

Rd. Nr.	Anmerkung LRH	Anmerkungen LMK/m+b.com gGmbH
A	<u>LMK – Allgemein:</u>	
2	In diesem Zusammenhang gibt der Rechnungshof - wie bereits bei der letzten Prüfung - 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 werden.	Die LMK und ihre Einrichtungen unterstützen die Strategien des Landes mit zielgerichteten Projekten für Schulen, für die Lehreraus- und weiterbildung oder im Bereich der frühkindlichen Medienerziehung in Kindertagesstätten und Horten insbesondere auch im Bereich von Schulen. Damit und mit Ihren Angeboten in der Jugend- oder Seniorenbildung leistet die LMK im Rahmen ihrer Mittelverwendung einen wichtigen Beitrag zur Digitalstrategie des Landes.
3	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.	<p>Für die LMK ist die kaufmännische Buchführung maßgeblich (§ 49 Abs. 2 Satz 3 LMG). In der Systematik der kaufmännischen Buchführung ergibt sich das Eigenkapital in der Bilanz als Saldogröße aus Vermögen (Aktiva) und Fremdkapital. Dabei gibt es keine systematischen Unterschiede, ob es sich um eine Bilanz einer öffentlichen Verwaltung oder eines privatwirtschaftlichen Unternehmens handelt.</p> <p>Bei der LMK besteht das Eigenkapital aus den Rücklagen. Diese Rücklagen sind in ihrer Art jedoch nicht vergleichbar mit den Rücklagen in der Kameralistik. Im kameralen Haushalts- und Rechnungswesen dienen Rücklagen der Ansammlung von liquiden Mitteln, um die Zahlungsfähigkeit zu sichern oder Beträge für zukünftige Ausgaben anzusparen. Sie sind somit Teil der Aktiva. Dieser Ansatz spiegelt sich in den Ausführungen des Rechnungshofes wider, in dem er den Bedarf an liquiden Mitteln, der Rechnungshof spricht in der Terminologie der Kameralistik von kurzfristigen Einlagen, ausschließlich an den kurzfristig notwendigen Ausgaben angepasst sehen will und das von der LMK angewandte System der kaufmännischen Buchführung damit übersieht.</p> <p>Rücklagen in der kaufmännischen Buchführung sind eben nicht Aktivrücklagen, sondern Passivrücklagen. Diesen Rücklagen stehen – anders als in der Kameralistik - gerade keine bestimmten Aktiva gegenüber. Im kaufmännischen Rechnungswesen</p>

sind Rücklagen keine Bestände aus liquiden Mitteln, denen bei Bedarf Beträge entnommen werden können. Vielmehr decken Rücklagen gemeinsam mit anderen Passivposten der Bilanz die gesamte Mittelverwendung der Aktivseite der Bilanz.

Würde man der methodisch und sachlich fehlerhaften Argumentation des LRH folgen, könnte die LMK Rücklagen für mittelfristige Projekte und Investitionen nicht bilden. Lediglich für kurzfristige Projekte und Investitionen, die dann, so der LRH, aus den Mitteln eines Geschäftsjahres finanziert werden müssten, wären Rücklagen vorzuhalten. Nichts Anderes ist aus der Forderung „Die LMK wird aufgefordert, den Teil der Rücklagen, der nicht zur Sicherung der Liquidität notwendig ist, aufzulösen und an den SWR abzuführen.“ zu erkennen (RZ 4).

Die Auffassung des Rechnungshofes entspricht nicht den Vorgaben des LMG, welches in § 49 Abs. 5 ausdrücklich die Bildung von Rücklagen erlaubt. Dort heißt es „Zur Sicherung ihrer Wirtschaftsführung kann die LMK Rücklagen bilden, soweit dies für die stetige Erfüllung ihrer im Rundfunkstaatsvertrag bestimmten Aufgaben in Einzelfällen erforderlich und eine Finanzierung aus den Mitteln eines Wirtschaftsjahres nicht möglich ist. Die Zuführungen und Entnahmen sind im Wirtschaftsplan zu veranschlagen.“ Die LMK erstellt eine mehrjährige Finanzplanung und kann im Rahmen der Finanzplanung auch Rücklagen bilden, die aufgelöst werden, wenn die Mittel für Investitionen benötigt werden.

Die Sicherung der Liquidität wird in der Doppik durch die Relation von Umlaufvermögen und Verbindlichkeiten ausgewiesen. Das Liquiditätsmanagement der LMK berücksichtigt, dass von der Liquidität nicht nur kurzfristige Verbindlichkeiten gedeckt sein müssen, sondern aufgrund der quartalsweisen Auszahlungsweise der Rundfunkgebühr auch ausreichend Mittel für Verbindlichkeiten in diesem Zeitraum. Die Finanzplanung berücksichtigt dies.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass zur Basisausstattung einer Einrichtung nicht nur die Finanzmittel zur Sicherstellung der Liquidität, sondern auch das erforderliche Sachanlagevermögen zählt. Dabei ist die „goldene Bilanzregel“ zu beachten. Danach ist das langfristige Vermögen auch langfristig zu finanzieren. Ist das

