



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBF



D-EDK

Deutschscheizer
Erziehungsdirektoren-
Konferenz

Tätigkeitsbericht 2012 für SRF mySchool von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)

Von der Plenarversammlung D-EDK genehmigt am 20.06.2013

Projekt/Geschäft	SRF mySchool (vormals Schulfernsehen)
Geschäfts-ID	
Autor/en	Redaktion SRF mySchool / Schulfernsehkommision der D-EDK
Titel	Tätigkeitsbericht 2012 für SRF mySchool
Status	Von der Plenarversammlung D-EDK genehmigt am 20.06.2013
Dateiname	taetigkeitsbericht_srf-myschool_2012_def.docx
Version	2012
Datum	
Änderungen	

INHALT

1.	TÄTIGKEITSBERICHT 2012 DER SCHULFERNSEHKOMMISSION	4
2.	TÄTIGKEITSBERICHT «SRF MYSCHOOL» 2012	5
2.1	Aus der Redaktion	5
2.1.1	Partnerschaft D-EDK/SBFI	5
2.1.2	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	5
2.1.3	Praktikum	5
2.1.4	Externe Kontakte	6
2.1.5	Schulfernsehmesse	6
2.1.6	Medien-Feedback	6
2.2	Marketing	6
2.2.1	Weiterbildung	6
2.2.2	Promo-DVD	6
2.2.3	Werbung für Einzelsendung	7
2.3	Nutzung und Statistik	7
2.3.1	Publikumszahlen Onair	7
2.3.2	Programm-Highlights	7
2.3.3	Zugriffszahlen Website	8
2.3.4	Zugriffszahlen Video on Demand	8
2.3.5	Anzahl Dokumente online	8
2.3.6	Newsletter	9
2.3.7	Verkauf von DVD	9
2.4	Programm	9
2.4.1	Eigenproduktionen	9
2.4.2	Ko-Produktionen oder bearbeitete Übernahmen	10
2.5	Rechnung	11
	Erläuterungen zur Rechnung 2012	11
	Erläuterungen zu Total Fixkostenaufwand	12
	Erläuterungen zum Budget 2013	12

1. TÄTIGKEITSBERICHT 2012 DER SCHULFERNSEHKOMMISSION

Die Schulfernsehkommision hat 2012 an zwei Sitzungen über ihre Aufgabe und Funktion nachgedacht und ihre Zusammensetzung überprüft. Zudem hat sie die Redaktion von SRF mySchool kritisch begleitet und unterstützt. Daraus resultiert sind unter anderem eine revidierte Leistungsvereinbarung sowie eine modifizierte Zusammensetzung der Kommissionsmitglieder. Die Bekanntheit des Angebots von SRF mySchool soll gesteigert werden. Dies indem die sozialen Netzwerke der Kommissionsmitglieder aktiv genutzt werden.

Die Plenarversammlung EDK hat am 26. Oktober 2012 der neuen Leistungsvereinbarung und damit auch einer neuen Zusammensetzung der Mitglieder zugestimmt. Die neue Leistungsvereinbarung konnte jedoch noch nicht unterzeichnet werden, da der Rechtsdienst SRG eine Klausel über die Garantie der redaktionellen Freiheit aufnehmen möchte.

Mitglieder der Schulfernsehkommision:

(Stand 1. Januar 2013)

- Christian Aeberli, Abteilung Volksschule Aargau (Präsident)
- Daniel Ammann, Pädagogische Hochschule Zürich
- Manfred Pfiffner, Pädagogische Hochschule St. Gallen
- Marco Riva, Basel
- Kurt Schöbi, Pädagogische Hochschule Zentralschweiz
- Beatrice Straub Haaf, Amt für Volksschule des Kantons St. Gallen
- Barbara Krieger, Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), Redaktionsleiterin
- Yvonne Zobrist-Willisegger, D-EDK Geschäftsstelle (Sekretariat)

