



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)

Medienerziehung durch Eltern: Medienkompetenzförderung in der Familie zwischen Anspruch und Realität

Ausschreibungsunterlagen

Düsseldorf, 17. Dezember 2010

**Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Über-
sendung der Projektanträge auf den letzten Seiten.**

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

I. Allgemeines

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o. ä. Einrichtungen gestellt werden.

2. Medienwissenschaftliche und medienpädagogische Kompetenz

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung sowie der Medienpädagogik ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen belegen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Voraussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungs- und Projektgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

5. Realisierung des geplanten Projektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Bearbeitungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Werden die der Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z. B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

II. Projektskizzierung

(1) Hintergrund: Mediensozialisation in der Familie

Der kritische, selbstbestimmte Umgang mit Medien ist eine Kompetenz, deren Erwerb und Förderung möglichst frühzeitig – bereits im Kindesalter – einsetzen sollte. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der sich stark wandelnden Medienwelt bedarf Medienkompetenz einer kontinuierlichen, sämtliche Altersgruppen von Mediennutzern ansprechenden Förderung. Medienensembles sind heute in hohem Maße durch digitale Medien geprägt, was ebenso zu

neuen Herausforderungen für die Medienerziehung führt. Welchen Stellenwert haben digitale Medien im Vergleich etwa zum klassischen Kinderbuch in der innerfamiliären Medienerziehung? Welche Institutionen und Personen beeinflussen die kindliche Mediensozialisation und können somit auch Einfluss auf die Medienkompetenzförderung von Kindern nehmen?

Die Mediennutzung von Kindern beginnt häufig bereits im frühen Kindesalter. Der erste Kontakt mit Medien findet in der Familie statt, und die Familie ist die erste und wesentliche Instanz, durch die Grundmuster der Mediennutzung geprägt und beeinflusst werden. Medienpraxen und Nutzungsmuster von Kindern und später Heranwachsenden werden hier angelegt. Dabei kommt den Eltern eine besondere Bedeutung zu: Einerseits sind sie die maßgebliche Instanz für die Medienerziehung ihrer Kinder. Zugleich nutzen sie selbst Medien auf vielfältige Weise, wobei die eigenen Mediennutzungsmuster – so verdeutlichen bisherige Studie in diesem Bereich – Auswirkungen auf die Medienerziehung der Kinder haben. Nicht nur leiten sie Vorstellungen von einer sinnvollen Mediennutzung ihrer Kinder von ihrer eigenen Medienbiographie und -nutzungsweise bewusst oder unbewusst ab, sie sind darüber hinaus durch die Nutzungsweise, die sie vorleben, für die Kinder in der Vorbildrolle.

Bereits vor dem Eintritt in andere Sozialisationsinstanzen – Kindertagesstätten oder später die Schule – haben Kinder demnach in unterschiedlichem Maße Kompetenzen für den Umgang mit Medien erworben. Auch wenn bei Heranwachsenden der Freundeskreis und die entsprechende Peergroup für die Zuwendung zu bestimmten Medien wichtiger werden, bleibt doch die Familie die Grundinstanz. Dies lässt sich allein schon daran festmachen, dass die individuelle Medienausstattung auch bei Jugendlichen noch von den Eltern bestimmt wird. Eltern entscheiden, ob ein Heranwachsender einen eigenen Computer besitzt, ein Fernsehgerät im Zimmer hat oder das je aktuellste Handy, den modernsten MP3-Player besitzt. Aber nicht nur im materiellen Sinne bleibt die Familie auch in der weiteren Mediensozialisation eine Konstante. Erste Ergebnisse des LfM-Forschungsprojekts „Medienkompetenz in der Schule“, in dem untersucht wurde, welche Rahmenbedingungen und Konzepte zur Medienkompetenzförderung in nordrhein-westfälischen Schulen vorliegen, geben hierzu weitere Hinweise. So wird seitens der Lehrkräfte zwar die Notwendigkeit betont, in der Schule medienzieherisch tätig zu werden, jedoch werden insbesondere auch die Eltern in der Verantwortung für Medienerziehung gesehen. Die Schule braucht Eltern und Familie als Partner, als konstanten Ansprechpartner für Belange der Medienerziehung. Die Familie ist demnach nicht nur zum Einstieg in die kindliche Mediennutzung bedeutsam, sondern bleibt darüber hinaus als Grundkonstante bestehen, auch wenn andere Sozialisationsinstanzen hinzu kommen.

