

Diskussionsvorschlag im Rahmen der Initiative „Keine Bildung ohne Medien!“

Bundesstiftung Medienbildung

Begründung

In der Ergebnisbroschüre zum Medienpädagogischen Kongress 2011 wird der Vorschlag einer Abgabe der Medienwirtschaft für eine nationale Stiftung Medienbildung gemacht: „Mit einem jährlichen Umsatz von ca. 60 Milliarden Euro sollte die Medienwirtschaft, vor allem die großen Unternehmen, ihrer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden, z.B. durch eine spezielle Abgabe für eine nationale Stiftung Medienbildung.“ (kbom 2011, S. 12).

Die digitale Medienrevolution führte zu einer enormen Beschleunigung der gesellschaftlichen Entwicklung. Das Handeln und Denken der Menschen in der heutigen Gesellschaft wird schon von Geburt an und bis ins höchste Alter durch Medienerfahrungen geprägt. Medienbildung wird zu einer gesamtgesellschaftlichen Herausforderung, weil sie Voraussetzung für Persönlichkeitsbildung, für gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe und für die Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit ist. Die Förderung von Medienkompetenz ist eine *Kernkompetenz*. Dies bedeutet, dass *allen* Mitgliedern der Gesellschaft eine grundlegende Medienbildung zu ermöglichen ist. Dazu müssen entsprechende Angebote und Programme in allen Bildungsbereichen und allen Erziehungs- und Bildungseinrichtungen verankert werden. Der Erwerb von Medienbildung in Zeiten eines stetigen Medienwandels ist ein lebenslanger Prozess, der nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt per Zertifikat oder Führerschein abgeschlossen werden kann.¹

Die bisherige Förderpolitik im Bereich (digitale) Medienbildung gestaltet sich unübersichtlich, ist weitgehend auf Projektförderung konzentriert und verfolgt bislang nur begrenzt Maßnahmen zu breitenwirksamen und nachhaltigen Förderung von Medienkompetenz. Auf allen Ebenen (Bund, Länder, Kommunen) fehlen bis dato nahezu überall strategische Gesamtkonzepte, wie (digitale) Medienbildung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe in den verschiedenen Handlungsfeldern gezielt zu fördern und nachhaltig zu verankern ist. Es ist nicht zu verstehen, dass Deutschland im Bereich der Medienbildung so abstinert ist.

In Zusammenhang mit der Initiative *Keine Bildung ohne Medien!* kam in den letzten Jahren Bewegung in die Diskussion zur Neugestaltung einer zeitgemäßen Förderpolitik. Vorschläge der Initiative wie z.B. die nach einer medienpädagogischen Grundbildung aller pädagogischen Fachkräfte fanden Eingang in Dokumente von Ministerien und in einzelne Regierungserklärungen, z.B. in den Koalitionsvertrag der neuen Landesregierung in Baden-Württemberg.² Die Landesregierung Niedersachsen stellte vor kurzem das Konzept *Medienkompetenz in Niedersachsen - Meilensteine zum Ziel* vor. Ministerpräsident McAllister und Kultusminister Althusmann betonten, dass das Konzept darauf abziele, Medienbildung in Niedersachsen noch besser zu strukturieren und zu verstetigen: „Unser Medienkonzept zeigt einen Weg auf, wie der Erwerb von Medienkompetenz nachhaltig in der niedersächsischen Bildungsarbeit verankert werden kann“ (Althusmann). Das Konzept formuliert in verschiedenen Teilbereichen ambitionierte Ziele und setzt einen Maßstab für andere Bundesländer, da es versucht, ein *strategisches Gesamtkonzept* für die Medienkompetenzförderung in Niedersachsen zu formulieren.³

¹ Vgl. kbom-Ergebnisbroschüre unter http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/kongress-dokumentation/keine-bildung-ohne-medien_bildungspolitische-forderungen.pdf (S. 6/7) und den BMBF-Expertenbericht (2009): http://www.bmbf.de/pub/kompetenzen_in_digitaler_kultur.pdf

² Siehe <http://gruene-bw.de/fileadmin/gruenebw/dateien/Koalitionsvertrag-web.pdf>, S. 78.