2. TÄTIGKEITSBERICHT «SRF MYSCHOOL» 2012

2.1 Aus der Redaktion

2.1.1 Partnerschaft D-EDK/SBFI

Grundlage für die Arbeit der Redaktion SRF mySchool ist nach wie vor die Leistungsvereinbarung von Schweizer Radio und Fernsehen mit den D-EDK-Regionen und dem SBFI. Die Vereinbarung vom 19. Dezember 2002 verpflichtet SRF, drei publizistische Produkte anzubieten:

- **TV-Sendungen:** rund 200 Stunden Programm pro Jahr.
- **Lehrer-Info:** Zusatzmaterial zu diesen Sendungen für Lehrpersonen, zum Beispiel didaktische Hinweise, Lektionsskizzen oder Programm-Übersichten.
- **E-Learning-Angebote:** Zusatzmaterial für SchülerInnen, zum Beispiel Zusammenfassungen, Arbeitsblätter oder Aufgabenstellungen.

SRF verbreitet diese Produkte auf zwei Vektoren:

1. **Fernsehen:** Die mySchool-Sendungen sind von Montag bis Freitag jeweils zwischen 9:00 und 10:00 auf SRF 1 zu sehen.
2. **Internet:** Für die Lehrer-Info und das E-Learning-Angebot verwendet SRF ausschliesslich die Online-Distribution auf www.srf.ch/myschool.

2.1.2 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Folgende Personen gehören 2012 zur mySchool-Kernredaktion:

- Barbara Krieger, Redaktionsleiterin, 100%-Pensum
- Sandra Bargetze, Produktionsassistentin, 100%-Pensum
- Marcus Albin, Redaktor Multimedia, 90%-Pensum
- Steven Marriott, Redaktor Programmeinkauf/Planung, 80%-Pensum
- Daniela Renaud, Redaktorin und Projektleiterin TV, 60%-Pensum
- Thomas Gantenbein, Redaktor TV, 60%-Pensum

Die Redaktion umfasst per 31. Dezember 2012 sechs Personen mit insgesamt 490 Stellenprozenten. Verglichen mit 2011 (430 Stellenprozent) bedeutet dies eine Differenz von plus 60 Stellenprozent, finanziert mit umgelagerten Mitteln, die für Freelancer budgetiert sind. Dank dieser Lösung lassen sich grössere Projekte wie beispielsweise «Medienkompetenz» effizienter umsetzen oder personelle Engpässe schneller überbrücken.

2.1.3 Praktikum

Die mySchool-Redaktion bietet seit 2005 Praktikumsplätze an. Sie sind reserviert für aktive Lehrpersonen, die einen bezahlten Weiterbildungsurlaub beziehen können, und ermöglichen der Redaktion den Erfahrungsaustausch mit der Praxis. Bei mangelnder Nachfrage kommen aber auch Personen zum Zuge, die eine pädagogische oder journalistische Ausbildung machen. 2012 zählen wir sechs Praktikantinnen und Praktikanten:

- Martina Schuler, Primarlehrerin in Schafisheim, 7 Wochen
- Anja Winkler, Studentin/Erziehungswissenschaft an der Universität Bern, 9 Wochen
- Andreas Spinass, Sekundarlehrer in Flims, 9 Wochen
- Stefanie Trachsler, Studentin/Erziehungswissenschaft an der Universität Bern, 8 Wochen

- Fabienne Grimm, Studentin/Journalismus an der Universität Fribourg, 5 Wochen
- Daniel Borer, Lehrer an der Kaufmännischen Berufsfachschule Luzern, 8 Wochen

Die Praktikantinnen und Praktikanten arbeiten produktiv mit bei der Herstellung des Begleitmaterials, beim Online-Angebot und Marketing. Einen Einblick ins Fernsehhandwerk erhalten sie bei Dreharbeiten, beim Schnitt oder der Vertonung von Beiträgen. Ferner können sie tageweise die Redaktionen der SRF Magazin- oder Newssendungen (z.B. Einstein, 10vor10, Tagesschau) besuchen.

