz. 5.5.1.3.1).

Das HdM bietet u. a. nicht kostendeckende Ferienworkshops ausschließlich für Kinder von Mitarbeitern eines privaten Unternehmens an. Bei Veranstaltungen für private Dritte sind (voll-)kostendeckende Beiträge zu erheben. Das Angebot darf nicht zulasten von Maßnahmen für offene Zielgruppen gehen (Tz. 5.5.1.3.3).

Das HdM betreute verschiedene Kinder- und Jugendredaktionen, deren Beiträge etc. vom OK Ludwigshafen oder auf Edura.fm veröffentlicht wurden. Bei den OK-Beiträgen sollte die m+b.com prüfen, inwieweit Mitglieder des OK die Betreuung übernehmen können (Tz. 5.5.1.3.4).

- Lernwerkstatt Erwachsenenbildung

Die m+b.com hat u. a. ein privates Unternehmen beim Aufbau eines Internetportals unterstützt. Bei Aufträgen von privaten Dritten sind die gesamten Kosten zu ermitteln und in Rechnung zu stellen (Tz. 5.5.1.4.1).

Mitarbeiter der m+b.com sind als Lehrbeauftragte innerhalb von Lehramtsstudiengängen tätig. Die Universität zahlte pro Semesterwochenstunde ein nicht kostendeckendes Honorar. Die Tätigkeit erachtet der Rechnungshof aufgrund der Multiplikationswirkung zwar als sinnvoll. Allerdings sollte die m+b.com auf eine kostendeckende Vertragsgestaltung hinwirken (Tz. 5.5.1.4.2).

Bei der Mitgliedschaft in Institutionen sollte die m+b.com überprüfen, ob diese noch dem Unternehmenszweck entsprechen. Mögliche Interessenkollisionen, z. B. durch die

Mitarbeit in Gremien kommerzieller Rundfunkanbieter, sind zu vermeiden (Tz. 5.6). Die m+b.com kündigte in der Schlussbesprechung eine entsprechende Überprüfung an.

3.2.3 Weiterführende Überlegungen zur Förderung der Medienkompetenz durch die m+b.com

Die m+b.com sollte bei der Auswahl ihrer Projekte jeweils prüfen, inwieweit andere Institutionen nicht bereits ähnliche Themen, soweit qualitativ vergleichbar, anbieten (Tz. 5.8.1).

Die m+b.com sollte prüfen, inwieweit die Zusammenarbeit mit den MKN ausgeweitet werden kann (Tz. 5.8.2).

Die Akquise von Drittmittelprojekten ist einzuschränken – auch wenn durch sie positive Impulse entstehen. Stattdessen sollte die m+b.com prüfen, inwieweit sich ihre Ressourcen durch Kooperationen mit Partnern wirkungsvoller einsetzen lassen (Tz. 5.8.3).

Die m+b.com sollte mit der LMK festlegen, welche Themen von ihr in welchem Umfang abzudecken sind und welche Mittel sie dafür benötigt (Tz. 5.8.3).

Das Angebot der m+b.com sollte sich stärker an Multiplikatoren richten. Aus bereits erprobten Projekten sollte sich die m+b.com auf eine Beratungsfunktion zurückziehen (Tz. 5.8.3).

3.3 Fazit

Die Förderung der Medienkompetenz kennt sehr viele Anbieter: die LMA, die Länder, die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Verbraucherschutzorganisationen, Datenschutzbeauftragte sowie verschiedene im Medienbereich tätige Gesellschaften, Stiftungen und Vereine. Ebenso ist die Nachfragestruktur sehr vielfältig. Die LMK kann durch folgende Maßnahmen dazu beitragen, den Bereich Medienkompetenzförderung übersichtlicher zu gestalten und insgesamt zu verbessern:

- **Begriffsbestimmung**

Die verschiedenen Akteure, einschließlich der LMK, definieren den Begriff Medienkompetenz unterschiedlich. Die LMK sollte sich sowohl intern als auch innerhalb der Medienanstalten für eine allgemeingültige und „langlebigere“ Definition des Begriffs Medienkompetenz einsetzen und ihre Aufgaben danach ausrichten.

- **Zentralisierung der Aufgaben**

Die LMK sollte bei länderübergreifenden Projekten weiterhin darum werben, dass diese zentral, z. B. von der gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten, zumindest koordiniert werden können.

- **Kostenverteilung**

Die LMK trägt Kosten für Medienkompetenzprojekte, die nicht nur in RP wirksam sind. Sie sollte auch weiterhin darauf hinwirken, dass alle LMA die Kosten für die Projekte mittragen, in deren Einzugsgebiet sie wirken.

- Doppelstrukturen/Kooperationen

Bei einigen Medienkompetenzprojekten der LMK liegen – auch qualitativ – vergleichbare Angebote anderer kompetenter Einrichtungen vor. Die LMK sollte bei diesen Projekten, auch wenn sie oder die m+b.com diese entwickelt hatten, erwägen, die Maßnahmen einzustellen oder nach möglichen ggf. weiteren Kooperationspartner suchen.

- Multiplikatoren

Die LMK fördert Projekte, deren Wirkung nur bestimmte Personengruppen betreffen. Sie sollte darauf hinwirken, dass sie jeweils möglichst viele Nutzer erreicht (Tz. 6).

4 Prüfung der LMK

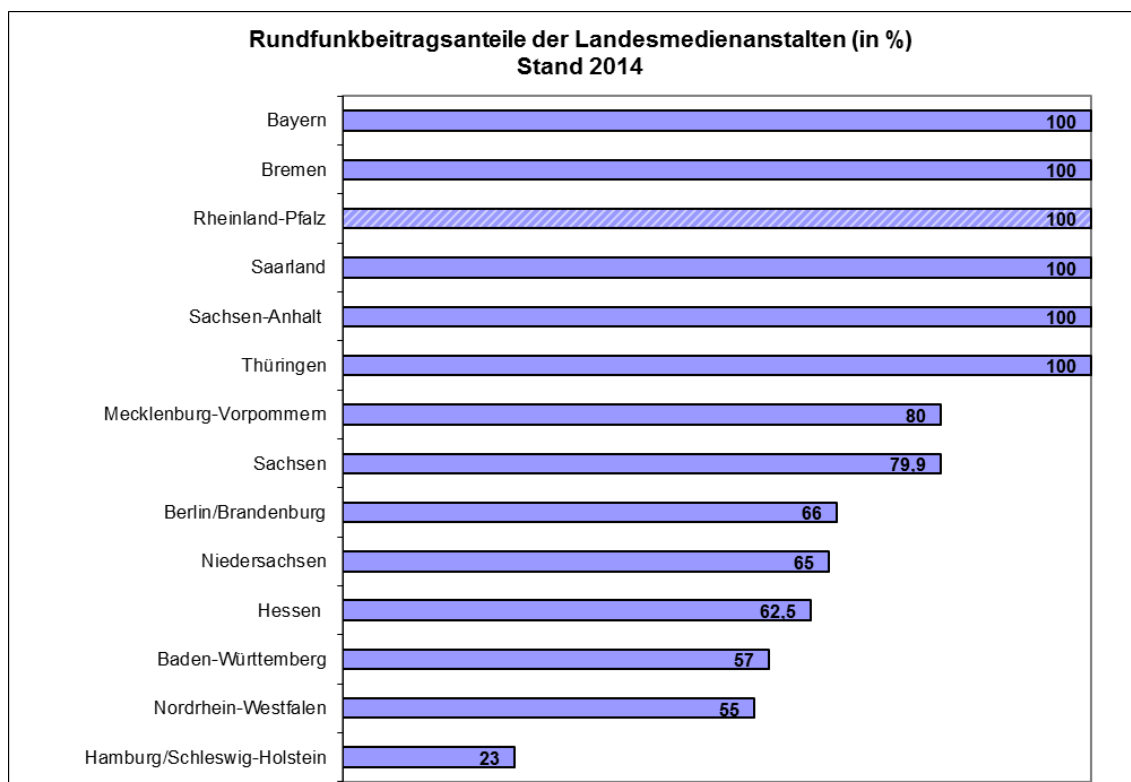
4.1 Wirtschaftliche Lage der LMK

4.1.1 Finanzierung

Die LMK finanziert sich im Wesentlichen aus einem Anteil am Aufkommen des Rundfunkbeitrags. Die Höhe des Anteils aller LMA beträgt 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens. Aus dem jährlichen Gesamtbetrag erhält jede LMA vorab einen Sockelbetrag von 511.290 €. Der verbleibende Betrag steht den einzelnen LMA im Verhältnis des Aufkommens aus dem Rundfunkbeitrag in ihren Ländern zu⁷.

Der Landesgesetzgeber hat nach § 40 Abs. 2 RStV das Recht, der LMA nur einen Teil des Rundfunkbeitragsaufkommens zuzuweisen. Hiervon hat die überwiegende Anzahl der Länder Gebrauch gemacht.

Schaubild 2: Rundfunkbeitragsanteil der Länder



Zehn – für acht LMA zuständige – Länder wiesen ihren LMA nur Teile des im RStV festgelegten Rundfunkbeitragsanteils von 23 % bis 80 % zu. In den anderen Ländern stand er den LMA – wie in Rheinland-Pfalz – vollständig zur Verfügung.

Die LMK erzielte von 2010 bis 2014 folgende Erträge aus dem Rundfunkbeitragsanteil, wobei die Erträge in diesem Zeitraum um 6,55 % anstiegen:

⁷ § 40 Abs. 1 RStV in Verbindung mit § 10 Abs. 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag.

Tabelle 1: Entwicklung des Rundfunkbeitragsanteils

	2010	2011	2012	2103	2014	Veränderung 2010 bis 2014	
	in T€					in %	in T€
Rundfunkgebühren, -beitragsanteil	7.234	7.120	7.049	7.156	7.708	6,55	474

- 2 In diesem Zusammenhang gibt der Rechnungshof – wie bereits bei der letzten Prüfung⁸ – zu bedenken, von dem Recht des Landesgesetzgebers, der LMK nur einen Teil des Rundfunkbeitragsaufkommens zuzuweisen, Gebrauch zu machen. Der nicht zugewiesene Teil könnte z. B. für Medienkompetenzförderung in den Schulen und – wie bereits empfohlen – für das Multimediale Schulfernsehen eingesetzt werden⁹.

Die Staatskanzlei und das Ministerium der Finanzen verweisen in ihrer gemeinsamen Stellungnahme auf die Freiheit des Gesetzgebers, von seinem Recht nach § 40 Abs. 3 RStV, der Landesmedienanstalt nur einen Teil des Anteils am Beitragsaufkommens zuzuweisen, keinen Gebrauch zu machen. Die LMK leiste mit den einschlägigen Projekten einen wichtigen Beitrag zur Digitalstrategie des Landes.

Der Rechnungshof hält an seiner Anregung fest.

4.1.2 Haushalts- und Wirtschaftsführung

Nach § 49 Abs. 2 LMG erfolgt die Haushalts- und Wirtschaftsführung der LMK auf der Grundlage eines Wirtschaftsplans nach § 110 Landeshaushaltsordnung (LHO).

Die Versammlung genehmigte die vom Direktor der Anstalt aufgestellten Haushalts- und Wirtschaftspläne für 2010 bis 2014. Das Ministerium der Finanzen stimmte den Haushaltsplänen jeweils zu.

Seit 2008 ist die Anstalt nach § 49 Abs. 2 LMG verpflichtet, nach den Regeln der kaufmännischen doppelten Buchführung zu buchen und einen Jahresabschluss sowie einen Lagebericht in entsprechender Anwendung des § 264 Abs. 1 Satz 1 Handelsgesetzbuch (HGB) zu erstellen. Der Jahresabschluss ist durch einen Abschlussprüfer entsprechend den Regelungen des HGB für große Kapitalgesellschaften zu prüfen. In den Vorjahren kam die Anstalt diesen Anforderungen bereits freiwillig nach.

Der Jahresabschluss wurde 2010 bis 2014 durch Abschlussprüfer geprüft. Sie erteilten jeweils den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

⁸ Vgl. Prüfung der Haushalts- und Wirtschaftsführung der LMK in den Haushaltsjahren 2002 bis 2009, S. 6 f.

⁹ Vgl. Prüfung der Zuwendungen des Landes an den SWR zur Durchführung des Multimedialen Schulfernsehens in den Jahren 2003 bis 2006, S. 26 f.

4.1.3 Bilanz

Die Bilanzsumme erhöhte sich im Prüfungszeitraum um 14,09 % auf 11.658 T€.

Tabelle 2: Bilanz der LMK von 2010 bis 2014

Bilanz der LMK	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010-2014	
						in %	in T€
	in T€						
Anlagevermögen							
Immaterielle Vermögensgegenstände	23	18	16	25	17	-26,09	-6
Sachanlagen	5.500	5.214	5.123	4.974	4.854	-11,75	-646
Finanzanlagen	1.073	1.073	1.073	1.073	1.073	0,00	0
Umlaufvermögen							
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	756	973	912	742	1.426	88,62	670
Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	2.749	2.984	3.609	4.487	4.231	53,91	1.482
Rechnungsabgrenzungsposten	30	23	35	40	30	0,00	0
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensrechnung	87	57	50	40	27	-68,97	-60
SUMME AKTIVA	10.218	10.342	10.818	11.381	11.658	14,09	1.440
Eigenkapital	7.844	7.882	8.022	8.482	8.647	10,24	803
Rückstellungen	1.923	2.157	2.376	2.567	2.805	45,87	882
Verbindlichkeiten	309	161	151	79	80	-74,11	-229
Rechnungsabgrenzungsposten	142	142	269	253	126	-11,27	-16
SUMME PASSIVA	10.218	10.342	10.818	11.381	11.658	14,09	1.440

Die Erhöhung der Bilanzsumme erklärt sich vorrangig aus der Zunahme der Rückstellungen um 45,87 % und des Eigenkapitals um 10,24 %.

4.1.4 Gewinn- und Verlustrechnung

Das Jahresergebnis schwankte zwischen -146 T€ und 459 T€.

Tabelle 3: Ertragslage der LMK von 2010 bis 2014

Ertragslage der LMK	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010-2014	
						in %	in T€
	in T€						
- Umsatzerlöse	7.753	7.734	7.718	7.989	8.409	8,46	656,00
- Sonstige betriebliche Erträge	205	74	44	27	18	-91,22	-187,00
- Personalaufwand	-3.216	-2.791	-3.459	-3.507	-3.822	18,84	-606,00
- Abschreibungen	-560	-531	-426	-376	-425	-24,11	135,00
- Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4.340	-3.839	-3.659	-3.612	-3.917	-9,75	423,00
- Zinsen und ähnliche Erträge	12	25	15	37	2	-83,33	-10,00
- Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	-105	-91	-98	-100		-100,00
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-146	567	140	459	165	-213,01	311,00
außerordentliche Aufwendungen	0	-530	0	0	0		0,00
- Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-146	37	140	459	165	-213,01	311,00
- Entnahme aus Gewinnrücklage	146	0	0	23	83	-43,15	-63,00
Überweisung an SWR	0	37	0	0	0	0,00	0,00
Einstellung in Gewinnrücklage	0	0	-140	-482	-248	k.A.	-248,00
Bilanzgewinn	0	0	0	0	0	0,00	0,00

Die Umsatzerlöse stiegen von 2010 bis 2014 um 8,46 % auf 8.409 T€, während die Abschreibungen um 24,11 % und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 9,75 % sanken.

4.1.5 Abführungen an den SWR und Rücklagenbildung

Nach § 40 Abs. 3 RStV steht der Anteil der LMA am Aufkommen des Rundfunkbeitrags – soweit die LMA ihn nicht in Anspruch nimmt – den jeweiligen Landesrundfunkanstalten zu.

Im Prüfungszeitraum führte die LMK 2012 einmalig 37 T€ an den SWR ab.

Tabelle 4: Abführung an SWR und in Rücklagenbildung

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
	in T€				
Zuweisung an SWR	0	0	37	0	0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-146	37	140	459	165
Einstellung in Rücklage	0	0	140	482	248
Gewinnvortrag ¹⁾	0	37	0	0	0
Entnahme aus der Rücklage	146	0	0	23	83
Gewinnrücklagen	7.844	7.882	8.022	8.481	8.647

1) Der Gewinnvortrag ist eine Bilanzposition, die nach dem Beschluss über die Gewinnverwendung übrig bleibt.

Die LMK erhöhte im gleichen Zeitraum die Rücklagen um 10,24 % auf 8.647 T€. Sie begründet diese Rücklagen mit Investitionen – 2014 waren Instandhaltungsinvestitionen von über 1 Mio. € vorgesehen. Die Rücklagen sind in den Finanzsatzungen festgelegt.

- Der Rechnungshof sieht die derzeitige Rücklagenbildung der LMK für überhöht an – zumal Investitionen planbar und die finanziellen Risiken abschätzbar sind. Dies zeigt sich am hohen Bestand an liquiden Mitteln zum Jahresende. Die kurzfristigen Einlagen stiegen von 2010 bis 2014 um 1.482 T€, also um 53,91 %. Der Gesetzgeber sollte deshalb die Möglichkeit der LMK, Rücklagen zu bilden, auf den für die Sicherstellung der Liquidität notwendigen Umfang begrenzen.

Tabelle 5: Liquidität der LMK

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
	in T€				
Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	2.749	2.984	3.609	4.487	4.231

- 4 Die LMK wird aufgefordert, den Teil der Rücklagen, der nicht zur Sicherung der Liquidität notwendig ist, aufzulösen und an den SWR abzuführen.

Die LMK hat in ihrer Stellungnahme vorgetragen, der Rechnungshof ginge bei der Beurteilung der Rücklagen von der Kameralistik aus. In der für sie maßgeblichen kaufmännischen Buchführung seien Rücklagen Eigenkapital und für die Finanzierung von langfristigem Vermögen notwendig (goldene Bilanzregel). Sie seien keine Bestände der liquiden Mittel.

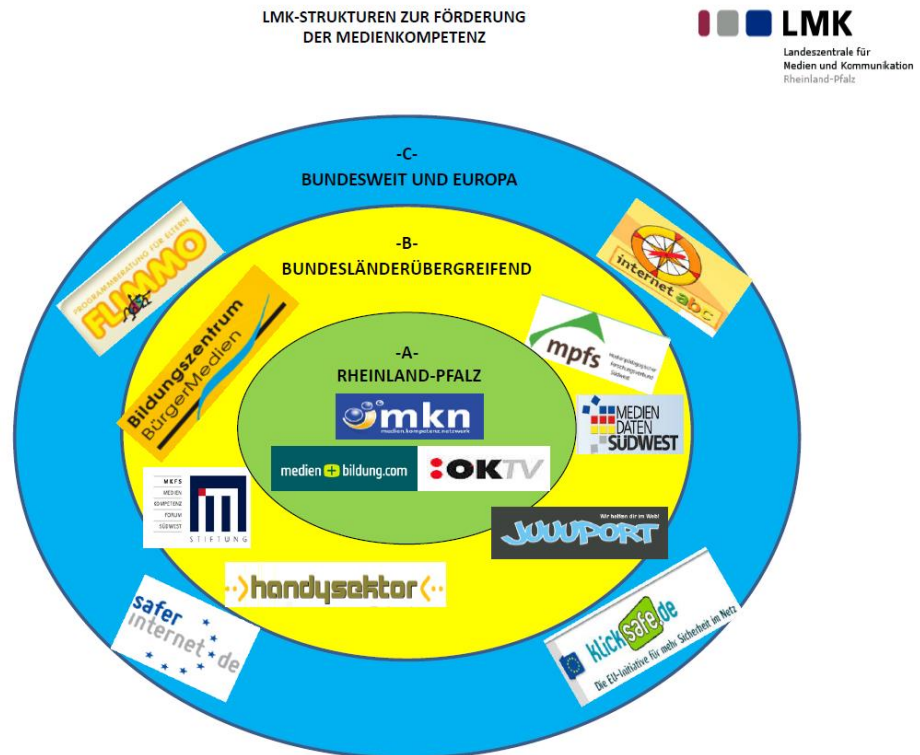
Die Äußerungen der LMK treffen nicht zu und sind irreführend. Der Rechnungshof geht stets von der Systematik der kaufmännischen Buchführung aus. Die Rücklagenbildung ist nach § 49 Abs. 5 LMG zur Sicherung der Wirtschaftsführung gestattet. Die überhöhte Rücklagenbildung der LMK führte aber zu einer kurzfristigen Liquidität der LMK von über 4 Mio. €, was in etwa der Hälfte ihres Jahreshaushaltes entspricht. Dies ist für eine Sicherung der Wirtschaftsführung nicht notwendig. Die Rücklagenbildung zur Finanzierung von langfristigem Vermögen ist bei der LMK nicht zwingend, da sie keinem relevanten Marktrisiko ausgesetzt ist. Im Übrigen lässt die von ihr angeführte goldene Bilanzregel auch langfristiges Fremdkapital zur Finanzierung von Anlagevermögen zu. Selbst wenn die LMK dieser Regel folgen würde, wäre festzustellen, dass die Höhe der Rücklagen die des Anlagevermögens um über 20 % übersteigt und deshalb zu einer überhöhten Liquidität führt.

4.2 Medienkompetenzförderung der LMK

4.2.1 Maßnahmen und Aufbau der Förderung

Die LMK fördert Medienkompetenz einerseits projektbezogen und andererseits institutionell. Sie teilt die Förderung nach geografischen Gesichtspunkten in rheinland-pfälzische, länderübergreifende, bundesweite und in europäische Projekte ein.

Schaubild 3: Medienkompetenzprojekte der LMK



Die größte Bedeutung dabei besitzt die rechtlich selbstständige Tochter der LMK, die m+b.com, die insbesondere die Förderung der Medienkompetenz in den Schulen in Rheinland-Pfalz übernimmt. Die Gesellschaft wurde im Rahmen der Untersuchungen der Medienkompetenzfördermaßnahmen gesondert geprüft (vgl. Tz. 5).

4.2.2 Finanzielle Mittel für die Förderung

Die LMK verausgabte von 2010 bis 2014 insgesamt 8,27 Mio. € zur Förderung der Medienkompetenz. Der Rechnungshof hat einen Gesamtbetrag ermittelt, der sämtliche unter 4.2.1 genannten Maßnahmen erfasst. Die folgenden Ausführungen zeigen die einzelnen Maßnahmen und deren Kosten auf.

Tabelle 6: Aufwand der LMK für den Bereich Medienkompetenz

Aufwand	2010	2011	2012	2013	2014
	in T€				
Gehälter lt. Lohnkonto	440	387	380	346	366
Mitgliedsbeiträge für Flimmo etc.	61	61	61	66	66
Projektförderung Medienkompetenznetzwerke (MKN)	13	16	14	16	15
Zuschuss Medienkompetenzforum Südwest	120	128	97	97	98
Zuschuss zu Personal- und Sachaufwendungen	16	17	17	17	17
m+b.com	905	820	835	835	835
Medienforschung und Medienanalyse für Flimmo etc.	291	222	169	182	190
Summe	1.846	1.651	1.573	1.559	1.587

Die jährliche Förderung bewegte sich zwischen 1,6 und 1,8 Mio. €. Der Hauptanteil (rd. 51 %) entfiel dabei auf Mittel für das Tochterunternehmen der LMK, die m+b.com.

4.2.3 Personal und Personalkosten der Medienkompetenzförderung

Für die Förderung der Medienkompetenz waren von 2010 bis 2014 insgesamt 17 Mitarbeiter tätig. Der Anteil ihrer Tätigkeit für den Bereich Medienkompetenz bewegte sich zwischen 10 % und 100 % ihrer Arbeitszeit.

Tabelle 7: Personalkosten für die Medienkompetenzförderung der LMK

2010		2011		2012		2013		2014	
Anteil für MK	Anteil der Vergütung für MK	Anteil für MK	Anteil der Vergütung für MK	Anteil für MK	Anteil der Vergütung für MK	Anteil für MK	Anteil der Vergütung für MK	Anteil für MK	Anteil der Vergütung für MK
in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€
0,20	16	0,10	8	0,10	8	0,10	8	0,10	9
0,60	58	0,60	59	0,60	60	0,50	51	0,50	52
0,40	31	0,30	24	0,30	24	0,30	25	0,30	25
0,50	14	0,50	15	0,50	15	0,50	15	0,50	16
0,40	30	0,30	23	0,00	0	0,00	0	0,00	0
0,47	16	0,47	18	0,30	13	0,30	17	0,30	18
1,00	70	1,00	73	1,00	74	1,00	76	1,00	80
0,30	22	0,20	15	0,10	8	0,10	8	0,10	8
0,50	13	0,50	14	0,50	15	0,50	15	0,50	17
0	0	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	2
1,00	36	0,75	29	0,75	29	0,75	31	0,75	32
0,50	29	0,50	30	0,50	31	0,50	31	0,50	32
0,10	7	0,10	7	0,10	8	0,10	8	0,10	8
0,70	63	0,65	25	0,60	56	0,60	57	0,60	58
0,50	35	0,50	46	0,50	37	0,00	0	0,00	0
0	0	0	0	0	0	0	ab 1. Juli 2014	0,10	6
0	0	0	ab 1. Juli 2012	0,1	1	0,10	3	0,10	3
	440		387		380		346		366

Die Kosten für diese Mitarbeiter lagen im Prüfungszeitraum zwischen 346 T€ und 440 T€ pro Jahr.

Zudem übernahm die LMK die Vergütungen für drei Mitarbeiter der m+b.com. Einer dieser Beschäftigten (Beschäftigter 1) war zu 12 % für die LMK und ansonsten für die m+b.com tätig, die Beschäftigten 2 und 3 zu 100 % für die m+b.com.