³ Siehe http://www.medienkompetenz-niedersachsen.de/fileadmin/bilder/allg/Medienkompetenz_in_Niedersachsen_Konzept-E-.pdf

Ein Blick auf verschiedene Bundesländer zeigt, dass erste Fortschritte in Richtung einer breitenwirksamen Förderung von Medienkompetenz und Medienbildung erzielt wurden. Es bedarf nun der regelmäßigen Beobachtung der weiteren Entwicklung in den Ländern, insbesondere auch im Hinblick auf konkrete Maßnahmen zur Umsetzung. Ein produktiver Wettbewerb zwischen den verschiedenen Bundesländern um breitenwirksame und nachhaltige Förderstrategien ist zu unterstützen. Gleichzeitig erscheint es notwendig, auf Bundesebene vorhandene Förderkonzepte zu überprüfen und im Sinne eines strategischen Gesamtkonzepts weiterzuentwickeln. Hierfür erscheint uns eine Bundesstiftung Medienbildung als Koordinierungsstelle geeignet zu sein, um

- eine bessere Abstimmung und Koordination der verschiedenen Förderaktivitäten auf Bundesebene zu erreichen;
- die Kooperation von Bund, Ländern und Kommunen im Bereich der Medienkompetenzförderung voranzubringen (in diesem Zusammenhang sind die Überlegungen zu einem Förderkonzept „Lernende Medienregionen“ der Kongress-AG „Gemeinwesen als Orte der Medienbildung - Lokale und regionale Vernetzungen“ sehr wichtig);
- die Medienwirtschaft an ihre gesellschaftliche Verantwortung zu erinnern, z.B. durch eine Abgabe (die über privat-public-partnership-Projekte hinausgeht) einen größeren Beitrag zur Medienbildung und Medienkompetenzförderung zu leisten.

Aufgaben einer Bundesstiftung Medienbildung

Eine Bundesstiftung Medienbildung hätte also vor allem die Aufgabe, bereits vorhandene und erfolgreiche Ansätze und Aktivitäten im Bereich der Medienbildung und Medienkompetenzförderung bundesweit besser sichtbar zu machen und neue Ansätze und Aktivitäten zu fördern, die bislang zu wenig beachtet wurden. Eine Bundesstiftung Medienbildung könnte zugleich wichtige Impulse für mehr vernetzte Aktivitäten zwischen Bund, Ländern und Kommunen geben, um Ressourcen zu bündeln und effektiver einzusetzen. Ein besonderes Gewicht käme Angeboten zu, die auf mehr Breitenwirksamkeit und Nachhaltigkeit in der Medienbildung abzielen.

Erste Ideen zu einer möglichen Agenda einer Bundesstiftung Medienbildung:

1) *Dokumentation, Vernetzung, strategisches Gesamtkonzept*

- Dokumentation und Information: Aufbau zentraler Informations- und Verweisungssysteme zu verschiedenen Themen- und Handlungsfeldern (Angebote und Materialien, die im Sinne von Best Practice relevant sind); Aufbau einer bundesweiten Datenbank, die einen Gesamtüberblick über Beratungs-, Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten sowie Wettbewerbe im Bereich der Medienbildung gibt;
- Vernetzung: Förderung von überregionalen Netzwerken, Initiativen, Organisationen und Einrichtungen im Bereich Medienbildung / Medienpädagogik (z.B. für Tagungen, Herausgabe von Publikationen/Netzdokumentationen);
- Strategisches Gesamtkonzept: Erarbeitung und Fortschreibung eines strategischen Gesamtkonzepts zur Förderung von Medienkompetenz und Medienbildung unter Einbeziehung aller relevanten Stakeholder und Akteure (z.B. Einrichtung eines „Runden Tisch Medienbildung“ auf Bundesebene); Förderung von Initiativen, die auf ein besseres Zusammenwirken von Bund, Ländern und Kommunen im Bereich der Förderung von Medienkompetenz und Medienbildung abzielen;⁴

⁴ In der Vergangenheit gab es verschiedene Initiativen von Bundesregierungen wie z.B. den Pakt für Forschung und Innovation, den Hochschulpakt oder jetzt den nationalen Pakt zur Sprachförderung - sie alle haben gemeinsame Bund-Länder-Programme im jeweiligen Handlungsfeld zum Gegenstand.