2.1.4 Externe Kontakte

Immer wieder finden Kontakte mit Behörden, Verlagen, Firmen und Stiftungen statt, die im Bildungsbereich tätig sind. Unsere Strategie ist es, externe Partner zu finden, die mit ihrem Know-how das kompakte mySchool-Angebot ergänzen:

- Educa (Schweizerischer Bildungsserver): mySchool-Datenlieferung für das Projekt einer digitalen Bibliothek für die Schweizer Schulen
- Schweizerischer Verband für Berufsberatung: Zusammenarbeit für die Reihe «Berufsbilder aus der Schweiz»
- Schweizerische Nationalbank: Zusammenarbeit für www.iconomix.ch, dem webbasierten Ökonomie-Lehrangebot der SNB für die Sekundarstufe II (Mittelschulen, Berufsfachschulen). Verschiedene Lehr- und Lernmodule knüpfen an unsere Beitragsreihe «Wirtschaft und Gesellschaft» an und vertiefen diese Themen.

2.1.5 Schulfernsehmesse

Die jährliche Planungs-, Verkaufs- und Produktionsmesse findet 2012 am 25./26. September in Dortmund beim WDR statt. An der Veranstaltung nehmen für die mySchool-Redaktion teil: Barbara Krieger, Steven Marriott und Sandra Bargetze. Sie treffen sich dort mit den Kolleginnen und Kollegen des SWR, WDR, BR, RBB und HR.

2.1.6 Medien-Feedback

mySchool ist immer wieder Gegenstand von Medienberichten. Manchmal wird das gesamte Angebot besprochen, manchmal eine einzelne Sendung oder Dreharbeiten zu einem Beitrag. Im Einzelnen sind die Medienberichte im 2012 schwierig zu rekonstruieren, auf Wunsch kann eine Auswahl zusammengestellt werden.

2.2 Marketing

2.2.1 Weiterbildung

Im Hause SRF: 2012 besuchen 7 Lehrer- oder PHZH-Gruppen mit 233 Personen unsere interne Weiterbildung im Fernsehstudio Zürich-Leutschenbach. Die jeweils ganztägigen Veranstaltungen geben morgens einen Einblick ins Programm und Angebot von SRF mySchool, nachmittags werfen die Teilnehmenden während eines geführten Studiorundgangs einen Blick hinter die SRF-Kulissen. Generell lässt sich feststellen, dass die Nachfrage für Weiterbildungen von Lehrpersonen bei SRF rückgängig ist.

Extern: keine Veranstaltung

2.2.2 Promo-DVD

Um das mySchool-Grundangebot bekannt zu machen, stellten wir 2011 eine Promo-DVD mit sieben typischen Eigenproduktionen zusammen. Diese verteilen wir ebenfalls im 2012: 233 an-

lässlich interner mySchool-Veranstaltungen und 142 an individuelle Anfragende, total 675. Weitere 300 Exemplare verteilt der SRF-Kundendienst bei allgemeinen Studioführungen an Lehrpersonen.

2.2.3 Werbung für Einzelsendung

Es gehört zum Standardauftrag der Praktikantinnen und Praktikanten, mindestens eine neue Sendung zu bewerben. Es gilt, Adressen zu beschaffen, eine Begleitkarte zu erstellen und den Versand durchzuführen. Die Adressaten sind Schulhäuser der deutschsprachigen Schweiz. Sie erhalten 2012 einen Sendehinweis auf die neue mySchool-Reihe, die in Zusammenarbeit mit Andreas Moser und NetzNatur entsteht. Wir führen die Werbeaktion mit der DVD «Junge Tierfilmer ganz gross: Schweizer Jugend filmt – einfach genial!» durch und verschicken insgesamt 2000 Exemplare.

2.3 Nutzung und Statistik

Unsere Sendungen sind von Montag bis Freitag von 9:00 bis 10:00 Uhr auf SRF 1 programmiert. Insgesamt füllen die Beiträge 60 Minuten Sendezeit. 2012 verantwortet die mySchool-Redaktion 209 Programmstunden.