(2) Ergebnisse der LfM-Machbarkeitsstudie für ein Forschungsprojekt zum Thema „Medienerziehung durch Eltern“

Angesichts der maßgeblichen Bedeutung, die die Familie für die Ausprägung der Mediennutzungsmuster und Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen hat, ist dieser Bereich zu

wenig erforscht. Wir wissen zu wenig über Medienerziehungsstile, über elterliches Medienwissen und über die Auswirkungen dieses Wissens auf die Medienerziehung der Kinder. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine von der LfM in Auftrag gegebene Machbarkeitsstudie zum Thema „Medienerziehung durch Eltern“, die von der Forschungsgruppe Kommunikation & Soziales umgesetzt wurde. Zielsetzung der Studie war es, aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse rund um diesen Themenbereich aufzubereiten, Forschungsdesiderate zu ermitteln und Möglichkeiten, entsprechende Forschungslücken zu schließen, aufzuzeigen. Nach einer umfassenden Sichtung der aktuellen empirischen Literatur stellen die Autoren heraus, dass zwar die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in großem Umfang empirisch erforscht wurde, dass jedoch ein erhebliches Defizit von Forschungsbemühungen zur Medienerziehung in der Familie, Erziehungsstilen und Medienkompetenz von Eltern besteht. So erfassen etwa die regelmäßig erscheinenden KIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest neben der Geräteausstattung in den Haushalten und dem Gerätebesitz der Kinder auch deren technische Kompetenzen sowie die im Kontext der allgemeinen Freizeitaktivitäten abgefragten Präferenzen bei der Mediennutzung. Auch die elterliche Mediennutzung sowie die Einstellungen zur Mediennutzung der Kinder werden erfasst („Medienklima im Elternhaus“). Obwohl die KIM-Studien damit methodisch und inhaltlich über reine Mediennutzungsuntersuchungen hinausgehen, weil nicht nur Kinder, sondern auch deren Eltern befragt werden, wird nicht umfassend untersucht, welche medienpädagogischen Ansätze in der Erziehung – insbesondere bezogen auf die neuere Medienentwicklung in der Familie – verfolgt werden. Über Erziehungsstile, Erziehungskonzepte und deren Umsetzung, Medienwissen der Eltern und andere im Kontext von Medienerziehung relevanten Punkte kann die KIM-Studie keine Auskunft geben.

Weiterhin behandeln die im Kontext der Medienerziehung relevanten Forschungsbemühungen zwar einzelne Dimensionen, was jedoch fehlt ist eine langfristig angelegte, systematische Untersuchung, in der es um Grundlageninformationen in diesem Feld geht, so die Experten, die im Rahmen der Machbarkeitsstudie befragt wurden. Ausgewählte Studien¹, die hier nur beispielhaft angeführt werden sollen, behandeln bspw. die folgenden Aspekte: Die Funktionalität bestimmter Medien, etwa die des Fernsehens im Kontext anderer familiärer Freizeitbeschäftigungen, wurde von Götz, Bachmann und Hofmann 2007 untersucht. In Anlehnung an die von Aufenanger in den 1980er Jahren aufgestellten Kategorien elterlicher Medienerziehungskonzepte existiert von Barthelmes/Sander 2001 eine Studie, die auf qualitativer Basis Jugendliche und Eltern zu Erziehungskonzepten befragt. Auch die von der FLIMMO-Redaktion in Auftrag gegebene qualitative Studie befasst sich im Kontext von Fernsehen zwischen Kindheit und Jugend mit elterlichen Regelungen, in diesem Fall den Fernsehregeln. Es existieren weiterhin Studien, die den Einfluss von sozialer Ungleichheit oder

¹ Götz, M./ Bachmann, S./ Hofmann, O. (2007): Von Kuschelein bis Erziehungshilfe. Funktionen des Fernsehens im Alltag von 0- bis 5-jährigen Kindern aus Elternsicht. In: TELEVISION – Internationales Zentralinstitut für das Kinder- und Bildungsfernsehen (IZI) 22/2009/1; Barthelmes, J./ Sander, E. (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. München: Verlag Deutsches Jugendinstitut; FLIMMO-Redaktion (2007): Von GZSZ bis Bollywood – Fernsehen zwischen Kindheit und Jugend.