Tabelle 8: Kosten der für die m+b.com tätigen LMK-Mitarbeiter

Beschäftigte der m+b.com	2010	2011	2012	2013	2014
	in T€				
Beschäftigter 1	89	92	95	97	99
davon 88 % für die m+b.com	78	81	83	85	88
Beschäftigter 2	70	74	75	63	65
Beschäftigter 3	87	88	89	91	98
Gesamt	235	243	247	239	251

Weiter bezuschusste die LMK die nicht bei ihr angestellten Betreuer der MKN Südwestpfalz und Trier. Diese waren vorrangig für die dortigen OK tätig und nach Angaben der LMK zu etwa 10 % für die MKN.

Tabelle 9: Anteil des Personalkostenzuschusses für zwei Betreuer der MKN

Betreuer der MKN	2010	2011	2012	2013	2014
	in €/Jahr				
MKN Südwestpfalz	2.990	2.990	2.990	2.990	3.070
MKN Trier	4.930	4.920	4.935	4.935	5.060
Gesamt	7.920	7.910	7.925	7.925	8.130

In den OK waren zudem Mitarbeiter im Freiwilligen Sozialen Jahr (FSJ) und Auszubildende tätig, deren Kosten die LMK trug. Den für die Medienkompetenzprojekte verwandte Anteil weist die LMK nicht genau aus.

5 Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, dass die m+b.com aus Gründen der Transparenz und der Personalverantwortung die Kosten ihrer Beschäftigten hätte selbst tragen sollen – soweit diese für sie tätig sind. Die LMK sollte für die Zukunft prüfen, ob nicht eine Anstellung unmittelbar bei der m+b.com möglich ist. Dies gilt insbesondere für die beiden Mitarbeiter, die auch Geschäftsführer der m+b.com sind.

Die LMK betonte in der Schlussbesprechung, dass die drei für die m+b.com tätigen Mitarbeiter tariflich an die LMK gebunden seien. In ihrer Stellungnahme sagte sie jedoch zu, im Falle von personellen Änderungen die Anregungen des Rechnungshofs zu prüfen.

Es ist allerdings bereits jetzt möglich und angebracht, dass die LMK der m+b.com, unabhängig von der tariflichen Bindung, die Kosten der für sie tätigen Mitarbeiter in Rechnung stellt.

4.2.4 Einzelne Maßnahmen der LMK

4.2.4.1 Medienkompetenznetzwerke

4.2.4.1.1 Grundlagen

Die LMK unterstützt nach § 31 Abs.1 LMG die Gründung von MKN und fördert sie nach Maßgabe ihres Haushaltes. MKN sind Kooperationen auf lokaler und regionaler Ebene, die die Medienkompetenz fördern sollen. Die MKN haben die Aufgabe, Ressourcen und Aktivitäten der Partner zu bündeln, um die Kenntnisse über Medien und den Umgang mit Medien für Einzelpersonen und Gruppen verbessern zu können. Mögliche Partner sind öffentliche Bildungs- und Kulturinstitutionen, Einrichtungen der Jugendarbeit sowie der Erwachsenenbildung, Multiplikatoren im pädagogischen Bereich. Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Die LMK bindet dabei die OK in die MKN mit ein.

Zusammen mit der Staatskanzlei des Landes RP und dem damaligen Ministerium für Bildung, Frauen und Jugend hat die LMK am 10. Januar 2005 eine Rahmenvereinbarung über die MKN geschlossen. Grundlage der Vereinbarung ist der Wunsch, durch gemeinsame Anstrengungen Medienkompetenz nachhaltig zu fördern und durch Abstimmung und Kooperationen bei Angeboten und Vorhaben auf diesen Tätigkeitsfeldern nachhaltige Effektivitäts- und Effizienzpotenziale regional und landesweit auszuschöpfen.

Die LMK erließ am 6. Dezember 2010 eine MKN-Satzung, die die Grundsätze und Ziele der MKN festlegt. Zudem gibt es in den einzelnen MKN Kooperationsvereinbarungen zwischen den Partnern. Das MKN Südwestpfalz ist als eingetragener Verein organisiert und verfügt über eine eigene Satzung, die am 28. Juni 2002 beschlossen und am 18. November 2009 geändert wurde.

4.2.4.1.2 Grundsatzkommission

Zur Umsetzung der Rahmenvereinbarung gründeten die Vertragspartner die Grundsatzkommission (GK). Die GK sollte nach der Rahmenvereinbarung auf der Grundlage einer Geschäftsordnung tätig werden. Sie sollte zweimal jährlich tagen. Der Vorsitz sollte jeweils für ein Jahr von einem der Partner wahrgenommen werden. Die Aufgaben der GK sollten darin bestehen, Eckdaten für die Entwicklung der MKN zu beschließen und diese in konkrete Maßnahmen umzusetzen.

Die GK hat sich bisher keine Geschäftsordnung gegeben. Die Sitzungen der GK fanden unregelmäßig statt. In den Sitzungen wurden grundsätzliche Fragen, wie z. B. die Trägerstruktur der MKN, erörtert.

Tabelle 10: Sitzungen der Grundsatzkommission

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Anzahl der Sitzungen der GK	3	2	2	0	1	0

2013 und 2015 fanden keine Sitzungen statt. Die Staatskanzlei als einer der Unterzeichner der Vereinbarung hat 2006 ihre Zuständigkeit auf das Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur (ISIM) übertragen. In der letzten Sitzung der GK 2014 sah das ISIM aufgrund der geänderten inhaltlichen Ausrichtung der Tätigkeit des Ministeriums keine Möglichkeit mehr, an der GK weiter teilzunehmen. Es erklärte deshalb seinen Austritt. Eine Kündigung der Rahmenvereinbarung erfolgte bisher nicht.

Die GK nahm ihre Aufgaben nur unzureichend wahr, da keine konkreten Maßnahmen seit 2010 umgesetzt wurden. Nach dem Austritt des ISIM 2014 fand zudem keine Sitzung mehr statt.

Der Rechnungshof hält für die Umsetzung der Ziele der MKN ein Gremium mit Beteiligung des Landes für notwendig. Das Land und die LMK sollten nach einem Weg

suchen, die Zusammenarbeit zur Förderung der MKN wieder zu aktivieren. Die Beteiligten sollten anstreben, eine neue Regelung zu treffen.

In ihrer Stellungnahme verwies die LMK darauf, bereits erste Kontakte mit dem Land aufgenommen zu haben. Ziel sei, so die LMK bereits in der Schlussbesprechung, zur Förderung der MKN eine neue Zusammenarbeit vertraglich festzulegen.

4.2.4.1.3 Gründungsjahre und regionale Verteilung

Von 2002 bis 2010 wurden an sieben Standorten MKN gegründet.

Schaubild 4: Regionale Verteilung der MKN



Bei der Gründung war stets ausschlaggebend, dass ein OK vor Ort war. Die regionale Verteilung lässt ein Süd-Nord-Gefälle erkennen. Die LMK begründet diese ungleiche Verteilung mit den Standorten der OK und den damit verbundenen Möglichkeiten, ein MKN zu betreuen.

4.2.4.1.4 Mitglieder

Die Struktur der Mitglieder der MKN ist höchst unterschiedlich. Sie kommen aus den Bereichen Gebietskörperschaften, Weiterbildungseinrichtungen, Kultureinrichtungen, Hochschulen, Wirtschaft, Medien und OK. So sind z. B. im MKN Südwestpfalz vorrangig kommunale Träger aktiv, während in Mainz Landesverbände und Hochschulen den größten Mitgliederanteil stellen.

Tabelle 11: Mitglieder der MKN - Stand Dezember 2015

MKN	Mitglieder	Anzahl
Ludwigshafen	OK-Ludwigshafen (LU), m+b.com, BZBM, Wilhelm-Hack-Museum, Stadt LU, Medienzentrum LU, Ernst-Bloch-Zentrum, Theater im Pfalzbau, IT-Forum Rhein-Neckar	9
Speyer	OK-Speyer (SP), m+b.com, BZBM, Stadt SP, Kinder- und Jugendtheater, CoLab gGmbH, Katholische Erwachsenenbildung der Diözese SP, Historisches Museum der Pfalz, Landesbibliothekszentrum, Landesarchiv SP	10
Südwestpfalz	OK-Südwestpfalz, m+b.com, BZBM, Landesbibliothekszentrum RLP, Landkreis Südwestpfalz, Stadt Pirmasens, Stadt Zweibrücken, Verbandsgemeinde Rodalben, Verbandsgemeinde Hauenstein, Verbandsgemeinde Dahner Felsenland, Stadt Rodalben, Stadt Dahn, PL, Landesfilmdienst (LFD) RLP e. V., Pirmasenser Zeitung, TV Cristal, Sparkasse Südwestpfalz, FH KL/Standort Zweibrücken, Gemeinde Hauenstein	19
Kaiserslautern	OK-Kaiserslautern (KL), m+b.com, BZBM, Stadt KL, Landkreis KL, Technische Universität KL, Fachhochschule KL, Medienzentrum der Stadt und des Landkreises, Beratungszentrum Polizei des Polizeipräsidiums Westpfalz, Studienseminar für ein Lehramt an Grund- und Hauptschulen, Internationaler Bund, VHS KL, KL:Connect e. V.	13
Koblenz	OK-Koblenz (KO), m+b .com, BZBM, Zentrum für Lehrerbildung, PL, Stadtbildstelle, Rhein-Zeitung, Landesbibliothekszentrum, Stadt KO, Bildungsforum Medien (Uni Koblenz)	10
Trier	OK-Trier (TR), m+b com, BZBM, Universität TR, Hochschule TR, Stadt TR, Landkreis TR-Saarburg, Medienzentrum TR	8
Mainz-Rheinessen	OK-Mainz (MZ), m+b .com, BZBM, Medienzentrum MZ/Kreis, Medienzentrum MZ/Bingen, Stadt MZ, Stiftung Lesen, Landesfilmdienst RLP e. V., Landesverband der VHS RLP, Fachhochschule MZ, Johannes Gutenberg-Universität MZ, Landkreis Mainz-Bingen, SWR, FH MZ/Katholische Hochschule MZ, Deutscher Kinderschutzbund Landesverband RLP e. V., Verbraucherzentrale RLP e. V.	16

Die Mitglieder prägen im hohen Maße die Schwerpunkte der Arbeit in den einzelnen MKN. Es ist festzustellen, dass die Mitgliedschaft häufig von Personen und deren Engagement abhängig ist. In einer gemeinsamen Sitzung der GK mit den MKN-Koordinatoren 2010 äußerten die Teilnehmer den Wunsch, dass die Kooperationspartner vermehrt in die Pflicht genommen werden sollten. Es fällt auf, dass nicht alle örtlich ansässigen Landeseinrichtungen, die Medienkompetenz fördern, Mitglieder in den MKN sind. Ebenso ist festzuhalten, dass nicht alle OK Mitglied in einem MKN sind, sondern nur der unmittelbar am Ort des jeweiligen MKN ansässige OK.

Der Rechnungshof ist der Auffassung, dass angestrebt werden sollte, zumindest alle Landeseinrichtungen, die Medienkompetenz fördern, an den Standorten der MKN als Mitglieder zu gewinnen. Das Land sollte ein Interesse daran haben, dass seine Einrichtungen die MKN mitgestalten, da es selbst die MKN mitinitiiert hat. Es sollte deshalb seine Institutionen dazu anhalten, die MKN als Mitglieder mitzutragen. Ebenso sollten die MKN versuchen, alle OK als Mitglieder zu gewinnen, um Medienkompetenzprojekte nicht nur an den Standorten der MKN zu koordinieren. Die Einbindung möglichst aller Regionen könnte damit gefördert werden. Zudem sollte nach Wegen gesucht werden, das Engagement der Kooperationspartner zu stärken. Ein Weg könnten regelmäßig abgehaltene Treffen sein (vgl. Tz. 4.2.4.1.8).

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit, die Anregung des Rechnungshofes aufzugreifen.

4.2.4.1.5 Rechtsform

Die MKN haben – bis auf das MKN Südwestpfalz – keine eigene Rechtsform. Das MKN Südwestpfalz ist als Verein organisiert, den ein ehrenamtlich tätiger Geschäftsführer leitet. Der Verein erstellt jedes Jahr einen Jahresabschluss und einen Geschäftsbericht.

Die Vorteile der Organisation eines MKN als Verein liegen darin, dass alle Mitglieder Mitgliedsbeiträge zu zahlen haben und das MKN somit über ein eigenes Budget verfügt. Dies ermöglicht ihm, eigene Projekte zu initiieren und zu finanzieren. Darüber hat ein MKN mit eigener Rechtsform die Möglichkeit, Personal einzustellen, Drittmittel zu beantragen und eigene technische Einrichtungen zu erwerben. Das MKN Südwestpfalz nutzt diese Chancen. Allerdings bedeutet diese Organisationsform höheren Verwaltungsaufwand (z. B. Sitzungen, Erstellung eines Jahresabschlusses) und geringere Flexibilität (z. B. notwendige Abstimmungen bei Projekten unter den Mitgliedern).

Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, die MKN sollten vor Ort selbst prüfen und entscheiden, welche Organisationsform für sie die wirtschaftlichste und effektivste ist.

8 Er empfiehlt, bei den kleinen MKN die Flexibilität eher zu erhalten und den Aufwand für Verwaltung zu vermeiden. Bei größeren MKN könnte eine eigene Rechtsform die Transparenz der Mittelverwendung erhöhen und zugleich die Eigenverantwortlichkeit der MKN stärken.

Die LMK schloss sich in ihrer Stellungnahme der Empfehlung des Rechnungshofes an.

4.2.4.1.6 Personal- und Raumkosten

Die LMK finanziert an den MKN Standorten OK-Betreuer, die einen Teil ihrer Arbeitszeit auch für die Leitung der örtlichen MKN verwenden (vgl. Tz. 4.2.3). Das Gleiche gilt für die Auszubildenden (AZUBIS) der OK. Das ISIM hatte von 2007 bis 2013 die Finanzierung von insgesamt 31 FSJ-Stellen für die MKN übernommen. Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur (MBWWK) hatte bis 2013 die Kosten für die Verwaltung der FSJ-Stellen getragen. Seitdem trägt die LMK die Personalkosten der MKN alleine.

Tabelle 12: Personal der MKN und OK 2014

MKN	OK-Betreuer des MKN	Angestellter der LMK	AZUBIS der LMK im OK	FSJler der LMK im OK: 1. Anzahl 2. Finanzierungsanteil (FAN) LMK 3. FAN OK	Sonstiges Personal
Ludwigshafen	10 %	Ja	2	1. 1 2. 92 % 3. 8 %	Freiwilliges ökologisches Jahr (FÖJler)
Speyer	10 %	Ja	0	1. 1 2. 33 % 3. 67 %	Nein
Südwestpfalz	10 %	Nein, Zuwendung an MKN von LMK	0 (2 Azubis beim OK-Verein, LMK teilfinanziert)	1. 0 2. 0 % 3. 0 %	Ehrenamtlicher Geschäftsführer und Angestellter der Geschäftsstelle
Kaiserslautern	10 %	Ja, ½ Stelle	0	1. 1 2. 97 % 3. 3 %	Nein
Koblenz	30 %	Ja	1	1. 1 2. 93 % 3. 7 %	Referenten für Schulen (Honorarkräfte)
Trier	10 %	Nein, Zuwendung an OK von LMK	1	1. 1 2. 97 % 3. 3 %	Nein
Mainz-Rheinessen	10 %	Ja	1	1. 1 2. 97 % 3. 3 %	Nein

Die LMK trägt derzeit die gesamten Personalkosten der MKN – bis auf die des MKN Südwestpfalz. Die MKN nutzen für ihre Tätigkeit die Räume der OK. Die Kosten dafür trägt in den Standorten Ludwigshafen, Trier, Koblenz und Mainz die LMK.

4.2.4.1.7 Ziele

Die Rahmenvereinbarung zu den MKN nennt als allgemeine Ziele, die Effizienz der Medienkompetenzprojekte zu verbessern, diese besser aufeinander abzustimmen und Synergieeffekte zu erreichen, im Einzelnen:

- a) Förderung und Weiterentwicklung regionaler Kooperationen in Netzwerken für Medienkompetenz,
- b) Informationen der Kooperationspartner auf Landesebene,
- c) Aufbau und Bereitstellung eines strukturierten Angebots orientiert an „Best Practice Modellen“ zur Förderung der Medienkompetenz,
- d) Bündelung von Bildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz,

- e) Erprobung innovativer Informations-und Kommunikationsstrukturen und
- f) Kooperationen mit der Wirtschaft und weiteren Institutionen.

Die LMK weist darauf hin, dass die Ziele grundsätzlich erreicht worden seien. Die Zielerreichung sei allerdings von den je nach Kooperationspartner der einzelnen MKN vor Ort umsetzbaren Projekten abhängig. So sei je nach MKN der Zielerreichungsgrad unterschiedlich hoch.

Zum Ziel „Informationen der Kooperationspartner auf Landesebene“ (b) führt die LMK aus, dass sich die Partner der Rahmenvereinbarung in der GK gegenseitig über die geplanten Vorhaben unterrichteten. Allerdings tagte die GK letztmalig 2014 – ein weiteres Treffen ist nicht geplant. Es findet deshalb derzeit kein Informationsaustausch auf Landesebene statt. Nach Auffassung des Rechnungshofs wurden innovative Informations- und Kommunikationsstrukturen (e) nur in einigen MKN erprobt. Ebenso gibt es nur in wenigen MKN Kooperationen mit der Wirtschaft (f).

- 9 Der Rechnungshof fordert die Träger, Initiatoren und Betreuer auf, die festgelegten Ziele in allen MKN bei ihrer Arbeit umzusetzen, dies nachzuhalten und sich mit Optimierungsmöglichkeiten und Defiziten auseinanderzusetzen.

Die LMK schloss sich in ihrer Stellungnahme der Empfehlung des Rechnungshofes an.

4.2.4.1.8 Regelmäßige Treffen und Berichte

Die MKN-Satzung sieht gemäß § 5 Abs. 3 vor, dass die MKN-Koordinationsstelle jährlich zu einem Treffen der Kooperationspartner einlädt, um die regionalen Arbeitsschwerpunkte der jeweiligen MKN festzulegen. In den Kooperationsvereinbarungen der einzelnen MKN ist dies ebenso geregelt. In den MKN Kaiserslautern, Trier, Speyer und Koblenz sind zwei Sitzungen pro Jahr, nach der Satzung des MKN Südwestpfalz ist mindestens einmal im Jahr eine Mitgliederversammlung vorgesehen.

Nach § 5 Abs. 2 der MKN-Satzung haben die MKN pro Geschäftsjahr einen Bericht zu erstellen, der die Aktivitäten zusammenfasst, ihre Entwicklung dokumentiert sowie Zukunftsperspektiven aufzeigt. Entsprechendes ist in den Kooperationsvereinbarungen der einzelnen MKN sowie in der Satzung des MKN Südwestpfalz geregelt.

Tabelle 13: Treffen und Berichte der MKN

MKN	Geschäftsberichte	Jahresabschlussbericht	Regelmäßige Treffen
Ludwigshafen	Nein	Nein	Nein
Speyer	2009/2010	Nein	Nein
Südwestpfalz	Jährlich	Ja	Ja
Kaiserslautern	2009	Nein	Nein
Koblenz	2007 bis 2010	Nein	Nein
Trier	2008/2009	Nein	Nein
Mainz-Rheinessen	2009 bis 2011	Nein	Nein

Die MKN erstellten nur im geringen Umfang Geschäftsberichte. Seit 2012 hat kein MKN – mit Ausnahme des MKN Südwestpfalz – einen Bericht verfasst.

Die MKN führten keine regelmäßigen Treffen durch. Einzige Ausnahme ist erneut das MKN Südwestpfalz, das jährlich eine Mitgliederversammlung abhielt.

- 10 Der Rechnungshof hält die Aufstellung jährlicher Geschäftsberichte für notwendig. Sie sollten neben den Projekten und den Entwicklungsmöglichkeiten auch aussagekräftige Evaluationen mit quantitativen und qualitativen Kriterien (z. B. Nachfrager, Wertungen) enthalten. Ein einheitlicher Aufbau der Berichte würde die inhaltliche Vergleichbarkeit sichern. Die Berichte sollten den Trägern der MKN einen Überblick über deren Aktivitäten und Perspektiven verschaffen.

Die LMK schloss sich in ihrer Stellungnahme der Empfehlung des Rechnungshofes an. Sie beabsichtigt, neben den gemeinsamen Perspektiven der einzelnen MKN auch deren spezifische Schwerpunkte aufzuzeigen.

- 11 Ebenso fordert der Rechnungshof die Koordinatoren auf, sich dafür einzusetzen, dass sich in jedem MKN die Kooperationspartner jährlich einmal treffen. Nur so kann ein Informationsaustausch gesichert und die Planung neuer Projekte abgestimmt werden.

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit, die Anregung des Rechnungshofes aufzugreifen.

4.2.4.1.9 Erfolgskontrolle

Die Vorgaben der Rahmenvereinbarung sind nach dieser regelmäßig zu evaluieren. Es ist ein gemeinsamer Erfahrungsbericht jeweils im Zeitraum von vier Jahren zu erstellen. Es fanden Erfolgskontrollen 2009 und 2013 statt. Die LMK hielt zudem jährlich fest, welche Veranstaltungen die einzelnen MKN mit welcher Teilnehmerzahl durchgeführt haben.

Tabelle 14: Anzahl der MKN-Projekte und der Teilnehmer

MKN	Anzahl der Projekte 2012	Teilnehmer 2012	Anzahl der Projekte 2013	Teilnehmer 2013	Anzahl der Projekte 2014	Teilnehmer 2014
Ludwigshafen	7	83	43	645	77	897
Speyer	16	243	34	526	42	493
Südwestpfalz	30	765	37	672	26	619
Kaiserslautern	43	669	27	339	31	660
Koblenz	167	3.562	125	2.697	79	1.332
Trier	47	428	50	482	38	366
Mainz-Rheinhausen	113	2.474	90	1.633	87	1.584

Die im Vergleich zu anderen MKN hohen Projekt- und Teilnehmerzahlen in den MKN Koblenz und MKN Mainz-Rheinhausen sind darauf zurückzuführen, dass das MKN Koblenz viele einzelne Projekte in Schulen betreut und das MKN Mainz-Rheinhausen besonders aktive Mitglieder hat.

Die Evaluation 2009 erstellte die Universität Trier. Die Evaluation 2013 war eine interne der LMK und beruhte auf einer Analyse von Indikatoren, u. a. Personal, Wirkungskreis und Netzwerk. Die Erfolgskontrolle führte zu umfangreichen Daten zu den einzelnen MKN. Konkrete Handlungsempfehlungen fehlten in den vorgelegten Unterlagen.

- 12 Der Rechnungshof fordert die LMK auf, die Indikatoranalyse mittelfristig fortzuführen, ergebnisentsprechende Maßnahmen zu ergreifen bzw. Konsequenzen aus der jeweiligen Evaluation zu ziehen.

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit, die Anregung des Rechnungshofes aufzugreifen, und beabsichtigt, eine weitere Indikatorenanalyse durchzuführen, sobald die Empfehlungen des Rechnungshofs umgesetzt sind.

4.2.4.2 Bildungszentrum BürgerMedien e. V.

Die LMK und die LMA der Länder Baden-Württemberg (BW), Hessen und Saarland, die Stadt Ludwigshafen und die deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens sind Mitglieder des eingetragenen Vereins Bildungszentrum BürgerMedien e. V. (BZBM). Die LMK hat seit April 2007 die Geschäftsführung des Vereins inne. Er finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen und projektbezogenen Fördermitteln. Die LMK zahlte jährlich einen Mitgliedsbeitrag von 40 T€.

Das BZBM organisiert Fort- und Weiterbildungen in den 44 Einrichtungen seiner Mitglieder. Es bildet Produzenten und ehrenamtlich Aktive in den Bürgermedien der Mitgliedsländer weiter. Die Seminare und die Teilnehmerzahlen entwickelten sich wie folgt:

Tabelle 15: Seminare des BZBM und Teilnehmer von 2010 bis 2014

Gesamt	2010	2011	2012	2013	2014
Seminare	321	288	257	286	265
Teilnehmer	2.800	2.380	2.487	2.841	2.612

Die Seminare fanden regional verteilt statt.

Tabelle 16: Seminarstatistik 2014

	Baden- Württemberg	Rheinland- Pfalz	Hessen	Saarland	Gesamt
Seminare	146	73	36	10	265
Teilnehmer	1.434	734	320	124	2.612

Das BZBM führt keine Medienkompetenzprojekte im engeren Sinne mit Schulen und Jugendeinrichtungen etc. durch. Es ist jedoch in allen MKN Mitglied und bietet seine Bildungsmaßnahmen auch innerhalb der MKN an.

4.2.4.3 **Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**

Der medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) wurde 1995 als Kooperationsprojekt der LMK, der Landesanstalt für Kommunikation BW (LfK) und des SWR (damals Südwestfunk) gegründet. Der SWR stellte Ende 2003 die Mitarbeit ein. Die verbliebenen Partner führen seither den mpfs allein weiter. Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz bei der LfK, die inhaltliche Arbeit leisten beide Einrichtungen gleichermaßen.

Tabelle 17: Kosten der LMK für den mpfs

2010	2011	2012	2013	2014
in €				
114.226	112.943	101.940	100.551	109.223

Hauptaufgabe ist, Daten zur Nutzung, Funktion und zu den Inhalten von Medien zu erheben, zu dokumentieren und zu veröffentlichen. Der mpfs erstellte in diesem Zusammenhang seit 1998 und 1999 zwei Studien. Kooperationspartner waren bei diesen beiden Basisstudien der SWR und eine private Gesellschaft:

- JIM (Jugend, Information, [Multi-]Media)-Studie
Inhalt ist der Umgang von 12- bis 19-Jährigen mit Medien und Information. Sie soll u. a. zur Erarbeitung neuer Konzepte in den Bereichen Bildung, Kultur und Arbeit dienen.