2.3.1 Publikumszahlen Onair

mySchool weist 2012 einen Marktanteil von 7,0% aus: Das sind durchschnittlich 10'000 Zuschauer je Sendetag. Zum Vergleich die Zahlen aus den Vorjahren: Marktanteile 2011: 9,1%, 2010: 9,7% Durchschnittliche, tägliche Zuschauerzahl 2011: 13'000, 2010: 14'000

mySchool verliert somit 2,1% Marktanteil. Dieser Verlust wird nicht von SRF zwei kompensiert, vielmehr legen einige der privaten deutschen Sender im Morgenprogramm (ganze Woche mit Samstag und Sonntag) weiterhin Marktanteil zu (RTL2 +2,0%, VOX +3,7%, Sat1 +0,7%). Im Vergleich zu den deutschen und österreichischen öffentlich-rechtlichen Sendern ist die Situation unterschiedlich. Während einige Sender (ZDF -2,4%, ORF1 -0,3%) an Marktanteil verlieren, kann ARD einen Anteil von 3,6% halten. Bei den privaten deutschen Sendern gibt es aber auch mit Pro7 (-1%) und Kabel1 (-1%) Verlierer. Der sogenannte Long Tail, d.h. viele, kleine Angebote von Nischen- und Spartenkanälen, ist mit einer Zunahme von 1,7% ebenfalls von Bedeutung.

Der Marktanteil als statistischer Wert muss insofern relativiert werden, da er die effektive Nutzung von einzelnen mySchool-Sendungen ab eingekaufter DVD, als Aufzeichnung oder via VoD im Unterricht nicht einschliesst. Wieviele Schülerinnen und Schüler letztendlich die mySchool-Sendungen nutzen, ist nur sehr beschränkt oder gar nicht ermittelbar.

Auch muss betont werden, dass mySchool 2012 mehrheitlich Wiederholungen ohne begleitende Promo-Aktivitäten zeigt. Dies einerseits, um möglichst viele Beiträge im SRF Player abspielbar zu machen. Andererseits ist das Jahr 2012 im Bereich Programmplanung und Einkauf vor allem von Neuorientierung und Umstrukturierungen geprägt, beispielsweise Themenwochen oder Reihen mit relativ vielen Folgen.

2.3.2 Programm-Highlights

- **«Body Talk»:** mySchool kauft die Produktion der 12-teiligen Reihe zu den Themen Beziehung, Sexualität, Ernährung, Bewegung und Drogen. Die Reihe wird erstmals im Februar 2012 ausgestrahlt und erreicht einen durchschnittlichen Marktanteil von 8,2%. Spitzenreiter ist der Beitrag «Luca: Das erste Mal» mit 15,1% Marktanteil.
- **Themenwoche «Ernährung»:** mySchool lanciert vom 15.-19. Oktober 2012 das Themenpaket Ernährung. Gezeigt werden unter anderem der Oscar-nominierte Dokumentar-

film «Food, Inc.» und die Reihe «Kuh - Schweiz?», Resultat einer Zusammenarbeit von NetzNatur mit Andreas Moser und mySchool.

- **«Die Schweiz bauen»:** mySchool übernimmt die 13-teilige SRG-Reihe zu zeitgenössischer Baukultur und Architektur in der Schweiz. Begleitend lanciert die Redaktion umfangreiches Begleitmaterial mit ansprechenden Versuchsreihen für die Fächer Werken und Gestalten, die bei den Lehrpersonen auf sehr positives Echo stossen.
- **«Das Genie der Natur»:** Mit diesem 3-Teiler erschliesst mySchool vom 8.-10. Mai 2012 das spannende Themenfeld der Bionik. Im Begleitmaterial nehmen die Lernenden selbst Natur als Vorbild und festigen ihr Wissen mit interessanten Experimenten. Der durchschnittliche Marktanteil liegt bei 7,7%.
- **«Die letzten Paradiese»** Die 5-teilige Naturfilmreihe präsentiert Schauplätze aus verschiedenen Regionen der Welt: Von den Fjorden in Norwegen bis zum Kap der guten Hoffnung in Südafrika. Ihr durchschnittlicher Marktanteil im Juni 2012 liegt bei ausgezeichneten 12,8%.
- Folgen 7 und 8 der Reihe **«Achtung! Experiment»** erreichen am 8. November 2012 Spitzenwerte von 28% resp. 22% Marktanteil. Die 26-teilige Reihe erklärt mit spektakulären Versuchsanordnungen physikalische Gesetze und beweist: Wissenschaft ist spannend und lehrreich zugleich!

