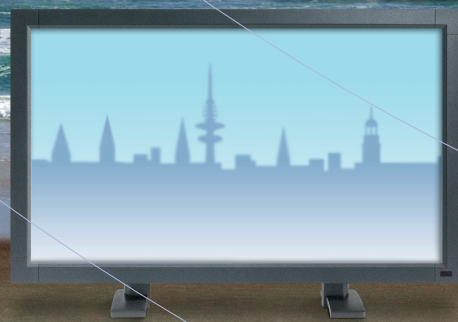




**MA
HSH**

Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein



Rechenschaftsbericht 2010

2010



**Rechenschaftsbericht 2010
der Medienanstalt Hamburg /
Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Herausgeber

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)
Anstalt des öffentlichen Rechts
Direktor Thomas Fuchs

Redaktion

Leslie Middelmann
Simone Bielfeld

Gestaltung

Lemon Design GmbH & Co. KG, Kiel

Druck

Druckhaus Leupelt GmbH & Co. KG, Handewitt

Alle Rechte vorbehalten.
Norderstedt, im Mai 2011

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort	6
2 Auftrag	7
Wesentliche Rechtsgrundlagen	8
3 Organe	8
Direktor	8
Medienrat	11
4 Aufgaben	17
Zulassung und Zuweisung	17
Programmaufsicht	30
5 Medienforschung	37
6 Medienkompetenz	38
7 Beteiligungen	42
8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	43
Veranstaltungen 2010	43
Publikationen 2010	45
9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Medienanstalten	46
Arbeitsgemeinschaft der Medienanstalten (ALM)	46
Kommissionen	47
10 Finanzierungsgrundlagen	50
11 Themenbeitrag	52
Kompetenzen statt Strukturen	
Die Medienanstalten im Zeitalter der Konvergenz	52
12 Service	57
Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein	57
Ansprechpartner	68
Organigramm	69



Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

das vergangene Jahr 2010 war gekennzeichnet durch die organisatorische Weiterentwicklung der Medienanstalten, so hat unter anderem die Gemeinsame Geschäftsstelle in Berlin im Mai 2010 ihre Arbeit aufgenommen. Seit diesem Frühjahr nun tritt die bisher als ALM bekannte Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten mit einem neuen Corporate Design sowie der neuen Wortmarke „die medienanstalten“ öffentlich auf. Damit verdeutlichen wir, dass es mit den Medienanstalten, ihren Kommissionen KEK, KJM, GVK und ZAK sowie der DLM in bundesweiten Angelegenheiten ein einheitliches gemeinsames Aufsichtssystem gibt, in dem die unterschiedlichen Akteure mit jeweils klaren Aufgaben zusammenwirken.

Damit sind wir bundesweit gut und stark aufgestellt. Und das müssen wir auch sein, weil die rundfunkpolitischen Rahmenbedingungen immer stärker auf Bundes- und Europaebene geschaffen werden und sich der Gestaltungsspielraum der Länder entsprechend verengt.

Bei all den nationale Entwicklungsfragen betreffenden Diskussionen vergessen wir nicht, dass der Rundfunk sein Fundament in den Ländern und Regionen hat. Nach wie vor machen regionale Angebote einen Großteil der gesamten Me-

dienlandschaft aus. Und die Bedeutung lokaler Information nimmt in Zeiten von Globalisierung und Konvergenz eher zu.

Dies gilt übrigens auch für die Förderung von Medienkompetenz. Ihre praktische Umsetzung findet in den Ländern statt, nur regional verankerte Medienkompetenzprojekte können ihre Zielgruppe erreichen.

Neben der Kooperation auf Bundesebene bleibt die föderale Verankerung der Medienregulierung und -aufsicht also auch künftig wichtig. In meiner Funktion als Vorsitzender von Direktorenkonferenz und Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten, die ich seit Jahresbeginn inne habe, unterstütze ich dieses Zusammenspiel nach Kräften.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und aufschlussreiche Lektüre dieses Berichts.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr



Thomas Fuchs
Direktor Medienanstalt Hamburg /
Schleswig-Holstein (MA HSH)

2 Auftrag



Außenansicht der MA HSH

Die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) mit Sitz in Norderstedt ist die gemeinsame Medienanstalt von Hamburg und Schleswig-Holstein.

Sie erteilt Zulassungen und Zuweisungen für private Hörfunk- und Fernsehprogramme und überprüft die Einhaltung der medienrechtlichen Bestimmungen in den von ihr lizenzierten Programmen und in Telemedien, vor allem im Internet. Ihr besonderes Augenmerk gilt der Kontrolle der Einhaltung des Jugendmedienschutzes.

Als Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien in den beiden nördlichsten Bundesländern gestaltet die MA HSH die Rahmenbedingungen der elektronischen Medien mit, fördert medienwirtschaftliche Aktivitäten, kann zur Erprobung neuer Rundfunktechniken, -programmformen und -dienste Modellversuche zulassen oder im Benehmen mit den Netzbetreibern durchführen, vertritt die Belange der Bürgerinnen und Bürger gegenüber Programm-Anbietern und Plattformbetreibern und ist Sachwalterin der Interessen des privaten Rundfunks im dualen Rundfunksystem.

Daneben ist die Förderung von Medienkompetenz für die MA HSH eine wichtige, gesetzlich verankerte Aufgabe. Hier konzentriert sie sich neben den klassischen Medien Fernsehen und Hörfunk vor allem auf das Internet und setzt insbesondere auf Aufklärung über Chancen und Risiken neuer Medien.

Die vorrangigen Aufgaben der MA HSH sind:

Zulassung privater Hörfunk- und Fernsehprogramme und Zuweisung von Übertragungskapazitäten

Kontrolle der von ihr lizenzierten Programme, insbesondere hinsichtlich ihres Beitrags zur Förderung der Programmvielfalt

Überwachung der Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen in den lizenzierten Programmen und in Telemedien

Plattformregulierung

Beratung der Rundfunkveranstalter und anderer Inhalteanbieter

Information und Beratung der Nutzer audiovisueller Angebote

Mitwirkung bei der Fortentwicklung des dualen Rundfunksystems und des Medienstandorts Hamburg/Schleswig-Holstein und bei der Umstellung auf die digitale Übertragungstechnik

Zusammenarbeit mit anderen Medienanstalten

Förderung von Projekten der Medienkompetenz

Mitwirkung in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Vergabe von Aufträgen zur Medienforschung

Wesentliche Rechtsgrundlagen

Staatsvertrag über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein (Medienstaatsvertrag HSH - MStV HSH) vom 13. Juni 2006 (HmbGVBl. 2007, S. 47, GVOBl. Schl.-H. 2007, S. 108) in der Fassung des Dritten Staatsvertrags zur Änderung des Staatsvertrags über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein vom 30. Juni 2009 - Dritter Medienänderungsstaatsvertrag - 3. MÄStV HSH (HmbGVBl. S. 357, GVOBl. Schl.-H. S. 636), in Kraft getreten am 1. Januar 2010.

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 (RStV) in der Fassung des Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrags vom 30. Oktober/4., 10., 20. November 2009 (HmbGVBl. S. 239, GVOBl. Schl.-H. S. 407), in Kraft getreten am 1. April 2010.

Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag - JMStV) vom 10. bis 27. September 2002 (HmbGVBl. S. 27, GVOBl. Schl.-H. S. 138), in Kraft getreten am 1. April 2003, zuletzt geändert durch den Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag.

Download der jeweils aktuellen Rechtsgrundlagen der Arbeit der MA HSH unter:
www.ma-hsh.de










3 Organe

Organe der MA HSH sind der Medienrat als ehrenamtliches Entscheidungsgremium und der Direktor. Unterstützt von derzeit 27 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bereitet der Direktor der MA HSH anstehende Entscheidungen vor und setzt sie nach Beschluss des Medienrats um.

Direktor

Für eine Dauer von fünf Jahren vom Medienrat der MA HSH gewählt, führt der Direktor die Geschäfte der MA HSH. Er vertritt sie gerichtlich wie außergerichtlich und soll über die Befähigung zum Richteramt verfügen. Direktor der MA HSH ist seit dem 15. Januar 2008 Thomas Fuchs. Stellvertretender Direktor ist Dr. Wolfgang Bauchrowitz.

Aufgaben

-  Vorbereitung und Umsetzung der Beschlüsse des Medienrats
-  Ausführung der Beschlüsse der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK), der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), einschließlich der Ausführung der Entscheidungen über Ordnungswidrigkeiten
-  Überprüfung der Einhaltung der Zulassungs- und Zuweisungsbescheide einschließlich der Beteiligung bei späteren Änderungen
-  Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten
-  Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten gemäß § 16 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 des Telemediengesetzes
-  Festsetzung und Einziehung der Gebühren, Auslagen und Abgaben
-  Aufstellung des Haushaltsplans und Feststellung des Jahresabschlusses
-  Erstellung und Veröffentlichung eines jährlichen Rechenschaftsberichts
-  Einstellung, Eingruppierung und Entlassung der Bediensteten der Anstalt und Wahrnehmung der Befugnisse des Arbeitgebers

Vita

Thomas Fuchs wurde am 23. Juli 1965 in Hamburg geboren. Nach Schuljahren in Frankfurt und Bonn, Zivildienst und einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er Jura, Europäisches Recht und Philosophie in Hamburg und Brüssel. Dem ersten Staatsexamen 1993 folgten die Referendarzeit in Bremen sowie parallel ein Master-Studium am dortigen Zentrum für Europäische Rechtspolitik.

Nach dem zweiten Staatsexamen 1995 und einer freiberuflichen Tätigkeit als Rechtsanwalt trat er 1996 in den Staatsdienst der Freien und Hansestadt Hamburg ein. Dort arbeitete er unter anderem im Bereich Medienpolitik - Rundfunkreferent der Länder - und bis 2001 als persönlicher Referent des Wirtschaftssenators. Von 2001 bis 2004 leitete er die Präsidiabteilung der Behörde für Wissenschaft und Forschung und verantwortete dort unter anderem die Gründung des Mediacampus Finkenau und der Hamburg Media School. Von März 2004 war er als Leiter der Abteilung Theater, Musik und Bibliotheken in der Kulturbehörde tätig, seit Herbst 2005 auch im Vorstand der Stiftung Elbphilharmonie.

Seit Januar 2008 ist Fuchs Direktor der MA HSH.

Von April bis Dezember 2010 war er Beauftragter für Programm und Werbung der ZAK. Bis Ende 2010 war er zudem Mitglied der KJM. Seit Januar 2011 ist er Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der ZAK. Zeitgleich wurde er stellvertretendes Mitglied der KJM und Ersatzmitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK).

Fuchs ist Mitglied des Kuratoriums des Hans-Bredow-Instituts sowie des Verwaltungsrats der TIDE GmbH und vertritt die MA HSH in der Medienstiftung Hamburg Schleswig-Holstein.

Er ist verheiratet und hat zwei Töchter.

Ein Interview mit Thomas Fuchs, dem Direktor der MA HSH, über die regionale Verankerung von Medien, Informationen und Nachrichten sowie der Förderung von Medienkompetenz



Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Wie beurteilen Sie in Ihrer Funktion als Vorsitzender von DLM und ZAK das Zusammenspiel der nationalen und den regionalen Medienlandschaften? Drohen nationale Entwicklungen den regionalen Rundfunk zu marginalisieren?

Tatsächlich scheint das Jahr 2010 von überregionalen medienpolitischen Diskussionen geprägt gewesen zu sein, vom Informations- und Nachrichtenumfang bei bundesweiten privaten Fernsehvollprogrammen über die Einführung des bundesweiten digitalen Hörfunks DAB+ bis zur Novellierung des Jugendmedienschutzstaatsvertrags, die zum Jahresende dann überraschend gescheitert ist.

Diese Vielzahl an bundesweiten Themen belegt jedoch keinesfalls eine geringe Relevanz der regionalen Rundfunklandschaften. Ganz im Gegenteil nimmt ihre Bedeutung weiter zu. Von den knapp 250 privaten Radioprogrammen sind rund 230 landesweite, regionale oder lokale Programme, und auch beim Fernsehen sind 230 von 360 Programmen regionale. Dieses Verhältnis zeigt deutlich den Stellenwert, den die regionalen Rundfunkmärkte für die Rundfunklandschaft insgesamt haben. Entsprechend bleibt, neben einer funktionierenden Zusammenarbeit auf Bundesebene, eine föderale Verankerung der Medienregulierung und -aufsicht unabdingbar. Auch die Tatsache, dass im August 2011 DAB+ als bundesweites Hörfunkangebot on Air gehen wird, stellt keine Ge-

führung des regionalen Rundfunks dar, sondern ist als neues Angebot eine sinnvolle Ergänzung.

Beim Jahresempfang der MA HSH Ende August 2010 in Kiel haben Sie 25 Jahre privaten Rundfunk in Norddeutschland gefeiert. Welche Rolle spielt aus Ihrer Sicht der regionale Rundfunk in Hamburg und Schleswig-Holstein?

Ein kurzer Blick zurück: In Schleswig-Holstein schuf das Landesrundfunkgesetz vom November 1984 die gesetzlichen Grundlagen für die Einführung privaten Rundfunks, die Errichtung der Unabhängigen Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR) erfolgte 1985. Ein Jahr später folgte auf der Rechtsgrundlage des Hamburgischen Mediengesetzes vom Dezember 1985 die Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM). Als erstes privates Hörfunkunternehmen erhielt Radio Schleswig-Holstein im Januar 1986 die Lizenz zum Senden, in Hamburg ging Radio Hamburg Silvester 1986 auf Sendung.

Rund ein Vierteljahrhundert später - im Sommer vergangenen Jahres - haben wir die Zulassung dieser beiden erfolgreichen privaten Senderketten im Norden um zehn weitere Jahre verlängert, im September auch die von alster radio 106!8 rock'n pop.

Die MA HSH ist ständig dabei, der Hörfunklandschaft Möglichkeiten zur Weiterentwicklung mit neuen Sendern und Frequenzen zu bieten. So ist es uns trotz des weitgehend ausgeschöpften UKW-Spektrums im März dieses Jahres gelungen, drei weitere UKW-Frequenzen für die Verbesserung der UKW-Versorgung im Großraum Hamburg zu koordinieren und auszuschreiben. Zudem haben wir der alster radio GmbH durch eine Zuweisungsänderung ermöglicht, das City-Fensterprogramms 917xfm, das zusammen mit Partnern aus der Hamburger Musikwirtschaft gestaltet wird, zu verbreiten. Und im September ist FriiskFunk im Hörfunkprogramm des OK Westküste auf der neuen Frequenz 96,7 MHz am Standort Wyk/Föhr gestartet.

Insgesamt zeichnet sich die Medienlandschaft in Hamburg und Schleswig-Holstein heute durch eine Vielzahl und Vielfalt an Hörfunk- und Fernsehprogrammen aus und gehört deutschlandweit

zu den lebendigsten und differenziertesten. So wird das jeweils landesweit ausgerichtete UKW-Hörfunkangebot der bereits erwähnten kommerziellen privaten Sender ergänzt durch den Offenen Kanal in Schleswig-Holstein und den Bürger- und Ausbildungskanals TIDE in Hamburg, durch nicht-kommerzielle Veranstalter und schließlich durch über 20 Webradios mit Sitz in einem der beiden Länder. Auch diese Webradios haben zum Teil ausdrücklich regionalen Bezug wie der Sender RZ 1 und zeichnen sich oft durch besondere Programmqualität aus - das Programm byte.fm hat sogar einen Grimme-Preis erhalten.

Im Fernsbereich haben sich neben dem Metropoli-TV-Sender Hamburg 1 und Regionalfensterprogrammen von RTL und SAT.1 regionale Spartenprogramme wie greencapital.tv, Jobs-Kompakt-TV oder Sylt TV etabliert, die ihr Programm primär über das Internet oder auch in digitalen Kabelnetzen verbreiten. Insgesamt ist die Web-TV- und IPTV-Landschaft im Norden unter dem Label newTV eine der aktivsten in ganz Deutschland.

Und schließlich sind wir in Sachen Ausbau des Programmangebots auf den verschiedenen Verbreitungswegen aktiv gewesen. Das Interesse am terrestrischen Verbreitungsweg DVB-T ist in Hamburg und Schleswig-Holstein beachtlich und das DVB-T-Angebot im Großraum Hamburg auf nunmehr 28 Programme erweitert worden.

Auf Bundesebene ist viel über Umfang und Qualität von Nachrichten und Informationen im privaten Rundfunk diskutiert worden. Ist das auch ein Thema auf regionaler und lokaler Ebene?

Tatsächlich zeigen einige bundesweite private Programme leider die Tendenz zur Boulevardisierung oder Reduktion von Nachrichten. Für die Medienanstalten sind Nachrichten und Informationen jedoch weiterhin elementare Bestandteile privater Vollprogramme. Um sie auch künftig zu ermöglichen und die Programmqualität insgesamt zu verbessern, haben wir uns der von einigen privaten Anbietern in die Diskussion eingebrachten Anreizregulierung geöffnet. Dabei geht es um Anreize, die der private Rundfunk möglicherweise braucht, um seinem öffentlichen Auftrag gerecht zu werden, und um eine Regulierung, bei der für

ein Mehr an programmlicher Leistung bestimmte Vorteile gewährt werden. Das Hans-Bredow-Institut hat dazu in unserem Auftrag ein Gutachten erstellt, dessen Ergebnisse auf dem DLM-Symposium im März 2011 in Berlin vorgestellt wurden.

Ganz anders verhalten sich die privaten Veranstalter nach meinem Eindruck auf regionaler Ebene: Nachrichten sind für den regionalen Rundfunk von entscheidender Bedeutung, in 2010 konnten wir eine Zunahme der regionalen politischen Berichterstattung beobachten. So wurde bei Radio Schleswig-Holstein durch den Ausbau des Nachrichtenangebots investiert, bei Radio Hamburg sehr umfangreich zum Beispiel um die Hamburger Schulreform berichtet, und für Hamburg 1 ist die politische Berichterstattung im Rahmen von Talkshows und Nachrichtensendungen geradezu profilbildend.

Der informative Wortanteil bildet den Anker für regionalen Nutzwert und kommunale Kommunikation. Die Menschen wollen regionale Nachrichten, ihre Identifikation mit der Region ist hoch. Um dem hohen Bedarf an lokalen Informationen und Services gerecht zu werden, nehmen die landesweiten Radioprogramme in Schleswig-Holstein ja sogar eine Subregionalisierung vor. Es gilt also mit dem lokalen Pfund zu wuchern - lokale Nachrichten sind und bleiben wichtig und vielleicht sogar entscheidend für guten regionalen Rundfunk.

Die Förderung von Medienkompetenz wird bisher als ein regionales Thema angesehen, bei dem sich die einzelnen Medienanstalten engagieren. Allerdings beschäftigt sich nun auch die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags mit dem Thema - sollte es künftig zu einem bundesweiten werden?

Unbestritten sind auch auf dem Gebiet der Förderung von Medienkompetenz die Abstimmung und der Erfahrungsaustausch zwischen den einzelnen Medienanstalten wichtig.

Aber angesichts der sehr unterschiedlichen Bedarfssituationen in den einzelnen Bundesländern sowie der Notwendigkeit, mit den unterschiedlichsten Akteuren auf diesem Feld zusammen-

zuarbeiten, wäre es meines Erachtens äußerst unklug, die regionale Verankerung von Medienkompetenzprojekten und die Vernetzung mit der jeweiligen Medienanstalt vor Ort aufzulösen.

Auch was die Medienkompetenzförderung betrifft, ist das Zusammenspiel von bundesweiter Koordination und föderaler Praxis das Modell der Gegenwart und Zukunft.

Medienrat

Der Medienrat besteht aus 14 ehrenamtlich tätigen Mitgliedern. Sieben von ihnen wurden in Hamburg von den Fraktionen im Wege der Blockwahl vorgeschlagen und von der Bürgerschaft gewählt, sieben weitere wurden vom Schleswig-Holsteinischen Landtag mit einer Mehrheit von zwei Dritteln gewählt. Der amtierende Medienrat der MA HSH konstituierte sich am 28. August 2008.

Der Medienrat ist ein Gremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen, zum Beispiel der Medienpädagogik, der Medienwissenschaft, dem Journalismus, der Rundfunktechnik, der Medienwirtschaft oder sonstigen Medienbereichen. Zwei Mitglieder müssen die Befähigung zum Richteramt haben. Für die Wahl des Medienrats hat jede gesellschaftlich relevante Gruppe in Hamburg und Schleswig-Holstein ein Vorschlagsrecht.