- KIM (Kinder+Medien, Computer+Internet)-Studie
Gegenstand ist der Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren. Ziel ist, den Wandel des Medienangebots und die damit verbundenen Veränderungen abzubilden.

Die Studien JIM und KIM sind allgemeine Studien über die Mediennutzung von Jugendlichen und Kindern. Sie erfassen alle Länder und werden in ganz Deutschland wissenschaftlich, journalistisch und zum Aufbau von Strategien im Bildungsbereich eingesetzt und genutzt.

- 13** Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, dass deshalb nicht allein die LMK und die LfK die Kosten dieser Studien tragen sollten. Die LMK sollte auch weiterhin versuchen, alle LMA an den Kosten zu beteiligen. Eine andere Möglichkeit wäre, solche übergreifende Aufgaben auf die gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten zu übertragen, soweit diese zukünftig (noch) für inhaltliche Maßnahmen zuständig ist.

Die LMK wies in der Stellungnahme darauf hin, dass der mpfs eine Idee der LMK, LfK und des SWR und sehr erfolgreich sei. Eine Zentralisierung führe zu Qualitätseinbußen, i. Ü. setzten die LMA verschiedene Schwerpunkte.

Nach Ansicht des Rechnungshofs können grundsätzlich auch bei einer erfolgreichen Zusammenarbeit mehrerer Beteiligter Aufgaben in Richtung einer Zentralisierung ohne Qualitätseinbußen gebündelt werden, zumal eine LMA weiterhin die Federführung für ein Projekt behalten kann. Gerade angesichts verschiedener Schwerpunkte der einzelnen LMA ist es umso wichtiger, Projektkosten nach einem nachvollziehbaren Schlüssel unter den LMA zu verteilen.

Zudem gibt der mpfs Infosets im Bereich Medienkompetenz heraus, die bestellt oder im Internet genutzt werden können. Themen sind u. a.:

- Medien und Entwicklung des Kindes,
- Kinder und Fernsehen,
- Lesen sowie
- Internet.

Die Infosets bewegen sich in Bereichen, in denen häufig andere Einrichtungen bereits Informationsmaterial verbreiten. So klären die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten umfangreich über die Nutzung des Fernsehens auf – z. B. der SWR auf seiner Internetseite swr.kindernetz.de. Über die Bedeutung des Lesens informiert die Stiftung Lesen im Internet auf ihrer Seite stiftunglesen.de, über die Gefahren und den Umgang mit dem Internet die Landeskriminalämter mit ihren Informationsmappen und der Internetseite polizei-beratung.de. Weitere Beispiele liegen dem Rechnungshof vor.

- 14** Die LMK wird deshalb aufgefordert zu prüfen, die Infosets des mpfs einzustellen. Diese Aufgabe erfüllen bereits andere Einrichtungen.

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit zu überprüfen, ob die Infosets noch ihre Aufgaben erfüllen oder eingestellt werden sollten.

4.2.4.4 Handysektor

Handysektor ist ein Gemeinschaftsprojekt des mpfs und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Kooperation mit dem Projekt klicksafe. Die Federführung liegt bei der LfM. Eine privatrechtlich organisierte Gesellschaft ist mit der Durchführung beauftragt. Ziel des Projekts Handysektor ist die Medienkompetenzförderung von Jugendlichen im Umgang mit Mobiltelefonen und der mobilen Onlinenutzung. Auf der Internetseite werden Tipps u. a. zum Datenschutz, Mobbing, Tarifen und Technik angeboten. Es stehen zudem Flyer zu den wichtigsten Themen rund um das Handy zur Verfügung.

Der mpfs und die LfM übernehmen jeweils 50 % der anfallenden Gesamtkosten. Darüber hinaus stellen sie Mittel für die Beauftragung von Zusatzmodulen und Marketingmaßnahmen zur Verfügung. Für den mpfs fielen von 2010 bis 2014 insgesamt Kosten von 92.673 € an.

Tabelle 18: Aufwendungen des mpfs für das Projekt Handysektor

2010	2011	2012	2013	2014
in €				
19.980	26.537	11.564	13.418	21.174

15 Es erfolgt eine umfassende Beratung im Bereich Handynutzung bereits von anderen Einrichtungen, so z. B. vom Informationszentrum Mobilfunk.de, elternimnetz.de, polizeiberatung.de. Aufgrund des vorhandenen Angebots in diesem Bereich empfiehlt der Rechnungshof, das Projekt einzustellen. Die LMK sollte entsprechende Schritte einleiten.

Die LMK betonte in der Stellungnahme die Einzigartigkeit des Projekts Handysektor, da nur dort Jugendliche zum Thema Smartphones und Apps angesprochen würden.

Der Rechnungshof erkennt, dass jedes Medienkompetenzprojekt seinen Schwerpunkt hat und deshalb nicht mit anderen identisch ist. Er bleibt aber bei seiner Auffassung, dass die Themen des Projekts Handysektor bereits durch andere Beratungen online abgedeckt werden.

16 Der Rechnungshof sieht die Beratung von Jugendlichen bei der Handynutzung als eine länderübergreifende Aufgabe an. Die LMK sollte, falls das Projekt nicht eingestellt wird, zumindest anstreben, dass alle LMA das Projekt anteilig finanzieren. Soweit die LMA der gemeinsamen Geschäftsstelle eine auch inhaltliche Ausrichtung belassen, böte sich alternativ an, wie bei der JIM- und KIM-Studie vorgeschlagen, die Aufgabe auf diese zu verlagern.

Die LMK sprach sich in der Stellungnahme wegen der Kompetenz der Partner und der kurzen Entscheidungswege gegen eine Zentralisierung des Projekts aus.

Der Rechnungshof sieht nicht, dass durch mehr Partner Kompetenz verloren geht. Kurze Entscheidungswege können auch bei mehreren Partnern durch organisatorische Regelungen gesichert werden.

4.2.4.5 Stiftung Medienkompetenzforum Südwest

Träger der Stiftung sind neben der LMK die LfK und der SWR. Die Geschäftsstelle ist in der LMK angesiedelt.

Tabelle 19: Kosten der LMK für die MKFS

2010	2011	2012	2013	2014
in €				
120.000	127.639	97.500	97.500	98.000

Die Stiftung finanziert sich aus Zuwendungen der LMK, des SWR, der LfK und Zinserträgen aus der Anlage des Stiftungskapitals.

Sie führt selbst Medienkompetenzprojekte in RP und BW durch oder fördert diese in den Bereichen Audio/Hörfunk, TV/Video/Film und Internet/Multimedia.

Tabelle 20: Projekte der MKFS

Projekt	Kurzbeschreibung	Träger	Partner
Ohrenspitzer	Förderung von Drei- bis 14-Jährigen in Schulen im Audio-Bereich	MKFS	Landesmedienzentrum (LMZ) BW, PL u. a.
Klick-Tipps	Empfehlungsdienst für gute Kinderseiten und Kinder-Apps	MKFS, jugenschutz.net	Schulen, Städte, Länder, Kinder- und Jugendeinrichtungen
Tatort Bodensee	Drehbuch schreiben und Film produzieren für Jugendliche	LMZ BW	SWR, LfK, MKFS u. a.
Tatort Eifel/Junior Award	Drehbuch schreiben und Film produzieren für Jugendliche	MBWWK, LMK u. a.	SWR, MKFS
Silver-Tipps	Tipps für den Umgang mit Medien für Senioren	MKFS, Johannes Gutenberg-Universität u. a.	SWR4, Verbraucherzentralen BW und RP u. a.
Girls go Movie	Möglichkeit für Mädchen und Frauen, kulturell und künstlerisch tätig zu werden	MKFS, LfK, MFG Filmförderung BW, Kulturredaktion Mannheim u. a.	OK, Medienzentrum Heidelberg, m+b.com, Filmakademie BW u.a.
Popcorn im Maisfeld	Kinderkino in ausgewählten Orten mit Beratung	MKFS, Landesfilmdienst RP u. a.	-
KinderKino	Mobiles Kinderkino mit pädagogischer Beratung	Katholische Landjugendbewegung Diözese Mainz	MKFS, Landkreis Alzey-Worms u. a.
Schulkinowoche BW	Förderung der Filmbildung in der Schule	LMZ BW, VISION KINO Netzwerk für Film und Medienkompetenz	MKFS, Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, LfK
Weiterbildungspreis RP	Auszeichnung für Projekte der Weiterbildung	MBWWK, Landesbeirat für Weiterbildung RP	MKFS

Die MKFS ist beim Projekt Ohrenspitzer allein Trägerin, bei den Projekten Klick-Tipps, Silver-Tipps, Girls go Movie und Popcorn im Maisfeld teilt sie die Trägerschaft mit anderen. Bei allen anderen ist sie Kooperationspartnerin. Je nach Projekt arbeiten verschiedene Einrichtungen zusammen. Die Vorgehensweise sollte für andere Projekte der LMK im Bereich Medienkompetenz eine Anregung sein, Partner zu suchen. Dies gilt insbesondere für die Projekte, die sie allein oder lediglich mit anderen LMA durchführt. Zudem könnten dadurch etwaige Doppelstrukturen vermieden werden.

17 Beim Projekt Klick-Tipps werden kontinuierlich Kinderseiten und Kinder-Apps empfohlen. Solche Seiten sind im Internet bereits vorhanden. Als Beispiele sind zu nennen: die Initiative „ein netz für kinder“ und klicksafe. Beim Projekt klicksafe ist die LMK sogar selbst einer der Anbieter. Hier empfiehlt der Rechnungshof, auf die Anbieter der vergleichbaren Internetseiten zuzugehen und Kooperationen zu erwägen.

Die LMK wies in der Stellungnahme darauf hin, dass bereits Kooperationen mit „ein netz für kinder“ und mit klicksafe bestünden.

Der Rechnungshof kennt diese Verbindungen zu anderen Internetseiten. Nach seiner Auffassung sollten aber diese Kooperationen intensiviert werden, sodass letztendlich kein paralleler Online-Auftritt notwendig ist.

4.2.4.6 Mediendaten Südwest

Die Mediendaten Südwest ist eine Kooperation der LMK, der LfK, der Medien- und Filmgesellschaft BW, des SWR und der Landeszentrale für politische Bildung BW (lpb) ohne eigene Rechtsform. Die Kosten für die LMK beliefen sich pro Jahr auf bis zu 30.000 €, in den letzten drei Jahren waren es jeweils 15.000 €.

Die Mediendaten Südwest sammelt und wertet medienrelevante Daten in den Ländern RP und BW aus. Dies betrifft die Bereiche Fernsehen, Hörfunk, Print sowie Internet. Sie veröffentlicht dazu neben ihrem Internetauftritt regelmäßig Publikationen. Ziel ist es, die Mediennutzung und das Medienangebot in RP und BW darzustellen.

4.2.4.7 JUUUPORT

Das Projekt startete mit der Erprobungsphase bereits 2009. Der gemeinnützige Verein JUUUPORT e. V. wurde am 26. November 2014 gegründet. Er wird von sieben LMA getragen: der niedersächsische LMA, der LMK, der LfM, der LfK, der Bremische LMA, der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern. JUUUPORT e. V. stellt im Internet eine Selbstschutzplattform von Jugendlichen für Jugendliche zur Verfügung. Die Kosten beliefen sich 2013 und 2014 auf jeweils 5.000 €.

- 18** Das Angebot ist länderübergreifend. Die LMK sollte auch weiterhin anstreben, dass alle 14 LMA das Projekt mittragen – wenn nicht als Mitglied, so doch finanziell.

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit, sie beabsichtige, die Anregung des Rechnungshofes aufzugreifen und zu versuchen, weitere LMA zur Mitarbeit zu gewinnen sowie das Projekt bei der Akquise von weiteren LMA-Partner zu unterstützen.

4.2.4.8 Flimmo

Flimmo ist das Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e. V. Ihm gehören alle LMA und das Internationale Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsfernsehen an. Die LMK ist Gründungsmitglied und im Vorstand des Vereins vertreten. Die Kosten für die Medienforschung der LMK für Flimmo lagen von 2010 bis 2014 zwischen 20.000 € und 38.000 €, die jährlichen Mitgliedsbeiträge bei 7.700 €.

Flimmo ist ein Projekt zur audiovisuellen Kompetenzförderung und richtet sich vorrangig an Eltern und Erziehende. Flimmo-Programmberatung wird als Broschüre dreimal jährlich bundesweit kostenlos verteilt. TV-Programmhinweise finden sich auch in unterschiedlicher Form auf einer Web-Seite und in einer eigens entwickelten App.

Ähnliche Bewertungen von Kindersendungen sind auf anderen Internetseiten verfügbar. So weist der SWR mit medienpädagogischem Material auf der Internetseite swr.kindernetz.de auf alle Kindersendungen der ARD hin, schau-hin.info bewertet die Kindersendungen in allgemeiner Form und gibt Tipps für die Mediennutzung und elternwissen.de beschreibt, welche Fernsehsendungen für Kinder geeignet sind. Die Seiten sind allerdings nur in Teilen mit Flimmo vergleichbar.

- 19 Der Rechnungshof fordert die LMK auf zu untersuchen, ob nicht andere Einrichtungen, die auch Fernsehkindersendungen medienpädagogisch aufarbeiten, als Kooperationspartner gewonnen werden können. Eine Zusammenlegung von Internetseiten in diesem Bereich ist möglich. Außerdem könnte auf den Druck der Broschüre verzichtet werden. Ein Hinweis per Flyer auf die Inhalte im Internet könnte genügen.

Die LMK wies in der Schlussbesprechung und ihrer Stellungnahme darauf hin, dass die Broschüre einen niederschweligen Zugang für Eltern eröffne. Sie präferiere deshalb, Flimmo auch in Papierform anzubieten.

4.2.4.9 Internet abc e. V.

Träger des Internet abc e. V. sind alle LMA. Die LMK ist im Vorstand des Vereins vertreten. Darüber hinaus fördern u. a. die Evangelische Kirche in Deutschland und der Deutsche Kinderschutzbund die Arbeit des Vereins. Ziel ist es, Kinder zwischen fünf und zwölf Jahren sowie Eltern und Pädagogen beim Erwerb und bei der Vermittlung von Internetkompetenz zu unterstützen. Der Internet abc e. V. ist dabei Ratgeber und bietet Informationen über den sicheren Umgang mit dem Internet an. Der Zuschuss der LMK für das Internet abc e. V. bewegte von 2010 bis 2014 zwischen 10.000 € und 15.000 €, der Mitgliedsbeitrag belief sich jährlich auf 12.500 €.

Die Internetseite des Vereins hat eine steigende Anzahl von Nutzern, die sich im Monatsdurchschnitt bei über 100.000 bewegt. Sie wird auch in den Schulen als Hilfsmittel eingesetzt. Die Arbeit des Internet abc e. V. wird regelmäßig umfassend evaluiert.

- 20 Der Rechnungshof fordert die LMK auf, zu untersuchen, ob nicht andere Projekte, die nicht von allen LMA getragen werden, aber länderübergreifend wirken, wie z. B. der Handysektor, in die Tätigkeit des Internet abc e. V. integriert werden könnten. Damit würden die Aufgaben von allen LMA erfüllt und finanziert. Zudem würden neue Nutzer gewonnen.

Die LMK teilte in ihrer Stellungnahme mit, die Anregung zu prüfen. Sie wies aber darauf hin, dass Kinder bis maximal zehn Jahren das Internet abc e. V. nutzten, während ältere Jugendliche Handysektor abfragten.

4.2.4.10 Erfurter Netcode e. V.

Der Erfurter Netcode e. V. ist ein eingetragener Verein, der zum Ziel hat, die Qualität von Kinderseiten im Internet zu fördern. Die LMK ist Mitglied, ohne sich selbst aktiv

daran zu beteiligen. Träger des Vereins sind fünf LMA sowie kirchliche und öffentliche Institutionen. Die Mitgliedsbeiträge der LMK beliefen sich auf jeweils 1.000 € jährlich.

4.2.4.11 Saferinternet/klicksafe

Die EU startete 1999 das Programm Saferinternet. Schwerpunkt ist die Bekämpfung von illegalen, schädlichen und unerwünschten Inhalten im Internet. Die LMK ist seit 2008 Vertragspartnerin der EU und Koordinatorin des Projekts in Deutschland. Die LfM ist Partnerin bei der Durchführung des Projekts. Die LMK koordiniert den Verbund Saferinternet Centre, dem u. a. jugendschutz.net und das Kinder- und Jugendtelefon Nummer gegen Kummer angehören.

Das Projekt klicksafe ist Teil des Verbundes. Zu den Aufgaben der LMK als „National Awareness Centre“ gehören dabei u. a. die Betreuung einer Internetseite und die Qualifizierung von Multiplikatoren. Die LMK erhält dafür von der EU Mittel.

Tabelle 21: Jährliche Förderung von Saferinternet/klicksafe durch die EU

2010	2011	2012	2013	2014
- in € -				
436.674	405.051	361.164	352.386	352.386

Die EU hat die Mittelverwendung geprüft. Der Bericht liegt dem Rechnungshof vor.

5 Prüfung der medien+bildung.com gGmbH

5.1 Gründung der medien+bildung.com gGmbH

Im Zusammenhang mit dem Ausbau der Ganztagschulen in RP schlossen das damalige Ministerium für Bildung, Frauen und Jugend sowie die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR, jetzt LMK) am 21. Juni 2002 eine „Rahmenvereinbarung zur Medienpädagogik in der neuen Ganztagschule“ ab. Danach sollte die LPR geeignetes Personal für medienpädagogische Angebote an einzelnen Ganztagschulen zur Verfügung stellen. Die Kosten, insbesondere die Vergütung der Fachkräfte inklusive der Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung, sollte das Land RP erstatten.

Die LPR startete mit drei Honorarkräften in sechs Ganztagschulen. Das Angebot steigerte sich kontinuierlich. Da das medienpädagogische Angebot an den Ganztagschulen aus Sicht der LMK nicht mit ihren Abläufen vereinbar war, wurde die Aufgabe 2004 dem BZBM (vgl. Tz. 4.2.4.2) übertragen. Hierfür stellte dieses vier Medienpädagogen an. Die anderen Träger des BZBM waren jedoch der Auffassung, dass die Durchführung von medienpädagogischen Angeboten an rheinland-pfälzischen Ganztagschulen nicht dem Vereinszweck entsprach, sodass die LMK im Dezember 2006 dafür eine eigene Tochtergesellschaft gründete. Ziel der Gründung war es, das Angebot zur Förderung der Medienkompetenz an den Ganztagschulen auszubauen und zu vertiefen sowie Multiplikatorenschulungen und andere Angebote in der außerschulischen Jugendbildung unterbreiten zu können.

5.2 Wirtschaftliche Lage

5.2.1 Haushalts- und Wirtschaftsführung

Die Haushalts- und Wirtschaftsführung der m+b.com erfolgt auf der Grundlage eines Wirtschaftsplans, der von der Gesellschafterversammlung zu genehmigen ist.

Die Gesellschaft ist nach § 267 Abs. 2 HGB eine kleine Kapitalgesellschaft und wäre demnach nicht prüfungspflichtig im Sinne der §§ 316 ff. HGB. Da aber die LMK als Alleingesellschafterin der LHO unterliegt, ist die m+b.com ebenfalls verpflichtet, einen Jahresabschluss nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften zu erstellen¹⁰. Die Jahresabschlüsse wurden im Prüfungszeitraum durch Abschlussprüfer geprüft. Diese erteilten jeweils einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

5.2.2 Bilanz

Die Bilanzsumme 2014 von 73,89 T€ lag rd. 55,5 % unter dem Wert des Jahres 2010. Während des Prüfungszeitraums verminderten sich sowohl die Sachanlagen um rd. 90 % auf 6,1 T€ als auch das Guthaben um rd. 76 % auf 12,5 T€ sowie die Forderungen um rd. 36 % auf 25,2 T€. Der Jahresüberschuss 2010 von rd. 6,6 T€ entwickelte sich 2014 zu einem Jahresfehlbetrag von 16,4 T€.

¹⁰ Die Pflicht zur Erstellung des Jahresabschlusses ergibt sich aus § 49 LMG i. V. m. §§ 105 Abs. 1 Nr. 2 und 65 Abs. 1 Nr. 4 LHO.

Tabelle 22: Bilanz der m+b.com von 2010 bis 2014

Bilanz	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Immaterielle Vermögensgegenstände	5,27	6,44	2,67	1,20	5,07	-3,81	-0,20
Sachanlagen	61,09	61,76	35,75	18,10	6,13	-89,96	-54,95
Vorräte	8,18	6,77	8,81	10,21	21,13	158,35	12,95
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	39,32	44,94	21,75	34,80	25,20	-35,91	-14,12
Kassenbestand, Guthaben und Schecks	51,64	67,56	83,88	38,72	12,52	-75,75	-39,12
Rechnungsabgrenzungsposten	0,46	0,00	0,00	4,95	3,84	734,35	3,38
Summe Aktiva	165,96	187,48	152,86	107,98	73,89	-55,48	-92,06
Gezeichnetes Kapital	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	0,00	0,00
Gewinnvortrag	7,36	13,97	18,97	23,93	10,46	42,25	3,11
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	6,62	5,00	4,96	-13,47	-16,42	-348,19	-23,04
Sonderposten mit Rücklagenanteil	66,36	68,20	38,42	19,30	11,20	-83,12	-55,15
Rückstellungen	28,20	42,76	42,35	39,60	28,30	0,37	0,10
Verbindlichkeiten	15,97	19,55	10,43	7,87	9,35	-41,47	-6,62
Rechnungsabgrenzungsposten	16,46	13,00	12,73	5,74	6,00	-63,54	-10,46
Summe Passiva	165,96	187,48	152,86	107,98	73,89	-55,48	-92,06

5.2.3 Gewinn- und Verlustrechnung

Trotz leicht gestiegener Umsatzerlöse ging das Jahresergebnis um rd. 23 T€ zurück. Grund hierfür sind in erster Linie die um rd. 8 % auf insgesamt 929,33 T€ gestiegenen Personalaufwendungen.

Tabelle 23: Ertragslage der m+b.com von 2010 bis 2014

Gewinn- und Verlustrechnung	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Umsatzerlöse	1.144,81	1.128,04	1.062,18	1.122,73	1.167,42	1,97	22,61
sonstige betriebliche Erträge	26,88	30,36	39,98	38,41	15,23	-43,37	-11,66
sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,04	0,26	0,18	0,16	0,01	-79,73	-0,03
Gesamterträge	1.171,74	1.158,66	1.102,34	1.161,30	1.182,65	0,93	10,92
Materialaufwand/ Fremdleistungen	101,35	86,71	70,80	78,38	74,52	-26,47	-26,83
Personalaufwand	859,34	852,66	838,65	873,47	929,33	8,14	69,99
Abschreibungen	27,76	33,22	35,68	55,99	14,77	-46,78	-12,99
sonstige betriebliche Aufwendungen	176,66	181,07	152,25	166,93	180,45	2,14	3,78
Gesamtaufwendungen	1.165,12	1.153,66	1.097,38	1.174,77	1.199,08	2,91	33,96
Jahresfehlbetrag/ Jahresüberschuss	6,62	5,00	4,96	-13,47	-16,42	-348,19	-23,04

5.3 Finanzielle Mittel für die Förderung der Medienkompetenz

5.3.1 Erträge

Die m+b.com finanzierte sich überwiegend aus einem Zuschuss der LMK. Dieser machte 2014 einen Anteil von rd. 71 % der Gesamterträge aus. Er sank von 905 T€ im Jahr 2010 auf 835 T€ im Jahr 2014.

Daneben erzielte die m+b.com Erträge aus Maßnahmen, die sie im Auftrag von Dritten ausführte. Dazu gehörten u. a. die Kostenerstattungen des Landes RP für die Durchführung von pädagogischen Angeboten, Medienkompetenz an Ganztagschulen zu fördern (vgl. Tz. 5.5.1.1.1). Einen weiteren Anteil an den Erlösen bildeten die Erträge aus der Beteiligung an Projekten, die Bund, Länder, Kommunen oder sonstige Einrichtungen förderten. Außerdem erhob die m+b.com für einen Teil ihrer Veranstaltungen Teilnehmerbeiträge und erzielte geringfügige Einnahmen aus der Veröffentlichung von Broschüren, Unterrichtsmaterialien etc. Die Erträge aus Maßnahmen für Dritte schwankten im Prüfungszeitraum zwischen rd. 240 T€ (2010) und rd. 330 T€ (2014).

Tabelle 24: Erträge der m+b.com

Erträge	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Erträge von Dritten:							
Erlöse aus GTS-Förderung Land	104,47	89,57	83,68	81,24	86,09	-17,59	-18,38
Erlöse aus Projektförderungen	99,61	136,39	38,73	77,89	99,66	0,05	0,05
Erlöse aus Dienstleistungen	25,32	75,07	87,91	103,02	128,39	407,15	103,07
Erlöse aus Veranstaltungen	7,48	7,04	7,30	14,52	14,00	87,16	6,52
Erlöse aus EU-Förderungen	0,79	3,61	13,60	0,00	0,00	-100,00	-0,79
Summe Erträge von Dritten (1)	237,66	311,68	231,21	276,66	328,13	38,07	90,47
Zuwendungen LMK (2) *)	905,00	815,64	835,00	835,00	835,00	-7,73	-70,00
Abgrenzung Zuwendung LMK	0,00	0,00	-6,00	6,00	0,00	0,00	0,00
Erlöse aus Veröffentlichungen	0,58	0,71	1,98	5,07	1,76	202,52	1,18
Sonstige Einnahmen	28,49	30,62	40,15	38,57	17,76	-37,65	-10,73
Gesamterträge (3)	1.171,74	1.158,66	1.102,34	1.161,30	1.182,65	0,93	10,92
Anteil (1) an (3) in %	20,28	26,90	20,97	23,82	27,75	-	-
Anteil (2) an (3) in %	77,24	70,40	75,75	71,90	70,60	-	-

*) Von dem für 2011 genehmigten Zuwendungsbetrag in Höhe von 820 T€ musste die m+b.com nach Feststellung des Jahresergebnisses rd. 4,4 T€ an die LMK zurückzahlen.