<http://www.flimmo.tv/index.php?page=49&statID=725&navID=204&id=25> (02.08.2010)

Migrationshintergrund auf Mediennutzung und Medienerziehung beschreiben. Schließlich sei das durch das „Safer Internet plus“-Programm der Europäischen Kommission geförderte thematische Netzwerk „EU Kids Online“ erwähnt, das sich in seiner ersten Phase (2006-2009) maßgeblich mit der Ermittlung und Bewertung von Forschungsergebnissen zur Internetnutzung von Kindern befasste. Auch im europäischen Kontext zeigt sich demnach ein Defizit an Studien, die das Erziehungsverhalten in Familien erfassen. Dass seit Juni 2009 laufende Folgeprojekt „EU Kids online II“ stellt die europaweit vergleichende, repräsentative Befragung von 9- bis 17-jährigen Kinder sowie von jeweils einem Elternteil zur sicheren Internetnutzung in den Mittelpunkt. Hierbei sind die Chancen, vor allem aber die Risiken für Kinder im Zuge ihrer Online-Nutzung zentraler Untersuchungsgegenstand, und die Sicht der Kinder und Jugendlichen steht im Vordergrund. Die Perspektive der Eltern dient im Rahmen dieses Projekts hauptsächlich dazu zu rekonstruieren, was Eltern von der Online-Nutzung ihrer Kinder überhaupt wahrnehmen, ob sie etwa gemeinsam mit ihren Kindern im Netz surfen und wie sie allgemein mit der Onlinenutzung ihrer Kinder umgehen. Medienerziehung im Sinne von Medienkompetenz und -wissen der Eltern oder ihre Medienerziehungsstile werden auch im Rahmen dieses Projekts nicht ausführlich behandelt.

(3) Forschungsprojekt zur Medienerziehung in der Familie

Die LfM-Machbarkeitsstudie unterstreicht somit die Notwendigkeit, die Medienerziehung in der Familie wissenschaftlich genauer in den Blick zu nehmen. Mit einem langfristig angelegten Forschungsprojekt zur Medienerziehung durch die Eltern sollen grundlegende Informationen generiert und das Feld für daran anschließende Projekte und Maßnahmen bereitet werden. Zunächst müsste in einem solchen Forschungsprojekt die Medienkompetenz von Eltern mit Blick auf die eigene Mediennutzung sowie auf die Medienerziehung ihrer Kinder und Jugendlichen untersucht werden. Hierzu sollten die elterliche Mediennutzung und die Einstellungen zu sowie das Wissen über verschiedene Medien skizziert werden. Von besonderer Bedeutung dabei ist, wie Eltern ihre eigene Medienkompetenz einschätzen und inwiefern sich dies in Erziehungsstile umsetzt. Leitende Fragen könnten hierbei u. a. sein: Auf welche Medien und Anwendungen verteilt sich die für Medien aufgebrauchte Zeit? Welche Einstellungen, medienbiografischen Erfahrungen und welches Wissen haben Eltern mit Blick auf verschiedene Medien und deren Anwendungen? Wie schlagen sich diese Erfahrungen und das Medienwissen in der Medienerziehung nieder? Dabei sollten auch – vor allem bei älteren Kindern – neuere Medienentwicklungen Beachtung finden wie bspw. Social Network Sites, Freie Enzyklopädien, Online-Shopping, Chats und Online-Communities, Computer- und Onlinespiele oder Handynutzung. Die Frage nach dem Stellenwert digitaler Medien innerhalb der familiären Medienerziehung ist in einer im starken Umbruch befindlichen Medienwelt von zentraler Bedeutung. Insbesondere im Kontext der neuen Medien jedoch auch medienübergreifend sollte zudem auch das Themenfeld „Werbung/kommerzielle Angebote“ aufgegriffen werden: Wie werden werbliche Inhalte von den Eltern bewertet und im Rahmen der Medienerziehung thematisiert?