Der Medienrat tritt regelmäßig zusammen - 2010 insgesamt neun Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

Aufgaben

- Erteilung, Rücknahme und Widerruf von Zulassungen
- Feststellung von Verstößen gegen den Medienstaatsvertrag HSH
- Entscheidung über Aufsichtsmaßnahmen bei Verstößen gegen die Jugendschutzbestimmungen gemäß § 5 Abs. 2 MStV HSH, §§ 19 Abs. 4, 20 Abs. 1 JMStV

- Entscheidung über Ordnungswidrigkeiten gemäß § 38 Abs. 6 und § 51 MStV HSH
- Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten
- Entscheidung über die Rangfolge in Kabelanlagen
- Entscheidung über die Untersagung der Weiterverbreitung
- Entscheidung über Aufsichtsmaßnahmen über Telemedien nach § 38 Abs. 6 Satz 1, 1. Halbsatz MStV HSH und über Ordnungswidrigkeiten gemäß § 51 MStV HSH sowie über die Verwendung der Einnahmen aus Bußgeldern
- Entscheidung über die Förderung der Medienkompetenz nach § 38 Abs. 2 Satz 2 Nr. 6 MStV HSH und über diesbezügliche Förderrichtlinien
- Feststellung des Haushaltsplans und Genehmigung des Jahresabschlusses
- Feststellung eines jährlichen Rechenschaftsberichts
- Wahl und Abberufung des Direktors
- Erlass von Satzungen und Richtlinien
- Zustimmung zu Rechtsgeschäften von mehr als 100.000 Euro



Edda Fels



Alfons Grundheber-Pilgram



Dr. Günter Hörmann



Ursula Kähler



Dr. Susanne Mayer-Peters



Elke Putzer

Mitglieder



*Jörg Howe
(Vorsitzender)*



*Frauke Hamann
Stv. Vorsitzende*



Eva Schleifenbaum



Roswitha Strauß



Anne Abel



Ulrich Ehlers



Uli Wachholtz



Dr. Bernd Wichert

Ein Interview mit Jörg Howe, dem Vorsitzenden des Medienrats der MA HSH, über Social Networks, Reality-TV und den Schutz persönlicher Daten, das Scheitern der JMStV-Novelle Ende 2010 und die MA HSH-Aktivitäten zur Förderung von Medienkompetenz



Jörg Howe, Vorsitzender des Medienrats der MA HSH

Im Jahr 2010 hat die Zahl der Mitglieder bei Facebook in Deutschland erstmals die Zehn-Millionen-Grenze überschritten. Sind Social Networks heutzutage die Kommunikationsplattform für Jugendliche? Und welchen Stellenwert haben sie bei der Förderung von Medienkompetenz?

Vier Fünftel aller Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren haben heute einen eigenen Computer oder Laptop, nur die Hälfte einen eigenen Fernseher. Einen eigenen Internetzugang hat schon jeder Zweite. Im Schnitt verbringen Jugendliche 138 Minuten pro Tag im Internet. Fast die Hälfte der Online-Zeit chatten, skypeen und mailen sie, in erster Linie über soziale Netzwerke.

Dabei ist die Sensibilität im Umgang mit persönlichen Daten leider oft sehr gering, persönliche Informationen, Fotos und Filme werden häufig viel zu offenherzig hinterlegt. So sind auch viele Jugendliche bereits mit Cyber-Mobbing und ähnlichen Phänomenen in Berührung gekommen. Erfreulicherweise hat sich im vergangenen Jahr allerdings eine positive Entwicklung abgezeichnet: Die Bereitschaft Jugendlicher, persönliche Daten ins Netz zu stellen, ist gegenüber dem Vorjahr etwas gesunken.

Dennoch zeigen Studienergebnisse deutlich, dass Unterstützungsangebote bereitgestellt werden müssen, mit denen Jugendliche die Voraussetzungen für selbstverantwortliches Handeln

in Social Networks erwerben können. Deshalb fördert die MA HSH beispielsweise das Projekt „Meine Daten kriegt ihr nicht!“ des Hamburgerischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit. Der zentrale Baustein dieser Initiative ist die Unterstützung der Lehrkräfte bei der inhaltlichen Planung und Vorbereitung eines praxisnahen Unterrichts zur Förderung der Datenschutzkompetenz. Sie ist anlässlich des europaweiten Safer-Internet-Days im Februar 2010 mit einem viel beachteten Pilotprojekt gestartet und wird auch in diesem Jahr weiter vorangetrieben.

Das Projekt wird von der MA HSH insbesondere deshalb sehr gern unterstützt, weil wir es nicht nur im Internet mit einer freiwilligen Preisgabe der Privatsphäre und einem Verschwimmen der Grenzen zwischen Fiktion und Wirklichkeit zu tun haben, sondern durchaus auch im Fernsehen, in Casting-Shows oder im Reality-TV. In diesem Kontext planen wir für den Sommer dieses Jahres auch die Neuauflage einer weiteren Handreichung für Lehrer mit dem Titel „Schein&Sein - Inszenierte Wirklichkeit in Reality-TV und Web 2.0“.

Zwei konkrete Beispiele haben Sie nun schon genannt - welche Projekte und Aktivitäten unterstützt beziehungsweise initiiert die MA HSH darüber hinaus?

Im Jahr 2010 sind rund zwanzig Medienkompetenzprojekte mit einem Gesamtvolumen von knapp 300.000 Euro auf der Grundlage von Entscheidungen des Medienrats gefördert worden. Auch für das laufende Jahr 2011 haben wir insgesamt schon rund 260.000 Euro für mehr als zehn Projekte bewilligt. Angesichts der derzeit drängenden Jugendschutzprobleme durch die Online-Nutzung konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf die Förderung der Internetkompetenz von Kindern und Jugendlichen und starten bereits in Kindertagesstätten.

Die von der MA HSH unterstützten Projekte richten sich entweder direkt an die Zielgruppe Kinder und Jugendliche oder an Eltern und Lehrer sowie Fachleute und Multiplikatoren. In diesem Zusammenhang sind die sich gegenseitig ergänzenden Projekte „Aktion Sicheres Internet“, „ElternMedienLotsen“ und „PIF! PC- und Internetführerschein“ zu nennen.

Ergänzt werden diese Projekte von diversen Veranstaltungen und Publikationen: Ein erster MA HSH-Medienkompetenztag in Hamburg im April 2010 mit 300 Gästen war ein großer Erfolg. Daher werden wir am 16. September 2011 wieder einen MA HSH-Medienkompetenztag in Hamburg ausrichten, diesmal mit dem Schwerpunkt Familie als soziales Umfeld von Kindern und Jugendlichen bei der Mediennutzung. Bereits Ende September 2010 haben wir zu diesem Thema übrigens den neuen Elternratgeber der MA HSH zur Medienerziehung in der Familie veröffentlicht. Und im Februar 2011 haben wir zudem die erste Ausgabe von „scout - Das Magazin für Medienkompetenz“ der MA HSH herausgegeben. Drei Mal im Jahr informiert es Eltern, Lehrern und Multiplikatoren der Medienbildung in beiden Ländern über neue Medien und ihre Bedeutung für Kinder und Jugendliche und bietet Orientierung in einer immer komplexeren medialen Welt.

Neue Kommunikationstechnologien und Anwendungen kommen in immer kürzeren Abständen auf den Markt. Was bedeutet das für den Erwerb von Medienkompetenz?

Smartphones, App-Kultur und neue Mobilfunksysteme, die auch unterwegs einen schnellen und breitbandigen Internetzugang ermöglichen, erfordern im Umgang eine hohe technische Kompetenz von allen Nutzern. Um diese müssen wir uns bei Jugendlichen jedoch keine Sorgen machen - sie besitzen sie oftmals in einem viel höheren Maße als wir Erwachsenen.

Medienkompetenz meint aber gerade nicht nur diese Fähigkeit, mit Maus und iPhone umzugehen. Medienkompetenz ist Nutzungskompetenz und Beurteilungskompetenz. Sie umfasst die Fähigkeit, unterschiedlichste Informations- und Kommunikationstechnologien sinnvoll, sozial und verantwortungsbewusst zu nutzen. Im Vergleich zum vor-digitalen Zeitalter sind die Anforderungen in dieser Hinsicht immens gestiegen, inzwischen sprechen wir von Medienkompetenz als vierter Kulturtechnik. Darum reicht es nicht aus, Schulen mit PCs und Internetanschluss auszustatten, immer bedarf es auch pädagogischer Begleitung und Förderung, erst recht bei der Mediennutzung im Kinderzimmer.

Zum Jahresende 2010 ist die Novelle des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) überraschend gescheitert. Welches sind Ihrer Meinung nach die notwendigen Konsequenzen?

Grundsätzlich ist der Jugendmedienschutz - sowohl im Rundfunk als auch im Internet - ein Thema, bei dem sich der Medienrat mit Nachdruck in die Diskussion einbringt. Als ehrenamtliches Gremium nehmen wir die Brückenfunktion zu den gesellschaftlichen Gruppen sehr ernst. Aus Sicht der MA HSH ist die Förderung von Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen als präventive Form der wirksamste Jugendmedienschutz, da eine lückenlose Aufsicht insbesondere über das Internet unmöglich ist und repräsentative Kontrolle hier rasch an ihre Grenzen stößt.

Nach dem Scheitern der JMStV-Novelle gilt es nun, die Erfahrungen aus der Diskussion im vergangenen Jahr zu nutzen und die Anforderungen an einen angemessenen Jugendmedienschutz noch klarer zu definieren. Nach wie vor ist es schwierig, einen Schutz von Kindern und Jugendlichen vor beeinträchtigenden und gefährdenden Inhalten auch in der praktischen Umsetzung zu gewährleisten und zugleich die Freiheit des Netzes nicht zu beeinträchtigen. Im Rahmen des Symposiums „Online-Jugendschutz - geht's noch?“, das MA HSH, Hans-Bredow-Institut und Handelskammer Hamburg gemeinsam am 25. Mai 2011 in der Handelskammer ausrichten, werden die Problemstellen der Reform von Unternehmen und Wissenschaftlern, Befürwortern und Kritikern des JMStV diskutiert.

Medienratsbeschlüsse 2010

27. Januar

- Zulassung des landesweiten Fernseh-Spartenprogramms greencapital.tv der Firma greencapital.tv GmbH für die Dauer von zehn Jahren.
- Förderung von Medienkompetenzprojekten: Mediennetz Hamburg (Januar bis Dezember 2010) mit 20.000 Euro und Internet ABC (Februar 2011 bis Januar 2013) mit 5.000 Euro.

3. März

- Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten in Hamburg für Fernsehen und Telemedien (K 36) an die Tele 5 TM-TV GmbH, Das Vierte

GmbH sowie gemeinschaftlich Euronews S.A und Channel 21.

- ✚ Ausschreibung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für Fernsehen und Telemedien in Hamburg (Kanal 36) sowie in den Räumen Kiel (Kanal 57) und Lübeck (Kanal 59).
- ✚ Förderung des Medienkompetenzprojekts Schüler machen Medien - Schnappfisch-Media (Januar bis Dezember 2010) mit 20.000 Euro.

21. April

- ✚ Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten in den Räumen Lübeck (Kanal 59) und Kiel (Kanal 57) für die Dauer von zehn Jahren an die Das Vierte GmbH.
- ✚ Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für Fernsehen und Telemedien in Hamburg (Kanal 36) für die Dauer von zehn Jahren an die das Vierte GmbH und an die QVC Deutschland Inc. & Co. KG.
- ✚ Zulassung des Hörfunkvollprogramms Radio RZ 1 des RZ 1 e.V. für die Dauer von zehn Jahren für das Verbreitungsgebiet Hamburg und Schleswig-Holstein.
- ✚ Zulassung des Fernsehpartenprogramms Jobs-Kompakt TV von Herrn Sven Wolter-Rousseaux für die Dauer von zehn Jahren für das Verbreitungsgebiet Hamburg und Schleswig-Holstein.
- ✚ Stellungnahme zum Entwurf eines Staatsvertrages über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein (4. MÄStV)
- ✚ Beschluss der Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, die Produktplatzierung, das Sponsoring und das Teleshopping im Fernsehen, der Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Hörfunk, des ALM-Statuts und der Satzung der MA HSH über die Zurverfügungstellung der notwendigen personellen und sachlichen Mittel für die Organe nach § 35 Abs. 2 RStV und zur Erfüllung von Gemeinschaftsaufgaben (Finanzierungssatzung).

30. Juni

- ✚ Verlängerung der Zulassung zur landesweiten analogen Verbreitung des Hörfunkvollprogramms R.SH in Schleswig-Holstein und der Zuweisung der terrestrischen Frequenzen bis zum 30. Juni 2021 an die Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co.
- ✚ Genehmigung der Übertragung der Zulassung/Zuweisung von der Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co. auf die Regiocast GmbH & Co.
- ✚ Genehmigung des Jahresabschlusses 2009 der MA HSH und Entlastung des Direktors.
- ✚ Zuweisung einer regional begrenzten UKW-Übertragungskapazität an die KdöR Jehovas Zeugen in Deutschland für die Verbreitung von Veranstaltungsrundfunk im Umfeld des Kongresses Jehovas Zeugen vom 16. bis zum 18. Juli 2010 in Hamburg.
- ✚ Zulassung und Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität an Herrn Hans Peter Müller für die Verbreitung des lokalen Veranstaltungshörfunkprogramms Antenne Sylt vom 1. bis zum 30. August 2010 auf der Insel Sylt.
- ✚ Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität für die Verbreitung des lokalen Veranstaltungshörfunkprogramms SYLTfunk vom 5. Juli bis zum 30. Juli 2010 auf der Insel Sylt.
- ✚ Feststellung des Rechenschaftsberichts des Direktors für das Jahr 2009.
- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten: ElternMedienLotsen (Januar bis Dezember 2010) mit weiteren 15.000 Euro, SportXperten (Juli bis Oktober 2010) mit 5.250 Euro sowie die Neuauflage der Publikation Schein & Sein mit rund 18.000 Euro.

25. August

- ✚ Verlängerung der Zulassung zur landesweiten analogen Verbreitung des Hörfunkvollprogramms Radio Hamburg in Hamburg und der Zuweisung der terrestrischen Frequenzen bis zum 31. Dezember 2021 an die Radio Hamburg GmbH & Co. KG.
- ✚ Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität für die Verbreitung von lokalem Veranstaltungshörfunk anlässlich des Reeperbahnfestivals in Hamburg vom 16. bis zum 30.

September 2010 an die Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH, Berlin.

- ✚ Beschluss der Kanalbelegung und Rangfolgeentscheidung für Fernsehprogramme in den analogen Kabelanlagen von Kabel Deutschland (KD) in Hamburg und Schleswig-Holstein.

22. September

- ✚ Verlängerung der Zulassung zur landesweiten analogen Verbreitung des Hörfunkvollprogramms alster radio 106!8 rock'n pop der alster radio GmbH & Co. KG in Hamburg sowie der Zuweisung der terrestrischen Frequenzen um zehn Jahre bis zum 31. März 2022.
- ✚ Zuweisungsänderung der alster radio GmbH & Co. KG: Veranstaltung eines täglichen City-Fensterprogramms, das von Partnern aus der Hamburger Musikwirtschaft gestaltet wird, auf der Frequenz 91,7 MHz.
- ✚ Genehmigung der Übertragung der Zulassung der on air media GmbH für das Fernsehprogramm noa 4 auf Herrn Ulrik Neumann.
- ✚ Feststellung und förmliche Beanstandung eines Verstoßes gegen das Verbot politischer Werbung gemäß §16 Abs. 1 Satz 1 MStV HSH i. V.m. § 7 Abs. 9 Satz 1 RStV im Programm von Radio Hamburg.

27. Oktober

- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten: Schüler machen Medien - Schnappfisch-Media (Januar bis Dezember 2011) mit 20.000 Euro, das Schulentwicklungsprojekt Medienerziehung und Medienkompetenzbildung in der Beobachtungs- und Sekundarstufe 1 (für das Schuljahr 2010/2011) mit 10.000 Euro, MobileMovie (für das Schuljahr 2010/2011) mit 8.000 Euro, SVZ, ICQ & Co. - Schüler/-innen im Gespräch (für die Schuljahre 2010/2011 und 2011/2012) mit rund 9.000 Euro, Radiofuchse (Februar 2011 bis Januar 2013) mit 30.000 Euro, Pif! PC und Internetführerschein (April 2011 bis März 2012) mit rund 53.000 Euro.
- ✚ Feststellung des Haushaltsplans 2011.

17. November

- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten: ElternMedienLotsen SH mit 30.000 Euro, Eltern-

MedienLotsen HH mit rund 32.000 Euro, SchulMedienTage mit 30.000 Euro, Medien-netz Hamburg mit 20.000 Euro, MEiER-Newsletter mit rund 4.000 Euro (jeweils Januar bis Dezember 2011) sowie die Veranstaltung Sommer Uni-Flensburg: Medienkompetenzförderung in der Lehrerbildung mit 14.000 Euro (August 2011).

8. Dezember

- ✚ Feststellung des Nachtragshaushaltsplans 2010.
- ✚ Zustimmung zum Beitritt zum Modellversuch zur Optimierung von DVB-T in Norddeutschland.
- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten: SchulKinoWoche SH mit 20.000 Euro und SchulKinoWoche HH mit rund 6.000 Euro (jeweils November 2011).

4 Aufgaben

Zulassung und Zuweisung

Zulassungen Fernsehen

Folgende private Fernsehveranstalter verfügen über eine Zulassung der MA HSH (Stand Mai 2011):

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sendestart
4-Seasons TV (Z)	4-Seasons.TV Fernsehgesellschaft bR • Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH 50% • Moving Adventures Medien GmbH 50%	Sp	Internet	2008
Alster.TV (Z)	Magazin Verlag Hamburg HMW GmbH • Wolfgang E. Buss 50% • „Melan Initiativ“ Veranstaltungs GmbH 50%	reg. Sp	Kabel analog Internet	2008
Bibel TV (Z/ZW)	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop Stiftung 52,00% • Astratel Radio- und Televisions Beteiligungsgesellschaft mbH 12,75% • EKD-Media GmbH 12,75% • 13 weitere Gesellschafter 22,50%	Sp	Kabel digital DVB-T HH/SH Internet IPTV Satellit	2002
Channel 21 (ZW ab 05/10)	Channel21 GmbH • Channel21 Holding GmbH 100%	Ts	Kabel analog und digital DVB-T HH IPTV Satellit	2001
ctv (Z)	Coptic Christian Channel gGmbH • Koptische Gemeinde Hamburg e.V. 100%	Sp	Satellit	2008
Das Vierte (ZW ab 05/10)	Das Vierte GmbH • Mini Movie International Channel S.à.r.l. 100%	Vp	Kabel analog DVB-T HH/SH Kabel digital Satellit IPTV	2005
Deutsches Gesundheits- fernsehen (Z)	Deutsches Gesundheitsfernsehen GmbH • Avantaxx Innovation Beteiligung Verwaltung AG 85% • Gerd Berger 15%	Sp		Sendebetrieb 03/09 eingestellt
DMF (Z)	Deutsches Markenfernsehen GmbH • MIKA AG Schweiz 98% • Peter L. Bartek 2%	EWK	geplant: Satellit	noch offen
Euronews (ZW ab 05/10)	EURONEWS S.A. • 21 öffentlich-rechtliche Kanäle/Sender 100%	Sp	Kabel analog und digital DVB-T HH Internet IPTV Satellit Handy	1993
Eurosport (ZW, ZW SH bis 04/10)	Eurosport S.A. • Télévision Française S.A. 100%	Sp	Kabel analog und digital DVB-T HH bis 04/2010 DVB-T SH IPTV Satellit	1989

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
GIGA DIGITAL (Z)	GIGA digital Televisions GmbH • Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG 100%	Sp		2005 Sende- betrieb 04/09 einges- stellt
greencapital.tv (Z)	Greencapital.tv GmbH • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 100%	Sp	Internet	2010
Hamburg 1 (Z/ZW)	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. • Germany 1 Media AG • Axel Springer AG • TRIANGLE Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG 63% 27% 10%	reg. Vp	Kabel analog DVB-T HH Internet	1995
Heimatkanal (Z)	Mainstream-Media AG • Gottfried Zmeck • Reichenbach Investment GmbH • Merkur Torhauer GmbH & Co. KG • Barbara Zmeck • Julia Kießling 55% 20% 15% 5% 5%	Sp	Kabel digital	2002
Heimatkanal International (Z)	Mainstream-Media AG • Gottfried Zmeck • Reichenbach Investment GmbH • Merkur Torhauer GmbH & Co. KG • Barbara Zmeck • Julia Kießling 55% 20% 15% 5% 5%	Sp	geplant: Satellit	noch offen
JOBS-KOMPAKT TV (Z)	Sven Wolter-Rousseux 100%	Sp	Internet	2010
Kabel 1 (Z/ZW)	Kabel eins Fernsehen GmbH • ProSiebenSat. 1 TV Deutschland GmbH 100%	Vp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	1992
N24 (Z/ZW)	N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH • N24 Media GmbH 100%	Sp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Internet Satellit IPTV	2000
9Live (Z/ZW)	9LIVE Fernsehen GmbH • ProSiebenSat. 1 Media AG 100%	Sp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	2001
Nick junior (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL. C. 51% 49%	Pay-Sp	Kabel digital	2009
Nickelodeon (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL. C. 51% 49%	Sp	Kabel analog und digital Satellit IPTV	2005
Nicktoons (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL. C. 51% 49%	Pay-Sp	Kabel digital	2007

