

## Projektbeschreibung zum Projektantrag „Museum in a clip“ April bis Dezember 2025

Antragsteller: Verein für Medienbildung Sachsen e.V., Alter Steinweg 18, 08058 Zwickau  
in Kooperation mit MeKoSax gGmbH, Herrenberg 17, 09350 Lichtenstein/Sa.



### 1. Beschreibung des Projektes „Museum in a clip“

Ziel des Projektes ist es, dass **Kinder und Jugendliche** einen **Museumsbesuch aktiv erleben**. Dabei sollen sie sich mit der besuchten Ausstellung spielerisch und inhaltlich kreativ auseinandersetzen und mit Tablets einen originellen kurzen Videoclip erstellen, der nachhaltig über den Museumsbesuch hinauswirkt. Diese Clips ermöglichen zudem einen neuen Blick auf die Ausstellungen der teilnehmenden Museen. Damit verfolgt das Projekt „Museum in a clip“ in seiner Grundidee die **Kulturelle Bildung** mit dem Ziel der kulturellen Teilhabe und Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Neben der Kulturellen Bildung ist die **Medienbildung** ein weiteres primäres Ziel. Medien begeistern Kinder und Jugendliche von klein auf. Über die Medienbildung wird ein intrinsisch motivierter Zugang zur Kulturellen Bildung erreicht. Außerdem steigert das Angebot die Attraktivität eines Museumsbesuchs mit Schülergruppen und fördert damit die Mobilität im ländlichen Raum.

Für das Projekt werden Kinder- und Jugendgruppen ab 10 Jahre **bzw.** Schulklassen von der Klassestufe 3 bis 13 angesprochen, welche sich audiovisuell aktiv mit der Ausstellung des jeweiligen Museums auseinandersetzen. Die Produktion der Videoclips wird inhaltlich von den **Museumspädagogen** der teilnehmenden Museen sowie technisch durch **Medienpädagogen** unterstützt. Den Teilnehmenden wird generell der Inhalt ihrer Beiträge selbst überlassen, im Zentrum steht ihre individuelle Auseinandersetzung und Sichtweise auf die präsentierten Ausstellungsobjekte. Die Lehrkräfte dürfen nicht nur beobachten und beaufsichtigen, sondern wie die Lernenden selbst aktiv teilnehmen. Erfahrungsgemäß wirkt sich eine aufgeschlossene und engagierte Einstellung positiv auf die Motivation der Kinder und Jugendlichen aus. Die Medienpädagogen vor Ort betreuen und begleiten die Filmproduktionen der Teilnehmenden, werten sie aus, geben Feedback und prüfen rechtliche Aspekte. Anschließend werden die Clips auf dem MIC-Youtubekanal veröffentlicht. Die 2021 neu gestaltete Projektwebseite [www.museum-in-a-clip.de](http://www.museum-in-a-clip.de) präsentiert das Projekt öffentlichkeitswirksam und ermöglicht eine unkomplizierte Buchung der Projektstage.

### 2. Hintergrund des Projektes

Seit 2015 wird das Projekt „Museum in a clip“ (MIC) unter Trägerschaft des Vereins für Medienbildung Sachsen e.V. (vormals Förderverein SAEK Zwickau e.V.) im Kulturraum Vogtland/Zwickau und (bis 2021) in Leipzig durchgeführt. In 2022 wurde das Projekt in den Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen übertragen. Über 40 Einrichtungen und Museen beteiligen sich und zwischen 700 und 900 Kinder und Jugendliche erleben jährlich einen aktiven Museumstag der etwas anderen, nachhaltigeren Art.