In einem nächsten Schritt könnten die elterlichen Medienerziehungskonzepte erhoben und zudem erfasst werden, in welcher Weise sie diese Konzepte in konkretes Erziehungsverhalten umsetzen und in welchem Verhältnis sie zu den entsprechenden Mediennutzungsmustern in der Familie gesetzt werden. Hierbei sollte untersucht werden, inwieweit Transfereffekte feststellbar sind. Auch wäre zu untersuchen, inwieweit sich der elterliche Anspruch von der praktischen Umsetzung der Medienerziehung unterscheidet und welche Rahmenbedingungen für eine mögliche Abweichung bzw. Diskrepanz hierfür ausschlaggebend sind. In diesem Zusammenhang stellen sich auch bislang noch ungeklärte Fragen nach den Zuständigkeiten für die Medienerziehung der Kinder ebenso wie nach Aushandlungsprozessen, Vereinbarungen sowie deren Wahrnehmung durch die Kinder. Auch die vermutlich einsetzenden Veränderungen dieser Regelungen beim Älterwerden der Kinder bzw. dem Eintritt in weitere Sozialisationsinstanz sind weiterführende Fragestellungen.

Wie bereits deutlich wurde, ist die Gruppe der Eltern eine sehr heterogene Gruppe. Sämtliche Fragestellungen müssten somit unter soziodemographischen Gesichtspunkten, bspw. Alter, Bildung, Geschlecht, Migrationshintergrund, Familienstand, aber auch nach dem Alter und der Anzahl der Kinder sowie den familiären Alltagsstrukturen und den allgemeinen Erziehungsgrundsätzen behandelt werden. Darüber hinaus wäre von Interesse, in welche sozialen Kontexte die unterschiedlichen Elterngruppen eingebunden sind, d. h. mit welchen Institutionen sie in Kontakt stehen, über welche Einrichtungen/Personen/Maßnahmen sie sich im Rahmen der Erziehung ihrer Kinder informieren oder auch eher unbewusst im Austausch stehen.

Auch ist von Interesse zu erfahren, welche medienpädagogischen Angebote (Broschüren, Beratungsangebote, Veranstaltungen, etc.) zur Unterstützung ihrer Medienerziehung den Eltern bekannt sind und ggf. genutzt werden und wie sie davon erfahren haben. Die Ergebnisse der LfM-Machbarkeitsstudie legen nahe, dass es weniger an qualitativ hochwertigen und auf Eltern zugeschnittene Beratungs- und Informationsangeboten mangelt. Vielmehr seien neben dem teilweise fehlenden elterlichen Problembewusstsein auch die Problematiken des Zugangs und der Erreichbarkeit, gerade von Eltern und Familien aus sozial benachteiligten Milieus, nicht zu vernachlässigen. Auch dieser Aspekt sollte explizit aufgegriffen werden.

Abschließend wäre die Formulierung von Handlungsempfehlungen und Desideraten wünschenswert. Diese sollten einerseits Bedarfe zur Förderung der Medienkompetenz von Eltern als Mediennutzer aufweisen und zum anderen Ansätze aufzeigen, wie Eltern in ihrer Medienerziehung unterstützt und vor allem über welche Kanäle sie erreicht werden können. Dabei sollte wie erwähnt ein besonderer Fokus auf solche Eltern/Familien gelegt werden, die als Gruppe der so genannten „sozial benachteiligten“ Zielgruppen bezeichnet und üblicher Weise schwerer erreicht werden. In dieser Weise soll das Bild der medienpädagogischen Sozialisation komplettiert und sollen die bereits bestehenden Projekte zur Förderung der Medienkompetenz von Eltern auf ihre nachhaltige Wirksamkeit und Ausrichtung hin geprüft sowie ggf. neue Konzepte entwickelt werden.

Ein Forschungsprojekt mit den skizzierten Zielsetzungen stellt hohe Anforderungen an seine methodische Anlage. Die Umsetzung eines solchen Forschungsprojekts ist methodisch aufwendig und herausfordernd, jedoch den Ergebnissen der LfM-Machbarkeitsstudie zufolge möglich. Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurde der methodische Rahmen einer solchen Studie geprüft: Grundsätzlich sollten demnach eine Elternbefragung Bestandteil eines Erhebungsdesigns sein. Bei der Entwicklung des Forschungsdesigns ist zu prüfen, ob ggf. die Befragung von Kindern sinnvoll und unter forschungsökonomischen Gesichtspunkten leistbar oder eher verzichtbar erscheint. Wünschenswert wäre, dass die Altersspanne der Kinder in den Familien, die in die Untersuchung eingezogen werden, vom fünften bis hin zum 12. Lebensjahr reicht. Hierdurch soll gewährleistet werden, dass die Übergänge von Kindergarten zur Grundschule und von der Grundschule zur weiterführenden Schule mit in den Blick genommen werden. Denn bei diesen Übergängen kommt es für die Kinder auch zu veränderten Rahmenbedingungen bezogen auf ihren Sozialisationskontext. Der Einfluss von Schule und Peergroup nimmt zu, die Aushandlungsprozesse in der Familie werden vor andere Herausforderung gestellt.