5.3.2 Aufwendungen

Den höchsten Anteil an den Aufwendungen der m+b.com bildeten die Personalaufwendungen. Neben dem festangestellten Personal setzte die m+b.com Honorarkräfte ein, deren Vergütungen und Reisekosten sie den Aufwendungen für bezogene Leistungen zuordnete. Die Aufwendungen für die betrieblichen Räume umfassten die Miete, die Mietnebenkosten sowie die Kosten für die Reinigung und Instandhaltung der Räume (vgl. Tz. 5.3.2.2). In den Aufwendungen für Geschäftsausstattung und Bürobedarf waren auch die Aufwendungen für die Technikausstattung der Mitarbeiter enthalten (vgl. Tz. 0).

Tabelle 25: Aufwendungen der m+b.com

Aufwendungen	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Personalaufwand inkl. sozialer Abgaben etc.	859,34	852,66	838,65	873,47	929,33	8,14	69,99
Reisekosten Arbeitnehmer	46,54	36,39	35,74	31,89	32,04	-31,16	-14,50
Fortbildungskosten	5,31	1,05	2,20	6,85	4,69	-11,77	-0,63
Aufwendungen für bezogene Leistungen inkl. GEMA *)	94,47	83,56	71,45	76,41	78,72	-16,68	-15,75
Aufwendungen für betriebl. Räume inkl. Nebenkosten	20,98	20,07	22,08	29,72	32,76	56,11	11,77
Abschreibungen	27,76	33,22	35,68	55,99	14,77	-46,78	-12,99
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	6,88	3,15	-0,64	1,96	-4,20	-160,98	-11,07
Geschäftsausstattung, Bürobedarf, Telefon etc.	33,03	34,43	30,24	35,65	35,91	8,73	2,88
Druckkosten und Grafik	16,99	26,08	20,13	30,94	23,81	40,17	6,82
Aufwendungen f. Buchführung, Abschlussprüfung, Geldverkehr etc.	25,66	41,31	15,62	21,76	26,17	2,00	0,51
Versicherungen	7,89	8,63	6,29	6,23	6,69	-15,21	-1,20
Preisgelder	8,50	0,00	8,00	0,00	6,50	-23,53	-2,00
Sonstige betriebliche Aufwendungen	11,76	13,10	11,94	3,91	11,88	0,99	0,12
Gesamt	1.165,12	1.153,66	1.097,38	1.174,77	1.199,08	2,91	33,96

*) GEMA = Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte.

5.3.2.1 Personalaufwendungen

2014 beschäftigte die m+b.com 15 Medienpädagogen. Aufgrund von Teilzeitbeschäftigungen entsprach die Summe der Arbeitszeitanteile 13,1 Vollzeitkräften. Einer der Medienpädagogen war als pädagogische Leitung eingesetzt. Für die verwaltungsinternen Abläufe wurden drei Sachbearbeiter beschäftigt, deren Arbeitszeitanteile 2,8 Vollzeitkräften entsprachen.

Zusätzlich stellte die LMK der m+b.com die Geschäftsführerin, den stellvertretenden Geschäftsführer und eine Referentin zur Verfügung. Diese Mitarbeiter sind bei der LMK angestellt, die auch die gehaltsbezogenen Personalaufwendungen für sie trägt (vgl. Tz. 4.2.3).

Die Entwicklung des gesamten Personalbestands im Prüfungszeitraum – einschließlich der von der LMK überlassenen Mitarbeiter – kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Tabelle 26: Entwicklung des Personalbestands jeweils zum 31. Dezember des Jahres

Personalbestand jeweils zum 31. Dezember	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	Arbeitszeitanteile						in %
Geschäftsführerin ¹⁾	0,88	0,88	0,88	0,88	0,88	0,00	0,0
stv. Geschäftsführer	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,0
TV-LMK III (TV-L 13)	1,00	1,00	1,00	0,79	0,79	-0,21	-21,0
Personal von LMK	2,88	2,88	2,88	2,67	2,67	-0,21	-7,3
TV-L 14	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,0
TV-L 12	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	0,00	0,0
TV-L 11	4,80	7,72	5,37	7,27	10,41	5,61	116,9
TV-L 10	8,20	7,33	6,85	5,50	2,80	-5,40	-65,9
TV-L 9	1,55	0,75	0,00	0,00	0,00	-1,55	-100,0
TV-L 8 ²⁾	2,39	2,39	2,60	2,60	2,75	0,36	15,1
Personal m+b.com	18,94	20,19	17,82	17,37	17,96	-0,98	-5,2
FSJ-Kräfte	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	200,0
Insgesamt	22,82	24,07	22,70	23,04	23,63	0,81	3,6

¹⁾ Die Geschäftsführerin ist mit durchschnittlich 12 % ihrer Arbeitszeit für die LMK tätig.

²⁾ Sachbearbeiter Verwaltung

Die Eingruppierung der Mitarbeiter der m+b.com erfolgt nach dem Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst der Länder (TV-L). Dabei sind die Verwaltungssachbearbeiter in Vergütungsgruppe TV-L 8 eingruppiert. Die Medienpädagogen werden seit dem 1. September 2014 grundsätzlich nach TV-L 11 vergütet, soweit sie sich in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis zur m+b.com befinden. Die pädagogische Leitung der Gesellschaft ist in TV-L 14 eingruppiert, die Leitung des Hauses der Medienbildung (HdM) erhält Vergütungsgruppe TV-L 12.

Während das Personal der m+b.com nach TV-L bezahlt wird, sind die von der LMK ausgeliehenen Mitarbeiter nach dem eigenen Tarifvertrag der LMK eingruppiert. Die Vergütungsgruppe, in die die Referenten der LMK eingruppiert sind, entspricht der Vergütungsgruppe TV-L 13.

Die Aufwendungen für das festangestellte Personal setzten sich im Prüfungszeitraum wie folgt zusammen:

Tabelle 27: Gesamtaufwendungen für das bei der m+b.com festangestellte Personal

Aufwendungen für festangestelltes Personal	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Löhne u. Gehälter *)	680,53	677,06	663,15	695,00	734,31	7,90	53,78
Gesetzl. Sozialaufwendungen	146,82	148,14	144,14	148,20	163,69	11,49	16,87
Berufsgenossenschaft	7,29	6,44	6,31	6,30	6,53	-10,50	-0,77
Freiwillige soziale Aufwendungen	0,88	0,60	1,36	1,15	2,42	175,78	1,54
Aufwendungen f. Altersversorgung	23,82	20,42	23,69	22,82	22,39	-6,02	-1,44
Summe gehaltsbezogener Personalaufwand (1)	859,34	852,66	838,65	873,47	929,33	8,14	69,99
Reisekosten Arbeitnehmer	46,54	36,39	35,74	31,89	32,04	-31,16	-14,50
Fortbildungskosten	5,31	1,05	2,20	6,85	4,69	-11,77	-0,63
Summe Gesamtaufwand festangestelltes Personal (2)	911,19	890,10	876,59	912,20	966,05	6,02	54,86
Gesamtaufwand m+b.com (3)	1.165,12	1.153,66	1.097,38	1.174,77	1.199,08	2,91	33,96
Anteil (1) an (3) in %	73,76	73,91	76,42	74,35	77,50	-	-
Anteil (2) an (3) in %	78,21	77,15	79,88	77,65	80,57	-	-

*) Summe Konten 4120 (Löhne und Gehälter) und 4150 (Krankengeldzuschüsse).

Die Personalaufwendungen umfassten auch die Vergütungen für die Mitarbeiter im Freiwilligen Sozialen Jahr (FSJ-Kräfte). Nicht enthalten waren die gehaltsbezogenen Aufwendungen für die von der LMK überlassenen Mitarbeiter. Diese betragen 2014 rd. 251 T€ (vgl. Tz. 4.2.3).

Im Prüfungszeitraum stiegen die Löhne und Gehälter von rd. 681 T€ auf rd. 734 T€ an, obwohl der Personalbestand insgesamt leicht gesunken war. Grund für die Steigerung war die Überleitung aller unbefristet beschäftigten Mitarbeiter ab September 2014 in die Vergütungsgruppe TV-L 11. Dies führte auch zur Steigerung bei den gesetzlichen Sozialaufwendungen.

Der Anteil der gehaltsbezogenen Aufwendungen für das festangestellte Personal an den Gesamtaufwendungen der m+b.com schwankte im Prüfungszeitraum zwischen 73,8 % und 77,5 %. Berücksichtigt man auch die personalbezogenen Sachkosten (Reisekosten und Kosten für Fortbildungsmaßnahmen), lag der Anteil an den Gesamtaufwendungen 2014 bei über 80 %.

Da die festangestellten Mitarbeiter nicht alle Veranstaltungen der m+b.com durchführen konnten, setzte sie vielfach auch Honorarkräfte ein. Die Vergütungen für die Honorarkräfte lagen im Prüfungszeitraum zwischen 56 und 81 T€.

Tabelle 28: Beschäftigungsaufwendungen

Beschäftigungsaufwendungen	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in T€					in %	in T€
Honorarkosten, Werkverträge	80,88	73,68	60,49	55,85	60,58	-25,09	-20,29
Reisekosten Honorarkräfte	6,50	6,32	5,59	5,71	5,20	-19,98	-1,30
Gesamtaufwand festangestelltes Personal	911,19	890,10	876,59	912,20	966,05	6,02	54,86
Beschäftigungsaufwand (1)	998,56	970,10	942,68	973,76	1.031,83	3,33	33,27
Gesamtaufwand m+b.com (2)	1.165,12	1.153,66	1.097,38	1.174,77	1.199,08	2,91	33,96
Anteil (1) an (2) in %	85,70	84,09	85,90	82,89	86,05	-	-

Unter Berücksichtigung der gesamten Aufwendungen für die Honorarkräfte lag der Anteil der Beschäftigungsaufwendungen an den Gesamtaufwendungen 2014 bei 86,1 %. Würde die m+b.com auch die Aufwendungen für das von der LMK überlassene Personal tragen, wäre dieser Anteil noch höher.

5.3.2.2 Aufwendungen für betriebliche Räume

Neben der Geschäftsstelle, die sich in der LMK-Zentrale in Ludwigshafen befindet, verfügte die m+b.com über folgende regionale Standorte:

Tabelle 29: Regionale Standorte der m+b.com (Stand: 31. Dezember 2014)

Regionalstelle	Bemerkungen
Haus der Medienbildung (HdM), Ludwigshafen	in den Räumlichkeiten des OK Ludwigshafen
Regionalbüro Mainz	angemietete Büroräume, zusätzlich ein Arbeitsplatz im Frauenlob-Gymnasium für den dort tätigen Medienpädagogen und Arbeitsplätze beim LfD RP für die dorthin abgeordneten Mitarbeiter
Regionalbüro Trier	angemietete Büroräume im gleichen Gebäude wie der OK Trier
Regionalbüro Kaiserslautern	2014 aus personellen Gründen bis auf Weiteres geschlossen
Regionalbüro Daun	im Sommer 2011 aus Einspargründen geschlossen

Der Standort Daun wurde geschlossen, da es aufgrund fehlender Ausbildungseinrichtungen in der Region nicht gelungen sei, Multiplikatoren-Netzwerke und Vertretungsstrukturen aufzubauen.

In Koblenz war die m+b.com nicht vertreten, weil dies nach ihrer Auffassung wegen der engen Zusammenarbeit zwischen dem MKN Koblenz und dem Pädagogischen Landesinstitut Rheinland-Pfalz (PL) nicht notwendig war. In der Südwestpfalz führte das dortige MKN eigene Projekte zur Förderung der Medienkompetenz an den Schulen durch. Deshalb hatte die m+b.com auskunftsgemäß keinen eigenen Standort in der Region eingerichtet.

Tabelle 30: Aufwendungen für die betrieblichen Räume (Miete und Nebenkosten)

Aufwendungen für die betrieblichen Räume *)	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in €					in %	in €
Geschäftsstelle	7.443,84	7.589,84	7.812,72	7.972,92	8.264,44	11,02	820,60
HdM	0,00	2,99	0,00	17,37	7,21	100,00	7,21
Mainz	9.227,79	9.660,28	9.612,46	10.266,42	12.627,91	36,85	3.400,12
Trier	2.846,56	2.820,00	2.834,54	3.050,00	4.158,77	46,10	1.312,21
Kaiserslautern	0,00	0,00	801,18	8.084,34	7.698,35	100,00	7.698,35
Summe (1)	19.518,19	20.073,11	21.060,90	29.391,05	32.756,68	67,83	13.238,49
Gesamtaufwand m+b.com (2)	1.165.118,73	1.153.658,80	1.097.379,70	1.174.766,28	1.199.075,37	2,91	33.956,64
Anteil (1) an (2) in %	1,68	1,74	1,92	2,50	2,73	-	-

*) Eingerechnet wurden die Konten 4210, 4230, 4240, 4250 und 4280.

Die m+b.com bezahlte lediglich für die Räume Miete und Nebenkosten, die sie von Dritten angemietet hatte. Die LMK stellte ihre Räume – genauso wie der OK in Ludwigshafen – kostenlos zur Verfügung. Für die Geschäftsstelle in Ludwigshafen trug die m+b.com nur die Kosten für die Reinigung der Büroräume selbst.

Die Büroräume in Kaiserslautern hatte zunächst die Fachhochschule (FH) Kaiserslautern im Rahmen ihres Engagements im MKN kostenlos zur Verfügung gestellt. Zum 1. Januar 2013 meldete die FH jedoch Eigenbedarf an den Räumen an, sodass die m+b.com neue Büroräume anmieten musste. Aufgrund des sich abzeichnenden Jahresfehlbetrags 2014 wurden die Büros in Kaiserslautern und Mainz zum 31. Dezember 2014 gekündigt.

- 21** Aus Transparenzgründen und zur Ermittlung der tatsächlichen Gesamtkosten der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz sollten alle Kosten der Räumlichkeiten verursachungsgerecht zugeordnet werden.

Die m+b.com hielt den personellen Mehraufwand für die Einführung einer Vollkostenrechnung im Zusammenhang mit den Aufwendungen für die Räumlichkeiten nicht für gerechtfertigt.

Der Rechnungshof erachtet eine verursachungsgerechte Zuordnung der Kosten – unabhängig von der Einführung einer Vollkostenrechnung – für angebracht. Die LMK sollte der m+b.com daher Miete und Nebenkosten für die von ihr genutzten Büroräume der Geschäftsstelle und des HdM in Rechnung stellen.

5.3.2.3 Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit

Die m+b.com veröffentlicht eine Reihe von Broschüren und Arbeitsmaterialien, in denen sie erprobte Angebote zur Förderung der Medienkompetenz zur Nachahmung empfiehlt. Diese können entweder auf der Homepage heruntergeladen oder gegen Portoersatz angefordert werden. Daneben hat die m+b.com u. a. folgende Bücher herausgegeben, die über den Buchhandel erhältlich sind:

- Medienkompetenz und Sprachförderung in der frühkindlichen Bildung, Maren Risch, 18,80 €,

- Mobiles Lernen mit dem Handy: Herausforderung und Chance für den Unterricht, 24,95 €,
- Fundus Medienpädagogik – 50 Methoden und Konzepte für die Schule, 24,95 €.

Als Ergebnis vieler Projekte entstehen DVDs, die bei der m+b.com i. d. R. gegen eine Porto- und Versandkostenpauschale in Höhe von 5 € angefordert werden können.

Für Druck und Grafik der Broschüren und Flyer sowie die Gestaltung der DVDs wendete die m+b.com im Prüfungszeitraum zwischen 7,7 T€ und 27,4 T€ im Jahr auf. Die höchsten Aufwendungen fielen 2012 zum fünfjährigen Bestehen der m+b.com an. Sie nutzte das Jubiläum, um verstärkt Werbung für ihre Angebote zu machen.

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit unterhält die m+b.com außerdem folgende Webseiten:

- www.medienundbildung.com,
- www.hausdermedienbildung.com,
- www.medien-bilden.de,
- www.edura.fm.

Die Kosten für die Gestaltung und Pflege der Webseiten sowie für Lizenzen etc. sanken im Prüfungszeitraum von rd. 7 T€ auf knapp 6 T€.

Die gesamten Aufwendungen und Erträge, die die m+b.com dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit zuordnete, können der folgenden Tabelle entnommen werden:

Tabelle 31: Erträge und Aufwendungen der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2010 - 2014	
	in €					in %	in €
Erlöse aus Veröffentlichungen	0,00	400,00	234,17	346,14	16,41	100,00	16,41
Erlöse aus Dienstleistungen	0,00	2.035,46	70,00	500,00	145,20	100,00	145,20
Verm. Verwaltungseinnahmen	0,00	0,00	0,00	0,00	2.531,22	100,00	2.531,22
Summe Erträge (1)	0,00	2.435,46	304,17	846,14	2.692,83	100,00	2.692,83
Druckkosten und Grafik	7.669,88	10.469,01	27.442,60	18.884,46	19.156,67	149,76	11.486,79
Kosten f. Kommunikationsdienstleistungen, Internet	7.064,02	7.256,10	4.798,05	4.852,72	5.960,74	-15,62	-1.103,28
Repräsentationskosten	1.454,18	82,77	0,00	0,00	0,00	-100,00	-1.454,18
Honorare	1.830,00	0,00	1.600,00	597,50	445,78	-75,64	-1.384,22
Sonstiges	256,30	909,35	40,60	82,00	10,50	-95,90	-245,80
Summe Aufwendungen (2)	18.274,38	18.717,23	33.881,25	24.416,68	25.573,69	39,94	7.299,31
Saldo (1) - (2)	-18.274,38	-16.281,77	-33.577,08	-23.570,54	-22.880,86	25,21	-4.606,48

Nur ein geringer Teil der Aufwendungen konnte über Erlöse aus Veröffentlichungen sowie Erstattungen der Kosten von Projektpartnern finanziert werden. Größere Erträge fielen lediglich 2012 und 2014 an. So übernahm der Ludwigshafener Verein für Bildung, Ausbildung, Förderung und Frauenprojekte (Baff e. V.) 2011 die Kosten für die grafische Gestaltung und den Druck von Flyern und DVDs für ein Filmprojekt an der

Pestalozzischule in Ludwigshafen von rd. 1,4 T€. Die LMK beteiligte sich 2014 in Höhe von 2,5 T€ an den Kosten für 2.500 Exemplare der Broschüre „Wege zum Medienkompass“.

Die m+b.com ordnete die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit nur in Einzelfällen den jeweiligen Projekten zu. In den meisten Fällen buchte sie die Aufwendungen auf der Sammelkostenstelle Öffentlichkeitsarbeit. Die Kosten für die Gestaltung und den Druck von Broschüren für den Medienpädagogischen Erzieher/innen Club Rheinland-Pfalz (mec) wurden 2014 ebenfalls auf der Sammelkostenstelle gebucht.

- 22** Die m+b.com sollte künftig darauf achten, Kosten der Öffentlichkeitsarbeit, die bestimmten Projekten zugeordnet werden können, dort zu buchen. Nur so ist es möglich, die Gesamtkosten der einzelnen Projekte zu ermitteln.

In der Schlussbesprechung und in ihrer Stellungnahme teilte die m+b.com mit, dies zum Haushaltsjahr 2017 bereits umgesetzt zu haben.

- 23** Da es sich bei den Adressaten der Angebote überwiegend um medienaffine Personen handelt, empfiehlt der Rechnungshof, für die Eigenwerbung der m+b.com stärker als bisher das Internet und die vorhandenen Webseiten zu nutzen. Der Druck von Flyern und Broschüren sollte auf ein unbedingt notwendiges Maß beschränkt werden. Umfangreichere Broschüren und DVDs sollte die m+b.com gegen Kostenerstattung herausgeben.

Die m+b.com teilte in der Stellungnahme mit, dass sie nach dem Relaunch ihrer Webseite 2016 Flyer und Broschüren nur noch in einem Umfang drucken lasse, der tatsächlich sinnvoll oder notwendig sei.

5.3.2.4 Aufwendungen für die Technik

Die m+b.com setzte Software und Hardware (Notebooks, Beamer, Kameras etc.) für ihre Geschäftstätigkeit und Aufgabenerfüllung bei den Medienkompetenzprojekten ein.

Das Land RP förderte in der Anfangsphase der m+b.com deren technische Ausstattung mit Sachspenden oder Dauerleihgaben im Wert von ca. 35.000 € jährlich. Diese wurden für die Medienkompetenzprojekte in den Ganztagschulen verwendet. Die Förderung wurde ab 2010 eingestellt. Seither kauft die m+b.com ihre Technik aus eigenen Mitteln oder aus projektbezogenen Drittmitteln.

Tabelle 32: Buchwerte der technischen Ausstattung der m+b.com

Buchwerte d. techn. Ausstattung	2010 *)	2011 *)	2012	2013	2014
	in €				
EDV-Software	-	-	-	1.202	5.068
Betriebs-und Geschäftsausstattung	-	-	-	6.947	2.565
Geschäftsausstattung Technik	-	-	-	11.153	3.569
Gesamt	26.197	39.346	25.757	19.302	11.202

*) Für 2010 bis 2012 nur Gesamtwerte vorhanden.

Die Technik der m+b.com ist den einzelnen Mitarbeitern in den jeweiligen Standorten zugeordnet. Jeder Mitarbeiter verfügt über einen Technikpool, den er für die Durchführung seiner Projekte benötigt. Darüber hinaus gibt es eine Liste mit Technik, die geliehen werden kann, falls ein Standort einen größeren Bedarf hat. Die weniger genutzte Technik (Handysets, Fotokamerasets etc.) wird zentral verwaltet. Die m+b.com versucht, die Ausstattung auf dem neuesten Stand zu halten, um bei den Medienkompetenzprojekten aktuell weiterbilden zu können. Technische Investitionen sind deshalb immer wieder notwendig.

24

Der Rechnungshof erachtet die Verleihpraxis der m+b.com bei der Technik als sinnvoll. Er schlägt darüber hinaus vor, auch die Technik der LMK in den OK (Kameras etc.) und die der MKN in dieses System einzubeziehen. Die LMK könnte einen zentral verwalteten Pool einrichten, der die in den einzelnen Bereichen vorhandene Technik zusammenführt. So wären ein wirtschaftlicher Einsatz und eine bedarfsgerechte Disposition der im gesamten Bereich der LMK vorhandenen und benötigten Technik möglich. Die hierdurch bei LMK und m+b.com eingesparten Mittel könnten verstärkt in die neueste technische Ausstattung investiert werden.

Die m+b.com lehnte den Vorschlag in ihrer Stellungnahme ab. Aus logistischen, wirtschaftlichen und personellen Gründen sei eine Konzentration der Technik aus den OK in Ludwigshafen nicht sinnvoll. Bei Bedarf leihe sich die m+b.com bereits jetzt Technik an den einzelnen OK-Standorten aus.

Der Vorschlag des Rechnungshofes impliziert nicht zwangsläufig, die Technik in Ludwigshafen zu konzentrieren. Die in den OK und den MKN vorhandene Technik kann vielmehr auch über eine gemeinsame, allen zugängliche Datei zusammengefasst werden. Dies ermöglicht einen umfassenden Überblick über die verfügbare Technik, die im Bedarfsfall an den einzelnen Standorten ausgeliehen werden kann.

5.4 Kostenrechnung

Die m+b.com verfügt über eine Teil-Kostenrechnung, die nach Kostenarten und Kostenstellen unterteilt ist. Kostenträger sind nicht vorhanden. Die Einzelkosten werden direkt den Kostenstellen zugeordnet, die Gemeinkosten werden auf Sammelkostenstellen erfasst. Eine Zuordnung der Gemeinkosten zu Kostenstellen erfolgt nicht.

Die Kostenstellen sind sehr kleinteilig untergliedert und umfassen im Bereich der Seminare jeweils einzelne Veranstaltungen. Dies führt dazu, dass es sich bei vielen Kostenstellen eigentlich um Kostenträger handelt.

Außerdem werden nicht alle Kosten, die im Rahmen der Tätigkeit der m+b.com entstehen, auch dort zugeordnet. Dies gilt insbesondere für die von der LMK getragenen Personal- und Raumkosten (vgl. Tz. 4.2.3 und Tz. 5.3.2.2).

Da die gehaltsbezogenen Aufwendungen für das festangestellte Personal, die nicht den Kostenstellen zugeordnet werden (vgl. Tz. 5.3.2.1), 2014 schon 77,5 % der Gesamtaufwendungen ausmachten, hält der Rechnungshof diese Art von Kostenrechnung für wenig aussagefähig. Die m+b.com hat keinen Überblick über die tatsächlichen Gesamtkosten ihrer Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz.

Selbst die m+b.com nutzte die Daten aus der Kostenrechnung nur eingeschränkt für ihre betriebsinternen Planungen. Sie wies den verschiedenen Aufgabenbereichen interne Budgets zu, die auf in Excel erstellten Kostenkalkulationen beruhten. Die Personalaufwendungen überwachte sie ebenfalls in separaten Excel-Listen. Für Projekte, die Dritte förderten, stellte sie die erstattungsfähigen Kosten in den vorgegebenen Verwendungsnachweisen zusammen. Dabei berücksichtigte die m+b.com jeweils lediglich die Kosten, die der Projektpartner im Einzelfall erstattete. Es handelte sich grundsätzlich nur um die direkt zuzuordnenden Kosten. Die Gemeinkosten verteilte die m+b.com nicht auf die Bereiche.

Diese Vorgehensweise führt zu doppeltem Aufwand für die Verbuchung der Einnahmen und Ausgaben und für die internen Kalkulationen.