**Das Projekt MIC wird als „Beispiel guter Praxis“ in der MESA - Landesstrategie zur Förderung der Medienbildung im außerschulischen Bereich (<https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/34222>) aufgeführt und ist ein bis heute aufmerksamkeitsregendes Projekt, welches in seiner Form, den Zielen und der Konzeption einmalig in Deutschland ist.**

Durch die Abschaffung der SAEK-Medienbildungszentren in ganz Sachsen im Juni 2021 entstand eine strukturelle Lücke in der schulischen und außerschulischen Medienbildung für Kinder und Jugendliche, welche Projekte wie „Museum in a clip“ verstärkt in den Fokus rücken und immens an Bedeutung gewinnen lassen.

Aufbauend auf den bereits gewonnenen Erfahrungen wird das Projekt seit 2022 mit einigen grundlegenden Änderungen umgesetzt. Diese Änderungen hatten insbesondere das Ziel, die Mobilität im ländlichen Raum intensiver zu stärken und das überaus erfolgreiche und nachgefragte Projekt im Zuge aktueller kultureller und medienpädagogischer Bildungsanforderungen weiterzuentwickeln. Wesentliche Neuerungen waren:

- die **Übertragung des Projekts in den Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen** (bis zu 15 Projektstage) und
- die Übernahme der Reisekosten der Schülergruppen, um entfernte Orte der kulturellen Bildung im ländlichen Raum kennenlernen zu können.

Die oftmals ländlichen Verortungen der kulturellen Lernorte und ausgedünnte öffentliche Verkehrssysteme führten zu einer Konzentration der MIC-Buchungen auf in der Nähe der Schulen liegende Museen. Die zusätzlichen Aufwendungen ermöglichen und sichern den Schülerinnen und Schülern das **Erreichen und Erleben kultureller Vielfalt** in beiden Regionen und allen beteiligten Museen, **unabhängig von der Entfernung und den infrastrukturellen Bedingungen**.

### 3. Durchführung des Projektes in 2025

#### 3.1 Ziele des Projektes Museum in a Clip

- **Praxisorientierte Betätigung von Kindern und Jugendlichen und Anreiz zur inhaltlichen Auseinandersetzung mit Themen aus dem Bereich kultureller Bildung:** Kinder- und Jugendgruppen/Schulklassen/Hortgruppen werden mittels medialen Gestaltungsmöglichkeiten zur aktiven Auseinandersetzung mit Themen- und Ausstellungsbereichen in Orten der kulturellen Bildung angeregt.
- **Mobilität im ländlichen Raum:** In den Kulturräumen vergrößert „Museum in a clip“ als zusätzliches Angebot der kulturellen Bildung die Attraktivität eines Museumsbesuchs enorm und fördert damit die Mobilität im ländlichen Raum. Mit der Übernahme der Reisekosten wird dieser Effekt verstärkt und die (finanziell und räumlich unabhängige) Erreichbarkeit des Angebots kultureller Bildung gewährleistet.
- **Teilhabe junger Menschen durch ein kostenfreies und niedrigschwelliges Angebot**
- **Vermittlung von Medienkompetenz:** Die Teilnehmenden sind für die Produktion der Filme – von den Aufnahmen bis zum finalen Schnitt – selbst zuständig. Sie durchlaufen den kompletten Produktionsprozess eines Videoclips und stärken ihre Medienkompetenz. Wichtig: Der Schnitt der Beiträge kann natürlich nur erste Impulse für eine kritische Auseinandersetzung mit Medien und medialen Wirklichkeiten sein. Dieses Ziel nach Medienerziehung korrespondiert mit den Bildungszielen in den Sächsischen Lehrplänen und den Zielen außerschulischer Medienbildung. Zudem werden ästhetisch/kreative Prozesse angestoßen.
- **Anregung zur Teamarbeit und Arbeitsteilung:** Das Projekt gibt nicht nur einen klaren inhaltlich-zeitlichen Rahmen, sondern regt durch aktive Medienarbeit zur Teamarbeit an. Indem die Teilnehmenden sich gemeinsam verständigen, was sie darstellen möchten, was gefilmt werden soll, was sie sprechen möchten, wer schneidet, ist eine gut überschaubare Arbeitsteilung vorgegeben. Junge Menschen werden befähigt, ihre Ideen zu Verwirklichen und übernehmen Verantwortung.
- **Aktive Teilhabe:** Das Projekt stellt mit dem Youtube-Kanal eine Plattform zur aktiven Teilhabe dar: Teilnehmende können zu einem konkreten Museum ein eigenes Feedback mittels Kurzfilmes abgeben, welcher veröffentlicht wird und somit selbst wieder ein öffentliches Feedback erhält.
- **Beitrag zu mehr Öffentlichkeitswirksamkeit von Museen:** Im Rahmen des Projektes erlangen die beteiligten Museen auf originelle Weise Öffentlichkeitswirksamkeit „außer der Reihe“. Es entsteht durch die individuellen Beiträge im besten Fall ein sehr konkreter Anreiz für eine breite Zielgruppe, die teilnehmenden Museen zu besuchen.