		<p>Verhältnis von Eigenkapital zu Anlagevermögen also gleich 1 oder größer 1, so ist das langfristige Vermögen langfristig finanziert und die Fristenkongruenz zwischen Mittelherkunft und Mittelverwendung ist eingehalten.</p> <p>Es entspricht daher der vernünftigen kaufmännischen Vorgehensweise, das Eigenkapital und damit die Rücklagen in Höhe des Wertes der immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagevermögens jeweils zu <u>Wiederbeschaffungskosten</u> auszuweisen und diesen Wert um eine Liquiditätsreserve in Höhe der durchschnittlichen Aufwendungen für 1,5 Monate zum Ausgleich der Gebühreuzuweisung zur Quartalsmitte aufzustoßen.</p>
4	Die LMK wird aufgefordert, den Teil der Rücklagen, der nicht zur Sicherung der Liquidität notwendig ist, aufzulösen und an den SWR abzuführen.	siehe RZ 3
B	<u>LMK – Medienkompetenz:</u>	
6	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.	Die LMK greift die Anregungen des LRH auf und hat aktuell erste Kontakte mit den zuständigen Institutionen aufgenommen.
7	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	Die LMK greift die Anregung des LRH auf und prüft die Strukturen an den jeweiligen MKN Standorten gezielt im Hinblick auf die ggf. gebotene Einbindung von Landesinstitutionen.

	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).	
8	Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, die MKN sollten vor Ort selbst prüfen und entscheiden, welche Organisationsform für sie die wirtschaftlichste und effektivste ist. 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 schließt sich der Empfehlung des LRH an.
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 auseinander zu setzen.	Die LMK schließt sich der Empfehlung des LRH an.
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 greift die Empfehlung des LRH auf und wird die regionalen MKNs bei der Erstellung der jährlichen Geschäftsberichte koordinierend unterstützen, ggf. mit einem Geschäftsbericht für alle MKN Standorte, der die spezifischen Schwerpunktsetzungen und Aktivitäten in den Regionen abbildet und sowohl gemeinsame als auch spezifische Perspektiven aufzeigt.
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.	Siehe Stellungnahme zu RZ 7
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 greift die Empfehlung des LRH auf und wird eine weitere MKN- Analyse (Indikatorenanalyse) durchführen, sobald die Empfehlungen des LRH umgesetzt sind.

13	<p>mpfs: Der Rechnungshof vertritt die Auffassung, dass deshalb nicht allein die LMK und die LfK die Kosten dieser Studien tragen sollten. Die LMK sollte 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.</p>	<p>Die LMK schließt sich nicht der Auffassung des LRH an. Der mpfs ist eine Idee und Gründung von LMK, LfK und SWR. Der enorme Erfolg gründet auf der Kompetenz der drei Partner, den unkomplizierten und kurzen Entscheidungswegen und dem sehr hohen Engagement der Beteiligten, das u.a. auch auf der hohen Identifikation fußt. Zentralisierung und Entfernung vom Produkt ist gerade nicht ein Mittel der Wahl, um höchste Qualität zu erreichen. Ein Blick auf die Erfolge der Landesmedienanstalten zeigt zudem, dass unterschiedliche Schwerpunktsetzungen verbunden mit intensivem Austausch der geeignete Weg sind.</p>
14	<p>mpfs: Die LMK wird deshalb aufgefordert zu prüfen, die Infosets des mpfs einzustellen. Diese Aufgabe erfüllen bereits andere Einrichtungen.</p>	<p>Die LMK wird den Vorschlag des Rechnungshofes aufgreifen und gemeinsam mit dem Kooperationspartner, der Landesanstalt für Kommunikation BaWü, erörtern, ob die Infosets noch ihre Aufgabe erfüllen oder eingestellt werden sollten.</p>
15	<p>Handysektor: 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.</p>	<p>Die LMK teilt die Auffassung des LRH nicht. Das Projekt handysektor fokussiert mit seinen Angeboten die Zielgruppe der Jugendlichen und bietet vor allem Informationen rund um das Thema Smartphones und Apps. Dieses umfassende Angebot wird derzeit von keinem Projekt auf Bundesebene abgedeckt. Die vom Rechnungshof aufgeführten Angebote haben folgende Aufgaben, bzw. Zielsetzungen: Das Projekt „Eltern im Netz“ ist ein Elternratgeber des Bayerischen Landesjugendamtes und befasst sich vorrangig mit Kindererziehung, von der Schwangerschaft bis zur Einschulung. In kurzen Informationen wird auch auf das Thema Medienerziehung eingegangen. Dies sind aber Randthemen und zur Handynutzung belaufen sich die Infos auf wenige Sätze. Zielgruppe dieses Projekts sind Eltern, die Themenfelder sind vor allem Erziehungsfragen. Das Beratungsangebot „polizeiberatung.de“ beschäftigt sich vor allem mit polizeilicher Kriminalprävention. Die Zielgruppen sind alle Bürger, die Themenfelder sind breit gefächert, beispielsweise Betrug, Diebstahl, Einbruch usw. Darunter befindet sich auch der Themenbereich Gefahren im Netz. Dieser behandelt in zwei Unterpunkten das Thema Smartphone mit dem Focus auf Handygewalt und Smartphone-Sicherheit. Andere Themen zu Smartphones werden nicht aufgegriffen. Das „Informationszentrum Mobilfunk e. V. (IZMF)“ hat seine Tätigkeit zum 31.12. 2015 eingestellt. Das IZMF hatte sich mit Mobilfunk befasst, hatte aber andere Schwerpunkte als das Projekt handysektor. Die Zielgruppen waren Erwachsene und die Themenfelder befassten sich auch mit Bildung, aber im Zusammenhang mit Gesundheit und Umwelt.</p>