Neben repräsentativen, quantitativ ausgerichteten Erhebungs- und Untersuchungsteilen sollte die Studie insbesondere auch qualitativ orientierte Elemente enthalten, um einen tiefer gehenden Einblick in unterschiedliche Facetten familiärer Strukturen und Medienerziehungsstilen zu erhalten. Auch sollten mögliche Anknüpfungspunkte zu bereits bestehenden, vorrangig quantitativ orientierten Untersuchungen – etwa den KIM- und JIM-Studien oder dem EU Kids Online-Projekt – geprüft werden.

Bei der methodischen Anlage einer solchen Untersuchung sollte es darum gehen, ein Instrumentarium zu entwickeln, das nah an den Eltern und der Familie operiert. Dabei sollte die Untersuchung langfristig angelegt sein, also nicht einmalig Daten erheben, sondern in angemessenen zeitlichen Abständen wiederholt werden. Diese Langfristigkeit hat insbesondere zwei hervorzuhebende Vorteile: Zum einen kann so Wandlungsprozessen, denen sowohl das Mediensystem (Digitalisierung) als auch die Familie und das Bildungssystem unterliegen, Rechnung getragen werden. Zum anderen hat ein auf Wiederholungen angelegtes Design den entscheidenden Vorteil, dass nicht alle Themenfelder umfassend in einer Untersuchung abgedeckt werden müssten, sondern in aufeinander folgenden Erhebungsphasen fokussiert werden könnten. Zentrale Parameter können somit erfasst und ggf. fortgeschrieben werden.

Die Ergebnisse des Forschungsprojekts sind grundlegend für Fördermaßnahmen, die Eltern als Zielgruppe adressieren und auf dieser Basis geprüft und ggf. weiterentwickelt werden können. Die Rahmenbedingungen in Familien sind sehr unterschiedlich, d.h. auch die Art und Weise der Unterstützungsbedarfe und der Ansprache von Eltern in ihren je spezifischen Lebens- und Erziehungskontexten sind verschieden. Sicher kann nicht auf jede Familie individuell eingegangen werden. Es soll jedoch ein zentrales Ziel der Studie sein, herauszuarbeiten, in welchen Bereichen der familiären Konstellation es zentrale Unterschiede gibt, so dass

einen Differenzierung von Angeboten und Adressierung notwendig erscheint. Hierdurch sollen Medienkompetenz fördernden Aktivitäten der LfM, die sich an Eltern richten wie z.B. das Internet ABC, Klicksafe, die Initiative Eltern & Medien, differenzierter und zielgruppenspezifischer ausgerichtet werden können. Zum Beispiel könnten bei der Qualifizierung von Referenten der Initiative Eltern und Medien die Erkenntnisse über unterschiedliche familiäre Medienerziehungskonzepte eingebunden werden, damit diese ihre Elternabende bedarfsgerechter ausrichten können. Angebote von Klicksafe sollten z.B. auf der Basis der Erkenntnisse hinsichtlich ihrer thematischen Schwerpunktsetzung, ihrer Ansprache und auch bezogen auf die Distribution überprüft werden. Darüber hinaus sind die Befunde der Studie auch für andere Institutionen von Interesse, die medienpädagogische Angebote für Eltern machen wie andere Landesmedienanstalten, Ministerien, Familienbildungsstätten etc.

Für das Forschungsprojekt stehen bis zu € 150.000,- (inklusive Mehrwertsteuer) zur Verfügung. Mit den Arbeiten an dem Projekt soll unmittelbar im Anschluss an die Vergabe (voraussichtlich im April) begonnen werden. Das Projekt soll eine Laufzeit von 15 Monaten nicht überschreiten. Eine kürzere Laufzeit wäre wünschenswert.