#### 3.2 Zielgruppe und Akquise

Zielgruppe des Projektes sind Kinder- und Jugendgruppen ab 10 Jahre bzw. ab der 3. Klasse. Die Anmeldung erfolgt grundsätzlich über ein Online-Anmeldeformular auf [www.museum-in-a-clip.de](http://www.museum-in-a-clip.de). Flyer und Presseveröffentlichungen werden für die Akquise genutzt. Je Kulturraum werden 15 bis 20 Museen für das Projekt vorab ausgewählt. Primäre Faktoren für die Berücksichtigung in diesem Modellprojekt sind die personellen und räumlichen Voraussetzungen des jeweiligen Museums (Museen ohne ruhige Rückzugsmöglichkeit für den Filmschnitt sind bspw. nur bedingt geeignet).

#### 3.3 Umsetzung der Einzelprojekte

Dem Ablauf der einzelnen Projektstage liegt ein **klares pädagogisches Konzept** zu Grunde, welches seit vielen Jahren erprobt ist und fortlaufend angepasst wird. Arbeitsmaterialien wie ein Storyboard und eine Projektanleitung werden zur Verfügung gestellt. Insgesamt wird für den jeweiligen Projekttag eine Brutto-Dauer von fünf Stunden (inkl. Museumsführung) kalkuliert.

Da am Projekttag nur wenig Zeit ist, auf Grundlagen der Kameraführung und Bildgestaltung intensiv eingehen zu können, kommt das didaktische Konzept „Flipped Classroom“ zum Einsatz.

Der teilnehmenden Gruppe/Klasse wird im Vorfeld des Projekttag ein Erklärvideo zu Grundlagen der Kameraführung und Bildgestaltung zur Verfügung stellt. Dieses schauen die Teilnehmenden gemeinsam im Unterricht oder als Hausaufgabe an. Damit bleibt am Projekttag mehr Zeit für Praxis und Anwendung.

#### **Ablauf des Projekttags:**

##### **Begrüßung**

Den Teilnehmenden wird durch die Museums- und Medienpädagogen das Projekt „Museum in a clip“ vorgestellt und die Teams werden eingeteilt.

##### **Museumsführung**

Die Teilnehmenden nehmen zunächst das „normale“ museumspädagogische Angebot wahr, d.h. sie erhalten eine Führung durch die Ausstellung. Dieser Teil ist auf 30 bis 45 Minuten begrenzt.

##### **Aufnahme von Bildern, Videos und Tönen**

Die Teilnehmenden besprechen in ihren Teams anschließend unter Anleitung der Medienpädagogen, welche Objekte sie in den Mittelpunkt stellen und was genau sie erzählen möchten. Der Inhalt ist relativ frei – jedoch in Bezugnahme auf das jeweilige Museum – wählbar. In einem skizzenhaften Storyboard werden die Kurzfilme in Kleingruppen vorbereitet bzw. mindestens ein Treatment erstellt. Nach einer kurzen Wiederholung zu Basics der Kameraführung und Bildgestaltung werden die Filmaufnahmen mit Hilfe von Tablets in den Kleingruppen abgedreht.