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
NOA 4 Norderstedt on air (Z)	On air new media GmbH • Atkon AG 100%	reg. Sp	Kabel analog und digital	2002
NOA 4 Nachbarn on air (Z)	On air new media GmbH • Atkon AG 100%	reg. Sp	Kabel analog und digital	2009
ProSieben (Z/ZW)	ProSieben Television GmbH • ProSiebenSat. 1 TV Deutschland GmbH 100%	Vp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	1989
QVC (ZW ab 05/10)	QVC Deutschland • QVC International Management LLC & Co. KG • QVC Deutschland GP, Inc. 99% 1%	Ts	Kabel analog und digital DVB-T HH IPTV Satellit	1996
Republik Fußball TV (Z)	Republik Fußball GmbH • Cluster Capital Partner Beteiligungs- und Management GmbH & Co. KG • Corner Invest GmbH • Franz-Josef Rehmann 37,4% 37,4% 25,2%	Sp		noch offen
RTL (ZW)	RTL Television GmbH • UFA Film und Fernseh GmbH 100%	Vp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	1984
RTL Nord (Z/ZW)	RTL Nord GmbH • RTL Television GmbH 100%	Rp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1988
RTL II (ZW)	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG • RTL Group • Tele-München Fernsehen GmbH & Co. • Kommanditgesellschaft Heinrich Bauer Verlag • Hubert Burda Media GmbH 35,9% 31,5% 31,5% 1,1%	Vp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	1993
Sat. 1 (Z/ZW)	Sat. 1 SatellitenFernsehen GmbH • ProSiebenSat. 1 TV Deutschland GmbH 100%	Vp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Satellit IPTV	1984
17:30 Sat. 1 REGIONAL (Z/ZW)	Sat. 1 Norddeutschland GmbH • Sat. 1 SatellitenFernsehen GmbH 100%	Rp	Kabel analog und digital DVB-T HH/SH Internet Satellit	1988
Sky (Z)	Sky Fernsehen Deutschland GmbH & Co. KG • Sky Deutschland AG 100%	Pay-Sp	Kabel digital Satellit	1999
SPIEGEL TV digital (Z)	Spiegel TV GmbH • SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG 100%	Pay-Sp	Kabel digital IPTV	2005
SPIEGEL Geschichte (Z)	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG • SPIEGEL TV GmbH • Autentic GmbH 51% 49%	Pay-Sp	Kabel digital Satellit	2009

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
<i>Sportdigital</i> (Z)	<i>Sportdigital.tv</i> <i>Sende- und Produktions GmbH</i> • <i>Sportainment Medien GmbH & Co. KG</i> 100%	<i>Pay-Sp</i>	<i>Kabel digital</i> <i>Satellit</i> <i>IPTV</i>	2007
<i>Super RTL</i> (ZW)	<i>RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG</i> • <i>CLT-UFA S.A.</i> 50% • <i>Buena Vista International (BVI) Television</i> <i>Investments, Inc.</i> 50%	<i>Sp</i>	<i>Kabel analog</i> <i>und digital</i> <i>DVB-T HH/SH</i> <i>Satellit</i> <i>IPTV</i>	1995
<i>Sylter Fernsehen</i> (Z)	<i>TV Link new Media GmbH & Co. KG</i> • <i>Heike Holst</i> 50% • <i>Axel Link</i> 50%	<i>Vp</i>	<i>Internet</i>	2010
<i>Tele 5</i> (Z)	<i>TM-TV GmbH</i> • <i>Tele-München Fernseh-GmbH & Co.</i> <i>Produktionsgesellschaft</i> 100%	<i>Sp</i>	<i>Kabel analog</i> <i>und digital</i> <i>DVB-T SH</i> <i>IPTV</i> <i>Satellit</i>	2002
<i>tru:young</i> <i>television</i> (Z)	<i>Bibel TV Stiftung gGmbH</i> 52,00% • <i>Rentrop Stiftung</i> 12,75% • <i>Astratel Radio- und Televisions</i> <i>Beteiligungsgesellschaft mbH</i> 12,75% • <i>EKD Media GmbH</i> 22,50% • <i>13 weitere Gesellschafter</i>	<i>Sp</i>	<i>Internet</i>	2007
<i>VOX</i> (ZW)	<i>VOX Television GmbH</i> 99,70% • <i>VOX Holding GmbH</i> • <i>DCTP Entwicklungsgesellschaft für</i> <i>TV-Programm mbH</i> 0,30%	<i>Vp</i>	<i>Kabel analog</i> <i>und digital</i> <i>DVB-T HH/SH</i> <i>Handy-TV</i> <i>Satellit</i> <i>IPTV</i>	1993

Z = Zulassung
ZW = Zuweisung

Programm-art
Ts = Teleshoppingsender
Rp = Regionalprogramm
Sp = Spartenprogramm
Vp = Vollprogramm

Neuzulassungen 2010

Für die Veranstaltung des bundesweiten Fernseh-Eigenwerbkanals DMF wurde der DMF Markenfernsehen GmbH für zehn Jahre die bundesweite Zulassung als Spartenprogramm erteilt.

Mit einer zehnjährigen Zulassung der MA HSH verbreitet die greencapital.tv GmbH seit Mitte November 2010 ihr Fernsehspartenprogramm greencapital.tv für Hamburg über das Internet. Sein Schwerpunkt liegt auf umweltschutzrelevanten Themen.

Herr Sven Wolter-Rousseaux erhielt eine zehnjährige Zulassung für das Fernsehspartenprogramm Jobs-Kompakt-TV für Hamburg und Schleswig-Holstein. Das Programm wird als Live-Stream über das Internet verbreitet und in das digitale Kabelnetz der wilhelm.tel GmbH eingespeist. Es berichtet im Wesentlichen über den Arbeitsmarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein sowie über Stellenangebote. Von August 2010 bis März 2011 wurde auf der Grundlage der erteilten Zulassung statt Jobs-Kompakt-TV das Programm NOWO1 verbreitet, das über Themen aus der Region berichtete. Mittlerweile ist der Veranstalter aber wieder zum ursprünglichen Programmkonzept zurückgekehrt.

Zulassungsverlängerungen

Die bundesweite Zulassung der Mainstream Media AG für das Fernsehspartenprogramm Heimatkanal wurde um zehn Jahre bis zum 31. Juli 2020 verlängert.

Zulassungsänderungen

Bei der Sky Deutschland GmbH & Co. KG wurden zwei Beteiligungsveränderungen als medienrechtlich unbedenklich bestätigt.

Auch einer Änderung der Beteiligungsverhältnisse bei der Mainstream Media AG standen medienrechtliche Bedenken nicht entgegen.

Zudem genehmigte die MA HSH eine Änderung der Beteiligungsverhältnisse bei der Veranstalterin der lokalen/regionalen Fernsehspartenprogramme noa 4 Norderstedt on air und noa 4 Nachbarn on air der on air new media GmbH.

Neuzuweisungen 2010

In Hamburg wurde ein weiterer privater DVB-T-Kanal in Betrieb genommen, damit umfasst das DVB-T-Angebot hier nun 28 Programme. Da mehr Inhaltenanbieter Interesse an einer Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten hatten als zur Verfügung standen, musste eine Auswahlentscheidung getroffen werden. Bei der DVB-T-Nutzung erzielen Hamburg und Schleswig-Holstein bundesweite Spitzenwerte und belegen damit den Erfolg des digitalen Antennenfernsehens in den beiden nördlichsten Ländern.

Der Tele 5 TM-TV GmbH, der QVC Deutschland Inc. & Co. KG sowie gemeinschaftlich der Euronews S.A und der Channel21 GmbH erteilte die MA HSH für zehn Jahre DVB-T-Zuweisungen für Hamburg. Das Unterhaltungsspartenprogramm Tele5, das Teleshoppingangebot QVC sowie der Nachrichtensender Euronews, letzterer partiiert mit dem Teleshoppingangebot Channel21, sind nun in Hamburg auf Kanal 36 auf Sendung.

Eine Verbreitung über DVB-T für Hamburg und Schleswig-Holstein erhielt für zehn Jahre die Das Vierte GmbH. Sie darf so ihr Fernsehvollprogramm Das Vierte in Hamburg auf Kanal 36, in Kiel auf Kanal 57 und in Lübeck auf Kanal 59 verbreiten.

Marktanteile Fernsehen

Der durchschnittliche tägliche TV-Konsum der Bundesbürger ist 2010 mit 223 Minuten Sehdauer im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal angestiegen. Bei den Marktanteilen erzielten die vier bundesweiten Programme ARD (13,2 Prozent), ZDF (12,7 Prozent), RTL (13,6 Prozent) und Sat.1 (10,1 Prozent) zusammen nahezu 50 Prozent. RTL setzte sich dabei nicht nur bei den jüngeren Zielgruppen (18,1 Prozent), sondern auch beim Gesamtpublikum an die Spitze.

TV-Marktanteile (in Prozent) im Tagesdurchschnitt 2001 bis 2010

Mo - So, 3.00 - 3.00 Uhr, Basis: Zuschauer ab 3 Jahre, TV Gesamt: 223 Minuten

Sender	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ARD	13,9	14,2	14,0	13,9	13,5	14,2	13,4	13,4	12,7	13,2
ZDF	13,2	13,8	13,2	13,6	13,5	13,6	12,9	13,1	12,5	12,7
ARD 3	13,0	13,1	13,4	13,7	13,6	13,5	13,5	13,2	13,5	13,0
RTL	14,7	14,6	14,9	13,8	13,2	12,8	12,4	11,7	12,5	13,6
Sat. 1	10,1	9,9	10,2	10,3	10,9	9,8	9,6	10,3	10,4	10,1
ProSieben	8,0	7,1	7,1	7,0	6,7	6,6	6,5	6,6	6,6	6,3
VOX	3,1	3,3	3,5	3,7	4,2	4,8	5,7	5,4	5,4	5,6
RTL 2	4,0	3,9	4,7	4,9	4,2	3,8	3,9	3,8	3,9	3,8
Kabel Eins	5,0	4,5	4,2	4,0	3,8	3,6	3,6	3,6	3,9	3,9
Super RTL	2,8	2,4	2,7	2,7	2,8	2,6	2,6	2,4	2,5	2,2
Ki.Ka	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4
Sport 1	1,0	0,9	1,1	1,1	1,2	1,0	1,1	0,9	0,9	0,8
3 Sat	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0
Eurosport	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9	0,9	0,7
n-tv	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9
arte	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,7	0,6	0,7	0,8
9Live	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1

(Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung: TV Scope Fernsehpanel, D+EU, www.agf.de)

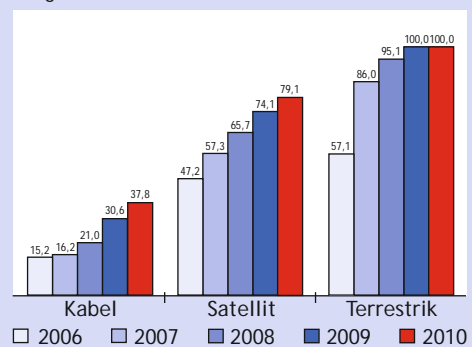
Digitalisierung der Übertragungswege

Im Jahr 2010 entwickelten sich auch die technischen Übertragungswege und Distributionsplattformen, über die die Fernsehprogramme in die Haushalte gelangen, beständig weiter. Mit IPTV und dem Internet stehen neue Distributionswege zur Verfügung, die auf hybriden Endgeräten mit den klassischen Fernsehangeboten zusammengeführt werden können. Zudem bietet auch das stetig wachsende Angebot an Programmen in HD-Qualität Anreize für die Zuschauer, vom analogen auf den digitalen Fernsehempfang umzusteigen. Im Jahr 2010 haben sich diese Entwicklungen deutlich bemerkbar gemacht. So ist der Digitalisierungsgrad auch bei den klassischen Distributionswegen Kabel und Satellit erkennbar angestiegen (s. Abb. 1) - bei der terrestrischen Programmverbreitung liegt der Digitalisierungsgrad bereits seit einigen Jahren bei 100 Prozent.

Im Jahr 2009 nutzten rund 55,0 Prozent aller deutschen Fernsehhaushalte einen digitalen Empfangsweg, im Jahr 2010 waren es bereits mehr als 61,0 Prozent. Die für das Frühjahr 2012 geplante Abschaltung der analogen Satellitentechnologie wird im laufenden Jahr 2011 einen weiteren Digitalisierungsschub auslösen. In

Digitalisierung der Übertragungswege

Vergleich bundesweit 2006-2010; in Prozent



(Quelle: ALM-Digitalisierungsbericht 2010)

Abb. 1

Hamburg ist der Digitalisierungsgrad mit rund 56 Prozent aufgrund der hohen analogen Kabelnutzung leicht unterdurchschnittlich, in Schleswig-Holstein liegt er mit knapp 70 Prozent deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt.

Der Blick auf die Verteilung der Übertragungswege zeigt, dass die DVB-T-Nutzung in Hamburg mit 15,6 Prozent und in Schleswig-Holstein mit 14,6 Prozent überdurchschnittlich hoch ist. Das hat in Hamburg seinen Grund auch im vergleichsweise umfangreichen Programmangebot von 28 Programmen. In Schleswig-Holstein hat der hohe Wert auch mit der Verbreitung regi-

onaler Programmangebote zu tun, die sich nur bedingt über Satellit empfangen lassen.

Insgesamt wird die Programmverbreitung in Hamburg nach wie vor vom Kabel dominiert. Mit einem Anteil von 81,6 Prozent erreicht das Kabel hier den bundesweit höchsten Wert (s. Abb. 2).

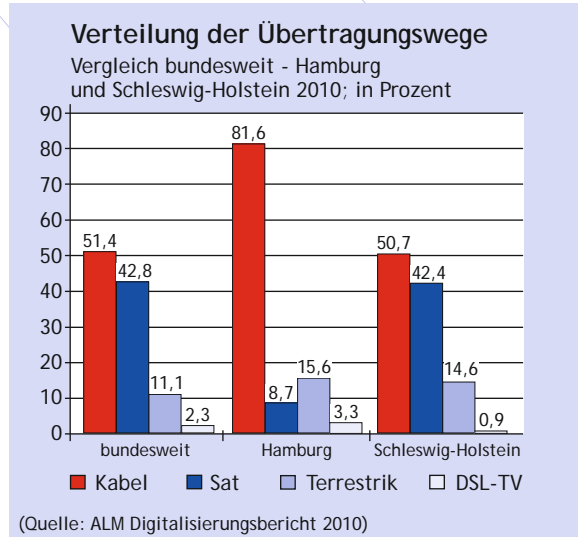


Abb. 2

Im Flächenland Schleswig-Holstein fällt der Anteil des Kabels mit 50,7 Prozent geringer aus, ist damit aber noch immer höher als der Anteil des Satelliten (42,4 Prozent). Nennenswert ist mittlerweile auch der Anteil, den DSL-Netze an der Verbreitung von TV-Programmen haben. In Hamburg erreicht IPTV (DSL-TV) einen Marktanteil von immerhin 3,3 Prozent, in Schleswig-Holstein liegt er aufgrund „weißer Flecken“ bei der Verfügbarkeit schneller DSL-Anschlüsse mit nur 0,9 Prozent weit niedriger.

Anders als bei DVB-T ist die Digitalisierung der Übertragungswege Kabel und Satellit noch nicht abgeschlossen. Dabei bleibt das Kabel deutlich hinter dem Satelliten zurück (s. Abb. 3). In Hamburg nutzen rund 30 Prozent aller Fernsehhaushalte das digitale Kabel, in Schleswig-Holstein sind es nur rund 22 Prozent. Dennoch liegen beide Bundesländer noch immer über dem bundesweiten Wert. Der Anteil der Nutzung bei der analogen Programmverbreitung über Satellit ist bereits deutlich unter 10 Prozent gesunken. In Hamburg empfangen nur noch 26.000 Haushalte ihre Programme über den analogen Satelliten, in Schleswig-Holstein sind es derzeit noch 126.000 Haushalte. Bis zum Frühjahr 2012 müssen diese verbliebenen Haushalte ihre Satellitenempfangsanlagen auf einen digitalen Empfang umrüsten.

Angesichts der Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung, des erhöhten Vermarktungsdrucks und eines kontinuierlichen Abschmelzens der analogen Kabelkanäle ist zu erwarten, dass sich die Digitalisierungsgeschwindigkeit auch im Kabel deutlich erhöhen wird.

Einer der Hauptanbieter im Bereich des breitbandigen Kabels in Hamburg und Schleswig-Holstein ist nach wie vor die Kabel Deutschland (KD), aber auch Unternehmen wie wilhelm.tel und willy.tel versorgen mittlerweile mehrere hunderttausend Haushalte in Hamburg und Schleswig-Holstein.