16	<p>Handysektor: 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.</p>	<p>Die LMK schließt sich nicht der Auffassung des LRH an. Handysektor ist eine Idee und Gründung von LMK, LfK und LfM. Der enorme Erfolg gründet auf der Kompetenz der drei Partner, den unkomplizierten und kurzen Entscheidungswegen und dem sehr hohen Engagement der Beteiligten, das u.a. auch auf der hohen Identifikation fußt. Zentralisierung und Entfernung vom Produkt ist gerade nicht ein Mittel der Wahl, um höchste Qualität zu erreichen. Ein Blick auf die Erfolge der Landesmedienanstalten zeigt zudem, dass unterschiedliche Schwerpunktsetzungen verbunden mit intensivem Austausch der geeignete Weg sind. Die Forderung nach einer Einstellung des Projektes ist lebensfremd und fußt offenbar auf einer unzureichenden Analyse der Angebotssituation in Deutschland (siehe auch RZ 15). Die Bedeutung des Projekts handysektor hat in den letzten drei Jahren einen stetigen Anstieg erfahren, was eng mit der technischen Entwicklung der Handys und Smartphones, und der damit zusammenhängenden Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Verbindung zu bringen ist. Das handysektor-Angebot wird über die Webseite www.handysektor.de sowie über jugendaffine, soziale Medien, wie WhatsApp, Telegram, Instagram, Snapchat usw. verbreitet. Die Nutzer greifen somit über verschiedene Medienkanäle auf die Inhalte des Projekts zu. Aus den Ergebnissen der KIM- und JIM-Studien lässt sich auch entnehmen, dass die Smartphone-Nutzer immer jünger werden. Das Thema Smartphones und Apps wird deshalb an Bedeutung nicht abnehmen, sondern eher zunehmen, und das Arbeitsaufkommen wird sich erhöhen. Vor diesem Hintergrund können langfristig Möglichkeiten der Ausweitung der Finanzierung (ohne Mitbestimmung) geprüft werden.</p>
17	<p>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.</p>	<p>Die Empfehlung des LRH trifft nicht zu, da diese Kooperationen bereits umgesetzt sind und der LRH diese offenbar nicht erkannt hat. Die Stiftung MKFS ist für ihr Angebot Klicktipps im Jahr 2016 eine Kooperation mit dem BMFSFJ eingegangen. Das BMFSFJ beteiligt sich jährlich mit ca. 60 % an den laufenden Kosten von Klicktipps. Klicktipps erarbeitet pädagogisch geprüfte Surfempfehlungen für Kinder und stellt diese Dritten zur Verfügung. Das Klicktipps-Angebot ist einmalig und wird im Übrigen auch seit vielen Jahren von fragFINN genutzt; fragFINN ist ein Bestandteil von „Ein Netz für Kinder“. Auch das Projekt Klicksafe bindet die Leistungen von Klicktipps in sein Angebot ein, um sie nicht selbst erbringen zu müssen. Klicktipps ist von Beginn an einer der Unterstützer von Klicksafe und</p>