##### **Schnitt/Gestaltung der Clips**

Die finale Gestaltung der Clips erfolgt durch die Teilnehmenden und unter Anleitung der Medienpädagogen. Videoschnitt-Apps wie beispielsweise *imovie* stellen durch ihre intuitive Bedienbarkeit dafür eine geeignete Möglichkeit dar. Mittels Mikrofons kann auch ein OFF-Text eingesprochen werden.

##### **Veröffentlichung der Clips**

Das Veröffentlichen der Clips auf dem projekteigenen Youtube-Kanal wird im Normalfall direkt am Projekttag vom Projektkoordinator realisiert.

##### **Nachbereitung**

Um positive Lerneffekte zu verstärken sind die Lehrkräfte angehalten, die entstandenen Filme nochmal anzuschauen, den Projekttag zu reflektieren und über die jeweiligen Ausstellungsinhalte zu diskutieren, zum Beispiel am nächsten Tag im Klassenzimmer.

#### **4. Erläuterungen zu den Kostenstellen laut KFP und zum Punkt „Sitzgemeindeanteil“**

##### **Kalkulation der Honorare**

In Ergänzung zum Kosten und Finanzierungsplan Punkt. 4.2/4.3 ergibt sich die Kalkulation der Honorare wie folgt:

Honorare Projektdurchführung (5h a 50,- € = 250,- € x 92 Teamereinsätze)	23.000,00 EUR
Honorar operative Projektkoordination (1h x 40 Projekte x 40,- €)	1.600,00 EUR
Honorarpauschale Gesamtkoordination (80 h a 40,- €)	3.200,00 EUR
Honorarpauschale für Betreuung der Projektwebsite	400,00 EUR
Honorarpauschale Öffentlichkeitsarbeit	500,00 EUR

##### **Honorar Projektdurchführung**

Pro Projekttag (5 Stunden) werden 2 bis 3 medienpädagogische Honorarkräfte je nach Klassenstärke und Alter der Teilnehmenden eingesetzt. Die Honorarkräfte kommen aus einem seit 25 Jahren gewachsenen Dozentenpool des Vereins und sind erfahrene und qualifizierte Medienpädagogen. Der Betreuungsschlüssel liegt bei ca. 1:10. Der Honorarsatz liegt 2025 bei 50,- €/h. Begründung: Der Verpflichtung zu sorgsamem und wirtschaftlichem Umgang mit allen Ressourcen bewusst, ist dieser Stundensatz zwingend erforderlich. Der Fachkräftemangel macht auch vor dem Medienbildungsbereich nicht halt, die Anzahl der freiberuflichen Honorarkräfte nimmt stetig ab. Dabei sind qualifizierte medienpädagogische Honorarkräfte die zentrale Ressource des Projekts, mit der sorgsam umgegangen werden muss.

Die Kalkulation geht von 92 Teamereinsätzen, d.h. 12 Projekte mit 3 Medienpädagogen und 28 Projekte mit 2 Medienpädagogen aus. Die Anzahl der tatsächlich möglichen Projekttag korreliert mit der Gruppenstärke der einzelnen Projekttag!

## **Honorar Gesamtkoordination (Projektleitung) und operative Projektkoordination**

Gesamtkoordination umfasst einerseits die Betreuung der Museen in den Kulturräumen. Dazu zählen insbesondere:

- Information der Museen über die Fortführung und Ausrichtung des Projektes
- Bedarfsermittlung seitens der Museen inkl. Akquise neuer Museen
- Koordination der Öffentlichkeitsarbeit und der Internetaktivitäten

Darüber hinaus wird im Rahmen der Gesamtkoordination die Kommunikation zwischen allen Beteiligten gesteuert und die Begleitung und Weiterentwicklung des Projektes sichergestellt. Dies umfasst insbesondere:

- Kommunikation und Abrechnungskoordination mit den Honorarkräften
- Anpassung der Arbeitsmaterialien und des Leitfadens an die aktuelle konzeptionelle Ausrichtung
- Evaluation und Klärung rechtlicher Fragen
- Verwaltung der Fördermittel sowie buchhalterische Aufbereitung
- Abrechnung und Abschlussbericht

Von der Gesamtkoordination abgegrenzt ist die operative Projektkoordination, welche die konkrete Abstimmung und Koordination der einzelnen Termine mit den Museen, Schulen, Busunternehmen und Medienpädagogen umfasst. Die Projektleitung (Gesamt- und Projektkoordination) übernimmt Dipl.-Sozialpädagoge Marsel Krause, welcher seit über 25 Jahren im Bereich der Medienbildung tätig ist und das MIC-Projekt seit 2015 begleitet.

## **Honorar Öffentlichkeitsarbeit**

Die Öffentlichkeitsarbeit ist als fester Bestandteil im Projekt verankert. Ziel ist es einerseits, eine möglichst große Aufmerksamkeit für das Projekt zu erreichen (z.B. in Form von Presseberichten, Onlineartikeln, TV-Beiträgen etc.). Andererseits soll die Öffentlichkeitsarbeit auch den beteiligten Museen einen konkreten Mehrwert bieten.

Social-Media-Kanäle wie Youtube (<https://www.youtube.com/c/MuseuminaClip>), Instagram oder Facebook sind verankert und die Museen werden zu einer aktiven Nutzung solcher Kanäle (z.B. über das Teilen der entstandenen Beiträge) motiviert. Von der **breiten öffentlichen Wahrnehmung** unter den Teilnehmenden und den Partnern profitieren alle teilnehmenden Museen. Ziel ist es, die sächsischen Museen als moderne und lebendige Lernorte zu präsentieren.

Die konkrete Öffentlichkeitsarbeit erfolgt intensiv insbesondere zu Projektbeginn und in der letzten Sommerferienwoche:

- Jedes teilnehmende Museum erhält gedruckte Flyer für die Akquise,
- Diverse örtliche Medien werden mittels Pressemeldung informiert und um Unterstützung gebeten,
- Potentielle Einrichtungen (Schulen, Kinderhorte, Jugendclubs etc.) werden nach Möglichkeit des Projektträgers individuell per Mail über den Projektstart informiert und
- Schulen werden zusätzlich über die Mailverteiler der medienpädagogischen Zentren informiert.

## **Reisekosten Projektdurchführung und -management**

Hier ist eine Pauschale i.H.v. 2.520,00 € einkalkuliert. Die Pauschale umfasst alle Reisekosten der Honorarkräfte (Kulturraumübergreifend) sowie der Projekt- und Gesamtkoordination. Basis für die Abrechnung ist das aktuelle sächsische Reisekostengesetz (35 Cent pro gefahrener Kilometer). Die Honorarkräfte sind angehalten, wirtschaftliche Fahrgemeinschaften zu bilden.

## **Fahrtkosten der Schülergruppen**

Innerhalb des Kosten- und Finanzierungsplans ist für die Anfahrt der Schülergruppen eine Busmiete kalkuliert. Da jede Einrichtung den Projekttag individuell bucht, liegen vorab keine Informationen zu Fahrtzeit, Entfernung, Art des notwendigen Verkehrsmittels und Klassenstärke vor. Aus Erfahrungen in anderen Projekten wurde deshalb pro Projekttag eine Fahrtkostenpauschale i.H.v. 300,- € (x40 Projekttag = 12.000,- €) berücksichtigt. Die tatsächlichen Fahrtkosten können jedoch je nach Rahmenbedingungen der Projekttag und genutztem Verkehrsmittel enorm unterschiedlich ausfallen.