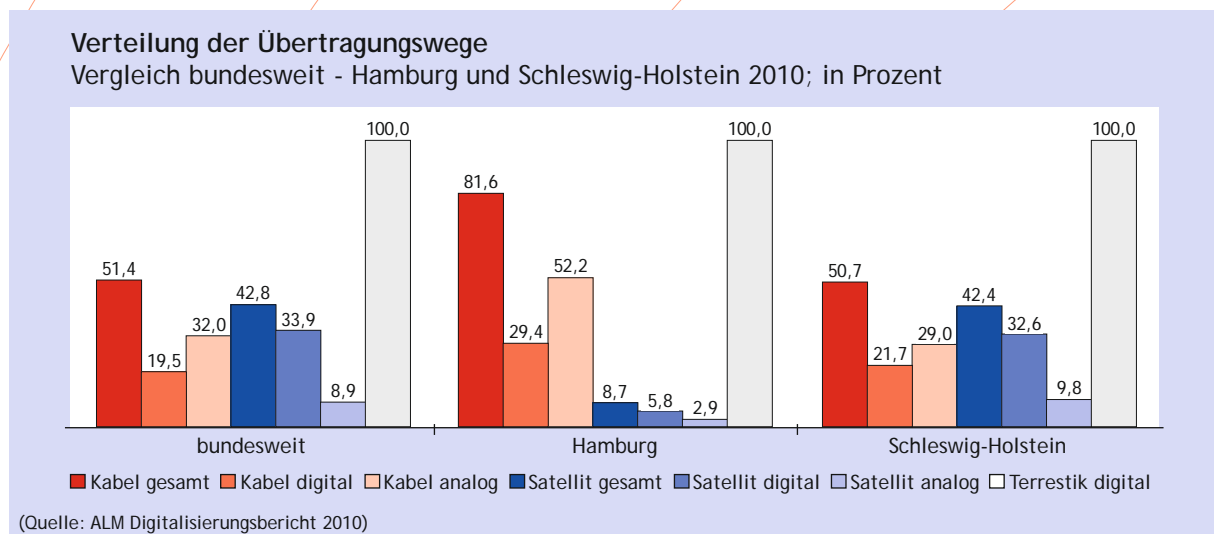


Abb. 3

Zulassungen Hörfunk

Folgende private Hörfunkveranstalter verfügen über eine Zulassung der MA HSH (Stand Mai 2011):

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
2255live - Ihr Gewinn-Radio (Z)	2255 GmbH & Co. KG • KK Invest GmbH 60% • Susanne Backmeister 20% • Matthias Müller 20%	Sp	Satellit	2006
Antenne Sylt	Hans Peter Müller 100%	VP	Internet geplant: Kabel Satellit	2010
Alster radio 106!8 rock'n pop (Z/ZW)	alster radio GmbH & Co. KG • NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG 100%	Vp	UKW Kabel analog	1991
Best Radio (Z)	George Appiah 100%	Sp	geplant: Internet	noch offen
Byte.FM (Z)	Byte FM GmbH • Ruben Jonas Schnell 90% • Günter Pilz 5% • Dr. Klaus Pils 5%	Sp	Internet Handy	2008
Delta Radio	delta radio GmbH & Co. KG • BIG-Anlagen Rundfunkbeteiligungs GmbH & Co. Fonds 60 KG 24,35% • Frank Otto Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG 19,87% • Regiocast GmbH & Co. KG 17,17% • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,12% • Johann Carlsen GmbH & Co. KG 9,05% • Ditting Media Beteiligungs GmbH 7,82% • Jan Carlsen, Kiel 3,87% • Horst Jenckel, Kiel 0,88% • SHF Schleswig-Holstein Funk GmbH 0,87%	Vp	UKW Kabel analog	1997
Deluxe Lounge Radio (Z)	Deluxe Television GmbH • Parlock Investments Ltd. 26,50% • Remburg Investments Ltd. 26,50% • Almeling Vermögensverwaltungs GmbH 19,00% • Markus Langemann 9,80% • Dr. Claus Martin 7,60% • cosmo GmbH 5,60% • Patrick Martin 4,00% • Solid Capital Partners GmbH 0,70% • Dominik Meissner 0,30%	Sp		Sende- betrieb 01/11 einges- tellt
ENERGY (Z)	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH 100%	Sp	geplant: UKW bundesweite Verbreitung über Kabel analog, Satellit analog und digital Internet DAB+	noch offen
ENERGY Hamburg (Z/ZW)	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH 100%	Vp	UKW Kabel analog	1995

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
FSK (Z/ZW)	Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. <ul style="list-style-type: none"> • Förderverein Radio Loretta e.V. 25% • projekt_r 20% • Uni Radio e.V. 15% • Arbeitsgemeinschaft der Stadteileradios 10% • Radio St. Paula e.V. 5% • Landesverband Soziokultur Hamburg e.V. 5% • RockCity Hamburg e.V. 5% • Frauenmusikzentrum (fm:z) 5% • Flüchtlingsrat Hamburg 5% • vakant 5% 	Vp	UKW Kabel analog	1998
Hamburger Lokalradio (Z/ZW)	Anbiatergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. <ul style="list-style-type: none"> • Kulturradio e.V. 50% • Swinging Hamburg e.V. 20% • Kommunales Radio e.V. 10% • Stiftung Sammlung Rolf Italiaander/ Hans Spegg-Museum - Radio am Schloss Reinbek 10% • Lola e.V. 5% • Pro Cultura e.V. 5% 	Sp	UKW Kabel analog	1998
Klassik Radio (Z/ZW)	Klassik Radio GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> • Euro Klassik GmbH 100% 	Sp	UKW bundesweite Verbreitung über Kabel analog, Satellit analog und digital Internet DAB+ ab 08/2011	1990
NRJ Webradio (Z) <ul style="list-style-type: none"> • Rock • Pop • RnB • Dance • Hip Hop • Hit • Lounge • Mastermix • Special 	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH <ul style="list-style-type: none"> • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH 100% 	Sp	Internet	2008
OBE Radio (Z)	OBE Radio GbR <ul style="list-style-type: none"> • Jacob Abaidoo 40% • Felix Kautsky 40% • Bernd Kwame Ampaw 20% 	Sp		noch offen
Oldie 95 (Z/ZW)	Radio 95.0 GmbH & Co. KG <ul style="list-style-type: none"> • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 51,00% • Radio Hamburg GmbH & Co. KG 16,40% • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,30% • Regiocast GmbH & Co. KG 16,30% 	Vp	UKW Kabel analog	1990
Pink Channel (Z/ZW)	Pink Channel e.V. <ul style="list-style-type: none"> • Größere Zahl von natürlichen Personen als Vereinsmitglieder beziehungsweise Fördermitglieder 100% 	Sp	UKW Kabel analog	2004
P.O.S. Radio (Z)	Radio Point of Sale GmbH <ul style="list-style-type: none"> • P.O.S. Medien Beteiligungs GmbH 99,835% • Oliver Beste 0,055% • Dietmar Otto 0,055% • Hajo Wussow 0,055% 	Sp (Laden- funk)	bundesweit über Satellit	1993
QUU.FM (Z)	QUU.FM Medien GmbH <ul style="list-style-type: none"> • Marcel Loko 100% 	Sp	Internet Handy	2008

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
Radio 3.0 (Z)	NORFOM Medien GmbH & Co. KG • NWZ Funk- und Fernsehen GmbH & Co. KG 86,08% • Frank Otto Medienbeteiligungs GmbH & Co. KG 13,92%	Sp	geplant: DAB+	noch offen
Radio Hamburg (Z/ZW)	Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Ufa Film- und Fernseh-GmbH 33,60% • Heinrich Bauer Verlag KG 28,80% • Axel Springer Verlag AG 25,00% • Lüthmann Druck Harburger Zeitungs GmbH & Co. 6,80% • Morgenpost Verlag GmbH 5,80%	Vp	UKW HH Kabel analog HH/SH	1986
Radio Hamburg (Z) • 80er • Jack • Lounge • Rock • TOP 40	Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Ufa Film- und Fernseh-GmbH 33,60% • Heinrich Bauer Verlag KG 28,80% • Axel Springer Verlag AG 25,00% • Lüthmann Druck Harburger Zeitungs GmbH & Co. 6,80% • Morgenpost Verlag GmbH 5,80%	Sp		Sende- betrieb 03/2011 einges- tellt
Radio Nora (Z/ZW)	NORA NordOstseeRadio GmbH Co. KG • Regiocast GmbH & Co. KG 25,42% • Ditting Media Beteteiligungs GmbH 20,98% • delta Radio GmbH & Co. KG 11,79% • Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 10,14% • Radio Hamburg GmbH & Co. KG 8,87% • Dr. Ulrich Ziegenbein 6,88% • G+D Grafik + Druck GmbH & Co. KG 4,95% • Eberhard Becker 3,44% • Radio Neptun Rundfunk-Verwaltungs GmbH 3,10% • Lutherische Verlagsgesellschaft Kiel mbH 2,06% • Bauernverband Schleswig-Holstein e.V. 1,03% • THW Kiel Handball-Bundesliga GmbH & Co. KG 0,52% • Dr. Erich Thiesen 0,26% • Lore Stoltenberg-Frick 0,10% • Helga Lange 0,10% • Helga Rommel 0,10%	Vp	UKW Kabel analog	1995
Radiopark (Z)	Radiopark GmbH & Co. KG • Arndt-Helge Grap 53,35% • Frank Otto 22,92% • Prof. Norbert Aust 6,25% • Wilfried Sorge 6,25% • Jens Uwe Steffens 6,25% • Christian Thorge Schmidt 4,17% • Michael Conrad 0,82%	Pay- Internet- radio Pro- gramm- bouquet	Kabel digital Internet Handy	2009
Radio RZ 1 (Z)	Radio RZ 1 e.V. • 1. Vorsitzender: Roland Michels 100%	Vp	Internet	2009
R.SH - Radio Schleswig- Holstein (Z/ZW)	Regiocast GmbH & Co. KG • KOM PSR GmbH & Co. KG 16,39% • medien holding:nord GmbH 10,31% • BO Beteiligungs GmbH 10,19% • Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH & Co. Beteiligungs KG 8,06% • Lübecker Nachrichten GmbH 8,06% • Axel Springer Verlag AG 7,59% • delta radio GmbH & Co. KG 3,72% • NORA Nordostsee Radio GmbH & Co. KG 3,44% sowie 45 Kommanditisten	Vp	UKW Kabel analog HH/SH	1986

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
<i>Schlager Radio (Z)</i>	<i>Radio 2000 Gesellschaft mbH</i> <i>• Radio NRJ Berlin und Brandenburg GmbH</i> 100%	<i>Sp</i>		<i>Sendebetrieb 1/2010 eingestellt</i>
<i>Sylt Funk (Z)</i>	<i>Sylt Funk Mediengesellschaft mbH</i> <i>• Frank Otto</i> 33,6% <i>• Günter Drossat</i> 33,2% <i>• Stefan Hartmann</i> 33,2%	<i>Vp</i>	<i>Internet</i>	<i>2010</i>
<i>UIP - Urban Independent Pop (Z)</i>	<i>NORFM Medien GmbH & Co. KG</i> <i>• NWZ Funk- und Fernsehen GmbH & Co. KG</i> 86,08% <i>• Frank Otto Medienbeteiligungs GmbH & Co. KG</i> 13,92%	<i>Sp</i>	<i>geplant: DAB+</i>	<i>noch offen</i>

Z = Zulassung
ZW = Zuweisung

Programm-art
Sp = Spartenprogramm
Vp = Vollprogramm

Neuzulassungen und -zuweisungen 2010

Zur Veranstaltung des bundesweiten Hörfunkpartenprogramms Antenne Sylt erhielt Herr Hans Peter Müller eine zweijährige Zulassung der MA HSH. Das Programm will Einheimische, Touristen und Sylt-Fans über syltspezifische Themen informieren.

Dem Radio RZ 1 e.V. wurde zur Verbreitung eines Hörfunkvollprogramms in Hamburg und Schleswig-Holstein eine Zulassung für die Dauer von zehn Jahren erteilt. Radio RZ 1 wird über das Internet verbreitet.

Im Jahr 2010 erteilte die MA HSH erneut eine Reihe von zeitlich begrenzten Zulassungen für sogenannten Veranstaltungsrundfunk. So wurde der Hamburger Kongress Jehovas Zeugen der KdÖR „Jehovas Zeugen in Deutschland“ von einem eigenen Radioprogramm begleitet. Das Programm Flux FM der Berliner Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH berichtete vom Reeperbahnfestival. Auf der Insel Sylt wurde das Mee-reskabarett vom Hörfunkprogramm Antenne Sylt von Herrn Hans Peter Müller und eine Ausstellung im Sylter Heimatmuseum vom Programm Syltfunk der SYLTFunk Mediengesellschaft mbH & Co. KG begleitet.

Zulassungs- und Zuweisungsverlängerungen

Mit der Verlängerung der Zulassungen und Zuweisungen von Radio Hamburg und Radio Schleswig-Holstein sorgte die MA HSH dafür, dass in beiden Bundesländern die reichweitenstärksten und meistgehörten Hörfunkprogramme auch zukünftig auf Sendung sein werden.

Die Radio Hamburg GmbH & Co. KG kann ihr UKW-Vollprogramm Radio Hamburg (RHH) in Hamburg nach einer entsprechenden Verlängerung von Zulassung und Zuweisung landesweit für weitere zehn Jahre verbreiten.

Auch die Zulassung und Zuweisung der Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co. KG zur Veranstaltung und landesweiten analogen Verbreitung des UKW-Hörfunkvollprogramms Radio Schleswig-Holstein (R.SH) in Schleswig-Holstein wurde um weitere zehn Jahre verlängert.

Die Zulassung und Zuweisung der alster radio GmbH & Co. KG zur Veranstaltung und landesweiten analogen Verbreitung des UKW-Hörfunkvollprogramms alster radio 106!8 rock ´n pop in Hamburg wurden um zehn Jahre verlängert.

Auf der City-Frequenz 97,1 MHz wird seit September 2010 das redaktionelle Muskradio 971xfm veranstaltet, das auch mit Kooperationspartnern aus der Hamburger Musikwirtschaft gestaltet wird.

Zulassungs- und Zuweisungsänderungen

Mit der Verlängerung der Zulassung und Zuweisung der Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co. KG wurde zugleich ihre Übertragung von der Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co. auf ihre Muttergesellschaft, die Regiocast GmbH & Co. KG, genehmigt. Diese war schon zuvor zu 100 Prozent an R.SH beteiligt und ist nunmehr selbst Veranstalterin des Programms. R.SH bleibt auch zukünftig verpflichtet, sein Programm in einer eigenen Redaktion in Schleswig-Holstein zu erstellen und bleibt als Radiomarkte unverändert bestehen.

Als medienrechtlich unbedenklich bestätigte die MA HSH Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse bei der Deluxe Television GmbH, die mit Zulassung der MA HSH das bundesweite Hörfunkprogramm „Deluxe Lounge Radio“ veranstaltet.

Marktanteile Hörfunk

Im Jahr 2010 wurden wie in den Jahren zuvor Reichweiten und Marktanteile der privaten und der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme in Hamburg, im Ballungsraum Hamburg und in Schleswig-Holstein untersucht. Dies geschah auf der Grundlage einer entsprechenden Sonderauswertung der bundesweiten Media-Analysen sowie einer Aufstockung der Datenbasis für den Ballungsraum Hamburg und für Schleswig-Holstein. Die Aufstockung, durch die in zwei Erhebungswellen im Jahr 2010 insgesamt etwa 5.300 Hörerinnen und Hörer befragt werden konnten, wurde auch diesmal durch die finanzielle Unterstützung der MA HSH ermöglicht.

Nach den Ergebnissen der Media Analyse 2011/ Radio I, die die Entwicklungen auf dem Hörfunkmarkt im Jahr 2010 abbildet, betrug die Hördauer an einem durchschnittlichen Werktag in Hamburg 167 Minuten, in Schleswig-Holstein war sie mit 230 Minuten deutlich höher. Damit liegt das Radio im Vergleich zu den Nutzungszeiten anderer Massenmedien weiterhin vorn. Gleichzeitig zeichnet sich auch ab, dass das Radio jugendliche Zielgruppen im Alter von 14 bis 29 Jahren weit unterdurchschnittlich erreicht. So hören sie in Hamburg an einem durchschnittlichen Werktag mit 107 Minuten nur halb so lange Radio wie die über 50-Jährigen mit 197 Minuten. Ein etwas weniger deutliches Bild ergibt sich für Schleswig-Holstein. Aber auch hier schalten nur 66 Prozent der Jugendlichen täglich das Radio ein, während in der Gesamtbevölkerung die tägliche Radionutzung bei 83 Prozent liegt.

Die Marktposition der privaten UKW-Programme und ihrer öffentlich-rechtlichen Konkurrenten in Hamburg und Schleswig-Holstein stellt sich nach den Ergebnissen der Media-Analyse für das Jahr 2010 wie folgt dar:

Marktanteile Hamburg

(Montag bis Freitag, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Hamburg	
	ma 2011/I	ma 2010/II
<i>Radio Gesamt</i>	100,0	100,0
<i>Radio Hamburg</i>	22,6	22,5
<i>NDR 90,3</i>	19,9	19,7
<i>NDR 2</i>	10,9	11,5
<i>Das NEUE Alster Radio 106!8 Rock'n Pop</i>	6,7	5,9
<i>Oldie 95</i>	6,0	6,7
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein</i>	4,7	4,5
<i>ENERGY Hamburg</i>	3,9	2,7
<i>NDR Info</i>	3,5	3,3
<i>NDR Kultur</i>	2,5	2,0
<i>N-Joy</i>	2,2	2,8
<i>Klassik Radio Gebiet Hamburg</i>	2,1	3,2
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	2,0	1,7
<i>NDR 1 Niedersachsen</i>	1,9	3,4
<i>Radio ffn</i>	1,3	0,9
<i>Delta Radio</i>	1,1	1,1

<i>Hit-Radio Antenne</i>	0,9	0,7
<i>NDR 1 Radio MV</i>	0,4	0,4
<i>Radio Nora</i>	0,2	0,5
<i>FSK</i>	0,0	0,0
<i>Tide 96.0</i>	0,0	0,0

Marktanteile Schleswig-Holstein

(Montag bis Freitag deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Schleswig-Holstein	
	ma 2011/I	ma 2010/II
<i>Radio Gesamt</i>	100,0	100,0
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	28,2	22,3
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein</i>	20,3	21,2
<i>NDR 2</i>	11,2	10,6
<i>N-Joy</i>	6,1	7,1
<i>Radio Hamburg</i>	5,0	4,1
<i>Radio Nora</i>	4,4	7,0
<i>NDR 90,3</i>	4,2	4,1
<i>delta radio</i>	2,9	3,4
<i>NDR Info</i>	2,8	3,1
<i>NDR Kultur</i>	2,6	2,8
<i>Das NEUE Alster Radio 106!8 Rock'n Pop</i>	2,3	3,6
<i>Oldie 95</i>	1,1	0,4
<i>ENERGY Hamburg</i>	1,0	0,9
<i>NDR 1 Niedersachsen</i>	0,9	1,5
<i>Hit-Radio Antenne</i>	0,7	0,9
<i>Radio ffn</i>	0,3	0,4
<i>NDR 1 Radio MV</i>	0,2	0,0
<i>Klassik Radio Gebiet Hamburg</i>	0,1	0,2
<i>FSK</i>	-	-
<i>Tide 96.0</i>	-	0,0

Insgesamt zeigen die Daten für den Radiomarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein nur geringe Schwankungen, sieht man von den Zugewinnen der NDR 1 Welle Nord in Schleswig-Holstein ab. Die höchsten Marktanteile erreichen in Hamburg seit Jahren Radio Hamburg und NDR 90,3. Ihnen folgt mit deutlichem Abstand NDR 2. Alle anderen Programme kommen in Hamburg auf Marktanteile, die unter 10 Prozent liegen. In Schleswig-Holstein musste R.SH seine langjährige Spitzenposition bei den Marktanteilen im Jahr 2010 an die NDR 1 Welle Nord abgeben, hatte bei den Tagesreichweiten allerdings einen deutlichen Vorsprung gegenüber der NDR 1 Welle Nord. Offenbar wird R.SH in einem besonderen Maß als Serviceprogramm wahrgenommen. Im Ballungs-

raum Hamburg überlappen sich beide Märkte teilweise, wobei aufgrund des Metropolenbezugs auch hier Radio Hamburg Marktführer ist.

Zugenommen hat insgesamt die Bedeutung des Internets für die Verbreitung von Hörfunk- und anderen Audioangeboten. Nach der ARD/ZDF-Onlinestudie nutzen rund 15 Prozent aller Online-Musikportale und auch die Verkaufszahlen für WLAN-Radios steigen stetig. Wie sich dies und der für die zweite Jahreshälfte 2011 geplante bundesweite DAB+-Launch auf den klassischen, terrestrisch verbreiteten UKW-Hörfunk auswirken werden, ist derzeit nur schwer zu prognostizieren.

Programmaufsicht

Neben Zulassung und Zuweisung steht die Aufsicht über die von ihr lizenzierten Hörfunk- und Fernsehprogramme als eine weitere Kernaufgabe im Zentrum der Arbeit der MA HSH. Hier überprüft sie insbesondere die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zum Jugendmedienschutz, zur Werbung und zu den allgemeinen Programmgrundsätzen. Daneben hat sie spezielle Lizenzauflagen im Blick.

Beobachtung und Beschwerden

Die MA HSH beobachtet kontinuierlich die von ihr zugelassenen Fernseh- und Radioprogramme sowie die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter. Regelmäßig werden dazu bestimmte Programme, Programmausschnitte oder Formate über einen festgelegten Zeitraum systematisch analysiert. Wegen des hohen zeitlichen und personellen Aufwands findet diese Analyse stichprobenartig statt. Wichtig sind dabei die Hinweise von aufmerksamen Zuhörern oder Zuschauern, die im laufenden Programm auf problematische Inhalte aufmerksam geworden sind.

Die MA HSH übt die Aufsicht über die von ihr lizenzierten Programme auf der Grundlage der Ergebnisse ihrer kontinuierlichen Programmbeobachtung aus. Dabei bemüht sie sich um einen offenen, ergebnisorientierten Austausch

mit den Rundfunkveranstaltern. Dieses Vorgehen hat sich auch im vergangenen Jahr als erfolgreich erwiesen. Je nach Sachlage konnte in einer Vielzahl von Prüffällen eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielt werden. Diese zeigten sich, von der MA HSH auf problematische Bestandteile ihres Programms hingewiesen, häufig kooperativ und besserten die in Frage stehenden Inhalte nach. So musste nur bei einer geringen Anzahl von Programmverstößen ein Aufsichtsverfahren eingeleitet werden.

Immer wieder ließen sich Rundfunkveranstalter von der MA HSH im Vorwege einer Ausstrahlung bezüglich möglicherweise problematischer Inhalte oder Formate beraten. Hier zeigte sich, dass die MA HSH von den Beteiligten als kompetente Ansprechpartnerin geschätzt und anerkannt wird und ihr fachlicher Rat gefragt ist.

Insgesamt wurden vier rundfunkbezogene Verfahren eingeleitet, von denen zwei im Berichtsjahr und eines im Februar 2011 zu einer förmlichen Beanstandung führten. Ein Verfahren konnte eingestellt werden, da die Prüfung keinen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen ergeben hatte. Daneben wurden zwei aufsichtliche Verfahren aus dem Jahr 2009 mit förmlichen Beanstandungen abgeschlossen.