		unterstützt die Klicksafe-Antragsstellung bei der EU regelmäßig mit einem „Letter of Intent“.
18	Das Angebot (Juuport) ist länderübergreifend. Die LMK sollte auch weiterhin anstreben, dass alle 14 LMA das Projekt mittragen - wenn nicht als Mitglied, so doch finanziell.	Die LMK schließt sich der Empfehlung, des LRH an. Bei der Vereinsgründung des Vereins „juuport“ im November 2014 sind fünf LMA gemeinsam gestartet und bis heute konnten zwei weitere LMA, die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (mmv) und Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) gewonnen werden. Der Verein strebt an, auch zukünftig weitere LMA zur Mitarbeit zu gewinnen. Die LMK unterstützt das Projekt juuport bei der Akquise von weiteren LMA-Partnern.
19	Flimmo: 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 wird die Empfehlungen des LRH prüfen und weist erläuternd auf Folgendes hin: Das Angebot des FLIMMO ist einzigartig, aufgrund der wissenschaftlichen Fundierung und des Blickwinkels, mit der das für Kinder relevante TV-Programm eingeschätzt wird. Dies bezieht sich nicht nur auf Kindersendungen, sondern auch auf das Erwachsenenprogramm, das von Kindern gesehen wird. Der FLIMMO bietet anderen Einrichtungen die Möglichkeit an, Sendungsbesprechungen und Beiträge zu aktuellen Themen aus der Medienpädagogik von FLIMMO in ihr eigenes Internetangebot einzubinden. Mit seiner nunmehr fast zwanzig jährigen Expertise in der Elternprogrammberatung, verfügt der FLIMMO u.a. über ein enormes Sendungsarchiv, das mit 11.718 Besprechungen deutschlandweit einzigartig ist. Die Nachfrage nach der Broschüre ist trotz Internetangebot und App ungebrochen hoch. Die Broschüre wird ausschließlich auf aktive Anforderung von Multiplikatoren versendet. Im Übrigen liegt die Federführung des Projektes Flimmo bei der BLM, die dort einen ihrer Schwerpunkte setzt.
20	Internet-ABC: 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 wird prüfen, weist aber schon jetzt auf Folgendes hin: Das Internet-ABC wird von Kindern bis max. 10 Jahren genutzt. Die Inhalte des Internet-ABC befassen sich mit allen Themen rund um das Internet. Die Angebote von Handysektor sind für Jugendliche ab 13/14 Jahren bis 17/18 Jahren abgefragt. Eine Zusammenführung der beiden Webseiten wäre aufgrund der unterschiedlichen Altersstufen der Zielgruppen, wie auch der Inhalte nicht möglich und nicht sinnvoll. Trotz allem wird eine Zusammenarbeit zwischen den Projekten seit Jahren praktiziert, da ja auch dieselben LMA dahinterstehen. Jedes Projekt bringt seine spezifischen Expertisen ein. Auch die Projekte Internet-ABC, handysektor und klicksafe arbeiten auf inhaltlicher Ebene schon seit vielen Jahren zusammen, tauschen Inhalte aus, oder entwickeln gemeinsam Materialien und Informationen.

		Im Übrigen liegt die Federführung des Projektes Internet ABC bei der LfM, die dort einen ihrer Schwerpunkte setzt.
58	Die LMK sollte den Begriff (Medienkompetenz) 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 Anregung des LRH ist bereits umgesetzt. Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten hat im Frühjahr 2015 die „Grundsätze der Landesmedienanstalten zur Medienkompetenzförderung“ formuliert. Im Rahmen des Abschlussgespräches wurden die Unterlagen dem LRH nochmals überreicht.
59	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). 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 gemeinsame Geschäftsstelle der LMA hat zwar koordinierende Funktion. Allerdings kann eine Koordinierung der Medienkompetenzaktivitäten nicht zentral vorgenommen werden, weil die inhaltliche Arbeit bei der jeweiligen Landesmedienanstalt stattfindet und in den Ländern unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden (vgl. RZ 60) bzw. verschiedene Zuständigkeiten bestehen.
60	Länderübergreifend: Der Rechnungshof empfiehlt, zumindest weiterhin darauf hinzuwirken, bei einschlägigen Projekten die Kosten unter den LMA aufzuteilen.	Die LMK nimmt die Empfehlung des LRH soweit inhaltlich geboten auf. Ein Blick auf die Erfolge der Landesmedienanstalten zeigt aber, dass unterschiedliche Schwerpunktsetzungen, verbunden mit intensivem Austausch der geeignete Weg ist.
61	Doppelungen: Der Rechnungshof fordert deshalb die LMK auf zu untersuchen, bei welchen gleichwertigen Projekten es Doppelungen gibt. Bei diesen sollte die LMK erwägen, ihre Maßnahmen einzustellen.	Die LMK hat bereits in der strukturellen Anlage dafür Sorge getragen, dass keine inhaltlichen Dopplungen vorkommen bzw. in verwandten Themengebieten ein Austausch von Inhalten unter den jeweiligen „Markennamen“ erfolgt (RZ 13 ff.)
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 eingespart werden.	Mit Blick auf die Projekte in der LMK geht die Empfehlung des LRH ins Leere. Es existiert kein einziges Projekt zur Förderung der Medienkompetenz, das nicht mit Kooperationspartnern durchgeführt wird. Auch die m+b.com führt nahezu alle Projekte mit Kooperationspartnern durch.