Dem Rechnungshof ist bewusst, dass die Förderung von Projekten durch öffentliche Einrichtungen jeweils nur einen Teil der tatsächlich entstehenden Kosten umfasst. Er erkennt auch an, dass die m+b.com in vielen Fällen keine kostendeckenden „Preise“ für ihr Angebot erheben kann. Trotzdem hält er eine aussagefähige Kostenrechnung für angebracht. Für die Planung des Angebots der m+b.com und ihre strategische Ausrichtung sollte sie nicht nur inhaltliche Kriterien heranziehen. Da die finanziellen Mittel begrenzt sind, ist auch das Wissen um die (Gesamt-)Kosten der einzelnen Maßnahmen von Bedeutung.

25 Zur Vermeidung eines personellen Doppelaufwands bei der Verbuchung und Zuordnung der Kosten sollte sich die m+b.com entscheiden, ob sie die bestehende Kostenrechnung erweitert oder das System nur für die Buchführung inklusive der Erstellung des Jahresabschlusses verwendet und die vollständigen Kosten anderweitig (z. B. in den bereits vorhandenen Kalkulationen) erfasst und zuordnet. So kann zumindest auf die derzeitige Praxis, im Einzelfall die Kosten zusätzlich über separate Excel-Listen zu erfassen, verzichtet werden.

26 Bei einer Erweiterung der bestehenden Kostenrechnung sollte die m+b.com die Kostenstellen nicht zu kleinteilig untergliedern, sondern auf die Lernwerkstätten und Modellprojekte begrenzen. Zudem sollte sie für die Darstellung der einzelnen Seminare etc. Kostenträger einführen. Die Gemeinkosten, mindestens aber die Personalkosten,

sollte sie über einen pauschalen Umlageschlüssel bei den Kostenstellen erfassen. Diesen könnte sie z. B. bei ihrer jährlichen Programmplanung mit Durchschnittswerten für die Arbeit in den Lernwerkstätten bzw. Projekten festlegen und ggf. quartalsweise anpassen.

In ihrer Stellungnahme teilte die m+b.com mit, dass sie im Zuge des nächsten Retestierungsprozesses den Vorschlag des Rechnungshofs prüfen werde.

Die m+b.com verneinte in ihrer Stellungnahme die Notwendigkeit einer Vollkostenrechnung, da der Erkenntnisgewinn keine Auswirkungen auf die Auswahl der Angebote habe. Außerdem würde die Umlage aller Gemeinkosten einen hohen Verwaltungsaufwand nach sich ziehen, der nur mit einer Aufstockung des Verwaltungspersonals zu bewältigen sei.

Dieser Ansicht kann sich der Rechnungshof nicht anschließen. Bei den vom ihm gemachten Vorschlägen hält sich der personelle Mehraufwand durch die Vermeidung von Doppelaufwand in Grenzen. Aufgrund der begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen kann die m+b.com ihre Angebote nicht völlig losgelöst von den jeweiligen Gesamtkosten planen.

5.5 Maßnahmen und Aufbau der Förderung

Die m+b.com untergliederte ihre Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz nach Lernwerkstätten und nach (Modell-)Projekten. Im Prüfungszeitraum führte sie in folgenden Bereichen Maßnahmen durch:

Tabelle 33: Maßnahmen und Aufbau der Förderung der Medienkompetenz

Aufbau	2010	2011	2012	2013	2014
Lernwerkstätten	Ganztagsschulen / Schulen				
	Kindertagesstätten				
	Jugendbildung				
	Erwachsenenbildung	zusammengefasst unter Erwachsenenbildung			
	Uni / FH				
Lehrkräfte/Referend.					
Projekte	mec	mec	mec	mec	mec
	edura	edura	edura	edura	edura
	check-the-web	check-the-web	check-the-web	check-the-web	check-the-web
	-	check-the-games	check-the-games	check-the-games	check-the-games
	TanzMedia	TanzMedia	TanzMedia	TanzMedia	TanzMedia
	konzept m+b	konzept m+b	konzept m+b	konzept m+b	konzept m+b
	MyMobile	MyMobile	MyMobile	MyMobile	MyMobile
	MyMobile (EU)	MyMobile (EU)	MyMobile (EU)	NetEx	Ganztagsschule- <i>i</i>
	Stärken vor Ort	Stärken vor Ort	Mannemer Sein	Mannemer Sein	Mannemer Sein
	MyClip	MyClip	Medienscouts	Medienscouts	Medienscouts
	Hörst du uns	Praxismeister	-	-	Lu-City-Street-View
	-	-	-	-	mein-guckkasten
	-	-	-	-	migrostories
	-	-	-	-	mobil+stark
	-	-	-	-	Peer
	-	-	-	-	Think Big
	-	-	-	-	webinare
	-	-	-	-	weiter.bildung.digital

Die m+b.com war 2014 in vier Lernwerkstätten unterteilt. Diese waren auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen und die Erfordernisse des jeweiligen Themenbereichs ausgerichtet. Ihnen wurde intern jeweils ein eigenes Budget zugewiesen.

Daneben richtete die m+b.com (Modell-)Projekte ein, wenn eine bestimmte Thematik, Technologie oder Methodik neu entwickelt und erprobt werden sollte. Die Projekte haben sich dabei teilweise mit denen aus den Lernwerkstätten überschritten. Ihnen wurde ebenfalls ein eigenes internes Budget zugeordnet. Ziel der Projekte war es, neue standardisierte Angebote zu entwickeln.

5.5.1 Lernwerkstätten

Seit 2011 sind die Lernwerkstätten in folgende Bereiche unterteilt:

- Ganztageschule/Schule,
- Kindertagesstätten,
- Jugendbildung und
- Erwachsenenbildung.

5.5.1.1 Lernwerkstatt Ganztagschule/Schule

5.5.1.1.1 Ganztagschule

5.5.1.1.1.1 Rahmenbedingungen

Die Kooperation mit dem Ministerium für Bildung, Weiterbildung, Jugend und Kultur (MBWJK, ab 2011 Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur – MBWWK) zur Durchführung von medienpädagogischen Angeboten in den Ganztagschulen begann 2002 mit dem BZBM. Nach einer zwischenzeitlichen Durchführung der Angebote durch die LMK übernahm die m+b.com seit ihrer Gründung diesen Bereich (vgl. Tz. 5.1).

Formen der Zusammenarbeit und deren Vergütung werden in der „Rahmenvereinbarung zur Medienpädagogik in der neuen Ganztagschule“ vom 21. Juni 2002 geregelt. Diese Vereinbarung hatten das MBWJK und die Vorgängerorganisation der LMK (LPR) geschlossen. Danach ist der Einsatz von Medienpädagogen im Rahmen eines Dienstleistungsvertrags oder im Rahmen eines Kooperationsvertrags möglich.

Die Unterschiede der beiden Vertragsformen können der folgenden Übersicht entnommen werden:

Tabelle 34: Vergleich Dienstleistungs- und Kooperationsvertrag

Bezeichnung	Dienstleistungsvertrag (DV)	Kooperationsvertrag (KV)
Zweckbestimmung	Für Dienstleistungen im Rahmen des pädagogischen Angebots der betreffenden Ganztagschule.	Für ein vom Vertragspartner selbst entwickeltes pädagogisches Angebot, welches als Projekt für mindestens ein Schulhalbjahr vereinbart wird.
Personal	Ausschließlich durch festangestelltes Personal des Vertragspartners durchzuführen. Zur Kontinuität ist grundsätzlich die gleiche Fachkraft einzusetzen.	Kann durch ehrenamtlich oder nebenberuflich beim Vertragspartner tätiges Personal durchgeführt werden.
Kostenübernahme	Vergütung der Fachkraft für die Dienstleistung inkl. Arbeitgeberanteile der Sozialversicherung. Zuzüglich einem pauschalen Kostenzuschlag in Höhe von 5 % der Vergütung (4 % für die Vertretung im Krankheitsfall und 1 % für zusätzlichen Verwaltungsaufwand).	Pauschale Zuwendung in Höhe von 280 € pro Schulhalbjahr und Schulstunde.

Der Abschluss eines Dienstleistungsvertrags ist aufgrund der höheren Kostenerstattung für die m+b.com günstiger. Daher hat sie zum Schuljahr 2010/2011 die Anzahl der Kooperationsverträge erheblich reduziert. Dies führte zu einer Verminderung der

Ganztagsschul-Partnerschaften bei gleichzeitig gestiegenen Erlösen aus den Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz in den Ganztagsschulen (vgl. Tz. 5.3.1).

Tabelle 35: Anzahl der Ganztagsschul-Angebote nach Vertragsarten

Schuljahr/ Vertragsart	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
	Anzahl Verträge					
DV über RV *)	33	31	25	23	23	20
DV ohne RV	4	0	1	0	0	0
KV	11	0	1	1	2	0
Projektvertrag	6	0	1	0	0	0
Summe	54	31	28	24	25	20

*) RV = Rahmenvereinbarung.

5.5.1.1.2 Anzahl, Dauer und regionale Verteilung der Angebote

Die Anzahl der durchgeführten medienpädagogischen Angebote in den Ganztagschulen verringerte sich im Prüfungszeitraum von 54 auf 20. Ab dem Schuljahr 2015/2016 fand wieder eine leichte Zunahme der Angebote auf 29 statt.

Tabelle 36: Medienpädagogische Angebote an den Ganztagsschulen

Medienpädagogische Angebote an den Ganztagsschulen	Schuljahr						
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
	Anzahl						
durchgeführte Angebote	54	31	28	24	25	20	29
beteiligte Schulen	51	30	23	18	17	13	22
Standorte	33	23	17	15	15	9	18
Regionen	5	5	4	4	4	4	4

Zum Schuljahr 2010/2011 reduzierte die m+b.com die Angebote, um freie Personalkapazitäten für weitere Aufgaben in anderen Lernwerkstätten zu erhalten. Darüber hinaus trennte sich die Gesellschaft von solchen Schulen, bei denen auch nach einer ein- bis zweijährigen Anlaufzeit keine Entwicklungen zur Verankerung eines nachhaltigen Medienbildungskonzepts angestoßen werden konnten.

Da es sich für die m+b.com nach eigenen Angaben immer schwieriger gestaltete, von Dritten Fördergelder für andere medienpädagogische Angebote zu akquirieren, weitete sie das Angebot in den Ganztagsschulen ab dem Schuljahr 2015/2016 wieder aus¹¹.

¹¹ Siehe Protokoll der 13. Beiratssitzung am 12. Juni 2015.

Standortmäßig verteilten sich die Angebote auf folgende Regionen in Rheinland-Pfalz:

- Mainz und Umgebung,
- Ludwigshafen/Vorderpfalz,
- Kaiserslautern und Umgebung,
- Trier und südliche Eifel.

Bis einschließlich dem Schuljahr 2010/2011 betreute die m+b.com außerdem noch Ganztagsschulen in der Region Daun/nördliche Eifel. In der Region Kaiserslautern bot sie aufgrund einer zwischenzeitlichen Schließung ihres Standortes aus personellen Gründen im Schuljahr 2014/2015 keine medienpädagogischen Projekte an.

In der Region Koblenz war die m+b.com nicht vertreten, da dort das PL medienpädagogische Angebote in Zusammenarbeit mit dem dort ansässigen MKN Koblenz durchführte. In der Region Südwestpfalz boten Mitarbeiter des MKN Südwestpfalz bzw. des dort ansässigen OK-Trägervereins medienpädagogische Projekte in den Schulen an. Hierzu schlossen die m+b.com und der MKN Südwestpfalz eine Kooperationsvereinbarung ab.

Bei acht von 13 Schulen, an denen die m+b.com im Schuljahr 2014/2015 tätig war, bestand die Ganztagsschul-Partnerschaft bereits vor Beginn des Prüfungszeitraums.

Die Angebote in den Ganztagsschulen verteilten sich auf wenige Schulen und noch weniger Standorte in Rheinland-Pfalz. Im Schuljahr 2015/2016 gab es in RP insgesamt 720 Ganztagsschulen in Angebots- und in verpflichtender Form¹². Legt man diese Zahl zugrunde, deckte die m+b.com lediglich einen Anteil von rd. 3 % der Ganztagsschulen ab. Die regionale Verteilung der Angebote wurde seitens des MBWWK nicht gesteuert und oblag daher allein den Schulen und der m+b.com.

- 27** Der Rechnungshof empfiehlt, die medienpädagogischen Angebote der m+b.com an den einzelnen Schulen nicht zu einer Dauereinrichtung werden zu lassen, sondern nach spätestens zwei Jahren die Schule zu wechseln. Dabei sollten die Angebote so konzipiert sein, dass die Lehrkräfte bzw. pädagogischen Mitarbeiter an den Schulen die Angebote nach einer Pilotphase selbst durchführen können. Außerdem ist auf eine bessere regionale Verteilung der Angebote zu achten.

Die m+b.com sagte in der Stellungnahme zu, dass sie diese Empfehlung bei künftigen Überlegungen einbeziehen werde.

Eine flächendeckende Durchführung von Medienkompetenzprojekten ist aufgrund der geringen personellen Kapazitäten der m+b.com bei der Anzahl der Ganztagsschulen in RP nicht ohne die Ausbildung von Multiplikatoren möglich. Das Projekt Ganztagschule-intensiv (vgl. Tz. 5.5.1.1.2) ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

¹² Quelle: <http://ganztagsschule.rlp.de/daten-und-fakten/gts-in-zahlen.html>, ohne offene Ganztagsschulen.

5.5.1.1.1.3 Inhalte

Während sich die Angebote zu Beginn der Zusammenarbeit auf Video-Arbeitsgemeinschaften (AG) am Nachmittag beschränkten, sind mittlerweile alle Medienarten (Video, Radio, Handy, Tablets etc.) vertreten. Zur verbesserten Integration der Angebote zur Förderung der Medienkompetenz in den Schulablauf versuchte die m+b.com seit 2010 verstärkt, AGs im Vormittagsunterricht sowie Projekte im Co-Teaching-Verfahren gemeinsam mit einem Lehrer durchzuführen. Daneben bot die m+b.com auch Fortbildungen für Fachkräfte an Ganztagschulen an. Nach wie vor bildet jedoch die Betreuung der medienpädagogischen Angebote für Schülergruppen den Schwerpunkt.

Bei den Angeboten zur Förderung der Medienkompetenz in den Ganztagschulen der m+b.com handelt es sich um Unterrichtseinheiten außerhalb des vom Land vorgegebenen Curriculums. Die Schulen entscheiden eigenverantwortlich, welche Themen sie von welchen Partnern zur Ergänzung des Unterrichts an den Ganztagschulen anbieten. Laut Angaben auf dem Bildungsserver RP zur Ganztagschule hat das Land aktuell 28 Rahmenvereinbarungen¹³ mit außerschulischen Kooperationspartnern abgeschlossen. Davon ist die m+b.com die einzige Kooperationspartnerin zum Thema Medienkompetenz. Das Land nimmt über den Abschluss der Rahmenvereinbarungen hinaus weder Einfluss auf die Verteilung der möglichen Angebote noch auf die konkreten Inhalte der Unterrichtseinheiten. Diese Vorgehensweise ermöglicht nicht, die Medienkompetenz in den Ganztagschulen einheitlich zu fördern. Die Verknüpfung mit den schulischen Inhalten ist vielmehr abhängig von den agierenden Partnern vor Ort.

Mit Ausnahme des 2010 veröffentlichten Buchs „Fundus Medienpädagogik – 50 Methoden und Konzepte für die Schule“, entfalten die Angebote zur Förderung der Medienkompetenz in der Ganztagschule nur eine geringe bis keine Multiplikationswirkung, da sie sich entsprechend der Rahmenvereinbarung in erster Linie an die Schüler richten. Die AGs und Projekte fördern bei den teilnehmenden Schülern einer bestimmten Jahrgangsstufe im Rahmen eines konkreten Themas die Medienkompetenz. Sie sind nicht darauf ausgerichtet, die Schüler zu Multiplikatoren auszubilden, wie dies z. B. im Projekt Medienscouts der Fall ist. Lehrer und pädagogische Fachkräfte gehören nicht zur Zielgruppe der Rahmenvereinbarung.

Der Rechnungshof empfiehlt, medienpädagogische Projekte an den Ganztagschulen nur noch zur Erprobung neuer Unterrichtsmethoden oder dem Einsatz neuer Techniken im Unterricht anzubieten. Ansonsten sollte die m+b.com mit dem Ministerium für **28** Bildung den Abschluss einer neuen Rahmenvereinbarung verhandeln, die die Lehrkräfte und pädagogischen Mitarbeiter der Schulen als Zielgruppe der medienpädagogischen Angebote definiert. Neben Fortbildungsmaßnahmen und Projekten im Co-Teaching-Verfahren könnte die m+b.com die Schulen auch bei der Entwicklung und Umsetzung eines eigenen medienpädagogischen Konzepts unterstützen. Dies geschieht bereits im Rahmen des Projekts Ganztagschule-intensiv (vgl. Tz. 5.5.1.1.2).

¹³ Quelle: <http://ganztagsschule.rlp.de/import-in-rubriken/bibliothek/rahmenvereinbarungen.html>, Stand: 3. Februar 2016.

Die aktuelle Rahmenvereinbarung bildet dafür jedoch keine geeignete Vertragsgrundlage.

Die m+b.com bekräftigte in der Schlussbesprechung ihre Absicht, mit dem Land über neue Rahmenbedingungen zu verhandeln. In ihrer Stellungnahme wies sie darauf hin, dass die LMK einer von 28 Dachverbänden sei, mit denen eine solche Rahmenvereinbarung abgeschlossen worden sei. Für alle gelten die gleichen Bedingungen.

Der Rechnungshof erkennt die Rahmenbedingungen an und sieht, dass die m+b.com bereits die vorgeschlagenen Maßnahmen anbietet. Er weist jedoch darauf hin, dass die Rahmenvereinbarung ursprünglich dafür abgeschlossen wurde, den Schülern an Ganztagschulen medienpädagogische Angebote außerhalb des curricularen Unterrichts zu eröffnen. Die Lehrkräfte und pädagogischen Mitarbeiter der Schulen gehörten nicht zur Zielgruppe. Daher sollte die Rahmenvereinbarung dahingehend angepasst werden, dass sie beratende und unterstützende Angebote für die Schulen selbst umfasst. Alternativ könnten für Maßnahmen innerhalb des Projekts Ganztagschule-intensiv eigene Verträge abgeschlossen werden, die sich auf die Regelungen der Rahmenvereinbarung beziehen.

5.5.1.1.1.4 Kostenerstattungen durch das Land Rheinland-Pfalz

Die Aufwendungen, die das Land RP der m+b.com für die Durchführungen von Angeboten in den Ganztagschulen erstattet, sind abhängig von der Art des abgeschlossenen Vertrags (s. o.). Da die m+b.com seit dem Schuljahr 2010/2011 nur noch in Einzelfällen Kooperationsverträge abgeschlossen hat, werden diese nicht in die folgende Betrachtung einbezogen.

Nach den Dienstleistungsverträgen wird nur der Anteil der Vergütung der Mitarbeiter erstattet, der sich direkt auf die Durchführung der Unterrichtseinheiten bezieht. Evtl. notwendige Zeiten für die Vor- und Nachbereitung des Unterrichts bleiben außen vor. Das gleiche gilt für die Reisezeiten und die Erstattung der Reisekosten.

Die m+b.com kalkuliert die Vor-/Nachbereitungszeit für ein Standardangebot (zwei Unterrichtsstunden/Woche) mit durchschnittlich fünf Zeitstunden/Woche. Darin sind neben den Reisezeiten auch die Zeiten für den Auf- und Abbau der Technik sowie die zeitintensive Nachbereitung der Videoprojekte berücksichtigt. Innovationsprojekte würden noch mehr Zeit benötigen. Da die m+b.com die Personalaufwendungen in der Kostenrechnung nicht verursachungsgerecht zuordnet, hat der Rechnungshof die Personalkosten für die Vor- und Nachbereitung des Unterrichts anhand der Personalkostenverrechnungssätze des Landes RP ermittelt.

Tabelle 37: Ermittlung der Personalkosten für die Vor- und Nachbereitung der medienpädagogischen Angebote an den Ganztagschulen im Schuljahr 2014/2015

Nr.	Bezeichnung	Wert
1	Summe aller von der m+b.com zu erbringenden Unterrichtsstd. (UStd.)/Woche ¹⁾	39,9 UStd./Woche
2	Vor- und Nachbereitungszeit je UStd./Woche	2,5 Std./Woche
3	Gesamte Vor- und Nachbereitungszeit im Schuljahr 2014/2015 pro Woche, (1) * (2)	99,75 Std./Woche
4	Personalkostensatz/Std. Entgeltgruppe TV-L 11 ²⁾	39,07 €/Std.
5	Personalkosten für Vor-/Nachbereitungszeit pro Woche, (3) * (4)	3.897,23 €/Woche
6	Schulwochen pro Jahr ³⁾	39 Wochen
7	Personalkosten für Vor-/Nachbereitungszeiten pro Schuljahr, (5) * (6)	151.991,97 €/ Schuljahr

¹⁾ Summe der zu erbringenden Unterrichtsstunden aus den für das Schuljahr 2014/2015 abgeschlossenen Verträgen, ohne Anrechnung der Ganztagschul-Projekte, die über das MKN Südwestpfalz abgewickelt wurden.

²⁾ Quelle: Personalkostenverrechnungssätze Beschäftigte RP 2014 des Landesamtes für Finanzen, Verrechnungssatz pro Stunde (ohne Gemeinkosten- und Sachkostenaufschlag).

³⁾ Unter Berücksichtigung von 13 Wochen unterrichtsfreier Zeit.

Die Gesamtsumme von rd. 152 T€ für das Schuljahr 2014/2015 enthält lediglich die durchschnittlich zu berücksichtigenden Personalkosten der unterrichtenden Mitarbeiter für die Vor- und Nachbereitungszeit. Kosten für die eingesetzte Technik, die i. d. R. die m+b.com zur Verfügung stellt, sowie evtl. Gemeinkostenzuschläge für interne Dienstleistungen, Räume, Büroausstattung und Overheadkosten sind darin noch nicht enthalten. Darüber hinaus trägt die m+b.com Reisekosten der Mitarbeiter selbst.

Die Erstattungen des Landes RP beschränkten sich allein auf die Unterrichtszeit der medienpädagogischen Angebote an den Ganztagschulen. Sie betragen im Jahr 2014 rd. 86 T€.

Aus finanzieller Sicht stellen die medienpädagogischen Angebote an den Ganztagschulen zwar eine zusätzliche, gut zu kalkulierende Einnahmequelle für die m+b.com dar. Berücksichtigt man jedoch die Kosten der Vor- und Nachbereitung der Unterrichtseinheiten, muss die m+b.com rd. 152 T€ aus Eigenmitteln aufwenden, um in diesem Bereich tätig sein zu können. Dies entsprach 2014 rd. 16 % der gehaltsbezogenen Personalaufwendungen.

29 Aufgrund der begrenzten personellen Ressourcen der m+b.com sowie der Kosten, die sie für das Angebot an den Ganztagschulen selbst tragen muss und der geringen Multiplikationswirkung (s. o.), fordert der Rechnungshof eine Überprüfung des Engagements in der Ganztagschule. Die m+b.com sollte auf die zusätzlichen Einnahmen verzichten und stattdessen die eingesparten Mittel für Projekte mit einem größeren Wirkungsgrad einsetzen. Dies könnte z. B. in einer verstärkten Zusammenarbeit mit dem PL bezüglich der Qualifizierung der Lehrkräfte oder in einem Ausbau der Lehrtätigkeit

an Hochschulen, insbesondere in den Studiengängen für das Lehramt (vgl. Tz. 5.5.1.4.2), erfolgen.

Die m+b.com geht in ihrer Stellungnahme nicht von einer geringen multiplikatoren Wirkung der Angebote an den Ganztagschulen aus. Sie sei aber bestrebt, mehr Maßnahmen zur Lehrer-, Referendare- und Studierenden-Qualifizierung anzubieten.

5.5.1.1.2 Projekt Ganztagschule-intensiv

Die m+b.com begann 2013 an einem Gymnasium in Mainz, einen Medienpädagogen mit vier Dienstleistungsverträgen über folgende Angebote an einer Schule einzusetzen:

- Medienprojekt,
- Medienprojekt und Medienschutz,
- Wahlangbot Medienscouts,
- Wahlangbot Videodreh- und -schnitt.

In dieser Intensivkooperation wollte die m+b.com die Schule bei der Entwicklung eines Medienbildungskonzeptes unterstützen. Ziel war die medienpädagogischen Bedarfe systematisch zu erfassen sowie medienpädagogische Musterkonzepte in intensiver Zusammenarbeit mit den Lehrkräften vor Ort zu entwickeln. Dadurch wollte die m+b.com auch die Nachhaltigkeit ihrer Angebote sicherstellen. Seit 2014 verfährt die m+b.com nach diesem Konzept auch an einer weiteren Schule in Mainz und in Worms.

30 Die bestehende Rahmenvereinbarung zur Medienpädagogik in der Ganztagschule bezieht sich auf Angebote für die Schüler außerhalb des curricularen Unterrichts. Die Schule selbst oder ihre Mitarbeiter sind grundsätzlich nicht als Zielgruppe der Angebote vorgesehen. Daher stellt die Rahmenvereinbarung nicht die geeignete Rechtsgrundlage für die Unterstützung der Schulen bei der Entwicklung eigener medienpädagogischer Konzepte dar. Die m+b.com sollte sich daher beim Ministerium für Bildung um den Abschluss einer neuen Rahmenvereinbarung bzw. die Anpassung der bestehenden Rahmenvereinbarung bemühen. Zur Stellungnahme der m+b.com und den Äußerungen des Rechnungshofs wird auf Tz. 5.5.1.1.1.3 verwiesen.