Aufsichtsschwerpunkte 2010: Werbekennzeichnung, Gewinnspielsendungen und Jugendschutz im Internet

Auch im Jahr 2010 lag ein Schwerpunkt der laufenden Programmbeobachtung auf der Einhaltung korrekter Werbekennzeichnung und der Trennung von Werbung und redaktionellem Programm. Die Programmbeobachtung ergab in diesem Bereich zahlreiche Auffälligkeiten, die zu entsprechenden Hinweisen an die Veranstalter führten.

Daneben bildeten Einzelgewinnspiele und Gewinnspielsendungen im Rundfunk einen weiteren Schwerpunkt der Beratungs- und Aufsichtstätigkeit der MA HSH. Zu diesem Thema gab es im Berichtszeitraum zahlreiche Beschwerden und Anfragen von Radiohörern. Zudem bestand bei

den Veranstaltern weiterhin Beratungsbedarf im Zusammenhang mit der im Februar 2009 in Kraft getretenen Gewinnspielsatzung.

Einen weiteren Schwerpunkt der Aufsichtstätigkeit bildete beim Jugendschutz im Internet. Hier war die MA HSH mit zahlreichen Verstößen von Internetanbietern aus Hamburg und Schleswig-Holstein gegen die Jugendschutzbestimmungen befasst.

Fernsehprogramme

Programmbeschwerden

Im Jahr 2010 erreichten die MA HSH insgesamt sieben Programmbeschwerden, die von ihr zugelassene Fernsehveranstalter in Hamburg und Schleswig-Holstein betrafen. Die Prüfung der Fälle führte zu folgenden Ergebnissen:

- Eine Beschwerde richtete sich gegen zwei Ausgaben der Sendung „Der gesunde Weg“ im Programm von Bibel TV, die im September 2010 ausgestrahlt wurden. In der Informations- und Ratgebersendung zu Gesundheitsthemen kamen unter anderem Experten zu Wort, die über den Nutzen von bestimmten Produkten beziehungsweise Wirkstoffen sprachen, von deren Verkauf sie wirtschaftlich profitierten. Die Zuschauer wurden über diese Zusammenhänge im Unklaren gelassen. Die Produkte waren jeweils mehrfach und deutlich erkennbar im Bild zu sehen. Wegen Verstoßes gegen das Schleichwerbeverbot erfolgte eine förmliche Beanstandung im Februar 2011.
- In drei Beschwerdefällen ging es um die Platzierung und den Umfang der Werbung im Vormittags- beziehungsweise Nachtprogramm von Nickelodeon. Nach Prüfung des Sachverhalts konnte allerdings kein Verstoß gegen die rundfunkrechtlichen Werbebestimmungen festgestellt werden.
- In drei Fällen wurden jugendschutzrechtliche Bedenken gegen Sendungen im Spätabend- und Nachtprogramm des Senders Nickelodeon (Programmschiene Comedy Central) geltend gemacht. Aufgrund der Sendezeit ergaben

sich jedoch keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags.

Darüber hinaus wurde ein im Vorjahr aufgrund einer Programmbeschwerde eingeleitetes KJM-Prüfverfahren abgeschlossen:

- Im Juli 2010 erfolgte die förmliche Beanstandung einer Folge der Sendung „Kenny versus Spenny“ im Programm von Nickelodeon, da die ab 21:15 Uhr in der Programmschiene Comedy Central ausgestrahlte Sendung geeignet war, Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren zu beeinträchtigen.

Laufende Programmbeobachtung

Im Rahmen der laufenden Programmbeobachtung wurden die von der MA HSH zugelassenen Fernsehprogramme stichprobenartig überprüft. Die beobachteten Auffälligkeiten führten zu folgenden Ergebnissen:

- Im Programm von Hamburg 1 fielen unter anderem die Sendungen „Hamburg 1 Aktuell“, „IBA - Im Gespräch“, „Elbinselreportage“, „Offenes Wort“, „Trend News TV“ und „Jeanie X“ auf, die hinsichtlich der Trennung und Kennzeichnung von Werbung, teilweise auch im Hinblick auf Schleichwerbung, problematisch waren. Werbekennzeichnungs- und Trennungsdefizite bestanden ebenfalls im Nachtprogramm von Hamburg 1. Die MA HSH machte den Veranstalter auf diese Auffälligkeiten aufmerksam und bat um Korrektur sowie um künftige Beachtung der geltenden Werbebestimmungen. Da der Sender auf die Hinweise umgehend reagierte, konnte von einem medienrechtlichen Verfahren abgesehen werden.
- Der regionale Fernsehsender NOA 4 strahlte verschiedene Sendeformate aus, die hinsichtlich der Trennungs- und Kennzeichnungspflicht von Werbung nicht im Einklang mit den rundfunkrechtlichen Werbebestimmungen standen. Nach entsprechendem Hinweis durch die MA HSH besserte der Sender umgehend nach,

so dass auf ein medienrechtliches Verfahren verzichtet werden konnte.

- Die imagewerbliche Sendung des Hamburger Stadtteilsenders NOA 4 - Hamburg war nicht ausreichend als Business TV gekennzeichnet. Der Veranstalter besserte nach eingehender Beratung umgehend nach.
- In der Startphase des Norderstedter Lokalsenders NOWO 1 (vormals Jobs Kompakt TV) im Mai 2010 waren verschiedene Defizite im Hinblick auf die Werbe- und Sponsoringbestimmungen zu verzeichnen. Nach Hinweis durch die MA HSH besserte der Veranstalter umgehend nach.

Im Rahmen einer von der ZAK koordinierten Programmanalyse bundesweiter Fernsehveranstalter wurden zudem verschiedene Werbespots im Programm von Nickelodeon auf den Prüfstand gestellt. Die nähere Prüfung führte zu folgenden Ergebnissen:

- Ein Werbespot im Nickelodeon-Nachtprogramm (Sendeschiene Comedy Central) für das Internet-Pokerangebot www.pkr.net wurde wegen Verstoßes gegen das Werbeverbot für unzulässiges Glücksspiel förmlich beanstandet.
- Ein Werbespot für den Geburtstagskorb-Service der Spielwarenkette „Toys R Us“, erschien sowohl mit Blick auf das Gebot der Trennung zwischen Werbung und Programm als auch unter jugendmedienschutzrechtlichen Werbebestimmungen (unter anderem direkte Kaufaufforderung an Kinder) als problematisch. Im Ergebnis konnten aber weder ZAK noch KJM einen Rechtsverstoß feststellen.
- Ein weiterer Fall betraf verschiedene Hinweise des Veranstalters auf das Internetangebot www.clubnick.de. Während sich der eine - innerhalb eines Werbeblocks ausgestrahlte - Spot an Eltern richtete und ein (Probe-) Abonnement für das Internetangebot www.clubnick.de bewarb, wurde ein anderer, an Kinder gerichteter Spot, außerhalb eines

Werbeblocks platziert. Da der an Kinder gerichtete Spot in der Gesamtbetrachtung als Wirtschaftswerbung einzuordnen war, gleichzeitig aber auch Elemente eines Hinweises auf Begleitmaterial enthielt, war hier das Gebot der Trennung zwischen Werbung und Programm berührt. Nach einem entsprechenden Hinweis durch die MA HSH wurde der Spot vom Veranstalter neu gestaltet.

Beratung von Fernsehveranstaltern

Zu den im Rahmen der Programmebeobachtung aufgefallenen Problemen wurden in mehreren Fällen zusätzlich Beratungsgespräche mit den Fernsehveranstaltern geführt, unter anderem zur Kennzeichnung und programmbegleitenden Erläuterung von Business TV.

Hörfunkprogramme

Programmbeschwerden

Im Berichtsjahr befasste sich die Programmebeobachtung der MA HSH mit 18 Hinweisen und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Problemen in von ihr zugelassenen Hörfunkprogrammen. In sechs Fällen, darunter vier Beschwerden über Einzelgewinnspiele (zum Beispiel „Turboquiz“), ergab die nähere Prüfung keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen. Die übrigen Fälle führten zu folgenden Ergebnissen:

- Eine Programmbeschwerde richtete sich gegen Radio Hamburg wegen mutmaßlich einseitiger Berichterstattung über die Hamburger Schulreform. Als Ergebnis einer umfangreichen Prüfung konnte kein Verstoß gegen rundfunkrechtliche Bestimmungen festgestellt werden.
- Zwei Werbespots der Volksinitiative „Wir wollen lernen“ waren als unzulässige politische Werbung einzustufen, da sie zu einem bestimmten Abstimmungsverhalten beim Volksentscheid über die Schulreform in Hamburg aufforderten. Alle von der MA HSH zugelassenen Hörfunksender wurden über das Er-

gebnis der Prüfung informiert. Dabei stellte sich heraus, dass Radio Hamburg diese Spots zwischenzeitlich bereits im kommerziellen Werbeblock ausgestrahlt hatte. Gegen Radio Hamburg wurde deshalb eine förmliche Beanstandung ausgesprochen.

☛ Eine weitere Beschwerde über Radio Hamburg bezog sich auf eine vermeintliche Hetzkampagne gegen einen aus der Sicherungsverwahrung entlassenen Vergewaltiger sowie auf die Berichterstattung über Rücktrittsforderungen gegen den Duisburger Oberbürgermeister im Zuge des Love-Parade-Unglücks. Die nähere Prüfung konnte im ersten Fall den Vorwurf einer Hetzkampagne nicht bestätigen. Im zweiten Fall ergaben sich bei einigen Nachrichten-Meldungen Anhaltspunkte, dass hier die gesetzlich gebotene Trennung von Kommentar und Nachricht nicht eingehalten worden war. Der Sender wurde im Rahmen eines ausführlichen Gesprächs auf diese Problematik hingewiesen und sagte zu, künftig sensibler mit der Trennung von Nachrichten und Kommentierung umzugehen.

☛ Zwei Beschwerden betrafen das bundesweite Hörfunkprogramm Klassik Radio. Zum einen ging es um die unzureichende Kennzeichnung einer Dauerwerbesendung, die nach entsprechendem Hinweis durch die MA HSH vom Veranstalter umgehend nachgebessert wurde. Zum anderen ging es um den von einem Hörer gewonnenen Eindruck der Vermischung von redaktionellem Programm und Werbung durch Werbeformate, die von Moderatorinnen oder Moderatoren des Senders gesprochen werden. Auch wenn die Praxis der Moderatorenwerbung im bundesweiten Hörfunk rundfunkrechtlich nicht zu beanstanden ist, wurde der Veranstalter darüber informiert, wie kritisch der sensible Bereich zwischen Werbung und redaktionellem Programm vom Hörer wahrgenommen wird.

☛ Aufgrund einer Programmbeschwerde wurde das im Sommer 2010 von Radio Schleswig-Holstein veranstaltete Gewinnspiel „Urlaubsgeld“ einer umfangreichen Überprüfung unterzogen. Das Gewinnspiel wurde zeitgleich

auch in den Programmen Antenne MV und Radio PSR veranstaltet. Die Überprüfung erfolgte deshalb in enger Abstimmung mit den Medienanstalten der Länder Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen. Im Ergebnis waren einige punktuelle Defizite im Hinblick auf die Einhaltung der Gewinnspielsatzung zu beobachten. Diese Defizite wurden von den Radioveranstaltern umgehend behoben, so dass von einem Beanstandungsverfahren abgesehen werden konnte.

Mehrere Beschwerden bezogen sich auf verschiedene Ausgaben der „Morningshow“ im Programm von alster radio 106!8 rock'n pop:

☛ Eine Beschwerde richtete sich gegen die Ausstrahlung eines sogenannten „Treuetests“, der aufgrund von zahlreichen sexistischen und beleidigenden Äußerungen, die auch von den Moderatoren übernommen wurden, aus Gründen des Kinder- und Jugendschutzes problematisch schien. Der Sender räumte programmliche Probleme mit dem Format ein, das aus dem Programm genommen wurde. Aufgrund der Reaktion des Senders wurde von der Einleitung eines aufsichtsrechtlichen Verfahrens abgesehen.

☛ Die Prüfung einer vermeintlich diskriminierenden Darstellung einer Olympiasiegerin sowie einer „Morningshow“ mit dem Thema „Hilfe, mein Kollege stinkt“ ergab keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen. Die insgesamt fragwürdigen Moderationen wurden jedoch im Rahmen turnusgemäßer Gespräche mit dem Sender thematisiert.

Laufende Programmebeobachtung

Im Rahmen der laufenden Programmebeobachtung wurden die von der MA HSH zugelassenen Hörfunkprogramme stichprobenartig überprüft. Die dabei beobachteten Auffälligkeiten führten zu folgenden Ergebnissen:

☛ Ein noch aus dem Vorjahr gegen den via Internet und Satellit verbreiteten Sender

2255live anhängiges Verfahren ist zwischenzeitlich abgeschlossen. Im September 2009 waren bei zwei Gewinnspielsendungen im Programm von 2255live mehrere mögliche Verstöße gegen die Vorgaben der Gewinnspielsatzung beobachtet worden. Nach abschließender Befassung durch die ZAK wurde eine förmliche Beanstandung ausgesprochen.

- Bei einer von der ZAK koordinierten und im Januar 2010 durchgeführten Überprüfung der Ausgestaltung von entgeltpflichtigen Einzelgewinnspielen im Hörfunk wurde festgestellt, dass bei Radio Schleswig-Holstein und Radio Hamburg nicht immer alle nach der Gewinnspielsatzung erforderlichen Informationen gegeben wurden, beispielsweise zum Gewinnausschüttungsausschluss unter 14-Jähriger. An die Veranstalter ist ein entsprechender Hinweis ergangen.
- Im Programm von alster radio 106!8 rock 'n pop fiel im Januar/Februar 2010 ein Fall von unzulässiger Vermischung von Sponsoring und Werbung auf. Der Veranstalter wurde auf diesen Umstand hingewiesen.

Beratung von Hörfunkveranstaltern

Auch außerhalb der im Rahmen der Programmbeobachtung aufgefallenen Problemlagen wurden zahlreiche weitere Beratungsanfragen von Hörfunkveranstaltern und Programmzulieferern beantwortet. Themen waren neben Gestaltungsfragen zu Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen unter anderem:

- Die Zulässigkeit des Sponsorings von Wirtschaftsnachrichten. Da Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen nicht gesponsert werden dürfen, kommt es entscheidend darauf an, ob und inwieweit eine redaktionelle Berichterstattung über wirtschaftliche Hintergründe stattfindet oder lediglich Börsenkurse verkündet werden. Nur bei einer Verlesung von Börsenkursen ohne nachrichtliche Berichterstattung wäre ein Sponsoring zulässig.

- Einsatz von Screenern bei Gewinnspielen. Im Rahmen des Auswahlverfahrens bei Gewinnspielen im Hörfunk kommen regelmäßig sogenannte Screener zum Einsatz. Sie sprechen mit den Teilnehmern vor der Durchstellung ins Studio und treffen eine Vorauswahl der Anrufer in eine Warteschleife, aus der dann ein Teilnehmer ausgewählt und zum Moderator durchgestellt wird. Das anschließende Gewinnergespräch wird in der Regel aufgezeichnet, während on air das normale Programm weiterläuft. Die Auswertung einiger Screener-Protokolle verschiedener Hörfunksender ergab, dass zwischen Abschluss des Screener-Verfahrens und Verkünden des Teilnahmeschlusses beziehungsweise Einspielen des Gewinners bis zu 16 Minuten vergehen können. In dieser Zeit versuchen weiterhin zahlreiche Hörer vergeblich über die teuren Gewinnspiel-Hotlines an dem Gewinnspiel teilzunehmen. Mit den Veranstaltern wurde deshalb vereinbart und schließlich auch durch ZAK-Beschluss festgestellt, dass nach Abschluss eines Screener-Verfahrens die Hörer unverzüglich, spätestens mit Ende des laufenden Musiktitels beziehungsweise am Ende des laufenden Beitrags, durch die Moderation der Hörfunksendung darauf aufmerksam gemacht werden müssen, dass (in dieser Gewinnspielrunde) keine Gewinnchance mehr besteht.

Telemedien

Jugendmedienschutz

Die MA HSH überwacht auch die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter. Grundlage hierfür ist der JMStV. Die MA HSH kooperiert dabei eng mit jugendschutz.net, der gemeinsamen Stelle aller Bundesländer, die organisatorisch an die Kommission für KJM angebunden ist.

Die Internetbranche ist komplex und unterscheidet sich hinsichtlich Struktur und Organisation deutlich vom Rundfunkbereich. Bei der Wahrnehmung aufsichtlicher Aufgaben ist zu beachten, dass die im Internet häufigsten Rechtsverstöße nicht nur medienrechtlich, son-

dern oft zugleich strafrechtlich relevant sind. So gestalten sich auch die Verfahren bis hin zur Kooperation mit den jeweiligen Staatsanwaltschaften anders als im Rundfunkbereich. Bei den Fällen aus dem Bereich des Internets handelt es sich überwiegend um pornografische Angebote ohne einen ausreichenden Zugangsschutz sowie um entwicklungsbeeinträchtigende Angebote. Daneben geht es auch um rechtsextreme oder indizierte Inhalte.

Im Jahr 2010 bearbeitete die MA HSH insgesamt 103 Prüffälle jugendschutzrelevanter Telemedienangebote. Die Mehrzahl der Prüffälle wurde von jugendschutz.net aufgegriffen und an die MA HSH weitergegeben. Daneben führte die MA HSH auch eigene Recherchen durch, prüfte Beschwerden von Internetnutzern und ging Hinweisen von Fachstellen oder anderen Medienanstalten nach. Dreizehn der 103 im Jahr 2010 bearbeiteten Telemedienfälle gehen auf solche Hinweise und Beschwerden zurück. Eine Beschwerde wurde an die für das betroffene Angebot zuständige Schwesteranstalt weitergeleitet. In der Regel leitet die MA HSH die von ihr selbst aufgegriffenen Fälle sowie die eingegangenen Beschwerden nach Vorprüfung an jugendschutz.net weiter. jugendschutz.net weist den Anbieter dann auf die möglichen Verstöße hin. In einigen Fällen wendet sich die MA HSH auch direkt an den Anbieter. Bessert ein Anbieter das problematische Angebot nach, kann auf eine weitere Verfolgung des Falls verzichtet werden. Erfolgt keine Nachbesserung, wird ein KJM-Prüfverfahren eingeleitet.

Stellt die KJM einen möglichen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften fest, führt die MA HSH die Anhörung des Anbieters durch. Im Jahr 2010 war dies 18 Mal der Fall. Dabei ist die MA HSH auch für die Überprüfung der Angebote und bei anhaltenden Verstößen für die Dokumentation des Sachstandes verantwortlich. Nach erfolgter Anhörung leitet die MA HSH die Fälle zur abschließenden Beschlussfassung erneut an die KJM und setzt die Entscheidung der KJM um. 2010 sprach die MA HSH in insgesamt fünf Prüffällen eine Beanstandung aus. In einem Fall wurde zusätzlich ein Bußgeld verhängt.

In Fällen, in denen die KJM zusätzlich einen möglichen Verstoß gegen das Strafgesetzbuch (StGB) festgestellt hat, wie 2010 zwölf Mal geschehen, gibt die MA HSH den Vorgang zunächst an die zuständige Staatsanwaltschaft ab.

Ein KJM-Prüffall konnte im Jahr 2010 nach Beanstandung und Eingang der Verwaltungsgebühr abgeschlossen werden. Viele Fälle blieben aber auch nach erfolgter Beanstandung beziehungsweise Verhängung eines Bußgeldes im förmlichen Verfahren der MA HSH, weil die Anbieter Rechtsbehelfe gegen die erlassenen Bescheide eingelegt hatten beziehungsweise ein Vollstreckungsverfahren eingeleitet werden musste.

Die MA HSH steht auch den Anbietern von Telemedien für Beratungsgespräche zur Verfügung. Diese beziehen sich nicht nur auf Inhalte, sondern auch auf die unterschiedlichen Jugendschutzfilter und Zugangssperren sowie Verfahrensfragen. Im Berichtszeitraum wurden so nach intensiver Beratung durch die MA HSH beispielsweise zwei entwicklungsbeeinträchtigende Onlinespiele aus dem Netz genommen.

In Hamburg gibt es mehrere Anbieter von Altersverifikationssystemen (AVS) und Jugendschutzprogrammen, die für ihre Vorkehrungen von der KJM ein Positivvotum beziehungsweise die Zulassung zu einem Modellversuch erhalten haben. Das von der MA HSH lizenzierte Filterprojekt „jugendschutzprogramme.de“ lief Ende März 2010 aus, wird allerdings auch außerhalb des Modellversuchs weiterbetrieben. Es ist geplant, bei der KJM erneut die Zulassung zu einem Modellversuch zu beantragen.