C	<u>medien.bildung.com gGmbH</u>	
1	Laut Satzung soll der Beirat in einer noch zu erarbeitenden Geschäftsordnung der m+b.com verankert werden. Die m+b.com hat bisher noch keine Geschäftsordnung erlassen. Der Rechnungshof empfiehlt, dies nachzuholen.	Der Beirat der m+b.com wird sich voraussichtlich im Verlauf des Jahres 2017 neu konstituieren. Im Zuge dessen wird eine Neuausrichtung sowie eine Geschäftsordnung für den Beirat erarbeitet
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 greift die Anregungen des LRH auf und wird im Falle von personellen Veränderungen diese Frage prüfen.
21	Aus Transparenzgründen und zur Ermittlung der tatsächlichen Gesamtkosten der Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz sollten alle Kosten der Räumlichkeiten verursachungsgerecht zugeordnet werden.	Da die Entscheidung, ob ein Zweigstellenbüro eingerichtet wird und wie viele Maßnahmen dort umgesetzt werden, nicht von der verursachungsgerechten Zuordnung der Gemeinkosten abhängt, halten wir den personellen Mehraufwand einer Vollkostenrechnung nicht für gerechtfertigt. Eine Vergleichsrechnung, die die realen und fiktiven Raumkosten der einzelnen Standorte auflistet, ist bei Bedarf schnell und unkompliziert aus der Buchhaltung zu entnehmen.
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.	Ist seit 1. Januar 2016 umgesetzt.
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.	Mit der Umstellung von der alten zur neuen Webseite im Sommer 2016 war auch das Ziel verbunden, stärker als bisher über das Internet und die sozialen Medien auf die Angebote von medien+bildung.com aufmerksam zu machen. Flyer werden nur gedruckt, wenn es um die Bekanntmachung eines neuen Angebots geht oder Zielgruppen erreicht werden sollen, die nicht über digitale Kommunikationskanäle zu erreichen sind. Da m+b.com viel auf Messen und mit Info-Tischen auf Tagungen auf seine Arbeit aufmerksam macht, ist es wichtig, immer auch über „give-aways“

		<p>zu verfügen.</p> <p>Umfangreiche DIN-A-4-Broschüren werden gedruckt, wenn der Projektmittelförderer dies als Teil des bewilligten Projekts fördert oder wenn Kopiervorlagen für Lehrende verbreitet werden sollen (z.B. „Wege zum Medienkomp@ss“), um Transfer und Multiplikation zu unterstützen. Denn auch in Zeiten des Internets sind Lehrkräfte stärker über Print-Publikationen zu erreichen und zu motivieren, als über Downloads auf der Webseite. In dieser Übergangszeit, in der digitale und analoge Kommunikationswege nebeneinander existieren und nachgefragt werden, kann man aus unserer Erfahrung heraus auf keinen der beiden Wege im Moment verzichten.</p>
24	<p>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.</p>	<p>Der zentrale Technikpool der m+b.com befindet sich in der Geschäftsstelle in Ludwigshafen. Die mobile Produktionstechnik für die OK-TV wird dem gegenüber dezentral und autonom von den OK-TV-Trägervereinen aus logistischen Gründen verwaltet und disponiert. Kamkorder werden von m&b.com oder von anderen Gruppen für medienpädagogische Arbeit an einzelnen OK-TV- Standorten nach Bedarf für Projekte ausgeliehen. Die LMK in Ludwigshafen verfügt über keine Technik, die zentral verliehen werden kann. Eine Konzentration der mobilen Technik von 20 OK-TV-Standorten in Ludwigshafen ist aus wirtschaftlichen, logistischen und personellen Gründen nicht möglich</p>
	<p><u>Hinweis zur Vollkostenrechnung:</u></p>	<p>m+b.com benötigt keine Vollkostenrechnung, da die Umlage aller Gemeinkosten auf alle Kostenstellen einen zu hohen Verwaltungsaufwand nach sich ziehen würde, der nur mit einer Aufstockung des Verwaltungspersonals zu bewältigen wäre. Zudem müssten die Mitarbeiter/innen Kostenstellen bezogene Zeitnachweise führen, um die Verteilung der Gemeinkosten zu gewährleisten. Diesen personellen Mehraufwand hält m+b.com nicht für gerechtfertigt, zumal der Erkenntnisgewinn aus der Vollkostenrechnung nicht zur Folge hätte, dass m+b.com bestimmte Angebote aus dem Programm nimmt, weil die Programmentwicklung immer abhängig ist von gesellschaftlichem, pädagogischem, medienpolitischem und technologischem Bedarf. Die Wirtschaftlichkeit überprüft m+b.com anhand seiner</p>

		Jahresauswertungen und seiner Plan-Ist-Vergleichsrechnungen sowie anderer Instrumentarien (vgl. RZ 52). Die vorliegende Teilkostenrechnung von m+b.com dient dazu, Maßnahmen verursachungsgetreu mit Förderern abrechnen zu können und Doppelfinanzierungen auszuschließen. Das Ziel wird damit erfolgreich umgesetzt.
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.	Ein personeller Mehraufwand ist nicht gegeben, im Gegenteil, die Kostenrechnung ermöglicht zeitnahes Controlling. Jede Veranstaltung von medien+bildung.com erhält bei ihrer Anmeldung in der Seminaratenbank bzw. bei der Programmplanung eine eindeutige Kostenstelle. Diese Nummer zieht sich durch alle Arbeitsabläufe als eindeutige Kennung durch und ermöglicht einen Soll-Ist-Abgleich für jede einzelne Veranstaltung.
26	Bei der Erweiterung der bestehenden Kostenrechnung sollte die m+b.com die Kostenstellen nicht zu kleinteilig untergliedern, sondern auf die Lehrwerkstätten 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.	m+b.com wird im Zuge des nächsten Retestierungsprozesses 2017 / 2018 diesen Vorschlag des Rechnungshofs prüfen und gegebenenfalls entsprechende Änderungen im Jahr 2018 vornehmen. (Vgl. auch Anmerkung zu Tz. 5.4, S. 44). Wenn Seminare und Einzelveranstaltungen einzeln gefördert und abgerechnet werden, muss dringend eine detaillierte Kostenstellenvergabe erfolgen, um die Verwendungsnachweise korrekt erstellen zu können.
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.	medien+bildung.com wird dies in seine zukünftigen Überlegungen mit einbeziehen. Im März 2017 hat die m+b.com einen Antrag zur Förderung eines Modellprojekts „Medienmodul in der Erzieher/innenausbildung an Fachschulen in Rheinland-Pfalz“ gestellt.
28	Der Rechnungshof empfiehlt, medienpädagogische Projekte an den Ganztagschulen nur noch zur Erprobung neuer Unterrichtsmethoden oder dem Einsatz neuer Techniken im Unterricht anzubieten.	Die Rahmenvereinbarung zur Durchführung von pädagogischen Angeboten in rheinland-pfälzischen Ganztagschulen hat die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (bzw. die damalige LPR) abgeschlossen. Die LMK delegiert die