## **Eintrittspauschale**

Um das Angebot für die Kinder- und Jugendgruppen attraktiv zu gestalten und gleiche Bedingungen in allen Museen zu schaffen, erhalten die Museen eine maximale Eintrittspauschale i.H.v. 25,- € pro Projektgruppe.

## Kostenverteilung der Zuschüsse

Der Antragsteller hat den prozentualen Anteil der öffentlichen Zuschüsse (gerundet) wie folgt verteilt:

SMWK	50%
Kulturraum Vogtland/Zwickau	31,25%
Kulturraum Erzgebirge/Mittelsachsen	18,75%

Der erhöhte Zuschuss des SMWK ist laut Ansicht des Antragstellers gerechtfertigt, da die Reisekosten der Schülergruppen einen erheblichen Anteil an den Projektkosten ausmachen und diese eher nicht bei den Kulturräumen zu verorten sind. Die Anteile der beiden Kulturräume stehen im direkten Verhältnis zur Anzahl der jeweils geplanten Projektstage.

## Eigenanteil

Ein Eigenanteil des antragstellenden Vereins ist nicht möglich, da er nicht über nennenswerte Rücklagen und zusätzliche Einnahmen verfügt. Der Verein trägt jedoch alle Kosten selbst, welche sich im Punkt Verwaltung-/Betriebskosten (Buchhaltung, Versicherung, Kontoführung, Strom, Telefon u.a.) summieren und hält sämtliches Inventar und Technik für die Projektorganisation (Möbiliar, PC, Drucker, Telefon etc.) vor.

## Sitzgemeindeanteil

Eine Finanzierung über einen Sitzgemeindeanteil ist im Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen nicht möglich, da der Projektträger seinen Sitz in Zwickau hat. In Zwickau erhält der Verein für Medienbildung Sachsen e.V. keinen Sitzgemeindeanteil, sondern eine institutionelle Förderung (Sachkostenzuschuss) für Raummiete und Betriebskosten. Eine Erbringung von Sitzgemeindeanteilen verschiedener Kommunen ist nicht möglich, da das Projekt zwar ortsübergreifend stattfindet, jedoch vorher nicht bekannt ist, in welchen Museen die Schulen den Projekttag durchführen möchten.

## 5. Evaluation

Die Evaluation des Projektes erfolgt einerseits über einen standardisierten Fragebogen für die betreuenden Fachkräfte. Andererseits erfolgt jeweils vor Ort in den Museen eine mündliche Evaluation mit den Teilnehmenden und dem jeweiligen Museum.

## 6. Diskussionspunkt Reisekosten

Die oftmals ländlichen Verortungen der kulturellen Lernorte und ausgedünnte öffentliche Verkehrssysteme führten Jahr für Jahr zu einer Konzentration der MIC-Buchungen auf in der Nähe der Schulen liegende Museen. Deshalb beschloss der Projektträger 2021, diesen Fakt in der Beantragung der Mittel für 2022 zu berücksichtigen und übernahm auch die Reisekosten der Schülergruppen, um entfernte Orte der kulturellen Bildung im ländlichen Raum kennenlernen zu können. **Die zusätzlichen Aufwendungen ermöglichen und sichern das Erreichen und Erleben kultureller Vielfalt unabhängig von der Entfernung und den infrastrukturellen Bedingungen.**

Nach 2 Jahren kann der Projektträger feststellen: **Die neue Zielstellung „Förderung der Mobilität im ländlichen Raum“ war erfolgreich und zielführend.** Die Übernahme der Reisekosten der einzelnen Gruppen hat **einen positiven Einfluss auf das Projekt in der Fläche.** In 2022 und 2023 wurden **spürbar mehr Projekte in Museen gebucht, welche für die jeweiligen Bildungseinrichtungen sonst nicht erreichbar gewesen wären.** So fanden deutlich mehr Projekte im Vogtland statt und im Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen fanden bspw. Klassen aus Mittweida den Weg nach Schwarzenberg. **Es erscheint sinnvoll, für 2025 die Rahmenbedingungen und Ziele des Projekts analog zu den Vorjahren beizubehalten und zu beantragen.**