Die 2010 im förmlichen Verfahren der MA HSH befindlichen Angebote wurden im Hinblick auf folgende Rechtsnormen geprüft, wobei zahlreiche Angebote gleich gegen mehrere Rechtsnormen verstießen:

Unzulässige Angebote nach § 4 JMStV:

- Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen: fünf Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2)

- 🔗 Holocaustleugnung: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4)
- 🔗 Minderjährige in unnatürlich geschlechtsbetonten Posen: drei Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9)
- 🔗 Pornografische Angebote außerhalb einer geschlossenen Benutzergruppe: 73 Fälle (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 2)
- 🔗 Indizierte Angebote ohne geschlossene Benutzergruppe: fünf Fälle (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 i.V.m. Satz 2)
- 🔗 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote nach § 5 JMStV: 26 Fälle
- 🔗 Nichtbestellung eines Jugendschutzbeauftragten: (§ 7 Abs. 1 JMStV): sieben Fälle

Anbieterkennzeichnung

Der Bereich der Telemedienaufsicht umfasst auch die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten. Nach § 55 RStV und nach § 5 TMG müssen Telemedienangebote Informationen über den Anbieter bereitstellen. Diese so genannte Anbieterkennzeichnung muss der Nutzer leicht erkennen und ständig und unmittelbar erreichen können.

Für Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, besteht diese Pflicht nicht. Alle anderen Telemedienangebote sind verpflichtet, zumindest Namen und Anschrift des Anbieters, bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift eines Vertretungsberechtigten, zur Verfügung zu stellen.

Telemedien, die geschäftsmäßig, in der Regel gegen Entgelt, angeboten werden, müssen zusätzlich Informationen bereithalten, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit dem Anbieter ermöglichen. Darüber hinaus sind im Einzelfall weitere Angaben erforderlich. Für Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten gilt, dass sie zusätzlich einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen müssen.

Im Berichtsjahr prüfte die MA HSH neunzehn Telemedienangebote im Hinblick auf die erforderliche Anbieterkennzeichnung. In zehn Fällen konnte erreicht werden, dass die Anbieter ihre Angebote nachbesserten. Fünf Angebote wurden im Lauf des Verfahrens gelöscht. Vier Verfahren waren zum Jahresende noch nicht abgeschlossen.

Zusätzlich wurden fünf Fälle aus Zuständigkeitsgründen an andere Stellen weitergeleitet.

5 Medienforschung

Gegenstand der Medienforschung sind Phänomene aus dem Bereich der Programmentwicklung, der Medienwirtschaft, der Medienpolitik und der (technischen) Mediensystementwicklung. Die Ergebnisse der Projekte helfen beim Erschließen von medialen Wirkungszusammenhängen, beim Verständnis für die strukturelle Entwicklung von Mediensystemen und die sich verändernden Verteilungen gesellschaftlicher Kommunikation, aber auch beim Aufdecken von Fehlentwicklungen und der Planung von Strategien zur Vermeidung von Risiken. Die Erkenntnisse der Medienforschung liefern zudem wichtige Impulse für den öffentlichen Dialog über medienrelevante Themen und zeigen den Beteiligten Entwicklungs- und Optimierungspotenziale auf. Sie können den Medienunternehmen konkrete Hilfestellung bei der Gestaltung ihrer Angebote geben, den medienpolitischen Akteuren Anregungen bei der Gestaltung oder Nachbesserung von Gesetzen aufzeigen und verschiedene Institutionen, etwa aus dem Bildungssektor, bei der Vermittlung eines verantwortungsvollen medialen Handelns in einer konvergenten Medienwelt unterstützen.

Forschungsprojekte der MA HSH

netzdurchblick.de - Internetratgeber für Schüler
Das im Auftrag der MA HSH von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) entwickelte Onlineangebot netzdurchblick.de gibt Hilfestellung auf dem Weg zu einem kompetenten und sicheren Umgang mit dem Internet. Auf der Homepage finden Jugendliche altersgerecht aufbereitete Informationen und Tipps. In verschiedenen Kategorien lernen sie, sich vor Viren und Abzockfallen zu schützen, wie man mit anderen Menschen im Web umgeht und was im Netz erlaubt ist und was nicht. Zudem inspiriert die Kreativ-Werkstatt zu einer aktiven und produktiven Nutzung des Netzes. Auch Eltern, Lehrerinnen und Lehrer sowie pädagogische Multiplikatoren können sich mit Hilfe von Netzdurchblick weiterbilden und sind dazu eingeladen, das Angebot gemeinsam mit ihren Kindern oder Schülern zu nutzen.

Nach der Entwicklung des Angebots und ersten Tests zur Einbindung in verschiedene Lernumgebungen wird nun vom Institut für Medien- und Kommunikationsforschung e.V. (IMKO e.V.) der Einsatz von Netzdurchblick in schulischen und außerschulischen Kontexten erprobt und evaluiert.

Ziel ist dabei die Entwicklung von konkreten Handreichungen, die das Angebot von Netzdurchblick abrunden und vervollständigen. Langfristig soll das Projekt in die Hände eines Trägers überführt werden, der den Internetratgeber für Jugendliche weiterhin betreut, aktualisiert und in verschiedenen Bildungsmaßnahmen umsetzt.

Bewegtbildrezeption

Im Jahr 2010 hat die MA HSH zudem das Hans-Bredow-Institut mit einer Untersuchung der sich verändernden Rezeption von Bewegtbildern beauftragt. Im Zuge der technischen Medienkonvergenz und der zunehmenden crossmedialen Verbreitung werden Bewegtbildinhalte über unterschiedliche Endgeräte, über Bildschirme unterschiedlichster Größe und Qualität und in unterschiedlichen Nutzungskontexten verbreitet und genutzt. Aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive analysiert die Studie „Bewegtbildrezeption in konvergierenden Medienumgebungen: Dispositive und Nutzungsmodi“ die Relevanz unterschiedlicher Wahrnehmungsanordnungen und -kontexte. Da technische Merkmale von Verbreitungssystemen aufgrund der Multifunktionalität der Netze und Endgeräte tendenziell an Bedeutung verlieren, bedarf es angebots- und nutzungsorientierter Kriterien, um verschiedene Formen der Bewegtbildkommunikation zu klassifizieren. Die Studie verbindet eine Dispositiv-Analyse mit einer Analyse der Kommunikationsmodi. Das Projekt soll im Sommer 2011 fertig gestellt sein.

Forschungsprojekte in Kooperation mit anderen Medienanstalten

Kontinuierliche TV-Programmforschung der Medienanstalten

Wie in den Jahren zuvor war die MA HSH auch 2010 wieder an der kontinuierlichen TV-Programmforschung der Medienanstalten beteiligt.

Im Auftrag der ALM untersuchte das Medienforschungsinstitut GöfaK unter der Leitung von Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß die Veränderung von Programm- und Formatstrukturen im deutschen Fernsehen.

Regionalfensteranalyse in den Programmen von RTL und Sat.1

Eine weiteres von der MA HSH unterstütztes Forschungsprojekt ist die von der DLM in Auftrag gegebene und von Prof. Dr. Helmut Volpers (IM•GÖ - Institut für Medienforschung - Göttingen & Köln) durchgeführte Regionalfensteranalyse.

Die Studie stellt kontinuierlich inhaltsanalytische Daten zu den Strukturen und Inhalten landesweit ausgestrahlter regionaler Programmfenster in den Programmen privater Fernsehveranstalter (RTL und Sat.1) bereit. In der Untersuchung wird insbesondere geklärt, ob die Veranstalter das Gebot der vielfältigen Berichterstattung aus den jeweiligen Ländern angemessen umsetzen und mit welcher publizistischen und journalistischen Qualität die Regionalberichterstattung erfolgt.

Media Recommendation Systems

Gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) wurde zudem eine Studie realisiert, die sich mit der Bedeutung und den Perspektiven intelligenter Empfehlungssysteme (Media Recommendation Systems) bei der Mediennutzung, insbesondere bei der Nutzung von Bewegtbildinhalten, befasst. Die Studie untersucht den Bedarf an Media Recommendation Systems angesichts der zunehmenden Verbreitung von Hybrid-TV-Geräten, die eine Verbindung von linearen und nicht-linearen Angeboten in einem Endgerät erlauben und ohne handhabbare Strukturierungssysteme kaum sinnvoll nutzbar sind. Abgeschlossen wurde die Studie im März 2011.

6 Medienkompetenz

Für die MA HSH ist die Förderung der Medienkompetenz eine wichtige gesetzliche Aufgabe. Das Medienangebot weitet und differenziert sich derzeit massiv aus. Die Mediennutzung insbesondere des Internets steigert sich erheblich. Diese Prozesse führen dazu, dass Kinder und Jugendliche bei der Nutzung des Internets, der beliebten Web 2.0-Plattformen und Online-Spielwelten erheblichen Risiken in Form von problematischen Inhalten und Nutzungsformen gegenüber stehen. Die Förderung der Medienkompetenz soll helfen, diesen Risiken entgegen zu wirken und zugleich zu einer sinnvollen Nutzung des kommunikativen Potenzials der digitalen Medienwelt beitragen.

Die MA HSH konzentriert sich bei der Förderung von Medienkompetenz auf die Risiken der Internetnutzung, denen sich junge Leute ausgesetzt sehen. Hier besteht die größte Lücke bei der Förderung der Online-Kompetenzen von 6- bis 13-Jährigen. Im Zentrum der Planung und Umsetzung steht dabei das Leitbild des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Dieses Leitbild definiert die Ziele, die mit den MA HSH-Förderaktivitäten und Projekten erreicht werden sollen. Jedes Kind beziehungsweise jeder Jugendliche im Alter von 8 bis 14 Jahren in Hamburg und Schleswig-Holstein soll bis spätestens Ende 2013 durch mindestens ein qualifiziertes pädagogisches Angebot erreicht werden und die Möglichkeit erhalten, Grundkompetenzen für die jugendschutzkonforme Internet-Nutzung zu erwerben. Die Förderung soll Kinder und Jugendliche unmittelbar und/oder mittelbar in Form von Eltern, Lehrer- und ErzieherInnenqualifizierung erreichen.

Im Jahr 2010 hat die MA HSH eine Reihe vielfältiger Medienkompetenzprojekte initiiert und gefördert, die sich an Kinder und Jugendliche wie auch an Eltern, Lehrer und Multiplikatoren richten. Gleichzeitig engagierte sie sich im Bereich der Medienkompetenzforschung und baute ihre Rolle als zentrale Ansprechpartnerin für die Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter aus. So konnte ein enges kommunikatives Netzwerk zwischen

der MA HSH und den relevanten Behörden, Ämtern, Instituten, Einrichtungen, Vereinen und den medienpädagogischen Szenen in Hamburg und Schleswig-Holstein aufgebaut werden.

Zu den von der MA HSH geförderten Projekten gehören die folgenden:

Kinder und Jugendliche

Internet-ABC

Das Internet-ABC ist ein spielerisches und sicheres Angebot für den Einstieg ins Internet. Als Ratgeber im Netz bietet es konkrete Hilfestellung und Informationen zu einem verantwortungsvollen Umgang mit dem World Wide Web. Die werbefreie Plattform richtet sich mit Erklärungen, Tipps und Tricks an Kinder von fünf bis zwölf Jahren, Eltern und Pädagogen - ob Anfänger oder Fortgeschrittene. Neben dem Onlineangebot entwickelt das Internet-ABC auch verschiedene Materialien, wie eine Unterrichtshandreichung für Lehrer und verschiedene Flyer und Broschüren, die über die MA HSH kostenfrei zu beziehen sind.

Hinter dem Projekt steht der gemeinnützige Verein Internet-ABC e.V., dem zwölf Medienanstalten, unter anderem die MA HSH, angehören.

Kinderredaktion Radiofuchse

Die Radiofuchse sind eine interkulturelle Radio- und Onlineredaktion mit Kinderreportern im Alter von 6 bis 14 Jahren im Haus der Familie im Hamburger Stadtteil St. Pauli (Kinderglück e.V.). Gestaltung, Inhalteauswahl und Produktion der Radiosendungen und des Online-Auftritts liegen weitestgehend in der Verantwortung der Kinder. Sie produzieren Radiobeiträge, schießen Fotos, schreiben Texte und stellen diese eigenständig auf der projekt-eigenen Internetseite online. Der besondere Blickwinkel von Kindern mit interkulturellem Hintergrund fließt dabei in alle Themen ein.

KLICKERKIDS - Internetzeitung von Kindern für Kinder

Im Rahmen dieses Projektes des jaf - Verein für medienpädagogische Praxis Hamburg e.V. werden Internet und Computer in den Händen von

9 - 14-Jährigen zu kreativen Kommunikations- und Erzählwerkzeugen. In einwöchigen Ferienangeboten gestalten und programmieren sie eigene Internetseiten, welche im Anschluss unter www.klickerkids.de zu finden sind.

MediaScouts

Im Rahmen eines Pilotprojekts hat der Verein Schnittpunkt e.V. in Zusammenarbeit mit der Aktion Kinder- und Jugendschutz Landesarbeitsstelle Schleswig-Holstein (AKJS-SH), dem Kreis Dithmarschen, der Stadt Neumünster sowie dem Kreis Schleswig-Flensburg Jugendliche als Media-Scouts ausgebildet, die auf dieser Grundlage andere Jugendliche aus ihrem Umfeld über Themen wie Internet/Web 2.0, Computer-/Onlinespiele und Handy informieren (Peerqualifikation). Nach einer externen Evaluierung der Pilotphase wird das Projekt 2011 fortgeführt und weiterentwickelt. Kooperationspartner des Projekts ist die Internetplattform juuport der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), auf der ebenfalls speziell geschulte Scouts Altersgenossen bei Problemen im Web zur Seite stehen. juuport wird von der MA HSH, weiteren Medienanstalten und dem Verein Smiley e.V. gefördert.

Medienbildung an der Kooperativen Schule Tonndorf

Im Rahmen dieses Pilotvorhabens möchte die Kooperative Schule Tonndorf in Hamburg Medien-erziehung systematisch und flächendeckend in der Beobachtungs- und Sekundarstufe 1 etablieren. Dabei werden seit Beginn des Schuljahres 2010/2011 außerschulisch entwickelte Medienkompetenzangebote, unter anderem die von der MA HSH geförderten Projekte PIF! PC- und Internetführerschein, Schnappfisch-Media, ElternMedienLotsen und Netzdurchblick oder das Projekt „Meine Daten kriegt ihr nicht!“ des Hamburgischen Datenschutzbeauftragten, integriert. Die einzelnen Bausteine und Angebote werden konzeptionell in Fachprofilklassen und im Medienprofil der Oberstufe zusammengeführt. Das Pilotprojekt soll in Kooperation mit der Helmut-Schmidt-Universität, Universität der Bundeswehr Hamburg evaluiert werden.

MobileMovie

Im Rahmen des schulischen Kunstunterrichts erstellen Hamburger Schülerinnen und Schüler der Jahrgänge 9 bis 12 Handyclips zum Thema Urbane Mobilität und Öffentlicher Verkehr. Ziel des Gemeinschaftsprojekts des jaf - Verein für medienpädagogische Praxis Hamburg e.V., der HVV Schulberatung und des Gymnasiums Meien-dorf ist die kreative und kritische Auseinander- setzung mit den Themen Handy, urbane Mobilität und öffentlicher Verkehr. Einen besonderen Stellenwert nehmen die Risiken internetfähiger Handys und der verantwortungsvolle Umgang mit diesen Geräten ein, der über die kreative Be- schäftigung gefördert werden soll. Die entste- henden Handyfilme werden auf 30 Großbild- flächen (Infoscreen) und im Fahrgastfernsehen der Hamburger U-Bahn präsentiert. Die Fortbil- dung von Kunstlehrkräften zur kreativen Arbeit mit dem Handyfilm im Unterricht ist Teil des Projekts.

PIF! PC- und Internetführerschein

PC und Internet sind zunehmend Teil der Lebens- welt von Kindern. Um diese Medien sinnvoll und mit Freude zu nutzen und dabei auch den Aspekt der Sicherheit nicht außer Acht zu lassen, bedarf es Kompetenzen, die von Beginn an ausgebildet werden müssen. Diese können 8- bis 13-Jährige mit dem PIF! PC- und Internetführerschein des Vereins Blickwechsel e.V. erwerben. In Theorie- und Praxiseinheiten werden Kinder, auf ihr je- weiliges Alter abgestimmt, für die Nutzung von PC und Internet fit gemacht. Kitas, Hortgruppen, Grund- und weiterführende Schulen (bis Klasse 7) können sich für die kostenlose Durchführung des PIF! PC- und Internetführerscheins anmelden.

Schnappfisch-Media - Schüler machen Medien

Das Jugendmedienprojekt des Hamburger Bür- ger- und Ausbildungskanals TIDE stellt eine Ver- bindung zwischen Fernsehen, Radio und Internet her und bietet Schülerinnen und Schülern von 12 bis 18 Jahren die Möglichkeit, aktiv mit den jeweiligen Medien umzugehen. Sie erarbeiten unter der Anleitung von erfahrenen Medienpä- dagogen in Redaktionsgruppen eigene Beiträge für Radio, Fernsehen und Internet. Sie recher- chieren Themen, führen Interviews, filmen,

führen Umfragen durch und schneiden am Ende das Material für einen Hörfunk- beziehungsweise Fernseh-Beitrag, der dann bei TIDE TV und TIDE 96.0 ausgestrahlt oder im Internet veröffent- licht wird.

SportXperten - Spitzensportler hautnah

Im Rahmen eines Pilotprojekts haben die Träger Mottenschau e.V. und Triangel-Film.Kommuni- kation.PR im Herbst 2010 das Portal sportXper- ten ins Leben gerufen. Hier werden Videopod- casts veröffentlicht, die Kinder im Alter von 9 bis 12 Jahren im Rahmen des Projektes produzie- ren. Die Videobeiträge widmen sich dem Thema Sport, hauptsächlich im Rahmen von Interviews mit Profisportlern. Ziel ist, den Kindern über ein für sie relevantes Thema Medienkompetenz zu vermitteln und sie gleichzeitig zu motivieren, Sport in ihren Alltag zu integrieren. 2011 soll das Projekt unabhängig von der MA HSH weiterge- führt und ausgebaut werden.

Eltern, Lehrer und Multiplikatoren

Aktion Sicheres Internet

Die Aktion Sicheres Internet qualifiziert Multi- plikatoren wie Elternvertreter, Lehrerteams und Pädagogen in der außerschulischen Jugend- bildung in den Bereichen Internet, Handy und Computerspiele. In jeweils dreistündigen Semi- naren werden Fachkenntnisse vermittelt und Möglichkeiten und Grenzen des präventiven Jugendmedienschutzes aus technischer und medienpädagogischer Sicht diskutiert. Schulen, außerschulische Bildungseinrichtungen und Elternvertretungen in Hamburg und Schleswig- Holstein können die Referenten für diese Fortbil- dungsveranstaltungen bei der MA HSH kostenlos buchen. Die Veranstaltungen finden vor Ort in den Schulen beziehungsweise außerschulischen Einrichtungen statt.

ElternMedienLotsen

Viele Eltern stehen den neuen Medien mit ihren Möglichkeiten aber auch Gefahren ratlos gegenüber. Eltern-Medien-Lotsen helfen ihre Wissenslücken zu schließen. Sie beraten auf Elternabenden oder in Sprechstunden an Schulen und geben Erwachsenen Hilfestellung bei der

Orientierung im virtuellen Dschungel. Sowohl in Hamburg als auch in Schleswig-Holstein werden Eltern-Medien-Lotsen ausgebildet und kostenlos vermittelt. Träger sind in Schleswig-Holstein der Offene Kanal Schleswig-Holstein (OKSH) und in Hamburg der Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal TIDE.

FLIMMO - Programmberatung für Eltern e.V.

Der FLIMMO bietet Informationen zu Fernsehsendungen, die Kinder interessieren. Auf den Seiten von FLIMMO Online finden sich neben Sendungsbesprechungen auch medienpädagogisches Know-How, Ratschläge und Tipps zur Fernseherziehung sowie Interessantes rund ums Thema Fernsehen. Zudem erscheint FLIMMO auch drei Mal jährlich als Broschüre. Ziel ist es, Eltern und Erziehenden die Sichtweisen der Kinder auf Fernsehangebote nahe zu bringen und ihnen Mut für eine Fernseherziehung zu machen, die die Medienkompetenz der Kinder fördert.