	Ansonsten sollte die m+b.com mit dem Ministerium für 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). Die aktuelle Rahmenvereinbarung bildet dafür jedoch keine geeignete Vertragsgrundlage.	Durchführung der jeweiligen AGs seit 2007 an ihre Tochtergesellschaft m+b.com. Die LMK ist einer von 28 Dachverbänden, die eine solche Rahmenvereinbarung abgeschlossen haben. Für alle gelten die gleichen Maßstäbe und Bedingungen. Es ist das Ziel von m+b.com, die AGs an den Ganztagschulen als Erprobungslabore für neue Konzepte, neue Technologien, neue Methoden, neue Apps und Programme zu nutzen und daraus übertragbare Konzepte für andere Bereiche zu generieren. Co-Teaching-Strategien, begleitende Fortbildungsmaßnahmen und Medienbildungs-Beratungsangebote, Technikberatung und Schulentwicklungskonzepte begleiten immer unsere GTS-Angebote, in unterschiedlicher Intensität. In besonders umfänglicher Weise wird dieses in dem Projekt GTS-intensiv umgesetzt.
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.	m+b.com geht nicht davon aus, dass die Tätigkeit in der Ganztagschule von geringer multiplikatorischer Wirkung ist (siehe RZ 28). Die GTS-AGs refinanzieren die tatsächlich entstehenden Personalkosten während der AG-Zeit. Kooperationsmaßnahmen mit dem PL werden nur in Ausnahmefällen vergütet, wie z.B. Medienscouts. Hier hat m+b.com für 2017 einen neuen Rahmenvertrag ausgehandelt mit verbesserten Konditionen und erhöhter Auftragslage. m+b.com ist zudem bestrebt, mehr Maßnahmen zur Lehrer-, Referendars- und Studierenden-Qualifizierung anzubieten.
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 bemühen.	Siehe RZ 28
31	Das Projekt Ganztagschule-intensiv erachtet der Rechnungshof als sinnvoll, um eine bessere Integration der medienpädagogischen	Siehe RZ 28

	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.).	
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).	<p>Ziel des mec ist es, ein Medienbildungskonzept für die frühkindliche Bildung und Erziehung in Rheinland-Pfalz zu entwickeln und fortzuschreiben, sowie ein Netzwerk für pädagogische Fachkräfte als Servicestelle mit medienpraktischen Angeboten auf- und auszubauen, da es beides in Rheinland-Pfalz nicht gibt. Zur Umsetzung dieses Ziels bedient sich der mec unterschiedlicher Instrumente. Im Rahmen der Pilotphase (in Kooperation mit der Stiftung Lesen, finanziert von der LMK) von 2008 – 2011 wurde als eins dieser Instrumente die mec-Medienbox entwickelt und bis 2012 intensiv in RLP distribuiert. Sie hatte die Funktion, niedrigschwellige Schnupperangebote in einer zugänglichen Art zu bündeln. In dieser Zeit waren viele Erzieherinnen noch nicht intensiv im Internet unterwegs. Das hat sich geändert. Die mec-Medienboxen haben ihren Dienst getan, wenige verbleibende Exemplare werden bei passenden Gelegenheit weiterhin in Kitas verteilt, die Box ist aber nicht mehr zentrales Handlungselement.</p> <p>Der mec passt sich in seinen Inhalten und in seiner Ausgestaltung den Rahmenbedingungen, den Bedarfen vor Ort und den Entwicklungsschritten seiner Zielgruppen an. Er ist das einzige systematische medienpädagogische Angebot für den Bereich der frühkindlichen Beziehung in Rheinland-Pfalz und wird in vielen Konzept- und Strategie-Papieren des Landes zur Förderung von Medienkompetenz und zur Digitalen Bildung erwähnt.</p> <p>Zurzeit (Januar 2017) führt m+b.com mit dem Bildungsministerium Gespräche über die Entwicklung und Durchführung von Fortbildungsmodulen in der Erzieher/innen-Ausbildung, die an Berufsbildenden Schulen stattfinden.</p> <p>Auch die Netzwerktreffen sind nach wie vor wichtig und werden derzeit in neuer Form durchgeführt.</p>
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.	medien+bildung.com wird dies in seine zukünftigen Überlegungen mit einbeziehen.