31 Das Projekt Ganztagschule-intensiv erachtet der Rechnungshof als sinnvoll, um eine bessere Integration der medienpädagogischen Angebote in den Schulalltag zu gewährleisten und die langfristige Tragfähigkeit zu stärken. Die m+b.com sollte jedoch darauf achten, dass diese Kooperationen zeitlich begrenzt sind, um eine bessere Verteilung der Angebote zu erreichen (s. o.).

5.5.1.1.3 (Teilzeit-)Schule

Zahlreiche Projekte finden nicht im Kontext der Ganztagschule (= außerhalb des Unterrichts) statt, sondern sind in den Vormittagsunterricht (= im Rahmen des Curriculums) integriert. Dabei handelt es sich größtenteils um (Modell-)Projekte (vgl. Tz. 5.5.2 ff.).

5.5.1.2 Lernwerkstatt Kindertagesstätte/Medienpädagogischer Erzieher/innenclub Rheinland-Pfalz

Die Lernwerkstatt beinhaltete im Prüfungszeitraum ausschließlich das Modellprojekt „Medienpädagogischer Erzieher/innenclub Rheinland-Pfalz“ (mec). Das Projekt wird daher im Rahmen der Lernwerkstatt dargestellt.

5.5.1.2.1 Rahmenbedingungen

Die m+b.com startete im Juli 2008 in Kooperation mit der Stiftung Lesen in Mainz auf Basis eines Kooperationsvertrags den mec. In der ersten Projektphase lag die Geschäftsführung bei der Stiftung Lesen. Sie hatte auch die fachliche Verantwortung für den Bereich Medienkompetenz Lesen/Buch inne, während der m+b.com die fachliche Verantwortung für den Bereich Medienkompetenz elektronische und AV-Medien oblag.

Ziel des mec war, ein Netzwerk für pädagogische Fachkräfte als Servicestelle für medienpraktische Angebote aufzubauen. Den Erziehern wurden Fortbildungen, ein Internetportal und gezielte Informationen, die sie bei der Professionalisierung ihrer medienpädagogischen Arbeit unterstützen sollten, angeboten.

In der zweiten Projektphase ab Mitte 2011 übernahm die m+b.com die operationelle Leitung des mec.

Die Kooperation mit der Stiftung Lesen lief zum 30. Juni 2013 aus. Seitdem führt die m+b.com den Club aus eigenen Mitteln ohne Partner weiter.

5.5.1.2.2 Inhalte

Der mec richtet sich an pädagogische Fachkräfte in der frühkindlichen Bildung. Die Mitgliedschaft im und die Angebote des mec sind kostenfrei. Voraussetzung ist, dass die Personen in RP wohnen, arbeiten oder sich dort in Ausbildung befinden.

Den Mitgliedern stehen folgende Angebote zur Verfügung:

- Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und den Netzwerktreffen,
- Erhalt einer mec-Medienbox (pro Einrichtung eine Box),
- Informationen über die Webseite,
- Angebote der Projektpartner, z. B. Ohrenspitzer,
- mec-Newsletter,
- individuelle Praxishilfen des mec-Teams.

Die Fortbildungen stehen allen pädagogischen Fachkräften in rheinland-pfälzischen Kitas offen, die Netzwerktreffen richten sich an die Mitglieder des mec.

Mec-Medienboxen wurden nur in der ersten Projektphase bestückt und ausgegeben. Einrichtungen, von der mindestens ein Mitarbeiter Mitglied im mec war und dieser an mindestens einer Fortbildungsveranstaltung teilgenommen hatte, erhielten eine

Medienbox. Die Kosten in Höhe von rd. 100 €/Medienbox wurden über die Zuschüsse der LMK und der Stiftung Lesen finanziert (s. u.).

Tabelle 38: Mitgliedschaften und Angebote des mec

Mec	2010	2011	2012	2013	2014
	Anzahl				
Mitgliedschaften	980	1.133	1.350	1.400	1.450
Fortbildungen für Erzieher					
- Anzahl	22	25	45	45	19
- Teilnehmer	219	rd. 400	819	846	328
Netzwerktreffen					
- Anzahl	2	1	1	-	-
- Teilnehmer	rd. 55	17	28	-	-
Elternveranstaltungen					
- Anzahl	-	1	1	4	4
- Teilnehmer	-	22	20	73	70
Verteilte Medienboxen	120	140	65	30	28

32 Die m+b.com führte in 2013 und 2014 keine Netzwerktreffen mehr durch. Die Zahl der Fortbildungsveranstaltungen sank 2014 auf den niedrigsten Wert im Prüfungszeitraum. Mec-Medienboxen werden nicht mehr verteilt. Die m+b.com sollte daher überprüfen, inwieweit die bei Gründung des mec gesetzten Ziele noch aktuell bzw. welche Angebote für die Erreichung der Ziele notwendig sind. Ggf. sollte sie das Angebot auf die Betreuung und Beratung des Netzwerkes sowie die Weitergabe von Informationen über die Webseite reduzieren (zur Durchführung der Fortbildungsveranstaltungen vgl. Tz. 5.5.1.2.3).

Die m+b.com wies in ihrer Stellungnahme darauf hin, dass der mec das einzige systematische medienpädagogische Angebot in der frühkindlichen Bildung in Rheinland-Pfalz sei. Die Netzwerktreffen würden in neuer Form durchgeführt. Darüber hinaus befindet sich die m+b.com mit dem Bildungsministerium in Gesprächen über die Entwicklung und Durchführung von Fortbildungsmodulen in der Erzieherausbildung. Die mec-Medienboxen würden nicht mehr benötigt und würden daher nicht neu aufgelegt.

Bereits seit 2007 existiert das Fachportal bibernetz.de, welches ebenfalls ein Netzwerk für frühkindliche Bildung anbietet. Es wurde von „Schulen ans Netz“ unter Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung initiiert und zuletzt von der Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ betrieben. Zielgruppe sind pädagogische Fach- und Lehrkräfte, denen Informationen zur frühkindlichen Bildung und zur Medienerziehung in der Familie geboten werden. Zudem fördert der Träger des Fachportals „die medienpädagogische Qualifizierung von pädagogischen Fach- und Lehrkräften und von Ehrenamtlichen sowie den Aufbau lokaler Medienkompetenznetzwerke für Familien“¹⁴.

¹⁴ Quelle: <http://www.bibernetz.de/wws/projekt-bibernetz.html>.

Der mec-Lenkungsausschuss beschloss in seiner Sitzung am 10. November 2011, den mec mit dem bibernetz.de zu verknüpfen. Eine solche Kooperation ist bis heute nicht zustande gekommen.

33 Im September 2015 hat die Stiftung Digitale Chancen das Fachportal bibernetz.de übernommen. Aufgrund des Wechsels in der Trägerschaft empfiehlt der Rechnungshof, eine Zusammenarbeit erneut zu prüfen. Gerade in Bezug auf die Netzwerkbildung und die Angebote auf den Webseiten erscheint eine Bündelung der Kompetenzen sinnvoll.

Die m+b.com sagte in der Stellungnahme zu, dies zu prüfen.

5.5.1.2.3 Finanzierung

Laut Kooperationsvertrag vom 17. März 2008 verteilte sich die Finanzierung des mec in der ersten Projektphase wie folgt:

- 75 % durch die LMK,
- 10 % durch die Stiftung Lesen,
- 15 % durch das MBWJK (zweckgebundene Mittel für Fortbildungsmaßnahmen).

Seit der Beendigung des Kooperationsvertrags mit der Stiftung Lesen trägt die m+b.com die bisher von der LMK und der Stiftung Lesen übernommenen Kosten selbst. Lediglich die Personalaufwendungen für die für den mec zuständige Referentin übernimmt nach wie vor die LMK (vgl. Tz. 4.2.3). Das Ministerium fördert weiterhin die Fortbildungsmaßnahmen.

Die Förderung der Fortbildungsveranstaltungen für die Erzieher erfolgte zunächst im Rahmen der Landesinitiative „Zukunftschance für Kinder – Bildung von Anfang an“ über das MBWWK (früher MBWJK). Mittlerweile fördert das Ministerium für Integration, Familie, Kinder, Jugend und Frauen (MIFKJF) die Veranstaltungen über das Programm „Kita!Plus“.

Hierbei handelte es sich um eine Festbetragsfinanzierung in Höhe von 400 € pro Veranstaltung und Tag. Dieser Betrag deckte die Kosten für die Honorare der eingesetzten Referenten zzgl. der Reisekosten weitgehend ab. Die Kosten für das eigene Personal etc. musste die m+b.com selbst tragen.

Die m+b.com hatte den Landeszuschuss für jede Fortbildungsveranstaltung einzeln zu beantragen. Der Zuschuss ist abhängig von der Haushaltssituation des Landes. So zog das MIFKJF aufgrund einer Haushaltssperre Mitte 2014 alle für das zweite Halbjahr ausgesprochenen Bewilligungen zurück. Die m+b.com sagte daraufhin die Fortbildungsveranstaltungen ab. Dies musste auch immer wieder wegen zu geringer Teilnehmerzahlen erfolgen¹⁵.

¹⁵ Die Ausfallquote lag im Jahr 2013 bei 13,5 %.

34 Durch diese Rahmenbedingungen ist die Durchführung der Fortbildungsveranstaltungen sehr verwaltungsintensiv. Die Zuwendungen des Ministeriums decken nur einen Teil der Kosten. Da darüber hinaus freiberufliche Honorarkräfte die meisten Veranstaltungen durchführten, sollte die m+b.com erwägen, keine Fortbildungen mehr selbst zu organisieren und sich stattdessen in diesem Bereich auf eine Beratungsfunktion zurückzuziehen.

Die m+b.com betonte in ihrer Stellungnahme, dass keine anderen Institutionen in Rheinland-Pfalz Fortbildungen zur frühkindlichen Medienerziehung anbieten würden.

Der Rechnungshof weist darauf hin, dass die meisten Fortbildungsveranstaltungen, die von der m+b.com organisiert wurden, freiberufliche (selbstständige) Honorarkräfte durchgeführt hatten. Diese hätten indes auch in eigenem Namen und auf eigene Rechnung handeln können, sodass die m+b.com lediglich eine Vermittlungs- und/oder Beratungsfunktion hätte übernehmen müssen.

5.5.1.2.4 Erfolgskontrolle

In der ersten Projektphase evaluierte die m+b.com vorrangig die Fortbildungsveranstaltungen. Dies erfolgte anhand von Fragebögen, die sie die Teilnehmer jeweils zu Beginn und am Ende der Veranstaltungen ausfüllen ließ.

Die Ergebnisse bildeten die Grundlage einer Promotionsarbeit, die eine Mitarbeiterin der m+b.com unter dem Titel „Medienkompetenz und Sprachförderung in der frühkindlichen Bildung. Konzeption und Evaluation eines Verbundprojekts“ 2013 im Fachbereich Erziehungswissenschaften an der Universität Koblenz-Landau eingereicht hat. Dabei hatte sie die Netzwerktreffen des mec mit einbezogen.

Sowohl die Fragebögen als auch die Promotionsarbeit betrachteten in erster Linie qualitative Aspekte in Bezug auf die Passgenauigkeit der Inhalte und Methoden an die Zielgruppe sowie die Umsetzung der Fortbildungsinhalte in der Praxis. Diese wurden bei der Planung der anschließenden Veranstaltungen berücksichtigt. Quantitative Aspekte, wie z. B. die Kosten der Maßnahmen, wurden nicht in die Bewertung einbezogen.

35 Der Rechnungshof empfiehlt, in den Evaluationen nicht nur die Qualität der Maßnahmen zu betrachten, sondern deren Kosten in die Erfolgskontrolle einzubeziehen. Hierzu wäre die Einführung einer aussagefähigen Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung von Vorteil (vgl. Tz. 5.4).

Die m+b.com sagte in ihrer Stellungnahme zu, die Empfehlung im nächsten Qualifizierungszyklus aufzugreifen.

5.5.1.3 Lernwerkstatt Jugendbildung

Die Angebote im außerschulischen Kinder- und Jugendbereich fanden fast ausschließlich im HdM statt. Dieses teilt sich die Räumlichkeiten mit dem dort ansässigen OK. Beide Einrichtungen sind Kooperationspartner des MKN Ludwigshafen.

Die Maßnahmen der m+b.com in der Jugendbildung an anderen Standorten konzentrierten sich auf mehrtägige Ferienaktionen sowie die Arbeit mit Redaktionsgruppen. Im Folgenden werden daher nur die Angebote des HdM näher betrachtet.

5.5.1.3.1 Förderung des HdM als Jugendkunstschule für Medien in Rheinland-Pfalz

Das MBWWK (vorher: MBWJK) unterstützte das HdM als Jugendkunstschule für Medien in RP im Rahmen des Förderprogramms „Auf- und Ausbau von Jugendkunstschulen“ finanziell. Die Förderung richtete sich an Einrichtungen von Jugendkunstschulen, die Projekte für Kinder und Jugendlichen in den Sparten Bildende Kunst oder Moderne Medien durchführen. In diesem Rahmen bot das HdM Kurse und Workshops mit experimentellem Charakter an, in denen medienpädagogische und ästhetische Bildung miteinander verbunden werden sollten.

Die Zuwendungen aus dem Förderprogramm betragen:

Tabelle 39: Landeszuschuss für den Auf- und Ausbau von Jugendkunstschulen

Zuschuss Jugendkunstschule	2010	2011	2012	2013	2014
Betrag	5.000 €	5.000 €	5.000 €	-	2.925 €

2013 lehnte das MBWWK den Förderantrag ab und begründete dies wie folgt¹⁶:

- Eine Landeseinrichtung bzw. eine zu ihr gehörende Gesellschaft gehöre nicht zum Kreise der Einrichtungen, die aus einem Fördertopf des Landes bezuschusst werden sollten.
- Das vorgestellte Projekt habe nach Ansicht der Jury mehr die Vermittlung von Medienkompetenz als die kreative Arbeit einer Jugendkunstschule zum Inhalt.

Aufgrund der positiven und fachlichen Bewertung bewilligte das MBWWK 2014 erneut eine Zuwendung. Diese fiel niedriger aus als in den Vorjahren.

36 Bei den Veranstaltungen im Rahmen der Jugendkunstschule sollte die m+b.com darauf achten, dass der Bezug zur Förderung der Medienkompetenz weiterhin gewahrt bleibt. Sie sollte bei der Auslegung ihres Unternehmenszwecks eine nicht zu weit gefasste Definition der Medienkompetenz zu Grunde legen (vgl. Tz. 2.2).

Die m+b.com betonte in ihrer Stellungnahme, dass der methodische Ansatz der aktiven Medienarbeit immer einen künstlerischen bzw. kreativen Prozess voraussetze.

Dies streitet der Rechnungshof nicht ab, - der medienpädagogische Bezug sollte jedoch im Blick bleiben.

¹⁶ Siehe Bescheid der ADD Trier vom 2. Mai 2013, Auf- und Ausbau von Jugendkunstschulen im Haushaltsjahr 2013.

5.5.1.3.2 Angebote des HdM

Die Angebote des HdM als Jugendkunstschule ließen sich wie folgt untergliedern:

- Ein- bis Zwei-Tages-Veranstaltungen,
- Ferienworkshops,
- Kinder- und Jugendredaktionen.

Sie richteten sich an Kinder und Jugendliche ab acht Jahren und wurden offen ausgeschrieben. Dies geschah bis Ende 2014 in einem zweimal jährlich erscheinenden Programmheft. Seit 2015 veröffentlicht das HdM die Angebote aus Kostengründen nur noch online.

5.5.1.3.2.1 Ein- bis Zwei-Tages-Veranstaltungen

Die überwiegend kreativen Themen wie Lichtgraffiti, Fotografie, Animationsfilme, Handy-Storytelling, Pixelart – Minecraft trifft Museum etc. ergänzte das HdM durch Veranstaltungen wie z. B. Kinder-Tablet-Führerschein und Kinder-Internet-Führerschein.

Für die Teilnahme an den Kursen hat das HdM bis 2014 einen Beitrag von 5 €/Tag erhoben. Diesen erhöhte es 2015 auf 15 €/Tag. Bei Buchungen bis vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn gewährte das HdM einen Frühbucherrabatt.

Der Betrag war so niedrig gewählt, damit sich genügend Teilnehmer zu den Kursen anmeldeten. Er diente lediglich als „Schutzgebühr“, um unverbindliche Anmeldungen möglichst auszuschließen.

5.5.1.3.3 Ferienworkshops

Die Ferienworkshops liefen i. d. R. eine Woche und richteten sich an Kinder zwischen acht und zwölf Jahren oder an Jugendliche zwischen zwölf und 14 Jahren.

Sie wurden entweder offen ausgeschrieben oder fanden in Kooperation statt, z. B. mit der Stadtranderholung Ludwigshafen. Für die Ferienworkshops erhob das HdM Teilnehmerbeiträge in Höhe von 120 €/Woche inkl. Verpflegung. Laut Aussage der m+b.com richtete sich die Höhe des Beitrags nach den marktüblichen Gebühren für solche Angebote. Eine Kostendeckung könne für die Ferienworkshops allein über die Teilnehmerbeiträge nicht erreicht werden.

Neben den o. g. Ferienworkshops, die sich an einen offenen Teilnehmerkreis richteten, bot das HdM Ferienworkshops ausschließlich für Kinder von Mitarbeitern eines privaten Unternehmens an. Hier lag der Teilnehmerbeitrag 2014 bei 140 €/Woche. Die Kosten, die nicht über die Teilnehmerbeiträge finanziert werden konnten, erstattete das Unternehmen. Der Betrag richtete sich dabei nach einer Kalkulation des HdM. Diese enthielt die Kosten für die eingesetzten Honorarkräfte inklusive der Reisekosten, die Kosten für Verpflegung und Material sowie eine Pauschale für die Verwaltung. Personalaufwendungen für festangestellte Mitarbeiter hat das HdM in den dem Rechnungshof vorgelegten Kalkulationen nicht berücksichtigt. Aufgrund des von dem

Unternehmen vorgegebenen Betreuungsschlüssels ist jedoch davon auszugehen, dass es auch festangestellte Mitarbeiter bei den Ferienworkshops einsetzte.

37 Bei Veranstaltungen, die ausschließlich im Auftrag von privaten Dritten, insbesondere von gewinnorientierten Unternehmen, durchgeführt werden, sind (voll-)kostendeckende Beiträge zu erheben. Aufgrund der geschlossenen Zielgruppe dieser Angebote sollte die m+b.com sicherstellen, dass diese nicht zu Lasten ihrer Maßnahmen für offene Zielgruppen gehen.

Die m+b.com teilte in der Schlussbesprechung und in ihrer Stellungnahme mit, dass sie ab 2017 nur noch offene Ferienworkshops anbieten werde.

5.5.1.3.4 Kinder- und Jugendredaktionen

Im HdM trafen sich alle ein bis zwei Wochen verschiedene Kinder- und Jugendredaktionen, um Beiträge, Sendungen oder andere Projekte zu planen und zu realisieren. Die Ergebnisse wurden im OK Ludwigshafen (Video) oder auf Edura.fm (Radio) veröffentlicht. Seit 2014 erhebt das HdM für die Teilnahme einen jährlichen Clubbeitrag in Höhe von 10 €.

Tabelle 40: Kinder- und Jugendredaktionen im HdM

Redaktionen im Jahr 2014	Altersgruppe	Bereich	Treffen
Web-Radio-Club	acht bis zwölf Jahre	Radio	14-tägig
Reporter-Kids-Club	acht bis zwölf Jahre	Video	14-tägig
Zoom – Die Fernseh-Redaktion	ab zwölf Jahren	Video	wöchentlich
Hörst Du uns? Die Radio-Redaktion	ab zwölf Jahren	Radio	14-tägig

Durch die enge Anbindung der Video-Redaktionen an die OK arbeiteten sie vor allem journalistisch und produzierten Fernsehmagazinsendungen, die in den OK ausgestrahlt wurden.

38 Die Betreuung erfolgte über das Personal des HdM. Da gerade die Fernsehredaktionen Beiträge für den OK produzieren, sollte die m+b.com prüfen, inwieweit Mitglieder des OK die Betreuung übernehmen könnten.

Die m+b.com wies in ihrer Stellungnahme darauf hin, dass sich die inhaltliche Arbeit der Redaktionsgruppen immer stärker weg von den klassischen Medien (Fernsehen und Radio) hin auf das Internet verlagert habe. Hier stünde die pädagogische Prozessorientierung im Vordergrund, die nur durch medienpädagogisches Personal sichergestellt werden könne. Die Mitglieder des OK würden grundsätzlich nicht über die notwendigen Kompetenzen verfügen.

Der Rechnungshof nimmt dies zur Kenntnis. Er empfiehlt jedoch, mögliche Kooperationen nicht von vornherein auszuschließen.

5.5.1.4 Lernwerkstatt Erwachsenenbildung

Diese Lernwerkstatt umfasst seit 2011 neben dem Bereich der Ausbildung von Erwachsenen, zu dem auch die Eltern- und Familienbildung gehören, die ehemaligen Lernwerkstätten Universitäten/Fachhochschulen sowie Lehrerbildung/Referendare.

5.5.1.4.1 Erwachsenenbildung

Einen großen Anteil bildeten die Informations- und Vortragsveranstaltungen für Eltern über den Nutzen und die Risiken im Umgang mit Medien. Diese Veranstaltungen waren weitgehend an das Projekt „check the web“ gekoppelt (vgl. Tz. 5.5.2.2). Seit 2013 bot m+b.com diese Veranstaltungen jedoch nicht mehr an.

Auch im Bereich der frühkindlichen Bildung (mec) hat m+b.com Veranstaltungen für Eltern durchgeführt. 2011 und 2012 fanden jeweils eine und in 2013 und 2014 jeweils vier Veranstaltungen statt.

Darüber hinaus führte das HdM Workshops für junge Erwachsene durch, die ein Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) absolvierten. Daran partizipierten auch die eigenen FSJ-Kräfte. Gegenstände waren in erster Linie Videodreh, Trickfilm-Erstellung, Fotografie, Comic Life und ähnliches. Der Internationale Bund (IB) bezuschusste die Workshops mit 140 €/Seminartag. Inwieweit dieser Zuschuss kostendeckend war, konnte aufgrund der fehlenden Berechnung der Gesamtkosten nicht ermittelt werden.

Für das unternehmenseigene Lernzentrum der BASF war die m+b.com in den Jahren 2010 und 2011 beim Aufbau eines Portals für Lernvideos im Intranet („learning tube“) unterstützend tätig. Auch hier stellt sich die Frage, inwieweit diese Veranstaltung mit dem Unternehmenszweck der m+b.com vereinbar war (vgl. Tz. 5.5.1.3.3). Die BASF hat der m+b.com ein Gesamthonorar von 4.450 € gezahlt. Aufgrund der unvollständigen Kostenrechnung konnte der Rechnungshof nicht beurteilen, ob das Honorar kostendeckend war.

- 39** Er fordert die m+b.com auf, bei Aufträgen von privaten Dritten die gesamten Kosten zu ermitteln und kostendeckende Honorare zu erheben.

Die m+b.com bestätigte in ihrer Stellungnahme, dass sie diese Forderung bereits umgesetzt habe.

5.5.1.4.2 Universitäten und Fach(hoch)schulen

In diesem Bereich waren Mitarbeiter der m+b.com im Rahmen von Kooperationsverträgen als Lehrbeauftragte an rheinland-pfälzischen Hochschulen tätig. Dies war insbesondere in den Lehramtsstudiengängen an der Universität Koblenz-Landau der Fall. Inhaltlich ging es um die Integration von Medien in den Unterricht und die fächerübergreifende Vermittlung von Medienkompetenz. Der Bereich bildete für die m+b.com eine wichtige Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis.

Im Prüfungszeitraum nahmen Mitarbeiter der m+b.com an der Universität Koblenz-Landau vier Lehraufträge pro Semester in Landau wahr. In Koblenz wurde ab dem

Sommersemester 2012 bis einschließlich Wintersemester 2013/2014 jeweils ein Modul angeboten.

Grundlage bildete der im Jahr 2006 zwischen der Universität Koblenz-Landau und dem BZBM abgeschlossene Kooperationsvertrag über die Durchführung von Lehrveranstaltungen für die bildungswissenschaftlichen Module in den Lehramtsstudiengängen. Dieser Vertrag ging nach der Gründung der m+b.com auf sie über. Themen der Module waren „Videoarbeit in der Schule“ und „Radioarbeit in der Schule“. Die Kurse bestanden jeweils aus max. 26 Semesterwochenstunden, für die den Lehrbeauftragten ein Honorar von 29,05 €/Stunde gezahlt wurde. Die Verträge über die Durchführung der Module hatte die Universität jeweils mit den Lehrbeauftragten persönlich abgeschlossen, nicht mit der m+b.com. Die m+b.com stellte die Mitarbeiter für die Dauer des Lehrauftrags von der Arbeitszeit frei. Im Gegenzug erstatteten die Mitarbeiter das ihnen gezahlte Honorar an die m+b.com. Die m+b.com hat sich bei der Universität für eine andere Abwicklung der Verträge eingesetzt. Dies lehnte diese jedoch ab, da grundsätzlich nur mit Personen und nicht mit Institutionen Lehraufträge abgeschlossen würden.

Auch ohne eine Ermittlung der Kosten, die der m+b.com für die Durchführung der Lehraufträge entstehen, kann davon ausgegangen werden, dass die gezahlten Honorare nicht kostendeckend sind. Der Personalkostenverrechnungssatz des Landes RP 2014 liegt in Vergütungsgruppe TV-L 11 bereits bei 39,07 €/Stunde (ohne Gemein- und Sachkostenzuschläge). Hinzugerechnet werden müssten zudem die Kosten für die Vor- und Nachbereitung der Vorlesungen sowie für die Dienstreisen.