Hinter dem Projekt steht der gemeinnützige Verein Programmberatung für Eltern e.V., dem unter anderem die MA HSH und weitere 13 Medienanstalten angehören.

Internet ABC

s. Zielgruppe Kinder und Jugendliche

Mediennetz Hamburg

Der Verein Mediennetz Hamburg e.V. setzt sich für Medienbildung und Nachwuchsförderung in Hamburg ein. Durch seine Internetplattform und regelmäßige Veranstaltungen bietet er Multiplikatoren und Akteuren die Möglichkeit, sich regelmäßig und intensiv auszutauschen. Die Webseite www.mediennetz-hamburg.de gibt einen Überblick über die Einrichtungen und Projekte, bei denen Hamburgerinnen und Hamburger mit Medien aktiv werden können, und informiert über aktuelle Themen.

Darüber hinaus lädt das Mediennetz Hamburg regelmäßig zu Informationsveranstaltungen ein, auf denen aktuelle Entwicklungen in der Medienbildung diskutiert und Fördermöglichkeiten vorgestellt werden.

Newsletter MEiER

Der Newsletter des Vereins Schnittpunkt e.V. erscheint seit Juni 2008 regelmäßig alle sechs Wochen und gibt einen redaktionell gestalteten Überblick zu ausgewählten Themen aus Medienpädagogik, Medienwirtschaft, Medienpolitik, Medienforschung und Jugendmedienschutz. Er richtet sich an alle Schulen und Kindertagesstätten in Hamburg und Schleswig-Holstein sowie an interessierte Einzelpersonen oder auch Institutionen.

Öffentliche Ringvorlesung Universität Hamburg - Keine Bildung ohne Medien

Von April bis Juli 2010 hat die Universität Hamburg Ihren Studenten und einer interessierten Öffentlichkeit im Rahmen einer Ringvorlesung Ansätze, Kritik und Perspektiven der Medienkompetenzförderung näher gebracht. Die Teilnehmer erhielten einen Einblick in Befunde aktueller medienpädagogischer Wissenschaft und Forschung sowie Informationen über verschiedene Konzepte der Medienkompetenzförderung. In 2011 wird als Band 4 der MA HSH-Schriftenreihe eine Zusammenfassung der Ringvorlesung erscheinen und eine Veranstaltung zum Thema Medienkompetenzförderung in Hamburg durchgeführt werden.

Sommer-Uni Flensburg - Medienkompetenzförderung in der Lehrerbildung

Im August 2010 hat die Universität Flensburg ihre erste Sommer-Uni angeboten. Unter dem Motto „Medien machen Schule“ haben mehr als 130 Lehramtsstudierende und Lehrkräfte aus ganz Schleswig-Holstein an der medienpädagogischen Fortbildung teilgenommen. Ziel der Veranstaltung, die im Sommer 2011 erneut stattfinden wird, ist die medienpädagogische Qualifizierung von angehenden und erfahrenen Lehrkräften. Darüber hinaus soll der Austausch zwischen Schule, Hochschule und außerschulischer Medienbildung gefördert sowie die Kooperation mit anderen schleswig-holsteinischen Akteuren im Bereich der Medienkompetenzförderung ausgebaut werden.

SVZ, ICQ & Co. - Schüler/-innen und Eltern im Gespräch

Dieses Projektangebot der Aktion Kinder- und Jugendschutz Landesarbeitsstelle Schleswig-Holstein (AKJS-SH) bringt Kinder als Experten für ihre Medienvorlieben und Bedürfnisse und Eltern mit ihrer Besorgnis und ihrem Interesse miteinander ins Gespräch. Um dafür die bestmöglichen Voraussetzungen zu schaffen, bereiten Kinder unter der Leitung eines Medienpädagogen einen Elternabend vor, auf dem sie ihre Internetvorlieben präsentieren und erklären. Von dem Medienpädagogen moderiert, bietet solch ein Elternabend die Möglichkeit, Fragen zu Medien, Gefährdungen und Schutz zu klären, vor allem aber auch, bei Eltern Verständnis für das Medienhandeln ihrer Kinder zu wecken.

7 Beteiligungen

Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Die MA HSH ist Mitgesellschafterin der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein. Die Medienstiftung fördert die Aus- und Weiterbildung junger Menschen im Medienbereich und verwirklicht gemeinsame Projekte von Medienausbildungsstätten in Schleswig-Holstein und Hamburg. Weiterhin gehört die Förderung der technischen Infrastruktur und neuartiger Rundfunkübertragungstechniken zu ihren Aufgaben. Die Gesellschafterversammlung der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein tagte im Berichtszeitraum viermal. Die MA HSH wird dort durch den Direktor vertreten. Im Berichtszeitraum wurden 25 Projekte mit insgesamt 303.381,86 Euro gefördert.

8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen 2010

9. Februar

Im Rahmen des Safer Internet Days wurde in Hamburg die von der MA HSH geförderte Initiative „Meine Daten kriegt ihr nicht!“ des Hamburgischen Datenschutzbeauftragten vorgestellt. Das pädagogische Projekt soll der Datenschutzkompetenz einen festen Platz in der Unterrichtspraxis an Hamburger Schulen sichern.

25. Februar

Bereits zum sechsten Mal vergab die MA HSH gemeinsam mit der Dr. Hans Hoch Stiftung aus Neumünster und dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein (OKSH) in der Stadthalle Neumünster den Medienpreis Schleswig-Holstein. Mit ihm wurden die kreativen Werke junger Medienschaffender prämiert. 2010 wurde von der MA HSH dabei erstmals der SchülerMedienpreis SH als eine der beiden Kategorien verliehen.



18. März

Auch auf ihrem dritten gemeinsamen Parlamentarischen Abend in Kiel zogen die MA HSH und die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (FFHS) eine positive Bilanz ihrer länderübergreifenden Arbeit und ermöglichten den Parlamentariern beider Länder einen angeregten Austausch über Medien und Film.



8. April

Der erste Medienkompetenztag der MA HSH in Hamburg erzielte eine große Resonanz, mit ihm initiierte die MA HSH einen regen Austausch zwischen Eltern, Pädagogen und Wirtschaft. Rund 300 Gäste informierten sich bei Vorträgen und Gesprächsrunden mit namhaften Experten und den damaligen Senatorinnen Christa Goetsch und Prof. Dr. Karin von Welck über Medienkompetenz und Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen. Diskutiert wurde neben der schulischen Medienbildung auch die Mediennutzung im familiären Alltag. Unter dem Titel „Medienkompetenz praktisch“ stellten außerdem zahlreiche Projekte und Initiativen ihre Arbeit vor.



3. Juni

Gemeinsam mit dem Hans-Bredow-Institut und erstmals auch der Handelskammer Hamburg veranstaltete die MA HSH wieder ein Symposium. Ein Jahr nach der „Hamburger Erklärung zum Schutz des geistigen Eigentums“ lieferten die Organisatoren mit der Veranstaltung zur Entwicklung von Leistungsschutzrechten aus politischer, wissenschaftlicher und wirtschaftlicher Sicht eine Diskussionsplattform für aktuelle Fragen.



31. August

Auf ihrem Jahresempfang in Kiel feierte die MA HSH mit rund 400 Gästen aus Medien, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft 25 Jahre privaten Rundfunk in Norddeutschland und bot im Rahmen eines maritimen Sommerfests Gelegenheit zu Gesprächen über aktuelle Medienentwicklungen.



30. September

Die MA HSH unterstützte auch im dritten Jahr den von der Media Business Academy ins Leben gerufenen Medienkongress. Unter dem Titel „Vernetzte Medien - konvergente Produkte: Was bringen uns die digitalen Märkte?“ diskutierten

Experten auf dem Hamburg Media Summit vielfältige Aspekte der Vernetzung von klassischen und digitalen Medien.



26. Oktober

Die MA HSH beteiligte sich an der Verleihung des Metropolitan 2010 in Köln, mit dem die besten Programme des regionalen Privatfernsehens in Deutschland ausgezeichnet werden.



15.-19. November

Im Rahmen der Mediatage Nord in Kiel fand am 17. November die MA HSH-Fachveranstaltung „Piraten im Netz - sind geklaute Filme schöner?“ statt, auf der Experten aus der Film- und Fernsehbranche im Rahmen einer Podiumsdiskussion die Problematik regulatorischer Grenzen und die Verletzung von Leistungsschutzrechten im Internet diskutierten. Hier sei ein differenzierter Blick auf die verschiedenen Regulierungsfelder notwendig, so MA HSH-Direktor Thomas Fuchs, nur so könne man zu sinnvollen Lösungen gelangen.



Publikationen 2010

Die im Auftrag der MA HSH erstellte Expertise „Medienbildung - (k)ein Unterrichtsfach“ wurde im April im Rahmen des ersten Medienkompetenztags der MA HSH in Hamburg öffentlich vorgestellt. Sie untersucht, wie im Schulalltag auf die Medienwelten von Kindern und Jugendlichen eingegangen wird und in welcher Form Medienbildung in Lehrplänen und Schulen verankert ist. Prof. Dr. Rudolf Kammerl, Autor der Studie, kommt dabei zu dem Ergebnis, dass bei der Umsetzung von Medienbildung Verbindlichkeit und Kontrolle weitestgehend fehlen. Auch die Verankerung einer medienpädagogischen Grundbildung in der Lehrerbildung sei dringend notwendig.

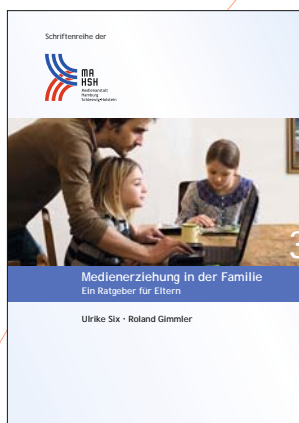


Ebenfalls in aktualisierter Auflage erschien die Informationsbroschüre „Für Sie da!“, die ausführlich über die Arbeit der MA HSH informiert und Wissenswertes rund um die Themen Radio, Fernsehen und Internet bereit hält. Sie erklärt Grundbegriffe der Digitalisierung und beantwortet Fragen zu digitalen Übertragungswegen im Norden - informativ, verständlich und praxisnah. Für Zuhörer und Zuschauer enthält die Broschüre zudem die aktualisierten Frequenztabelle für den Empfang von Hörfunk und Fernsehen in Hamburg und Schleswig-Holstein.



Weitere Informationen zur Expertise und zum Elternratgeber finden Sie in Kapitel 6.

Download diverser Materialien unter:
www.ma-hsh.de



Die Neuauflage des Elternratgebers „Medienerziehung in der Familie“ erschien als dritter Band der MA HSH-Schriftenreihe und wurde im September auf dem Medienkompetenztag Schleswig-Holstein in Kiel der Öffentlichkeit vorgestellt.

Ausgehend vom aktuellen Stand der Forschung liefern die Autoren Prof. Dr. Ulrike Six und Dr. Roland Gimmler medienübergreifende Informationen und geben praxisnahe Tipps zum Medienumgang in der Familie. Der Ratgeber richtet sich insbesondere an Eltern, aber auch an Personen, die sich beruflich mit der Förderung von Medienkompetenz befassen, und eignet sich auch außerhalb der Familie als Grundlage für die Arbeit mit Kindern, Jugendlichen, Eltern und Pädagogen.

9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Medienanstalten

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) / „die medienanstalten“

Als Kulturgut liegt der Rundfunk in der Verantwortung der Bundesländer, und auch die Aufsicht über ihn ist damit Ländersache. Fernsehen, Hörfunk und vor allem das Internet machen aber nicht vor Landesgrenzen halt, und so arbeiten die 14 Medienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) eng miteinander zusammen. Dies gilt insbesondere bei Themen von grundsätzlicher oder besonderer medienpolitischer Bedeutung.

Die ALM koordiniert die den Medienanstalten gemeinschaftlich zugewiesenen Aufgaben. Sie sorgt zudem für die Gleichbehandlung privater Rundfunkveranstalter und für die bessere Durchsetzung von Entscheidungen einzelner Medienanstalten. Die länderübergreifende Zusammenarbeit stärkt die Medienanstalten in ihrer Unabhängigkeit und in ihrer Position als staatsferne, die Rundfunkfreiheit sichernde Anstalten.

Die Zusammenarbeit innerhalb der ALM erfolgt über die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), die Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK) sowie dem Zusammenschluss beider, der Gesamtkonferenz (GK).

Nach § 35 Abs. 2 RStV bestehen überdies die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Diese treffen im Rahmen ihrer jeweiligen Zuständigkeiten nach § 36 RStV für alle Medienanstalten verbindliche Entscheidungen. Auch die GVK ist ein Organ nach § 35 Abs. 2 RStV und entscheidet nach § 36 Abs. 3 RStV.

Grundlage der Zusammenarbeit innerhalb der ALM ist das ALM-Statut (Vertrag über die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland), das im März 2010 in einer überarbeiteten

Fassung beschlossen wurde. Eine wesentliche Änderung ist die Einrichtung einer Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) der ALM nach § 35 Abs. 7 RStV sowie der ZAK und der GVK als Organe der Medienanstalten. Die GGS mit Sitz in Berlin, die im April 2010 ihre Arbeit aufgenommen hat, organisiert und koordiniert unter Geschäftsführung des ALM-Vorsitzenden die Aufgaben für die ZAK, die GVK und die DLM.

Bis zum 31. Dezember 2010 war Thomas Langheinrich, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK), Vorsitzender der DLM und der ALM, seit dem 1. September 2008 auch Vorsitzender der ZAK. Am 1. Januar 2011 übernahm der Direktor der MA HSH, Thomas Fuchs, diese Funktionen. Seit März 2011 treten die Medienanstalten nach außen unter der neuen Dachmarke „die medienanstalten“ auf.

Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

Mitglieder der DLM sind die gesetzlichen Vertreter der 14 Medienanstalten. Die DLM unterhält den Informations- und Meinungsaustausch mit Rundfunkveranstaltern, gestaltet gemeinsame Angelegenheiten im Bereich der audiovisuellen Medien und holt Gutachten zu Fragen mit grundsätzlicher Bedeutung für die Mitgliedsanstalten ein. Sie stimmt Satzungen und Richtlinien ab und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung. Auf Vorschlag der DLM hat die GK aus dem Kreis der Direktorinnen und Direktoren für die Arbeitsbereiche Europa, Medienkompetenz und Bürgermedien, Hörfunk, Recht und Verwaltung je eine Beauftragten beziehungsweise einen Beauftragten gewählt. Darüber hinaus erörtern die Mitglieder der Technischen Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM) technische und planerische Fragen. Die DLM wählt bislang zudem die Vertreter der Medienanstalten in KEK und KJM, wobei die Wahl der Zustimmung der GVK bedurfte. Die DLM trat 2010 zu zehn Sitzungen zusammen.

Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK)

Mitglieder der GVK sind die Vorsitzenden der Beschlussgremien aller Medienanstalten. Sie ist unter anderem für Auswahlentscheidungen bei

der Zuweisung von Übertragungskapazitäten und die Entscheidung über die Belegung von Plattformen zuständig. Daneben werden in der GVK auch Fragen aus dem Bereich der Medienpolitik und der Medienethik beraten und die Qualität der Programme thematisiert. Die GVK kam 2010 zu fünf Sitzungen zusammen.

Gesamtkonferenz (GK)

Die GK ist der Zusammenschluss von DLM und GVK. Hier werden Angelegenheiten beraten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Nach dem am 17. März 2010 geschlossenen Vertrag über die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM-Statut) wählt die GK auf Vorschlag der DLM den ALM-Vorsitz und beruft auf Vorschlag der DLM die seitens der Medienanstalten in die KEK und die KJM zu entsendenden Mitglieder, die ZAK-Beauftragten und den Vorsitzenden der TKLM. Zudem vermittelt die GK bei Kompetenzstreitigkeiten unter den Kommissionen. In 2010 fanden zwei Sitzungen der GK statt.

Kommissionen

Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

Mit Inkrafttreten des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags ist die ZAK als neues Organ der Medienanstalten eingerichtet worden. Mitglieder der ZAK sind alle Direktoren beziehungsweise Präsidenten oder Geschäftsführer der Landesmedienanstalten. Die Aufgabenschwerpunkte der ZAK sind auf zwei Beauftragte aufgeteilt worden:

Der Beauftragte für Programm und Werbung (BPW) bereitet die Entscheidungen der ZAK über Zulassung und Programmaufsicht bei bundesweiten Rundfunkangeboten, über Anträge auf Bestätigung der medienrechtlichen Unbedenklichkeit von Telemedienangeboten sowie über Verstöße gegen Werbe- und Sponsoringverstöße vor. Bis zum 31. März 2010 war BPW Prof. Dr. Norbert Schneider, Direktor der LfM. Seine Nachfolge trat vom 1. April bis zum 31. Dezember 2010 Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH, an.

Die Medienanstalten legen der ZAK ihre Zulassungs- und Aufsichtsfälle bezüglich bundesweiter Rundfunkveranstalter mit einem Entscheidungsvorschlag vor. In den vorbereitenden Prüfgruppen arbeiten auch die Fachreferenten der MA HSH mit Vorlagen und Voten mit.

Einen Schwerpunkt in der Tätigkeit des BPW bildete im Berichtszeitraum die Debatte um Qualität in privaten Fernsehprogrammen. Um zu prüfen, mit welchen regulatorischen Mitteln das Nachrichten- und Informationsangebot im privaten Fernsehen erhalten und gestärkt werden kann, gab die ZAK im Juni 2010 ein Gutachten in Auftrag, mit dem geklärt werden sollte, inwieweit durch ein Anreizsystem das publizistische Engagement im Nachrichten- und Informationsbereich „belohnt“ und unterstützt werden kann. Die Expertise des Hamburger Hans-Bredow-Instituts sollte konkretisieren, wie die gesetzlichen Anforderungen an die reichweitenstarken Vollprogramme klarer und operationalisierbarer gemacht werden können. Das Gutachten wurde im März 2011 anlässlich des DLM-Symposiums Public Value - Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?“ präsentiert.

Ein weiterer Schwerpunkt war die verstärkte Kontrolle und Ahndung von Verstößen gegen die Gewinnspielsatzung. Sie führten dazu, dass etwa die Programmanbieter 9Live, ProSieben, Sat.1 und kabel eins mit umfangreichen Moderationsleitfäden, internen Mitarbeiterschulungen, Nachbesserungen der Spielsysteme und Bildschirm-Inserts auf den neuen Ordnungsrahmen reagierten. Angesichts dieser Entwicklung haben die Direktoren der betroffenen Medienanstalten nach intensiver mehrmonatiger Vorarbeit durch den BPW mit der ProSiebenSat.1 Media AG einen Vergleich hinsichtlich der Erledigung von zurückliegenden Verstößen gegen die Gewinnspielsatzung geschlossen. Einsprüche gegen neun zuvor erlassene Bußgeldbescheide wurden zurückgenommen und insgesamt 100.000 Euro an Bußgeldern bezahlt. Außerdem wurde die Rücknahme von Widersprüchen und Klagen gegen medienrechtliche Beanstandungen vereinbart. 9Live nahm darüber hinaus auch die eingeleitete Revision im Normenkontrollverfahren

vor dem Bundesverfassungsgericht gegen die Gewinnspielsatzung zurück. Damit wurde das Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs aus dem Oktober 2009 rechtskräftig, das die Gewinnspielsatzung in ihren entscheidenden Bestandteilen zu Jugendschutz, Transparenz und Hinweispflichten bestätigt hatte. Im Gegenzug nahmen die zuständigen Medienanstalten zehn Bußgeldbescheide zurück und beendeten die entsprechenden Verfahren. Zusätzlich wurden laufende Bußgeldverfahren in Altfällen, in denen noch keine Bescheide erlassen worden waren, eingestellt.

Der Beauftragte für Plattformregulierung und Digitalen Zugang (BPDZ) begleitet die Digitalisierung und bereitet in Kooperation mit den zuständigen Mitarbeitern innerhalb der Landesmedienanstalten die Entscheidungen der ZAK etwa zu Fragen der Zugangsoffenheit von Plattformen, Navigatoren oder Verschlüsselungssystemen vor. BPDZ war im Jahr 2010 Dr. Hans Hege, Direktor der mabb, der dieses Amt auch in 2011 innehat. Im Berichtszeitraum befasste er sich schwerpunktmäßig mit der Umsetzung der durch den 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eingeführten technologieneutralen Plattformregulierung, nach der auch in 2010 weitere Plattformen angezeigt und geprüft wurden. Mit Blick auf die für den 1. April 2012 vorgesehene Beendigung der analogen Satellitenverbreitung wurde unter Federführung des BPDZ in den Räumlichkeiten der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten ein Projektbüro der Initiative klardigital.tv, eine Initiative der Medienanstalten in Zusammenarbeit mit ARD, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1, VPRT und ZDF, die die betroffenen Satellitenhaushalte informiert und Fachhandel, Fachhandwerk, Wohnungswirtschaft und Kabelnetzbetreiber berät, eingerichtet. Ein weiteres wichtiges Thema war die Positionierung der Medienanstalten zur Netzneutralität und zur Zukunft der Terrestrik. Zudem veröffentlichten die Medienanstalten auch 2010 ihren unter der Federführung des BPDZ erstellten Digitalisierungsbericht.