2.3.3 Zugriffszahlen Website

2012 verzeichnet mySchool 227'366 Visits, 19% weniger als im Vorjahr. D.h. monatlich registriert srf.ch/myschool im Durchschnitt 18'947 Visits. (2011: 23'377 Visits/Monat).

Ein Visit (= Besuch) ist definiert als eine Reihe von Page Views (Seitenaufrufen), die ein User innerhalb eines Zeitintervalls von 30 Minuten auf einer Website vornimmt.

Der Tagesdurchschnitt liegt damit bei 631 Visits (2011: 769) auf mySchool. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies 19% weniger.

Die Gründe für die Abnahme der Visits sind nicht eruierbar. Die Redaktion muss infolge des SRF-Relaunches den mySchool-Inhalt in ein neues CMS (Content Management System) migrieren, was jedoch ohne grössere technische Probleme durchgeführt werden kann.

2.3.4 Zugriffszahlen Video on Demand

Per 31. Dezember 2012 stehen insgesamt 591 Beiträge als Videostream zur Verfügung. Das sind 181 Einzelbeiträge und 52 Reihen mit 410 Folgen. (2011: 514 Beiträge). D.h. 77 Beiträge mehr, respektive plus 15%.

mySchool erreicht im Monat durchschnittlich 38'197 Videostarts (2011: 29'794). Dies entspricht einer Steigerung von 29% oder 8'403 Starts im Vergleich zum Vorjahr. Ein Start wird dann gezählt, wenn das Video mit dem Abspielen beginnt. Der Tagesdurchschnitt liegt damit bei 1'273 Starts (2011: 980). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies 30% mehr Videostarts.

2.3.5 Anzahl Dokumente online

Zu jedem Beitrag erstellt mySchool Zusatzmaterial für Lehrpersonen und Lernende. Es handelt sich dabei um inhaltliche Zusammenfassungen, didaktische Hinweise, Lektionsskizzen oder Aufgabenblätter und Lösungen. Diese werden auf der Webseite als PDF- und Word-Dokumente angeboten. Ende 2012 bietet mySchool Zusatzmaterialien zu 750 Filmen online an.

2.3.6 Newsletter

Der mySchool-Newsletter informiert wöchentlich über aktuelle Sendungen, Highlights aus dem Programm, neue Online-Angebote sowie Begleitmaterialien für den Unterricht. Er geht kostenlos an 2125 (+7%) Einzelabonnenten oder Schulen (Stand 31. Dezember 2012).

2.3.7 Verkauf von DVD

2012 verkaufen wir über unseren Vertriebspartner ATV Videovertrieb in Dornbirn total 436 Tonbildträger. (Vorjahre im Vergleich: 2011: 1333 TBT, 2010: 2382 TBT, 2009: 3345 TBT, 2008: 4145 TBT)

Die Einnahmen erreichen 6'538.40 Franken. Die Verkaufszahlen bleiben dieses Jahr vergleichsweise tief. Folgende Faktoren spielen eine Rolle:

- Der Warenkorb wurde Ende 2011 von der ILZ im Rahmen einer CMS-Migration unerwartet und kurzfristig ausser Betrieb gesetzt. Eine neue Lösung, realisiert von ATV, geht im September 2012 online. Wir überprüfen und aktualisieren in diesem Zusammenhang das gesamte Warenkorb-Inventar.
- Wir können nicht für alle neuen Sendungen auch TBT-Rechte erwerben. Ist der Anteil an solchen Sendungen ohne TBT-Rechte gross, sinkt gegenläufig dazu unser DVD-Verkauf.
- Wir konkurrieren mit dem Ausbau von «Video on Demand» (VoD) den eigenen DVD-Absatz. VoD bedeutet Streaming der Beiträge, d.h. non-lineares (zeitversetztes) Schauen der Sendungen im SRF-Player.
- Geringe Anzahl an Neuproduktionen.