- Forcierung der Diskussion über Mindeststandards schulischer Medienbildung im Zusammenwirken mit der Kultusministerkonferenz (KMK), Eltern- /Lehrerverbänden sowie Fachverbänden der Medienbildung;
 - Forcierung der Diskussion zur Etablierung einer medienpädagogischen Grundbildung für alle pädagogischen Fachkräfte im Zusammenwirken mit der Hochschulrektorenkonferenz (HRK), Wissenschaftsministerien und Fachverbänden im Bildungsbereich.
- 2) *Förderung innovativer Projekte, die den Kriterien Breitenwirksamkeit und Nachhaltigkeit besonders entsprechen und von anderen Institutionen bislang nicht gefördert werden*
- Hierunter könnten diverse Projektideen fallen, die in letzter Zeit von verschiedenen Einrichtungen, Organisationen und Initiativen im Rahmen von Dialogveranstaltungen und Förderüberlegungen erstellt wurden. Grundintention: die Potentiale und Stärken der Menschen im Medienumgang fördern (kein Defizitansatz);
 - Etablierung eines langfristigen Förderprogramms zur Unterstützung interessierter Kommunen (z.B. unter dem Titel „Lernende Medienregionen“), welches im Zusammenwirken mit Landesregierungen Landkreise und Städte bei dem Ausbau vorhandener lokaler Aktivitäten unterstützt (bottom up-Ansatz) und dabei einen besonderen Schwerpunkt auf die Förderung bildungsbenachteiligter Milieus und intergenerativer Projekte legt;
 - Etablierung einer kontinuierlichen Praxis- und Evaluationsforschung von ausgewählten Förderprojekten (dies kam in der Vergangenheit zu kurz); Etablierung eines langfristigen Forschungsschwerpunkts „Digitale Medien in der Bildung“ im Zusammenwirken mit anderen Stiftungen, dem BMBF, den Wissenschaftsministerien der Länder, der DFG;
 - Etablierung von Fördermaßnahmen, um Best Practice-Ansätze und Aktivitäten aus anderen Ländern in Deutschland bekannt zu machen und den internationalen Austausch mit Organisationen und Personen im Bereich media education und (digital) media literacy gezielt zu fördern.

Ohne in die Bildungspolitik der Länder einzugreifen und mit Aufgabenprofilen anderer Stiftungen und Fördereinrichtungen zu konkurrieren, bestünde über eine *Bundesstiftung Medienbildung* des Weiteren die Möglichkeit, vorhandene Initiativen und Förderstrukturen besser untereinander abzustimmen. Bisherige Förderschwerpunkte einzelner Bundesministerien sollen durch eine Bundesstiftung Medienbildung nicht berührt werden - es geht um eine bessere Vernetzung und *Erweiterung* der Fördermöglichkeiten.⁵

Der Aufbau einer Bundesstiftung bedarf sorgfältiger Vorarbeit, um ihre Rolle im Gefüge des Bildungsföderalismus zu sichern. Die Stiftung sollte sich zunächst auf Förderaktivitäten konzentrieren, die in einem überschaubaren Zeitraum von zwei bis drei Jahren angegangen werden können (auch unter Finanzierungsaspekten). Davon zu unterscheiden sind längerfristige Förderschwerpunkte, die größere finanzielle Mittel erfordern (spätere Phase).