Bitte beachten Sie Folgendes:

Die Vergabe des Projektes soll in der Form einer **werkvertraglichen Vereinbarung** erfolgen, auf die zunächst die allgemeinen Regeln des Werkvertragsrechts Anwendung finden.

Bitte achten Sie darauf, dass **aus dem Antrag eindeutig hervorgeht, wer Antragsteller ist**, d. h. welche natürliche oder juristische Person bzw. Personen sich um die Projektvergabe bewerben. Die LfM weist darauf hin, dass im Falle einer Vergabe der Vertrag nur mit dem/der Antragstellenden geschlossen werden kann, die im Antrag benannt ist/sind. Soll der Antrag für juristische Personen gestellt werden, geben Sie bitte zusätzlich zu der genauen Bezeichnung und den gesetzlichen Vertretern dieser Personen auch an, wer die Projektleitung innehaben soll.

Das detaillierte Projektkonzept sollte neben Ausführungen zum Vorgehen einen Zeit- und Kostenplan beinhalten.

Bitte beachten Sie, dass die LfM davon ausgeht, dass der Auftragnehmer auch für Koordinierungs- bzw. Informationsgespräche zur Verfügung steht, der Erstellung des Konzeptes für die Vermittlung des Forschungsvorhabens sowie zu Pressemitteilungen zuarbeitet, an Veranstaltungen, die der Vermittlung des Forschungsvorhabens, insbesondere der Vorstellung vor den Gremien der LfM oder der Fachöffentlichkeit dienen, teilnimmt und Textvorlagen für die Vermittlung des Forschungsprojektes auf der Homepage der LfM zuliefert. Soweit sich aus diesen Verpflichtungen Reisekosten ergeben, sollte die Kostenkalkulation im Antrag die Kosten für die **Teilnahme an bis zu vier Koordinations- bzw. Informationsgesprächen** berücksichtigen, da eine gesonderte Vergütung von Reisekosten allenfalls dann erfolgen kann, wenn im gegenseitigen Einvernehmen mehr als vier solcher Gespräche vereinbart werden. Soweit im Kostenplan Reisekosten enthalten sind, haben sich diese am **Landesreisekostengesetz NRW** zu orientieren.

In dem Kostenplan ist die **ggf. abzuführende Umsatzsteuer** auszuweisen. Sollten hierzu keine Angaben gemacht werden, geht die LfM davon aus, **dass in der genannten Summe die ggf. abzuführende Umsatzsteuer enthalten ist.**

Wesentlicher Bestandteil der zu erbringenden Leistungen ist die **Einräumung bzw. Übertragung von ausschließlichen, uneingeschränkten Nutzungsrechten** an den entstehenden urheberrechtlich und gewerblich geschützten Leistungen, zeitlich unbegrenzt, weltweit in allen Sprachen und auf Dritte frei übertragbar an den Auftraggeber. Daher geht die LfM davon aus, dass im Falle der Umsatzsteuerpflicht der **ermäßigte Umsatzsteuersatz von zurzeit 7 %** zugrunde gelegt wird (§ 12 Abs. 2 Ziff. 7 c) UStG).

Es wird vorausgesetzt, dass der Antragsteller die für die Erstellung der Leistung erforderlichen Urheber- und Leistungsschutzrechte erworben hat bzw. rechtzeitig im Laufe der Herstellung der wissenschaftlichen Arbeit erwerben und die LfM von Ansprüchen Dritter aus Verletzung von Urheber- und Leistungsschutzrechten freistellen wird.

Die Auszahlung der vereinbarten Vergütung erfolgt jeweils nach Rechnungsstellung und Abnahme der vereinbarten Leistung bzw. Teilleistung durch die LfM.

Dem Antrag ist eine ein- bis zweiseitige Zusammenfassung beizufügen.

Ende der Ausschreibungsfrist ist Donnerstag, der 10. Februar 2011 (Datum des Poststempels).

Anträge dürfen nicht – auch nicht ergänzend – per Fax oder per E-Mail eingereicht werden.

Für Rückfragen steht Ihnen bei der Landesanstalt für Medien NRW Frau Antje vom Berg unter der Tel.-Nr. 0211/77007-153 oder per E-Mail (info@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Förderung, **Kennwort: „Ausschreibung: Medien-erziehung durch Eltern“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!