40 Die Einbindung von Inhalten zur Förderung der Medienkompetenz in das Lehramtsstudium erachtet der Rechnungshof als sinnvoll. Durch die Ausbildung der Lehrkräfte kann aufgrund der Multiplikationswirkung ein größerer Wirkungsgrad erreicht werden, als bei der Durchführung einzelner Angebote zur Förderung der Medienkompetenz an den Ganztagschulen. Allerdings sollte die m+b.com auf eine kostendeckende Vertragsgestaltung der Lehraufträge hinwirken.

Die m+b.com wies in ihrer Stellungnahme darauf hin, dass die Honorarsätze für die Lehraufträge von den Universitäten vorgegeben würden und nicht verhandelbar seien.

Der Rechnungshof erkennt dies an, empfiehlt jedoch, weiterhin auf eine Anpassung der Vertragsgestaltung hinzuwirken.

Ab 2010 führte die m+b.com Medienbildungsmodule an der Katholischen Fachschule für Sozialwesen in Heidelberg durch. Diese richteten sich an Heimerzieher, die sich in der Berufsausbildung befanden. Während der dreijährigen Ausbildung fanden insgesamt sieben Module statt. Am Ende der Ausbildungszeit war eine benotete Prüfung für die Medienbildungsmodule zu absolvieren, die Teil der Gesamtabschlussprüfung war. Die Katholische Fachschule vergütete die Tätigkeit mit 252 €/Seminartag. Seit Ende 2012 bot die m+b.com die Module im Auftrag der MKFS unter den gleichen Konditionen wie zuvor an. Die m+b.com ging die Kooperation mit der MKFS ein, weil die Stiftung sowohl in RP als auch in BW tätig ist, während der Einsatzbereich der m+b.com grundsätzlich auf RP begrenzt bleiben sollte.

Die Katholische Fachschule und die MKFS erstatteten der m+b.com folgende Beträge für die Wahrnehmung der Lehraufträge:

Tabelle 41: Erstattungen für Lehraufträge an der Katholischen Fachschule für Sozialwesen in Heidelberg

Erstattungen	2010	2011	2012	2013	2014
MKFS	-	-	756,00 €	3.024,00 €	3.874,50 €
Katholische Fachschule	-	3.024,00 €	3.276,00 €	-	-

- 41 Inwieweit diese Erstattungen kostendeckend waren, konnte aufgrund der unvollständigen Kostenrechnung nicht ermittelt werden. Der Rechnungshof fordert die m+b.com auf, die Gesamtkosten zu berechnen und dem MKFS in Rechnung zu stellen. Auf die Bemerkungen in Tz. 5.4 wird hingewiesen.

Die m+b.com bemerkte in ihrer Stellungnahme, dass auch die Honorarsätze von der Fachschule für Sozialwesen vorgegeben gewesen seien, sodass keine Kostendeckung habe erzielt werden können.

Auch hier empfiehlt der Rechnungshof, weiterhin auf eine kostendeckende Abwicklung hinzuwirken.

5.5.1.4.3 **Lehrerbildung/Referendare**

Veranstaltungen für Lehrer und Referendare waren ein weiterer Bestandteil der Lernwerkstatt Erwachsenenbildung. Ziel war es, die Ausbildung von Schülern und Lehrern stärker zu verzahnen. Dies erfolgte größtenteils über die Projekte „check the web“ und „MyMobile“ sowie über die Schulradioplattform Edura.fm (s. u.).

5.5.1.4.4 **Zertifikatskurs Medienbildung in der Jugendarbeit Rheinland-Pfalz**

Dieser Kurs richtete sich an Fachkräfte in der Jugendarbeit. Er war Teil eines landesweiten Fortbildungskonzepts für die Jugendarbeit des MIFKJF. Nach Ablauf der Pilotphase sollten Träger der Jugendarbeit, die eine zertifizierte Fachkraft beschäftigen, eine Förderung für Projekte der Medienbildung beantragen können.

Während der Pilotphase beauftragte das MIFKJF durch Kooperationsvereinbarung vom Juli 2012 ausschließlich die m+b.com und den Landesbeauftragten für den Datenschutz Rheinland-Pfalz (LfD RP) mit der Durchführung der Fortbildungsmaßnahmen. Hierfür erstattete es einen Betrag von maximal 1.000 € pro Fortbildungstag. Erstattungsfähig waren Personal-, Sach- und Raumkosten, jeweils bis zu einem Höchstbetrag. Pro Maßnahme gewährte das MIFKJF darüber hinaus einmalig 300 € für die inhaltliche Vorbereitung, den Verwaltungsaufwand und die schriftliche Evaluation jeder Maßnahme. Die Kooperationsvereinbarung wurde einmalig um das Jahr 2014 verlängert.

Tabelle 42: Erstattungen für Zertifikatskurse Medienbildung in der Jugendarbeit

Erstattung	2012	2013	2014
Anzahl Kurse	-	4	1
Betrag in €	3.235,00	13.732,40	3.769,75

2012 erhielt die m+b.com 500 € für die Öffentlichkeitsarbeit des Projekts und eine einmalige Projektmanagementpauschale in Höhe von 2.735 €.

Die Erstattung umfasste auch die Aufwendungen für das festangestellte Personal. Daher kann in diesem Projekt von einer weitgehenden Kostendeckung ausgegangen werden.

5.5.2 (Modell-)Projekte

5.5.2.1 Edura.fm

Edura.fm ist eine Webradioplattform, die es allen interessierten Schulen in RP ermöglichen soll, eigene Radiobeiträge und -sendungen auszustrahlen und die Arbeit ihrer Radiogruppen im Internet zu präsentieren.

Edura.fm entstand als ein Kooperationsprojekt zwischen der CoLab gGmbH (CoLab)¹⁷ und der m+b.com. Die CoLab war dabei für die Entwicklung und den technischen Aufbau der Schulradioplattform zuständig. Die Multimedia-Initiative des Landes RP förderte diese Arbeit. Die m+b.com war und ist für die Betreuung und Qualifizierung der Teilnehmer zuständig. Hierfür hat sie keine Förderung erhalten.

Zum Einstieg in die Schulradioarbeit bot die m+b.com 2012 und 2013 Radio-Starter-Sets für Gruppen von maximal zwölf Personen an. Sie enthielten eine einfache Ausstattung (Technik, Arbeitsmaterialien und Software) für die Produktion am PC. Die Sets konnten gegen eine Schutzgebühr von 35 €¹⁸ erworben werden.

Die Kosten für die Radio-Starter-Sets betragen:

Tabelle 43: Erträge und Aufwendungen für die Radio-Starter-Sets

Radio-Starter-Sets	2012	2013	2014
Verkaufserlöse *)	40,00 €	3.099,55 €	975,00 €
Materialkosten	3.348,04 €	3.668,84 €	-
Verteilte Sets	100 Stück	100 Stück	-

*) Auf Kostenstelle Edura.fm gebuchte Verkaufserlöse.

¹⁷ CoLab ist ein Fachkraftwerk für in Not geratene Jugendliche. Die Gesellschaft bildet die Jugendlichen u. a. in technischen Berufen aus. Gesellschafter sind engagierte Bürger Deutschlands.

¹⁸ Bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen gab die m+b.com die Radio-Starter-Sets zum Sonderpreis von 25 € ab.

- 42** Bei einer Neuauflage der Radio-Starter-Sets empfiehlt der Rechnungshof, einen kostendeckenden Betrag für die Abgabe zu erheben.

Dies sagte die m+b.com in ihrer Stellungnahme zu.

Der kommerzielle Rundfunksender RPR 1 hat Edura.fm mit der Bereitstellung eines kostenfreien Jingle Pakets sowie eines Jingle-Karaoke-Sets unterstützt. Darüber hinaus wurden in der Anfangsphase auf bigFM¹⁹, einer Beteiligung von RPR 1, Radiospots geschaltet und zum Mitmachen aufgerufen. Im Gegenzug wurden RPR 1 und bigFM als Partner genannt.

- 43** Der Rechnungshof sieht die Annahme von Sachleistungen von Dritten, insbesondere von kommerziellen Rundfunkanbietern, für deren Zulassung und Aufsicht die LMK als Alleingesellschafterin der m+b.com zuständig ist, kritisch. Die m+b.com sollte künftig auf die Annahme von Sachleistungen verzichten, die ihr Dritte, die sich in einem Abhängigkeitsverhältnis zur Mutter befinden, anbieten.

Die m+b.com sah in ihrer Stellungnahme keine Auswirkungen der erbrachten Sachleistung auf die LMK.

Auch wenn sich im Einzelfall keine Auswirkungen ergeben haben, empfiehlt der Rechnungshof, vorsorglich die Annahme von Sachleistungen restriktiv zu handhaben.

Alle Sendebeiträge befinden sich auf einer zentralen Datenbank, aus der sich die Zuhörer ihr eigenes Radioprogramm als Webstream zusammenstellen können. Die Projektpartner haben die dafür notwendige GEMA-Lizenz erworben.

Die m+b.com beteiligte sich 2011 mit 2.023 € und 2014 mit 1.000 € an den Kosten der CoLab für die Programmierung der Internetplattform und die Erneuerung des Edura.fm-Servers. Umgekehrt war keine Beteiligung der CoLab an den Kosten der m+b.com für die Betreuung und Qualifizierung der Teilnehmer zu verzeichnen.

- 44** Die m+b.com sollte darauf achten, dass alle Kosten des Projekts zwischen den Kooperationspartnern zu gleichen Teilen aufgeteilt werden. Hierzu ist die Erfassung und Zuordnung aller projektrelevanten Kosten notwendig.

Die m+b.com teilte in der Stellungnahme mit, dass zum 1. Januar 2017 ein neuer Kooperationsvertrag abgeschlossen worden sei, der die Rechte und Pflichten der Beteiligten kläre.

Anfang 2012 gründeten die m+b.com und die CoLab die Betreibergemeinschaft Edura GbR zur Weiterentwicklung der Radioplattform. Die Gesellschaft sollte den Technologietransfer in andere Bundesländer fördern und versuchen, die inhaltliche und technische Arbeit mit bundesweiten Partnern zu verknüpfen. Bisher wurde jedoch nur ein

¹⁹ BigFM wird veranstaltet von bigFM in Baden-Württemberg GmbH & Co. KG, der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co. KG (RPR 1) und der Skyline Medien Saarland GmbH.

Kooperationsvertrag mit der LMA von Bremen abschlossen, der den dortigen Einsatz der Schulradioplattform zum Inhalt hatte. Weitere Kooperationen sind nicht bekannt.

Laut Gesellschaftsvertrag der Betreibergemeinschaft Edura GbR teilen sich die Gesellschafterinnen die Kosten und Gewinne zu gleichen Teilen. Bei den Aufwendungen handelte es sich im Prüfungszeitraum um die Kosten für den Server der Schulradioplattform und die Gebühren für das Bankkonto der Betreibergemeinschaft.

Aus den Jahresabschlüssen der Betreibergemeinschaft ergibt sich folgende Ertragslage:

Tabelle 44: Ertragslage der Betreibergemeinschaft edura GbR

Ertragslage	2012	2013	2014
	in €		
Einlage der m+b.com	450,00	737,00	780,00
Einlage der CoLab	350,00	600,00	600,00
Aufwendungen	716,45	1.246,98	1.362,37
50 % der Aufwendungen	358,23	623,49	681,19
überzahlter Betrag der m+b.com	91,78	113,51	98,82

- 45 Die Einlage der m+b.com lag jeweils über der Einlage der CoLab. Der Betrag, den die Einlage der m+b.com die von ihr zu tragenden Aufwendungen überschritt, wurde mit der Einlage für das folgende Jahr verrechnet. Diese Verrechnung kann vermieden werden, wenn beide Gesellschafterinnen gleich hohe Einlagen zahlen.

Laut Stellungnahme haben die Kooperationspartner die Betreibergemeinschaft edura GbR zum 31. Dezember 2016 aufgelöst. Außerdem handle die m+b.com derzeit mit der CoLab neue Kooperationsbedingungen aus.

5.5.2.2 Check-the-web / check-the-games

Check-the-web (ctw) umfasste medienpädagogische Projektstage für Schüler und begleitende Veranstaltungen für Eltern und Lehrpersonal zum Thema Jugendmedienschutz. Die m+b.com bot das Projekt seit 2009 an. Schüler der 5. bis 8. Jahrgangsstufe reflektierten an bis zu zwei Projekttagen ihr eigenes Mediennutzungsverhalten, wurden für mögliche Gefährdungen sensibilisiert und über die Rechtslage aufgeklärt. Die Projektstage richteten sich i. d. R. an komplette Schulklassen oder an Jugendgruppen in außerschulischen Bildungseinrichtungen.

Im Prüfungszeitraum nahmen insgesamt 256 Klassen an dem Projekt teil. Die Informationsveranstaltungen für Eltern und Schüler-Präsentationen bot m+b.com nur bis 2012 an. Im Schuljahr 2013/2014 konzipierte die m+b.com die sechs Themenmodule von ctw neu und passte sie an die aktuellen Themen an (z. B. Cybermobbing, WhatsApp).

2011 testete die m+b.com das auf den Spielebereich ausgerichtete Projekt „ckeck-the-games“ (ctg) an der Realschule plus in Ramstein-Miesenbach. Seit 2012 können Schulen in RP es zu ähnlichen Konditionen wie ctw in Anspruch nehmen.

46 Die Projektschulen entrichteten einen Kooperationsbeitrag, der i. d. R. 150 € pro Seminartag betrug. Inwieweit dieser Betrag kostendeckend war, kann aufgrund der wenig aussagefähigen Kostenrechnung nicht überprüft werden (vgl. Tz. 5.4). Die m+b.com sollte auch hier die Gesamtkosten der Maßnahme ermitteln.

Die m+b.com wies in der Stellungnahme darauf hin, dass sich der Beitrag an den finanziellen Möglichkeiten der Schulen orientierte. Eine Kostendeckung sei aufgrund der niedrigen Budgets nicht möglich gewesen.

Der Rechnungshof hält es trotzdem für angebracht, die Gesamtkosten der Maßnahme zu ermitteln. Ggf. könne eine Kostenbeteiligung seitens des Landes, insbesondere des PL, verhandelt werden.

5.5.2.3 TanzMedia

Die m+b.com konzipierte TanzMedia als Projektreihe, die bedarfsorientierte Konzepte für pädagogische Einrichtungen liefern sollte, bei denen tänzerische Bewegungen mit Medien kreativ kombiniert wurden. Dies sollte eine ganzheitliche und ästhetische Medienerziehung fördern.

Im Prüfungszeitraum führte die m+b.com sowohl eine ganzjährige AG an einer Ganztagschule als auch verschiedene ein-/mehrtägige Projekte durch. Die mehrtägigen Projekte richteten sich u. a. an Jugendliche in der Berufsorientierungsphase. 2012 fand das Projekt „Blaudes – Tanzen und Filmen gegen Rassismus und Vergessen“ in Kooperation mit dem Kultur- und Dokumentationszentrum Deutscher Sinti und Roma statt. Dieses Konzept nutzte die m+b.com in den folgenden Jahren für unterschiedliche Projekteinheiten.

Weitere Kooperationspartner waren z. B. die Bürgerstiftung Pfalz, das Wilhelm-Hack-Museum und der Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien.

5.5.2.4 Konzept m+b

2010 startete die m+b.com erstmals einen Wettbewerb für neue, innovative Konzepte und Ideen zur Medienbildung in RP. Gesucht wurden Ansätze zum Einsatz digitaler Medien in der schulischen und außerschulischen Bildung. Die m+b.com schrieb den Preis im Zwei-Jahres-Turnus aus.

Die Preise wurden in drei Kategorien verliehen²⁰. Die besten Ideen erhielten ein Preisgeld von 1.500 €²¹. Darüber hinaus bot die m+b.com medienpädagogische Unterstützung für die Umsetzung der ausgezeichneten Konzepte an.

Die MKFS stiftete den Förderpreis 2010. Seitdem übernahm die m+b.com selbst die Preisgelder, die 2014 insgesamt 6.500 € betragen. Die Preisverleihung erfolgte jeweils während des jährlich stattfindenden Forums Medienkompetenz der LMK. Es wurden jedoch immer weniger Konzepte für die Teilnahme am Wettbewerb eingereicht, sodass die m+b.com 2014 nicht alle Preise vergeben konnte.

Die m+b.com vermutete als Grund für die sinkende Beteiligung, dass die Informationen zum Wettbewerb nicht flächendeckend angekommen seien. Dies könne damit zusammenhängen, dass die ADD die Materialien nur noch auf elektronischem Weg an die Schulen weitergeleitet und keine Plakate und Flyer mehr postalisch versandt habe. Weitere Gründe seien nicht bekannt.

Aufgrund der sinkenden Teilnahme am Wettbewerb, beauftragte der Beirat in der Sitzung am 12. Juni 2015 die m+b.com, ein neues Konzept für den Wettbewerb zu entwickeln. Eine Weiterführung in der bisherigen Form sollte nicht erfolgen.

47 Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, dass bei der Überarbeitung des Konzepts auch die Zielsetzung sowie die Zielerreichung des Wettbewerbs überprüft werden sollte. Da die m+b.com seit 2012 die Preisgelder selbst tragen muss, sollte eine Einstellung des Wettbewerbs in Erwägung gezogen werden.

Laut ihrer Stellungnahme entschied sich die m+b.com Ende 2016 aufgrund der mittlerweile geringen Nachfrage, den Wettbewerb einzustellen.

5.5.2.5 MyMobile

2009 und 2010 erprobte und evaluierte die m+b.com an sechs Schulen in unterschiedlichen Klassenstufen den Einsatz von Handys im Fachunterricht und bereitete ihn für den Wissenstransfer auf. Dabei verband sie das Lernen mit neuen Medien mit schulischen und curricularen Bildungsinhalten.

Begleitend zu dem Buch „Mobiles Lernen mit dem Handy – Herausforderungen und Chancen für den Unterricht“ erarbeitete die m+b.com ein Lehrerfortbildungskonzept, das ab 2012 im ganzen Bundesgebiet zum Einsatz kam. Die m+b.com führte in Kooperation mit dem Landesmedienzentrum (LMZ) BW und dem Landesinstitut für Pädagogik und Medien (LPM) Saarland zwölf Fortbildungsveranstaltungen zum Thema mobiles Lernen/Lernen mit Handy und Tablet durch. Darüber hinaus stellte sie das Projekt auf Fachtagungen im Bundesgebiet sowie in Österreich und der Schweiz vor.

²⁰ 2012 wurden vier Kategorien dotiert.

²¹ 2010 betrug das Preisgeld jeweils 2.000 €.

Ab 2013 weitete die m+b.com das Konzept auf die Nutzung von Tablets im Unterricht aus. Sie bereitete Methoden und Tipps für den Einsatz in der Grundschule in einem Heft für den Transfer auf.

- 48** Die m+b.com finanzierte das Projekt weitgehend aus Eigenmitteln. Lediglich für Veranstaltungen, die sie im Auftrag von Dritten durchführte, erhob sie Kostenbeiträge. Inwieweit die Beträge kostendeckend waren, konnte nicht ermittelt werden (vgl. Tz. 5.4).

Die m+b.com stellte in der Stellungnahme klar, dass sie die von den Veranstaltern angebotenen Konditionen zur Durchführung der Veranstaltungen akzeptiert habe, da es ihr Ziel gewesen sei, das Projekt bekannt zu machen.

Unabhängig von den tatsächlich erzielbaren Beiträgen hält der Rechnungshof die Kenntnis über deren Kostendeckungsgrad für sinnvoll.

5.5.2.6 Medienscouts

Mediencouts.rlp ist ein Konzept zur Ausbildung von Schülern an weiterführenden Schulen zu Tutoren im Themenkomplex Jugendmedienschutz. Das Projekt gehört zum Zehn-Punkte-Programm des Landes RP „Medienkompetenz macht Schule“. Die m+b.com ist an der Qualifizierung der Mediencouts beteiligt und arbeitet bei den jährlichen Scout-Treffen mit, die jeweils am Safer Internet Day stattfinden.

Ab 2011 beauftragte das PL die m+b.com mit der Durchführung von acht bis elf Schulungen/Jahr. Dafür erstattete es ihr einen Betrag von 800 €/Schulung zuzüglich Fahrtkosten. Soweit die m+b.com die Schulungen in Kooperation mit den MKN in Trier und Koblenz bzw. mit freien Referenten durchführte, betrug der Erstattungsbetrag 400 €/Schulung²².

Zwei Referenten führten die Schulungen jeweils an zwei Tagen gemeinsam durch. Legt man den Personalkostenverrechnungssatz des Jahres 2014 in Entgeltgruppe TV-L 11 zugrunde, sind allein 1.250 €/Schulung²³ an Personalkosten für die Durchführung der Schulungen angefallen, ohne Berücksichtigung der Vor- und Nachbereitungszeiten und der eingesetzten Technik. Das Land erstattete daher nur einen Anteil der tatsächlichen Kosten.

- 49** Der Rechnungshof empfiehlt, alle projektbezogenen Kosten zu erfassen und dem Land in Rechnung zu stellen.

Die m+b.com teilte in der Stellungnahme mit, dass sie für die Durchführung von Veranstaltungen im Jahr 2017 einen Kooperationsvertrag mit verbesserten Rahmenbedingungen mit dem Land abgeschlossen habe.

²² 2012 schlossen zudem das PL und die m+b.com einen Vertrag über die Durchführung von zwei Schulungen mit einem Erstattungsbetrag von 540 €/Schulung ab.

²³ 8 Stunden x 2 Referenten x 2 Tage x 39,07 € Personalkostenverrechnungssatz (ohne Sachkosten) = 1.250,24 €.

5.5.2.7 MyClip – Jugendmedienschutz im Unterricht

Die m+b.com startete das Projekt MyClip 2009 an drei Berufsbildenden Schulen in Frankenthal, Ludwigshafen und Bad Dürkheim. Die Schüler sollten sich mit ihren eigenen Medienkonsumgewohnheiten auseinandersetzen. Für die m+b.com spielte dabei die Erprobung und Evaluation des Co-teaching-Verfahrens eine große Rolle. Die Unterrichtsplanung und -gestaltung wurde aus diesem Grund in der Kooperation zwischen einem Medienpädagogen der m+b.com und den jeweiligen Lehrkräften abgestimmt. Nach einem Schuljahr gemeinsamen Unterrichtens sollte sich der Medienpädagoge schrittweise zurückziehen und die Lehrkräfte alleine mit dem Konzept weiterarbeiten. Sie sollten so zu Multiplikatoren werden. In der Pilotphase nahmen insgesamt 130 Schüler in acht Projektklassen an MyClip teil.

In der anschließenden Projektphase 2010/2011 standen die Multiplikation und der Transfer des Konzepts im Mittelpunkt. Dies geschah durch sogenannte Anschubprojekteinheiten in weiteren Berufsbildenden Schulen, die von Schulungen der Multiplikatoren begleitet wurden. In Zusammenarbeit mit dem PL führte die m+b.com acht Multiplikatorenschulungen mit insgesamt 70 Teilnehmern durch.

Am Ende des Projekts veröffentlichte m+b.com die Broschüre „MyClip – praktische Medienarbeit in der Berufsschule“. Sie enthält eine Sammlung von Unterrichtsmethoden, um Medienkompetenz und Jugendmedienschutz in der Berufsförderpädagogik zu implementieren. Sie kann auf der Webseite der m+b.com heruntergeladen oder gegen Portoersatz angefordert werden.

Die Multimedia-Initiative des Landes RP (rlp-inform) und die MKFS haben das Projekt gefördert. Die für die Verwendungsnachweise erstellten Kostenübersichten enthielten folgende Erträge und Aufwendungen:

Tabelle 45: Erträge und Aufwendungen für das Projekt „MyClip“

Erträge und Aufwendungen „MyClip“	2009	2010	2011	Gesamt
	in €			
Zuwendung rlp-inform	28.000	22.000	37.000	87.000
Zuwendung MKFS	8.650	5.350	-	14.000
Zuwendung LMK ¹⁾	25.000	25.000	37.000	87.000
Ist-Kosten gesamt ²⁾	67.098	61.229	78.729	207.056
Fehlbetrag	5.448	8.879	4.729	19.056
Anteil Zuschuss rlp-inform an den Gesamtkosten in %	41,73	35,93	46,99	42,01

¹⁾ Die Zuwendung der LMK war in der Jahressumme (vgl. Tz. 5.3.1) enthalten.

²⁾ Von der m+b.com in den Verwendungsnachweisen abgerechnete Ist-Kosten.

In den Kosten waren auch die Aufwendungen für das festangestellte Personal, die Sachkosten und die Aufwendungen für die benötigte Technik enthalten. Die Multimediainitiative des Landes RP trug hiervon 42 %.

Die Kosten des Projekts stellte m+b.com in einer eigenen Excel-Liste zusammen. Diesbezüglich wird auf die Erläuterungen unter Tz. 5.4 verwiesen.

5.5.2.8 Weitere Projekte

Neben den bereits vorgestellten Projekten hat die m+b.com weitere Einzelprojekte durchgeführt, die sich jedoch nicht über den gesamten Prüfungszeitraum erstreckten. Aufgrund der Vielzahl dieser Einzelprojekte beschränkt sich der Rechnungshof auf eine stichwortartige Darstellung ausgewählter Projekte.