Im Rahmen der vorhandenen Aufgabenfelder der Bundesregierung würde es sich anbieten, die Stiftung beim Bundesbeauftragten für Kultur und Medien oder unter der Schirmherrschaft verschiedener Bundesministerien anzusiedeln. Die Arbeit der Stiftung sollte durch ein *Kuratorium* geleitet werden, in dem fachlich kompetente Vertreter/innen aus Einrichtungen/ Organisationen im Bereich Medienbildung/Medienpädagogik, aus Bildungspolitik und Bildungsadministration sowie verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen mitarbeiten.

⁵ Der Überlegung, statt einer Bundesstiftung vorhandene Stiftungen dazu zu bewegen, gemeinsam neue Förderschwerpunkte festzulegen und dafür Gelder einzubringen, gebe ich wenige Chancen. Jede Stiftung ist darauf bedacht, eigene Profile zu entwickeln. Meines Erachtens wäre es eher möglich, gewisse Abstimmungen bezüglich vorhandener Förderprofile zu erreichen.

Finanzierung der Stiftung

Für eine Stiftung, die nicht nur einzelne Projekte fördert, sondern strukturelle Impulse in die Breite voranbringt, wäre ein größeres Stiftungsvermögen von einer halben bis einer Milliarde Euro langfristig anzustreben (ähnlich wie bei der *Deutschen Bundesstiftung Umwelt*).⁶

Finanzierungsmöglichkeiten:

- a) Neben einem ersten finanziellen Grundsockel durch Mittel aus dem Bundeshaushalt (als Startvermögen der Stiftung) *Abgabe der deutschen Medienwirtschaft* über einen begrenzten Zeitraum von 5-7 Jahren hinweg, z.B. 0,5 Prozent vom Umsatz (für Firmen ab einem bestimmten Jahresumsatz; keine Kleinstunternehmen) zur Schaffung eines größeren Stiftungsvermögens. Vorteil: Verbindliche gesetzliche Abgabe; Schwierigkeit: Wirtschaft sieht darin Zwangsabgabe. Es kommt aber darauf an, dass die deutsche Medienwirtschaft ihrer *gesamtgesellschaftlichen* Aufgabe und Verantwortung mehr gerecht wird.⁷
- b) Die Stiftung wäre ein hervorragendes Beispiel für die sinnvolle Verwendung einer *Transaktionssteuer*, die derzeit im politischen Raum diskutiert wird (diese Steuer gezielt für Bildungszwecke verwenden - Medienbildung gehört zentral dazu). Vorteil: große Unterstützung in der Bevölkerung; Schwierigkeit: die Realisierung einer solchen Steuer trifft aktuell noch in verschiedenen Kreisen auf Widerstand.

Bei dem Finanzierungsvorschlag a) ist Widerstand seitens der deutschen Medienwirtschaft zu erwarten, ebenso bei Vorschlag b) seitens bestimmter Teile der Banken. Es geht aber kein Weg daran vorbei: Die Gesellschaft muss handlungsfähig bleiben, das Primat der Politik ist zu gewährleisten, alle gesellschaftlichen Bereiche müssen der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Die Zivilgesellschaft benötigt hinreichend Ressourcen und Rahmenbedingungen, um Zukunftsaufgaben im Bildungsbereich angehen zu können. Digitale Medien verlangen von jedem Einzelnen stetig wachsende und sich ändernde Kompetenzen, deren Vermittlung staatlicher Bildungsauftrag ist. Gleichzeitig ist es Aufgabe *aller* gesellschaftlichen Akteure, entsprechend ihrer jeweiligen Ressourcen dazu einen Beitrag zu leisten.

⁶ Vgl. <http://www.dbu.de/>

⁷ Denkbar wäre auch eine Spendenkampagne unter der deutschen Medienwirtschaft, die auf Freiwilligkeit beruht. Bisherige Erfahrungen zeigen jedoch, dass die Medienwirtschaft vor allem an einem Sponsoring interessiert ist, welches die jeweiligen Produktprofile bedient. Eine solche Spendenkampagne würde zudem keinen hinreichend großen Grundsockel für ein größeres Stiftungsvermögen erbringen.