**ABER** natürlich sind die Reisekosten auch ein diskutabler Bestandteil des Antrags: **Zum einen wird die, mit erheblichem Aufwand verbundene Koordination der Anreise seit 2022 durch den Gesamt- und Projektkoordinator ohne zusätzlichen finanziellen Ausgleich geleistet.**

Außerdem zog die **Übernahme der Reisekosten einen um ein Drittel erhöhten finanziellen Aufwand** des gesamten Projekts nach sich. Teilweise verdoppelten sich die Kosten für einzelne Projekttage, wenn bspw. ein großer Reisebus benötigt wurde.

Diese hohen Kosten werden derzeit durch das SMWK und die Kulturräume allein getragen. Eine Beteiligung des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus bzw. des Sächsischen Landesamts für Schule und Bildung wäre aus Sicht des Projektträgers ein wichtiger Weg, das überaus erfolgreiche Projekt zu verstetigen und zu erhalten. Viele Fakten sprechen dafür:

- das Projekt wird zumeist von Schulklassen genutzt,
- ein Museumsbesuch beinhaltet lehrplanbezogene, aber auch ergänzende bzw. weiterführende Schwerpunkte und ist somit als ergänzende und vertiefende Maßnahme zum Unterricht zu sehen,
- mittels aktiver Medienarbeit wird Medienkompetenz vermittelt und es werden Impulse für eine kritische Auseinandersetzung mit Medien und medialen Wirklichkeiten gegeben. Diese Ziele korrespondieren mit den Bildungszielen in den Sächsischen Lehrplänen (Medienbildung als ganzheitlicher Ansatz) und den Zielen schulischer wie außerschulischer Medienbildung. Zudem werden ästhetisch/kreative Prozesse angestoßen, aktive Teilhabe und Teamarbeit gefördert.

Das Projekt MIC korrespondiert auch mit aktuellen Zielstellungen der Verbesserung der Bildung in Sachsen: „Um den heutigen Anforderungen eines ganzheitlichen und regionalen Lernens, das an die Erfahrungswelt der Lernenden anknüpft und diese erweitert, gerecht zu werden, bedarf es des Einbezugs außerschulischer Lernorte in unterrichtlich geplantes Lernen.“ (<https://lernorte.sachsen.schule/p/>)

Es wäre wünschenswert, hier eine Co-Finanzierung zu erreichen. Eventuell wäre es beispielsweise denkbar, die Reisekosten der Schulklassen aus einem verbindlich bereitgestellten schulischen Budget bestreiten zu lassen.

Wir als Antragsteller sind bezüglich der Umsetzung flexibel, wenngleich wir aufgrund der Erfahrungen die Beibehaltung der Übernahme der Reisekosten favorisieren. **Wir bitten diesbezüglich alle Projektförderer, gemeinsam diesen Sachverhalt zu diskutieren. Im Endergebnis wäre der KFP entweder in beantragter Form beizubehalten oder ergebnisorientiert und zielführend anzupassen.**