2.4 Programm

Gemäss Mandat hat die mySchool-Redaktion ein Programm anzubieten, das für die schulische Nutzung geeignet ist und gleichzeitig ein allgemeines, wissensorientiertes Publikum anspricht. Um diese Vorgabe zu erreichen, beachten wir für die Auswahl von Einkäufen, Eigenproduktionen, Co-Produktionen und Übernahmen folgende drei Punkte:

- Wie gross ist der Lehrplanbezug? Das ist die Lehrperson-Perspektive.
- Sind Thema und Umsetzung jugendgerecht? Das ist die Lernenden-Perspektive.
- Ist das Thema fürs Medium Fernsehen geeignet? Das ist die TV-Macher-Perspektive sowie die Perspektive des allgemeinen Publikums.

Idealerweise schneidet eine Sendung in allen drei Bereichen sehr gut ab. Ist ein Angebot in einem der drei Bereiche nicht überzeugend, verzichten wir auf einen Einkauf, eine Produktion oder Übernahme.

2.4.1 Eigenproduktionen

Eigenproduktionen sind, auf die Minute gerechnet, zwar am teuersten, lassen sich aber während drei bis fünf Jahren mehrmals wiederholen. Zudem können wir mit den Eigenproduktionen am besten auf Lehrpläne eingehen, schweizerische Sachverhalte thematisieren und in der Gestaltung auf kurze, didaktisierte Sendungen achten.

2012 ist geprägt durch die Neulancierung des Lernziels Medienkompetenz. Wir kreieren dazu ein eigenes Format: Je Thema wird ein Erklärfilm mit Experten, Infografiken, Animationen, Tipps und einem Streitgespräch umgesetzt. Je Thema wird aber auch ein Porträt mit zwei Jugendlichen, die aus ganz unterschiedlichen Perspektiven ihre Erfahrungen zum Thema erzählen, realisiert.

Formate erlauben eine effizientere Produktion, da die einzelnen Folgen auf einem allgemeinen Reihenkonzept beruhen. Solche Formate sind nicht nur produktionsseitig interessant: Auch

die Lehrpersonen schätzen diese Angebote. Denn sie wissen dann genau, was sie formal und inhaltlich von einer neuen Sendung aus einer klar definierten Reihe erwarten können. Das erleichtert die Unterrichtsvorbereitung massiv.

Hier die Liste der neuen Eigenproduktionen:

- «Datenschutz» (14'09'') und «Generation Facebook» (9'10'')
- «Games» (14'37'') und «Game Designer» (11'48'')
- «Sucht» (17'57'') und «Süchtig» (14'58'')
- «Social Media» (16'08'') und «Digital Natives» (11'10'')
- «Computergeschichte» (10'58'')
- «Radiowerkstatt» (21'03'')
- «Generation Online» (24')

2012 insgesamt 166 Minuten.

(2011 waren es 300, inklusive Livesendungen «Treffpunkt Bundesplatz», 2010 waren es 180). Die Ausstrahlung der Medienkompetenz-Filme erfolgt ab März 2013.

2.4.2 Ko-Produktionen oder bearbeitete Übernahmen

- «Achtung! Experiment» (26 x 10'), mit NHK/SWR
 - «Die Akte Alu» (4 x 15'), mit ARTE/ZDF/ORF
 - «Kuh – Schweiz?» (6 x 15'), von NetzNatur
 - «Biosfera Val Müstair» (3 x 15'), von NetzNatur
 - «Kampf der Hörnchen» (3 x 15'), von NetzNatur
 - «Petra – Wunder in der Wüste» (24'), von Sternstunden Kultur
- 2012 insgesamt 524 Minuten.