34	<p>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 organisieren und sich stattdessen in diesem Bereich auf eine Beratungsfunktion zurückzuziehen.</p>	<p>Es gibt außer m+b.com keine Institution in RLP, die Fortbildungsangebote zur frühkindlichen Medienerziehung in Rheinland-Pfalz anbietet.</p>
35	<p>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).</p>	<p>Im Zuge des nächsten Qualitätstestierungszyklus wird m+b.com diese Empfehlung aufgreifen und die Kostenrechnungsstruktur auf ihre Aussagekraft hin analysieren, um sie ggfls. zu optimieren.</p> <p>Die diversen Indikatoren der Erfolgskontrolle werden jährlich im Überwachungsaudit überprüft, bei Bedarf erweitert und transparent nach innen und außen dargestellt. Zur Vorbereitung der jährlichen AZAV-Audits hat m+b.com 2014 das Verfahren des „Management-Reviews“ eingeführt.</p>
36	<p>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).</p>	<p>Unabhängig von dem zugrundeliegenden Medienkompetenzbegriff setzt der methodische Ansatz der aktiven Medienarbeit immer einen künstlerischen bzw. kreativen Prozess voraus und unterscheidet sich daher klar von Ansätzen, in denen der Kompetenzerwerb über eine Unterweisung durch eine Lehrperson, einer Reflexion in der Gruppe oder im Selbststudium erfolgt.</p>
37	<p>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.</p>	<p>Diese Anregung des Rechnungshofs ist seit 2016 umgesetzt.</p>
38	<p>Kinder- und Jugendredaktionen: 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.</p>	<p>Entsprechend der zunehmenden Medienkonvergenz und den technologischen Entwicklungen im Unterhaltungsbereich, hat sich schon seit einigen Jahren die inhaltliche Arbeit der Redaktionsgruppen - die vor einigen Jahren als TV-Redaktionen gestartet sind - immer stärker vom reinen Medium TV entfernt. Die teilnehmenden Jugendlichen produzieren immer weniger Inhalte für den OK-TV, sondern erstellen vermehrt Inhalte, die im Internet publiziert werden. Die Begriffe „Zoom – Die Fernseh-Redaktion“ und „Reporter-Kids-Club“ hatten sich aber dennoch gehalten,</p>

		um eine Gruppenidentifikation über die Jahre zu gewährleisten. Seit 2016 hat das hdm der oben beschriebenen Entwicklung Rechnung getragen und beide Redaktionen in „Medien-Clubs“ umbenannt, um die Vielfalt der Medienhalte und Medienthemen dieser Gruppen auch nach außen darzustellen. Die Betreuung des „Jugend-Medien-Clubs“ sowie des „Kinder-Medien-Clubs“ muss durch medienpädagogisches Personal erfolgen, da die Clubs nicht in erster Linie eine Produktorientierung haben, sondern eine hohe pädagogische Prozessorientierung, die auf eine Förderung der reflexiven Medienkompetenz der jungen Menschen abzielt. Für dieses Ziel ist die pädagogische Expertise der betreuenden Mitarbeiter höher einzustufen als die medientechnische. Die Mitglieder des OK verfügen nicht über diese dezidierte pädagogische Kompetenz und haben den Auftrag, OK-Produktionen zu befördern.
39	Er (RH) fordert die m+b.com auf, bei Aufträgen von privaten Dritten die gesamten Kosten zu ermitteln und kostendeckende Honorare zu erheben.	Siehe Anmerkung RZ 37
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 Universitäten haben Honorarsätze für Lehraufträge definiert, die sich nicht durch Verhandlungen beeinflussen lassen. Dennoch ist es Ziel der m+b.com diese Lehraufträge an Hochschulen anzunehmen.
41	Inwieweit diese Erstattungen (Katholische Fachschule für Sozialwesen, Heidelberg) 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.	Eine Kostendeckung war grundsätzlich nicht möglich, weil die Honorarsätze vorgegeben sind (s. RZ 40).
42	Bei einer Neuauflage der Radio-Starter-Sets empfiehlt der Rechnungshof, einen kostendeckenden Betrag für die Abgabe zu erheben.	Die m+b.com wird die Anregung des LRH aufgreifen.
43	Der Rechnungshof sieht die Annahme von Sachleistungen von Dritten, insbesondere von kommerziellen Rundfunkanbietern, für deren	Die m+b.com sieht keine Auswirkungen dieser Sachleistung auf die LMK.