Tabelle 46: Weitere Projekte der m+b.com im Prüfungszeitraum

Projekt/Zeitraum	Inhalt	Partner
Mikroprojekte aus dem Programm „Stärken vor Ort“ 2009–2011	Unterstützung bei der sozialen, schulischen und beruflichen Integration von benachteiligten Jugendlichen und Frauen mit Problemen beim (Wieder-)Einstieg in das Erwerbsleben. Ziel: Stärkung der sozialen und kommunikativen Kompetenzen und dadurch Förderung der Ausbildungs- und Berufsreife. <u>Projekte:</u> Ludwikhafen, Gerpedia, Speyerpedia, Hörst du uns, Projekte in Anlehnung an „MyClip“ und TanzMedia.	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Europäischer Sozialfonds (ESF), jeweilige Kommune
Kaiserdome-App 2011–2012	Entwicklung einer Applikation (App) für mobile Endgeräte, die eine digitale Schnitzeljagd rund um den Kaiserdom in Speyer ermöglichte. Dabei wurden die Lerninhalte zur Stadtentwicklung mit dem Wissen über die eigenständige Entwicklung einer App kombiniert.	Stadtsparkasse Speyer, Stadtwerke Speyer, privates Unternehmen
Mannheimer Sein, Programm „Toleranz fördern – Kompetenz stärken“ 2011–2013	Dokumentarisches Medienprojekt für und mit Jugendlichen, welches als Teil des Mannheimer Aktionsplans für Toleranz und Demokratie durchgeführt wurde. <u>Inhalte:</u> Dokumentarfilm „Wann wird man ein Mannheimer (Mannemer)?“, Projekttag mit schulischen und außerschulischen Jugendgruppen zum Thema „Mannemer sein 2 – 360 Grad im Quadrat“.	BMFSFJ
Peer ³ – fördern_ vernetzen_ qualifizieren 2012–2014	Erprobung und Evaluation von medienpädagogischen Peer-to-Peer-Konzepten durch das JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF). Die m+b.com als einer der Kooperationspartner betreute acht Projekte. Mitarbeiter der m+b.com waren außerdem Mitglieder des Beirats, der JFF bei der Entwicklung und Durchführung des Projekts beriet.	BMFSFJ, JFF
Mobil + stark 2013–2014	Ziel: Stärkung der technischen und sozialen Kompetenzen von Menschen mit Handicaps, Unterstützung an der gesellschaftlichen	MKFS

Projekt/Zeitraum	Inhalt	Partner
	<p>Teilhabe.</p> <p><u>Projekte:</u> Erstellung eines „Stärken-Comics“, Entwicklung einer Schnitzeljagd durch die Kommune mit Hilfe der Handy-Rallye-App, Erstellung eines eBooks für hörgeschädigte Kinder und Jugendliche.</p>	
<p>Migrostories Bündnis für Bildung – BfB 2014</p>	<p>Die Teilnehmer sollten ihre Migrationsgeschichten in einem Webblog, einer Fotoausstellung und einem Videofilm dokumentieren. Die Ergebnisse wurden im Stadtmuseum Ludwigshafen ausgestellt und präsentiert.</p>	<p>Freundeskreis Ludwigshafen Gaziantep e. V., Freundeskreis Stadtmuseum Ludwigshafen e. V., Berufsbildende Schule Technik</p>
<p>Lu-City-Street-View 2014</p>	<p>Betreuung des Teilprojektes „interaktives Stadtspiel“ durch die m+b.com.</p>	<p>Projektbüro Europäische Kulturhauptstadt, Wilhelm-Hack-Museum (Hack and the city), Fonds Soziokultur</p>
<p>Weiter.bildung.digital 2014</p>	<p>Lernenden sollte die Möglichkeit geboten werden, ihre Lernwege eigenständig innerhalb eines vorgegebenen curricularen Rahmens planen und dies in einem elektronischen Portfolio dokumentieren zu können.</p>	<p>Bildungswerk Sport des Landessportbundes und Bildungsstätte Ebernburg der Ländlichen Erwachsenenbildung in RP</p>

5.6 Weitergehende Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz

Im Prüfungszeitraum ordnete die m+b.com kontinuierlich Mitarbeiter an den Landesbeauftragten für den Datenschutz RP (LfD RP) ab. Diese haben 2013 eine neue Jugend-Homepage zum Thema Datenschutz entwickelt (www.youngdata.de). Die Bezüge für die Abordnung hat der LfD RP der m+b.com erstattet.

Darüber hinaus ist die m+b.com Mitglied in folgenden Institutionen:

- alle MKN in RP,
- Fachverband GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (Leitung von zwei Fach- und einer Landesgruppe durch Mitarbeiter der m+b.com),
- JFF – Jugend Film Fernsehen e. V. (JFF e. V.),
- Collaboratory,
- Bundesverband Jugend und Film,
- Wissenschaftlicher Beirat des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung,
- Jugendbeirat von bigFM.

Die Geschäftsführerin ist außerdem Mitglied in der Lenkungsgruppe der Initiative „Keine Bildung ohne Medien“ und im Dialog Internet des BMFSFJ.

50 Die m+b.com sollte ihr Engagement in den o. g. Institutionen regelmäßig daraufhin überprüfen, inwieweit es noch dem Unternehmenszweck und der ursprünglichen Zielsetzung entspricht. Interessenkollisionen, z. B. durch die Mitarbeit in Gremien kommerzieller Rundfunkanbieter, sind zu vermeiden (vgl. Tz. 5.5.2.1). Neben den benötigten personellen Ressourcen sollten die Kosten in die Betrachtung einbezogen werden. Ggf. sollte die m+b.com sich von den Mitgliedschaften wieder trennen.

Die m+b.com wies in der Stellungnahme darauf hin, dass ihr die aktuellen Mitgliedschaften – auch nach einer Überprüfung – unabdingbar erschienen.

Auch wenn dies momentan der Fall ist, empfiehlt der Rechnungshof, die Mitgliedschaften weiterhin regelmäßig zu überprüfen.

5.7 Evaluation der Angebote zur Förderung der Medienkompetenz

Die m+b.com wertet die von ihr durchgeführten Angebote jeweils durch hierfür entwickelte Teilnehmer-Fragebögen aus. Die Ergebnisse werden über Sharepoint allen Mitarbeitern der Gesellschaft zugänglich gemacht. Im Rahmen der Programmplanungsgespräche werden sie besprochen und ausgewertet.

Darüber hinaus nimmt die m+b.com an zwei qualitätsorientierten Zertifizierungsprozessen teil:

- Lernerorientierte Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung (LQW) und
- Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung (AZAV)-Zertifizierung.

Während es sich bei der LQW um ein internes Verfahren handelt, prüfen bei der AZAV-Zertifizierung externe Gutachter.

5.7.1 Lernerorientierte Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung

Der LQW-Testierungsprozess ist ein Qualitätsentwicklungsverfahren, bei dem Lernende im Mittelpunkt stehen. Es wird die Qualität der Organisation, die Weiterbildung anbietet, untersucht und weiterentwickelt.

Die m+b.com führte 2009 das grundlegende Testierungsverfahren und 2013 ein Retestierungsverfahren durch. Sie legte die LQW-Selbstreporte vor und aktualisierte den 2013er Bericht im Juli 2014 und Juli 2015.

Nach Abschluss der Ersttestierung hat die m+b.com eine interne Steuerungsgruppe gebildet, die die Qualitätsentwicklung kontinuierlich weiter betreiben sollte. Diese leitete auch den Retestierungsprozess. Sie bestand aus der Geschäftsführerin, dem stellvertretenden Geschäftsführer und der pädagogischen Leitung. Die Arbeit wurde unterstützt durch Workshops und Sitzungen sowie einen externen Supervisor und Vertreter

des Beirats der m+b.com. Kern des Prozesses waren die pädagogischen Teamsitzungen, die in einem Abstand von vier bis sechs Wochen stattfanden.

Die m+b.com stellte zu folgenden elf Qualitätsbereichen einen umfangreichen Bericht zusammen, in dem Ziele, Verfahren, Umfeld, Entwicklungsmöglichkeiten etc. aufgeführt werden.

- Leitbild und Definition gelungenen Lernens,
- Bedarfserschließung,
- Schlüsselprozesse,
- Lehr-, Lernprozess,
- Evaluation: Selbstreport,
- Infrastruktur/Technik,
- Führung,
- Personal,
- Controlling,
- Kundenkommunikation,
- Strategische Entwicklungsziele.

Die m+b.com definierte für jeden Bereich Qualitätskriterien und bewertete, in welchem Umfang diese erreicht waren. Die Ergebnisse besprach das Team. Gemeinsam wurden Maßnahmen zur Verbesserung der Zielerreichung festgelegt. Im Rahmen des Retestierungsverfahrens 2013 überarbeitete die m+b.com auch ihr Leitbild. Darin definierte sie u. a. den Begriff des gelungenen Lernens neu. Außerdem ordnete die m+b.com die Aufgabenbereiche zwischen den leitenden Mitarbeitern neu zu, um Arbeitsabläufe zu optimieren.

Das LQW-Testierungsverfahren ist ein allgemein anerkanntes Verfahren zur Qualitätssicherung und -weiterentwicklung in Weiterbildungseinrichtungen. Die m+b.com führte dieses Verfahren 2009 und 2013 erfolgreich durch. Es ist allerdings aufgrund der vielen Sitzungen, Workshops, Abstimmungsgespräche etc. und der Abfassung eines endgültigen Berichts sehr zeit- und kostenintensiv.

51 Der Rechnungshof empfiehlt deshalb der m+b.com, flexiblere und kostengünstigere Verfahren zu erwägen. Dies ist insbesondere für eine relativ kleine Gesellschaft wie die m+b.com möglich. Die bisherigen LQW-Selbstreporte können als Grundlage für ein anderes Zertifizierungsverfahren dienen.

52 Zudem empfiehlt der Rechnungshof, nicht allein die Qualität der Tätigkeit einer Erfolgskontrolle zu unterziehen, sondern auch die Kosten der Tätigkeit zu beachten. Die Gesellschaft sollte das LQW-Verfahren mit kostenorientierten Controllinginstrumenten ergänzen. Eine aussagekräftige Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung wäre dazu geeignet (vgl. Tz. 5.4).

Die m+b.com wies in ihrer Stellungnahme darauf hin, dass im LQW-Testierungsverfahren bereits Instrumente zur Wirtschaftlichkeitsüberprüfung vorhanden seien.

Diese hält der Rechnungshof jedoch für begrenzt aussagefähig. Eine Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung kann dadurch nicht ersetzt werden.

5.7.2 Zertifizierung nach der Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung

Die Bundesagentur für Arbeit verfolgt das Ziel, die Qualität arbeitsmarktlicher Dienstleistungen zu verbessern. Um dieses Ziel zu erreichen, lässt sie nur solche Träger zur Erbringung von Arbeitsmarktdienstleistungen zu, die unter anderem ihre Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit nachweisen, qualifiziertes Personal einsetzen und ein System zur Sicherung der Qualität anwenden. Die Zulassungserfordernisse gelten für alle Träger, die Maßnahmen der Arbeitsförderung selbst durchführen oder durchführen lassen.

Die m+b.com ist zugelassene Trägerin arbeitsmarktlicher Dienstleistungen nach dem Recht der Arbeitsförderung. Sie bedarf als Trägerin solcher Maßnahmen einer Zertifizierung nach der AZAV. Die Prüfung wird von externen Gutachtern jährlich vorgenommen. Bei der Zertifizierung erstellt ein Gutachter einen AUDIT-Bericht. In diesem erfasst er die begonnenen und abgelaufenen Maßnahmen und bewertet sie nach Kriterien wie Kundenorientierung, Unternehmensorganisation, Konzept zur Qualifizierung der Lehr- und Fachkräfte, Zielvereinbarungen, Entwicklungsmöglichkeiten etc. Nur bei einer insgesamt positiven Bewertung wird die m+b.com als Träger von arbeitsmarktlichen Dienstleistungen anerkannt.

Die AZAV-Zertifizierung ist für die m+b.com vorgeschrieben, um bestimmte Maßnahmen der Arbeitsförderung durchführen zu können. Die Gesellschaft kommt dabei lediglich den gesetzlichen Vorgaben nach.

5.8 Weiterführende Überlegungen zur Förderung der Medienkompetenz durch die m+b.com

5.8.1 Auswahl der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz

Die m+b.com geht in ihrem Leitbild vom 25. Juni 2013 von einem weiten Bildungsbegriff aus, den sie synonym für Medienkompetenz verwendet. Sie sieht „die grundlegende Aufgabe der Medienbildung in der Vermittlung der Fähigkeiten, die zu einem sinnvollen, kritischen, selbstbestimmten und kreativen Umgang mit den Medien und zu sozialer Kompetenz führen“. Dabei soll Medienbildung die Teilnehmer befähigen, mündige und sozial verantwortliche Bürger zu werden. Für die m+b.com ist Medienbildung auch ästhetische Bildung, die Kreativität und Selbstaussdruck fördert. Medienkompetenz betrachtet sie als eine notwendige Voraussetzung und eine wichtige Grundlage, um sich in der Informationsgesellschaft und am Ausbildungs- und Arbeitsmarkt behaupten zu können.

Mit dieser Sichtweise geht die m+b.com teilweise über die in Tz. 2.2 beschriebene Definition der Medienkompetenz hinaus. So kann sie die unterschiedlichsten Themen und Projekte dem Unternehmensziel zuordnen und auf einem sehr weiten Feld tätig werden.

Der Rechnungshof sieht darin jedoch die Gefahr, die Ressourcen durch zu viele und teilweise zu kleinteilige Projekte zu binden, durch die nur eine punktuelle Förderung der Medienkompetenz erreicht werden kann. Dies gilt insbesondere für solche Projekte, die nicht in erster Linie auf eine Multiplikationswirkung ausgerichtet sind.

Die m+b.com sollte bei der Auswahl ihrer Projekte jeweils prüfen, inwieweit:

53

- ähnliche Themen und/oder Projekte nicht bereits andere Institutionen etc. anbieten,
- die Projekte eine Multiplikationswirkung entfalten,
- die Nachhaltigkeit der Projekte sichergestellt werden kann und
- die Inhalte mit den strategischen Zielen übereinstimmen.

Ihre strategischen Ziele, die sie bereits im Strategieprozess mit dem Beirat festgelegt hatte, sollte sie dabei kontinuierlich überprüfen und mit der Gesellschafterin abstimmen.

Die m+b.com betonte in ihrer Stellungnahme, dass aufgrund ihrer Aufgabenstellung und deren Umsetzung die Übereinstimmung mit den strategischen Zielen der gGmbH sichergestellt sei.

Der Rechnungshof empfiehlt jedoch, auch den Abgleich mit der LMK als Alleingesellschafterin der m+b.com zu gewährleisten.

5.8.2 Regionale Verteilung der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz

54

Neben der Geschäftsstelle und dem HdM in Ludwigshafen war die m+b.com Ende 2014 mit eigenen Standorten nur in Mainz und in Trier vertreten. Durch eine Konzentration auf diese Regionen werden große Teile von RP nicht von dem Angebot der m+b.com erreicht. Der gesetzliche Auftrag zur Förderung der Medienkompetenz umfasst jedoch das gesamte Landesgebiet. Es sollte daher geprüft werden, inwieweit die Zusammenarbeit mit den MKN ausgeweitet werden kann, die nicht bereits selbst Projekte zur Förderung der Medienkompetenz anbieten. Bei einer gemeinsamen Nutzung von Räumlichkeiten und technischer Ausstattung würden die Kosten in einem vertretbaren Rahmen bleiben.

Die m+b.com sagte in ihrer Stellungnahme zu, dies zu überprüfen.

5.8.3 Finanzierung der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz

Die m+b.com generierte einen Teil ihrer Einnahmen über Projekte und Veranstaltungen, die von Dritten gefördert wurden. Der Anteil an den Gesamterträgen lag im Prüfungszeitraum zwischen 20 und 28 % (vgl. Tz. 5.3.1).

Durch die Akquise und die anschließende verwaltungsmäßige Abwicklung wurden nicht unerhebliche personelle Ressourcen gebunden. Die Zuwendungen zu den Projekten deckten nach den Grundsätzen des Zuwendungsrechts nur einen Teil der Kosten. Die m+b.com trat zunehmend in Konkurrenz zu anderen Anbietern auf, insbeson-

dere bei Projekten, die der Bund förderte²⁴. Darüber hinaus war die inhaltliche Gestaltung der Projekte stark abhängig von den Rahmenbedingungen der Auftraggeber.

55 Der Rechnungshof empfiehlt daher, künftig die Akquise von Drittmittelprojekten einzuschränken. Stattdessen sollte die m+b.com prüfen, inwieweit sich die personellen und finanziellen Ressourcen durch Kooperationen mit Partnern wirkungsvoller einsetzen lassen. Sie sollte sich außerdem auf die Themenbereiche konzentrieren, in denen Dritte keine vergleichbaren Projekte anbieten.

Die m+b.com wies in der Schlussbesprechung darauf hin, dass sie von der Durchführung von Drittmittelprojekten auch selbst, namentlich durch die Erweiterung ihrer Kompetenzen, profitiere. Sie sagte außerdem eine Überprüfung zu, ob sich durch Kooperationen mit anderen Partnern ihre Ressourcen noch wirkungsvoller einsetzen ließen.

56 Die m+b.com sollte mit der LMK verhandeln, welche Themen von ihr in welchem Umfang abzudecken sind und welche Mittel sie hierfür benötigt. Da es zu dem gesetzlichen Auftrag der LMK gehört, Projekte zur Förderung der Medienkompetenz zu unterstützen, sollte der Zuwendungsbetrag an ihre hierfür eingerichtete Tochtergesellschaft auch deren Kosten abdecken und eine gewisse Planungssicherheit gewährleisten.

57 Aufgrund der eingeschränkten Personalkapazitäten sollte außerdem der Fokus noch stärker als bisher auf Angebote für Multiplikatoren gerichtet werden, die die Inhalte in die Fläche tragen können. Aus bereits erprobten Projekten sollte sich die m+b.com auf eine Beratungsfunktion zurückziehen, sobald diese evaluiert und für den Wissenstransfer aufbereitet wurden. Ein gutes Beispiel hierfür bildet u. a. das Projekt „MyClip“ (vgl. Tz. 5.5.2.7).

Multiplikatoren-Fortbildung sind laut Stellungnahme der m+b.com nicht ohne eigene medienpädagogische Praxis mit Kindern und Jugendlichen möglich. Projekte mit Transferwirkung müssten zunächst entwickelt und erprobt werden, bevor sie multipliziert werden könnten.

Dies erkennt der Rechnungshof an. Er weist jedoch darauf hin, dass sich die m+b.com aus erprobten und evaluierten Projekten auf deren Multiplikation zurückziehen sollte.

²⁴ Lt. Lagebericht der m+b.com für 2013 stiegen sowohl die Zahl der Antragsteller als auch der Konkurrenzdruck kontinuierlich. So würde das BMBF von jährlich rd. 200 Antragstellern lediglich zehn eingereichte Projekte fördern. Dabei würde die m+b.com in einigen Förderprogrammen als Tochter der LMK nicht als Antragstellerin akzeptiert.

6 Fazit

Die Förderung der Medienkompetenz ist zunächst durch unklare bzw. nicht allgemein gültige Definitionen gekennzeichnet. So definieren nicht nur verschiedene Akteure den Begriff unterschiedlich. Vielmehr kursieren auch innerhalb der LMK selbst je nach Adressat extensive oder enge Definitionen.

Die Förderung ist ferner durch sehr viele Anbieter und durch noch mehr Internetseiten und Broschüren geprägt. Hauptakteur sind die LMA, die Länder und dabei jeweils verschiedene Ministerien und Einrichtungen, die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Verbraucherschutzorganisationen, Datenschutzbeauftragte sowie verschiedene im Medienbereich tätige Gesellschaften, Stiftungen und Vereine.

Ebenso ist die Nachfragestruktur sehr vielfältig. So betreffen bestimmte Medienkompetenzprojekte nur bestimmte Altersgruppen (Kinder, Jugendliche, Senioren) oder Nutzer von bestimmten Medien (Handy, PC, TV etc.). Eine weitere Differenzierung ergibt sich dadurch, dass die Projekte unterschiedliche Wirkungsweisen haben. So sind einige Projekte örtlich und/oder auf bestimmte Personengruppen beschränkt – wie z. B. Maßnahmen in einzelnen Schulen. Andere können weltweit wirken – wie Internetauftritte. Es ist kaum möglich, sich einen Überblick in diesem Bereich zu verschaffen.

Es ist aber zum einem unabdingbar, sich zumindest innerhalb der LMK auf eine Begriffsbestimmung zu verständigen, um Aufgaben innerhalb der LMA und die Projekte der LMK im Zusammenhang mit denen anderer LMA und Dritter beurteilen zu können. Ebenso ist zu berücksichtigen, wer Adressat der Maßnahmen ist und wo sich deren Wirkung entfaltet.

Aufgrund dieser Prämissen schlägt der Rechnungshof für die Tätigkeit im Medienkompetenzbereich der LMK grundsätzlich Folgendes vor:

- Begriffsbestimmung

58

Die LMK sollte den Begriff intern einheitlich anwenden. Sie sollte sich zudem innerhalb der Medienanstalten dafür einsetzen, dass diese eine verbindliche allgemeingültige Definition des Begriffs Förderung der Medienkompetenz erarbeiten. Nur so kann diese abgegrenzt werden zu anderen Aufgaben der LMA und auch verglichen werden.

Die LMK betonte in der Schlussbesprechung, dass der Begriff Medienkompetenz einen hochkomplexen und sich ständig wandelnden Bereich betreffe. In der Stellungnahme wies die LMK auf die Grundsätze der LMA zur Medienkompetenzförderung von 2015 hin.

Der Rechnungshof stellt fest, dass trotz dieser Grundsätze der Begriff Medienkompetenz weiterhin unterschiedlich verwendet wird.

- Zentralisierung der Aufgaben

Bei einigen Projekten ist über die länderübergreifende Wirkung hinaus festzustellen, dass sie bundesweit von jedem Interessierten gleich genutzt und eingesetzt werden können (vgl. Tz. 4.2.4.3).

59 In diesem Fall regt der Rechnungshof an zu prüfen, ob diese Aufgabe nicht zentral, z. B. von der gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten, zumindest koordiniert werden kann.

Die LMK betonte in der Schlussbesprechung und in der Stellungnahme, dass die inhaltliche Arbeit bei den einzelnen LMA stattfindet. Eine Zentralisierung von Aufgaben sei deshalb gegenwärtig nicht durchsetzbar.

In der gemeinsamen Geschäftsstelle war auch eine inhaltliche Zusammenarbeit vorgesehen, die es ermöglicht, bestimmte Aufgaben zu zentralisieren.

- Kostenverteilung

Die LMK führt Medienkompetenzprojekte durch, die nicht nur in RP wirksam sind, sondern auch in anderen Ländern. Alle LMA haben die Aufgabe, Medienkompetenz zu fördern (vgl. Tzn. 4.2.4.3, 4.2.4.4 und 4.2.4.7).

In der Schlussbesprechung erklärte die LMK, dass die Kostenverteilung unter den LMA sehr schwierig sei, da jede andere Schwerpunkte setze. Einige würden die Förderung von Medienkompetenz gar nicht mehr zu ihren Aufgaben zählen. Andere seien finanziell dazu nicht in der Lage.

60 Der Rechnungshof empfiehlt, unabhängig von jeweils eigenen Schwerpunkten der einzelnen LMA, zumindest weiterhin darauf hinzuwirken, bei einschlägigen Projekten die Kosten unter ihnen aufzuteilen.

- Doppelstrukturen

Bei einigen Angeboten der LMK gibt es – auch qualitativ – vergleichbare Medienkompetenzprojekte anderer Einrichtungen (vgl. Tzn. 4.2.4.3, 4.2.4.4 und 4.2.4.9). Inhaltliche Doppelungen zeigen sich insbesondere bei den Ratschlägen zur Internetnutzung.

61 Der Rechnungshof fordert deshalb die LMK auf zu untersuchen, bei welchen gleichwertigen Projekten es Doppelungen gibt. Bei diesen sollte die LMK erwägen, ihre Maßnahme einzustellen

Der Stellungnahme der LMK zufolge kommt es zu keinen Doppelungen.

Unzweifelhaft hat jedes Projekt seine eigenen Schwerpunkte. Der Rechnungshof hat aber bei seinen Recherchen im Internet zu fast allen Medienkompetenzprojekte ähnliche Angebote gefunden, sodass sich in vielen Bereichen zumindest zahlreiche Überschneidungen – und damit Doppelungen – ergeben.

- Kooperationen

Einige Medienkompetenzprojekte führt die LMK alleine oder mit wenigen Partnern durch. Es ist festzustellen, dass es bei fast allen Projekten auch andere Einrichtungen gibt, die sich auf diesem Bereich kompetent bewegen (vgl. Tzn. 4.2.4.5 und 4.2.4.8).

62 Der Rechnungshof empfiehlt für alle Medienkompetenzprojekte, weiterhin nach möglichen Kooperationspartnern zu suchen. Damit können erstens die inhaltliche

Bearbeitung der Themen auf viele verschiedene Einrichtungen verteilt und zweitens Mittel einspart werden.

Die LMK wies in der Schlussbesprechung darauf hin, dass sie Kooperationen – wo möglich – bereits eingehe. In der Stellungnahme betonte sie, dass bis auf einige Projekte der m+b.com Kooperationspartner gefunden worden seien.

Nach Recherchen des Rechnungshofs gibt es im Netz viele vergleichbare Angebote. Folglich erscheinen weitere Kooperationen möglich und sinnvoll.

- Multiplikatoren

Die LMK führt Medienkompetenzprojekte durch, die einzelne Personengruppen betreffen. Es handelt sich dabei z. B. um Schulklassen, von denen keine unmittelbare Multiplikatorwirkung ausgeht (Tz. 5.5.1.1.1).

63

Die LMK sollte bei der Durchführung ihrer Projekte darauf achten, dass diese – ungeachtet einer notwendigen direkten Rückkoppelung mit den Jugendlichen – vor allem Adressaten erreichen, die ihrerseits die Inhalte an eine Vielzahl von Endnutzern weitergeben können.

Die LMK wies in der Stellungnahme darauf hin, dass die Projekte der LMK und der m+b.com sich zunehmend an Multiplikatoren richte.

Dies trifft zwar zu, sollte aber noch verstärkt werden.

gez.
Klaus P. Behnke
Präsident

gez.
Dr. Johannes Siebelt
Direktor beim Rechnungshof