+++++

Verein für Medienbildung Sachsen e. V.  
Alter Steinweg 18  
08056 Zwickau

Telefon: 0375-210685

VR Amtsgericht Chemnitz:71661

**Anerkannter Träger der freien Jugendhilfe nach § 75 SGB VIII**

+++++

# Kosten- und Finanzierungsplan

## 6. Ausgaben – alle Angaben in Euro –

Bei Vorsteuerabzugsberechtigung Netto-Beträge

(keine unbaren Leistungen)	vom Antragsteller auszufüllen	vom Kulturraum auszufüllen
<b>6.1 Personalausgaben</b>		förderfähig
· Honorare	28.700,00	
· Aufwandsentschädigungen		
· Preisgelder		
· <input type="text"/>		
· <input type="text"/>		
<b>Zwischensumme</b>	<b>28.700,00</b>	
<b>6.2 Sachausgaben</b>		
· Material / Anschaffungen (keine Investitionen)		
· Büromaterial	150,00	
· Telefon- und Portokosten	180,00	
· Noten		
· <input type="text"/>		
· <input type="text"/>		
· <input type="text"/>		
<b>Zwischensumme</b>	<b>330,00</b>	
<b>6.3 Fahrtkosten</b>		
· Fahrtkosten nach SächsRKG	2.520,00	
· Transportkosten		
· Reisekosten Projektgruppen	12.000,00	
· <input type="text"/>		
<b>Zwischensumme</b>	<b>14.520,00</b>	
<b>6.4 Werbung</b>		
· Druckkosten	300,00	
· Dokumentation		
· Veröffentlichungen in Medien		
· <input type="text"/>		
· <input type="text"/>		
<b>Zwischensumme</b>	<b>300,00</b>	

**6.5 Sonstige Ausgaben**

· Gema		
· Betriebskosten <i>(keine Pauschalbeträge)</i>		
· Mieten		
· Übernachtung		
· Catering		
· Eintrittspauschale Museen für Projektgruppen	875,00	
· <input type="text"/>		
· <input type="text"/>		
<b>Zwischensumme</b>	<b>875,00</b>	
<b>Summe der Ausgaben</b> (Zwischensumme 6.1 bis 6.5)	<b>44.725,00</b>	



**7. Einnahmen/Deckungsmittel** – alle Angaben in Euro –

7.1 Erwirtschaftete Einnahmen (keine unbaren Leistungen)		
· Eintrittsgelder	<input type="text"/>	
· Teilnehmergebühren	<input type="text"/>	
· Einnahmen aus Veranstaltungstätigkeit	<input type="text"/>	
· Verkauf	<input type="text"/>	
· Gastronomie	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
<b>Zwischensumme</b>		<b>0,00</b>
7.2 Öffentliche Zuschüsse		
· Sitzgemeinde (lt. Stellungnahme SG)	<input type="text"/>	0,00%
· andere Kommunen	<input type="text"/>	
· Landkreis	<input type="text"/>	
· Kulturstiftung Sachsen	<input type="text"/>	
· Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen	<input type="text"/>	8.385,00
· SMWK	<input type="text"/>	22.360,00
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
<b>Zwischensumme</b>		<b>30.745,00</b>
<b>7.3 Kulturraum Vogtland-Zwickau (Antragssumme)</b>	<b>13.980,00</b>	<b>31,00%</b>
7.4 Private Zuwendungen		
· Spenden	<input type="text"/>	
· Sponsoring	<input type="text"/>	
· Stiftungen	<input type="text"/>	
· Kollekten	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
· <input type="text"/>	<input type="text"/>	
<b>Zwischensumme</b>		<b>0,00</b>
<b>7.5 Finanzielle Eigenmittel des Rechtsträgers</b> (z.B. Mitgliedsbeiträge, keine unbaren Leistungen)	<input type="text"/>	
<b>Summe der Einnahmen</b> (Zwischensummen 7.1 bis 7.5)		<b>44.725,00</b>

**Hinweis:**

- Der Kosten- und Finanzierungsplan muss ausgeglichen sein. Dafür müssen die Gesamteinnahmen und -ausgaben gleich hoch und angemessen geplant sein.
- Alle mit demwendungszweck zusammenhängenden Einnahmen (Zuwendungen, Leistungen Dritter) und der Eigenanteil des Zuwendungsempfängers sind als Deckungsmittel für alle mit demwendungszweck zusammenhängenden Ausgaben einzusetzen.
- Bei wiederkehrend geförderten Projekten sind Mehrausgaben gegenüber dem Vorjahr bzw. den Vorjahren als Anlage zum Antrag (Projektbeschreibung) zu begründen.
- Pauschalbeträge sowie interne Leistungsverrechnungen sind keine zuwendungsfähigen Ausgaben.