	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.	
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.	Zum 01.01.2017 hat m+b.com einen neuen Kooperationsvertrag geschlossen, der die Rechte und Pflichten der Beteiligten klärt.
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.	Die Betreibergesellschaft EDURA GbR wurde zum 31.12.2016 aufgelöst.
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.	Der Betrag hat sich an den Zahlungsmöglichkeiten der Schulen orientiert. Die check-the-web-Veranstaltungen werden von den Schulen finanziert; sie verfügen nur über sehr geringe Budgets.
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.	Der Beirat der m+b.com hat am 25. November 2016 gem. Vorschlag der Geschäftsführung die Einstellung des Wettbewerbs beschlossen.
48	Die m+b.com finanzierte das Projekt (MyMobile) 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).	Ziel dieser Multiplikationsveranstaltungen war es, die Methoden und Konzepte von MyMobile bekannt zu machen. m+b.com hatte die von den Veranstaltern angebotenen Honorare und die Erstattung der Reisekosten zu akzeptiert.
49	Der Rechnungshof empfiehlt, alle projektbezogenen Kosten (Mediencouts) zu erfassen und dem Land in Rechnung zu stellen.	m+b.com hat mit dem Pädagogischen Landesinstitut für 2017 einen neuen Kooperationsvertrag zu Mediencout-Schulungen abgeschlossen.
50	Die m+b.com sollte ihr Engagement in den o.g. Institutionen regelmäßig daraufhin überprüfen, inwieweit es noch dem	m+b.com überprüft ihre Mitgliedschaften regelmäßig daraufhin, inwieweit sie noch der ursprünglichen Zielsetzung bzw. dem Unternehmenszweck entsprechen. Die

	<p>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.</p>	<p>aktuellen Mitgliedschaften in den wichtigsten Medienpädagogischen Verbänden und Institutionen erscheinen nach wie vor unabdingbar.</p>
51	<p>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.</p>	<p>Das LQW-Testierungsverfahren ist ein speziell für den Bildungsbereich entwickeltes Qualitätstestierungsverfahren. Die Kosten des LQW-Verfahrens liegen unter den vergleichbaren Qualitätsmanagementsystemen, wie ISO- oder AZAV-Zertifizierungen. Die AZAV-Zertifizierung baut auf einem vorhandenen Qualitätsmanagementsystem auf. Gäbe es keine LQW-Zertifizierung, müsste m+b.com ein anderes Modell wählen, was einen ähnlichen Aufwand bedeuten würde. Der LQW-Selbstreport hat vier Jahre Gültigkeit, ISO muss jedes Jahr erneuert werden (mit neuen Kosten), EFQM alle zwei Jahre (mit neuen Kosten).</p>
52	<p>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 aussagefähige Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung wäre dazu geeignet (vgl. Tz. 5.4).</p>	<p>Zu den Mindestanforderungen des LQW-Verfahrens gehört das Kapitel 9 „Controlling“, in dem die Organisation gehalten ist, Verfahren zur wirtschaftlichen Zielerreichung, Kennziffern und Kennzahlen zu erheben, anzuwenden, zu bewerten und Konsequenzen daraus zu ziehen. Diese Verfahren hat m+b.com in seinem Selbstreport dargelegt und begründet. Es sind also Instrumente der Wirtschaftlichkeitsüberprüfung vorhanden. Die Erfüllung der Mindestanforderungen wurde mit der Testatserteilung attestiert.</p>
53	<p>Die m+b.com sollte bei der Auswahl ihrer Projekte jeweils prüfen, inwieweit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>Es gehört zum Auftrag und zum Markenkern von m+b.com, innovative Projekte zu entwickeln, zu erproben und zu transferieren. Projekte werden dann entwickelt, wenn es einen technologischen, pädagogischen, gesellschaftlichen und / oder medienpolitischen Bedarf gibt. Die Projekte von m+b.com werden nachhaltig gestaltet und sie entfalten Multiplikationswirkung. Es ist sichergestellt, dass sie mit den strategischen Zielen der gGmbH übereinstimmen.</p>
54	<p>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</p>	<p>m+b.com greift diesen Prüfauftrag auf.</p>

	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 NKN 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.	
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.	m+b.com wird prüfen, durch welche Kooperationen mit anderen Partnern sich die Ressourcen von m+b.com noch wirkungsvoller als bisher einsetzen lassen.
56	Die m+b.com sollte mit der LMK verhandeln, welche Themen von ihr in welchem Umfang abzudecken sind 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.	m+b.com ist mit der LMK im ständigen Dialog.
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-Fortbildungen ohne eigene medienpädagogische Praxis mit Kindern und Jugendlichen kann aber in der schnelllebigen technologischen Entwicklung und bei den sich rasant ändernden Medienkonsumgewohnheiten der Kinder und Jugendlichen schnell ins Leere laufen. m+b.com muss weiter darauf achten, dass es stets auf den gesellschaftlichen und pädagogischen Bedarf mit neuen Entwicklungen reagiert. Die Kernkompetenz besteht darin, qualitativ hochwertige, niedrigschwellige, innovative Projekte mit Transferwirkung zu entwickeln, zu erproben und zu multiplizieren.
63	Die LMK sollte bei der Durchführung ihrer Projekte darauf achten, dass diese -ungeachtet einer notwendigen direkten Rückkopplung mit den Jugendlichen- vor allem Adressaten erreichen, die ihrerseits die Inhalte an eine Vielzahl von Endnutzern weitergeben können.	Die Projekte der LMK und der m+b.com richten sich zunehmend an Multiplikatoren.