2.5 Rechnung

Gemäss Leistungsvereinbarung vom 19. Dezember 2002 gibt SRF für das Schulfernsehen pro Jahr mindestens 1 Million Franken aus. 2012 sind es total 1'092'280 Franken, also mehr als das Minimum von 1 Million Franken.

	Budget 2012	Rechnung 2012	Differenz	%-Abw.	Budget 2013	%-Abw. zur Rechnung 2012
Kostenstelle: Personal und übriger Aufwand	651'177	766'366	115'189	+18%	672'185'	-12%
Entwicklung SRF mySchool	0	159'278	159'278	+100%	21'000	-87%
Eigenproduktionen	293'285	27'131	-266'154	-91%	165'420	>100%
Einkäufe	198'000	259'511	61'511	31%	202'917	-22%
Bearbeitungen & Übernahmen	46'072	20'682	-25'390	-55%	50'072	>100%
Co-Produktionen & Co-Finanzierungen	87'000	62'622	-24'378	-28%	50'000	-20%
Wiederholungen und Füller	30'000	31'507	1'507	+5%	30'000	-5%
Internetauftritt	20'000	17'675	-2'325	-12%	20'000	+12%
Unterrichtsmaterial	50'000	53'101	+3'101	+6%	100'000	+88%
Marketing	45'000	923	-44'077	-98%	60'000	>100%
Total Betriebsaufwand	1'420'534	1'399'138	-21'396	-2%	1'371'594	-2%
Total Fixkostenaufwand	180'000	180'000	0	0%	180'000	0%
Total Aufwand	1'600'534	1'579'138	-21'396	-1%	1'597'319	-2%
Partnereinnahmen Bildungsbereich	-500'000	-477'500	22'500	-5%	-477'150	0%
Einnahmen DVD-Verkauf	-20'000	-9'358	10'642	-53%	-20'000	>100%
Total Ertrag	-520'000	-486'858	33'142	-6%	-497'150	+2%
Betriebsergebnis SRF mySchool	1'080'534	1'092'280	11'746	+1%	1'054'444	-3%

Erläuterungen zur Rechnung 2012

- Der gesamte Aufwand der Redaktion Schulfernsehen erreicht im Jahr 2012 total 1'579'138 Franken. Das sind 21'396 Franken weniger als budgetiert. Die externen Einnahmen betragen total 486'858 Franken. Davon bezahlen die Partner der Leistungsvereinbarung wie vorgesehen 500'000 Franken. Von diesem Betrag müssen 22'500 als Vorsteuer (4.5%) abgetreten werden. Der Verkauf von DVDs bringt 9'358 Franken, das sind 10'642 Franken weniger als die budgetierten 20'000 Franken.
- Die grösseren Differenzen zwischen Budget und Rechnung bei Entwicklung, Eigenproduktionen, Einkäufen und Marketing sind Folgen der Neuausrichtung der Programmplanung. Sie beinhalten u.a. alle Sendungen und Massnahmen zum neuen Medienkompetenz-Angebot, das erst im Folgejahr 2013 lanciert wird.

Erläuterungen zu Total Fixkostenaufwand

- Der Fixkostenanteil besteht aus folgenden Aufwänden: Verwaltungs- und Vertriebskosten, Umlage Postdienst, Gebäude und Informatik, diverse Leistungen Gebäude, Schulungsraum, Dokumentation und Archive, Copyaufträge, Telefonie und Natel.
- Interne Personalleistungen werden nur noch zu proportionalen, niedriger kalkulierten Tarifen verrechnet. Es sind dies: Regie-, Grafiker-, Sprecher- und tpc-Leistungen.
- Der Totale Fixkostenaufwand von 180'000 Franken besteht zu ca. 50% aus Personalkosten. In den folgenden Jahren soll dieser Anteil entsprechend dem Teuerungsindex angepasst werden.

Erläuterungen zum Budget 2013

- Die teils grossen Abweichungen vom Budget 2013 zur Rechnung 2012 können damit begründet werden, dass zum Zeitpunkt der Budgetierung im September das Jahr 2012 noch nicht abgeschlossen war.