Im Rahmen der bundesweiten Zusammenarbeit der Medienanstalten war die MA HSH im Bereich

der Programmaufsicht an achtzehn Prüfgruppen der ZAK beteiligt. In acht Fällen ging es um die Einhaltung der Bestimmungen der Gewinnspielsatzung, insbesondere wurden Verstöße gegen die Hinweispflichten und Verstöße gegen das Irreführungsverbot festgestellt und beanstandet. Sieben Prüfgruppen widmeten sich werberechtlichen Problematiken. In drei Prüfgruppen ging es unter anderem um Verstöße gegen die Programmgrundsätze.

Neben der Mitwirkung in Prüfgruppen war die MA HSH an zwei ZAK-Schwerpunktuntersuchungen beteiligt. Dabei ging es zum einen um die korrekte Ausgestaltung und Durchführung von Einzelgewinnspielen und zum anderen um Schleichwerbung im Programm bundesweiter Rundfunkveranstalter.

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Die KEK ist zuständig für die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Bevor ein Fernsehprogramm zugelassen wird oder bei Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse an Fernsehveranstaltern beurteilt die KEK, ob die Gefahr besteht, dass ein Unternehmen vorherrschende Meinungsmacht erlangen könnte. Dabei wird die KEK jeweils für die Medienanstalt tätig, bei der die Sendelizenz erteilt beziehungsweise beantragt worden ist. Die KEK besteht aus sechs von den Ministerpräsidenten der Länder berufenen Sachverständigen und sechs Direktoren der Medienanstalten.

Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Die KJM ist zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und im Internet. Sie stellt sicher, dass wirksam gegen jugendschutzrelevante elektronische Medieninhalte vorgegangen wird. Rechtsgrundlage ist der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Er folgt dem Prinzip der regulierten Selbstregulierung, mit dem Ziel, die Eigenverantwortung der Rundfunk- und Internetanbieter zu stärken und die Möglichkeiten der Vorabkontrolle zu verbessern. Den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugebilligt, den die Medienaufsicht nur begrenzt überprüfen darf.

Die Selbstkontrollenrichtungen müssen von der KJM anerkannt werden.

Die KJM besteht aus zwölf Mitgliedern, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Medienanstalten, zu denen bis zum 31. Dezember 2010 auch der Direktor der MA HSH zählte.

Die Medienanstalten tragen Aufsichtsfälle aus ihrem Zuständigkeitsbereich an die KJM heran. Diese entscheidet, ob ein Verstoß gegen die gesetzlichen Bestimmungen vorliegt und beschließt gegebenenfalls Aufsichtsmaßnahmen. Die MA HSH ist an allen Prüfungsvorgängen beteiligt. Vier ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind als KJM-Prüfer tätig. Der Bereichsleiter Programm und Medienkompetenz der MA HSH ist überdies einer von vier Prüfgruppensitzungsleitern. Im Berichtsjahr waren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an insgesamt sechs KJM-Prüfgruppen beteiligt. Darüber hinaus fanden rund alle acht Wochen Sitzungen von KJM-Prüfgruppen in Nordstedt statt. Zudem engagiert sich die MA HSH in verschiedenen KJM-Arbeitsgruppen.

Einnahmestruktur

Die MA HSH deckt ihren Finanzbedarf durch einen Anteil an der einheitlichen Rundfunkgebühr, Rundfunkabgaben und Verwaltungsgebühren.

Zur Erfüllung ihrer Aufgaben standen ihr im Jahr 2010 Einnahmen in Höhe von rund 3,2 Mio. Euro zur Verfügung.

Die Einnahmen der MA HSH setzten sich 2010 im Einzelnen wie folgt zusammen:

» Anteil aus der Rundfunkgebühr einschließlich der Nachzahlung aus 2009	1.969 T€
» Rundfunkabgabe der Hörfunk- und Fernsehveranstalter	881 T€
» Einnahmen zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter	183 T€
» Verwaltungsgebühren	134 T€
» Sonstige Einnahmen	85 T€

Haupteinnahmequelle der MA HSH ist der Anteil an der einheitlichen Rundfunkgebühr.

Die beiden Staatsvertragsländer haben von ihrem Recht Gebrauch gemacht, der MA HSH nur einen Teil des ihr nach dem Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag zustehenden Anteils zuzuweisen.

Eine weitere wesentliche Einnahmequelle sind die Rundfunkabgaben, die gemäß § 48 Abs. 3 MStV HSH von den von der MA HSH zugelassenen Fernseh- und Hörfunkveranstaltern zu entrichten sind. Die Abgabe wird nach dem zugelassenen Sendeumfang unter Berücksichtigung der Einnahmen des Anbieters aus Werbung, Entgelten und Spenden und dem ihnen entsprechenden Wert anderer wirtschaftlicher Vorteile bemessen. Näheres über die Erhebung und Höhe von Gebühren und Abgaben ist in der Gebühren- und Abgabensatzung-GAS der MA HSH geregelt.

Im Übrigen stehen Einnahmen aus Verwaltungsgebühren, Bußgeldern, Zinsen, Mittel zur För-

derung von Medienkompetenzprojekten Dritter und andere Einnahmen zur Verfügung.

Ausgabenstruktur

Die Personal-, Sach- und Fachausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 2010 in Höhe von insgesamt rund 3,2 Mio. Euro gliedern sich schwerpunktmäßig wie folgt:

» Personalausgaben	1.407 T€
» Sachausgaben einschließlich Investitionen und Rücklagen	956 T€
» Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und Projekte	304 T€
» Gemeinsame Aufgaben der Medienanstalten	287 T€
» Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte	260 T€
» Medienrat	38 T€

Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2010 insgesamt 24 Stellen umfasste. In den Personalausgaben sind Ausgaben für Fortbildungen, Beihilfeversicherung, Aushilfskräfte, Praktikanten und die Beiträge für die betriebliche Altersversorgung der Angestellten enthalten. Die Versorgungsausgaben für Beamte und ehemalige Beamte werden gesondert ausgewiesen. Die Sachausgaben setzen sich im Wesentlichen zusammen aus den Ausgaben für den Geschäftsbedarf, EDV, Telefonie, Mieten und Mietnebenkosten, Kosten für Dienstreisen, sämtliche Versicherungen und Ähnliches. Die Fachveranstaltungen, Projekte der Medienkompetenz und Öffentlichkeitsarbeit sind in den Kapiteln 6 und 8 dieses Jahresberichts näher erläutert. Die gemeinsamen Aufgaben der Medienanstalten werden in Kapitel 9 beschrieben. Die Ausgaben für den Medienrat umfassen die Sitzungsgelder, Ausgaben für die Ausstattung der Sitzungen sowie Dienstreisen der Medienräte. Im Ergebnis schließt die Jahresabrechnung 2010 mit einem Überschuss von 11.702,94 Euro ab, zuzüglich 19.935,58 Euro beendeter Projekte aus Vorjahren, deren Restmittel nicht für andere Zwecke verwendet werden dürfen. Insgesamt 31.638,52 Euro werden demnach satzungsgemäß an die Anbieter im Verhältnis zu ihren geleisteten Abgaben zurückgeführt.

Haushaltsplan

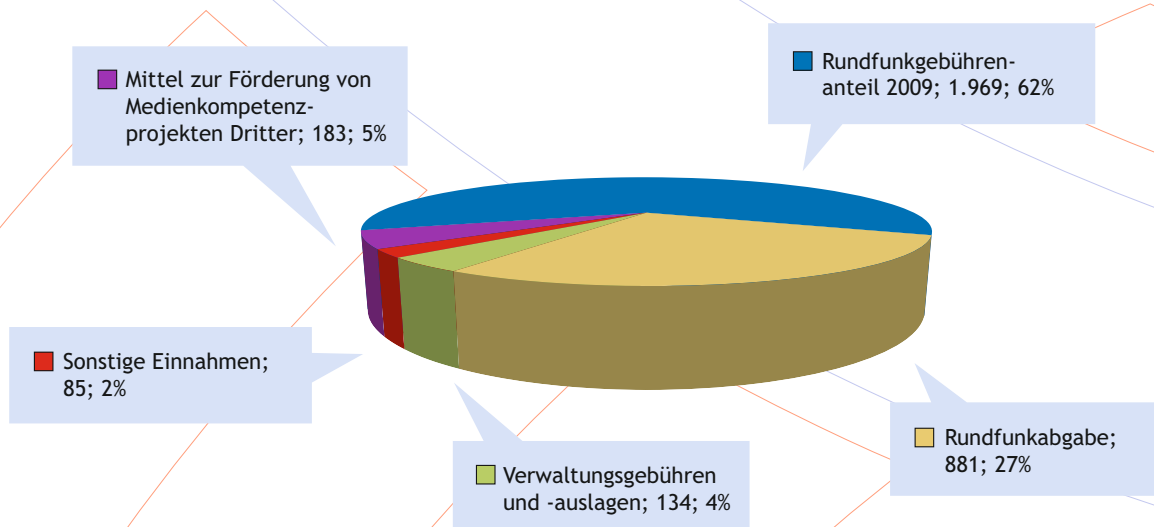
Einnahmen und Ausgaben der MA HSH werden im Haushaltsplan der MA HSH jährlich dargestellt. Der Haushaltsplan 2010 in der Fassung des Nachtragshaushaltsplans schloss in Einnahmen und Ausgaben mit einem Volumen von 3.252 T€ ab. Die finanziellen Schwerpunkte des Haushaltsjahrs 2010 sind in den nachstehenden Diagrammen dargestellt:

Jahresabrechnung 2010

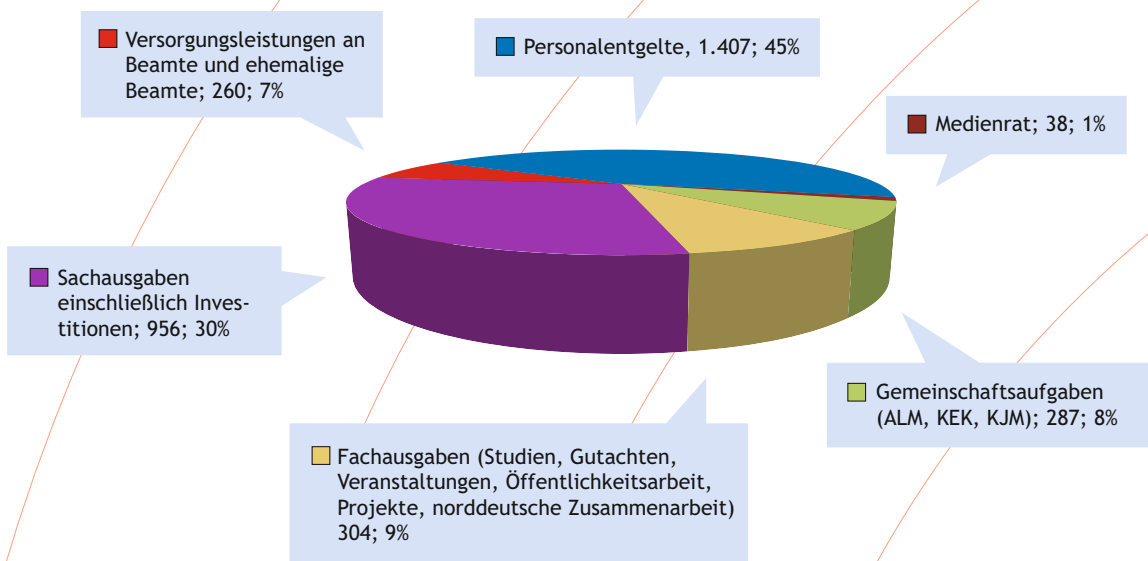
Im Berichtszeitraum des Haushaltsjahrs 2010 wurde der Jahresabschluss erstellt.

Die Jahresabrechnung des Haushaltsjahrs 2010, die entsprechend der Landeshaushaltsordnung (LHO) des Landes Schleswig-Holstein aufzustellen ist, ist von den beauftragten Wirtschaftsprüfern geprüft worden. Der Prüfungsbericht bescheinigt der MA HSH, dass die Haushalts- und Kassenführung im Rechnungsjahr 2010 formell und materiell ordnungsgemäß war.

Übersicht über die Einnahmen der MA HSH im Haushaltsjahr 01. Januar bis 31. Dezember 2010 (in T€)



Übersicht über die Ausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 01. Januar bis 31. Dezember 2010 (in T€)



Kompetenzen statt Strukturen Die Medienanstalten im Zeitalter der Konvergenz

von Thomas Fuchs

Vor zwei Monaten identifizierte an dieser Stelle Marc Jan Eumann die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGS) als vermeintliche Keimzelle einer Medienanstalt der Länder und mahnte an, dass die Länder deren weitere organisatorische Entwicklung aktiv begleiten und dabei ihren Gestaltungsspielraum nutzen müssten (epd 4/11). Tatsächlich wäre es erfreulich, wenn sich die Länder wieder aktiver und gestaltend in der Medienpolitik engagieren würden. Dies allerdings weniger durch die Änderung bewährter Strukturen, als durch die Schaffung einer konvergenten Medienordnung, die die Medienanstalten besser als bisher in die Lage versetzt, die mit der Digitalisierung zusammenhängenden Fragestellungen und Problemlagen zu lösen.

A. Von Einzelkämpfern zu Teamplayern - Die Zusammenarbeit der Medienanstalten

Wenn 14 Medienanstalten, die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) den privaten Rundfunk lizenzieren und beaufsichtigen, wirkt das auf den ersten Blick wie ein überkomplexes System. Beim zweiten Hinsehen wird jedoch deutlich, dass es sich dabei um eine ausbalancierte Struktur handelt, in der die Medienanstalten und ihre Kommissionen mit klar abgegrenzten Aufgaben und Zuständigkeiten effektiv ineinandergreifen, um eine Vielzahl unterschiedlichster Aufgaben zu erledigen.

Mit dieser im 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag verankerten Struktur stellt der Gesetzgeber sicher, dass bundesweite Sachverhalte einheitlich behandelt und frei von Standortinteressen entschieden werden. KEK, KJM, ZAK und GVK tref-

fen bei bundesweiten Angelegenheiten in den Bereichen Medienkonzentration, Jugendmedienschutz, Zulassung, Aufsicht und Auswahl verbindliche Entscheidungen, deren umfangreiche Vorbereitung jedoch ebenso wie die Ausfertigung der entsprechenden Bescheide weiterhin den jeweils zuständigen Medienanstalten obliegt.

Darüber hinaus behandeln die Medienanstalten mit unterschiedlichen Schwerpunkten auf der Basis der jeweiligen Landesmediengesetze regionale Sachverhalte. Dies gilt für die Vermittlung von Medienkompetenz, aber unter anderem auch für die Gewährleistung einer an den unterschiedlichen Bedarfen orientierten florierenden Radiolandschaft in den Ländern. Auch die Aufsicht über regionale und lokale Programme erfordert denotwendig eine Präsenz in der Region. Darüber hinaus sind Medienanstalten für Nutzer, Veranstalter, aber auch für die Politik, Ansprechpartner vor Ort, zum Teil sehr aktiv in der Förderung von Bürgermedien und nehmen eine Fülle weiterer Aufgaben, wie die Filmförderung, wahr, die in den Ländern sehr unterschiedlich organisiert sind.

Medienaufsicht

Die Rolle der Medienpolitik und der Medienaufsicht muss in der digitalen Welt neu definiert werden. Marc Jan Eumann (SPD), Staatssekretär im Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien in Nordrhein-Westfalen, plädierte kürzlich dafür, dass die Länder zügig an einer gemeinsamen Medienanstalt der Länder arbeiten sollten, die zentrale Aufgaben der Medienaufsicht übernehmen könnte (epd 4/11). Thomas Fuchs, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) setzt sich in diesem Gastbeitrag dafür ein, die föderale Struktur der Medienaufsicht zu erhalten und zu stärken.

Die Zusammenarbeit der Medienanstalten und ihrer Kommissionen wird durch die im vergangenen Frühjahr eingerichtete und jetzt in den Fokus von Marc Jan Eumann geratene GGS mit ihren zehn Beschäftigten optimiert. Diese führt die laufenden Geschäfte von DLM, ZAK und GVK, zum 31. August 2013 wird sie auch die Geschäftsstel-

lenfunktion für KEK und KJM übernehmen. Die GGS koordiniert die Zusammenarbeit, vermeidet Doppelarbeiten, schafft Kontinuität und verbessert dadurch die Arbeitsprozesse der Medienanstalten in bundesweiten Angelegenheiten. Darüber hinaus bündelt sie Informationen und Initiativen und ist auch mit inhaltlichen Fragestellungen, Rechts- und Grundsatzangelegenheiten und Öffentlichkeitsarbeit betraut. Unterstrichen und nach außen dokumentiert wird diese funktionierende Struktur der Zusammenarbeit seit kurzem durch die gemeinsame Dachmarke „die Medienanstalten“.

B. Einheitliche Aufsicht mit regionaler Verankerung - Die Aufgaben der Medienanstalten

Die Aufgaben der Medienanstalten haben sich über die Jahre verändert und erweitert.

Aktuell verfügen rund 380 private Fernseh- und rund 250 Radioprogramme, davon etwa 250 beziehungsweise 235 landesweite/regionale/lokale, über Lizenzen der Medienanstalten, die die Aufsicht über diese Programme führen. Seit einigen Jahren sind sie überdies für die Aufsicht beim Jugendschutz in Telemedien, vor allem im Internet, zuständig.

Während die Lizenzierung durch die Entkopplung von Zulassung und Kapazitätszuweisung und die Lockerung der gesetzlichen Vorgaben an Bedeutung verloren hat und weiter verlieren wird, ist die Regulierung von Rundfunkinhalten auch in Zeiten der Digitalisierung eine wichtige Aufgabe der Medienanstalten.

Auch weil sich die Mediennutzung offenbar langsamer ändert, als es die technischen Möglichkeiten erlauben, bleibt das Fernsehen bislang das Leitmedium Nummer Eins in Deutschland. Die Nutzungsdauer hat trotz des Aufkommens des Internets in den vergangenen Jahren zugenommen, ist bei allen Deutschen fast dreimal länger als die im Internet verbrachte Zeit und liegt selbst bei den 14- bis 29-Jährigen noch knapp in Führung.

Engagement für Programmqualität

Vor diesem Hintergrund bleibt ein wichtiger Aspekt der Inhalteregulierung die Stärkung der Programmqualität in privaten Programmen.

Ein wesentliches Ziel der Medienanstalten ist es, Vollprogramme mit einem qualitativ und quantitativ hohen Informations- und Nachrichtenanteil, der mit Blick auf die Meinungsbildungsfunktion des Rundfunks von besonderer gesellschaftspolitischer Bedeutung ist, zu erhalten.

Seit langem sind rechtliche Anforderungen an Vollprogramme und Programmrealität nicht unbedingt deckungsgleich. Die hierdurch entstehende Diskrepanz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern kann potenziell zu einer Unwucht im dualen Rundfunksystem führen. Mit einem Positionspapier, das wesentliche Anforderungen an Vollprogramme und mögliche Regulierungsoptionen formuliert, haben die Medienanstalten hierzu eine öffentliche Diskussion initiiert (epd 17/10).

Private Veranstalter haben in diesem Zusammenhang die Idee eines Anreizsystems aufgebracht, in dem für ein Mehr an programmlicher Leistung ein Mehr an Privilegien gewährt werden soll. Die Medienanstalten haben diese Idee aufgegriffen und gutachterlich prüfen lassen, welche Anreize wie für eine Regulierung nutzbar gemacht werden können und inwieweit das vorhandene Regulierungsinstrumentarium geeignet ist, die Anforderungen an Vollprogramme durchzusetzen. Im Ergebnis zeigt sich, dass eine Konkretisierung der gesetzlichen Bestimmungen erforderlich ist, und Mindestvorgaben für unterschiedliche Programmangebote gemacht und mit Anreizen gekoppelt werden könnten.

In der jüngsten Diskussion anlässlich des DLM-Symposiums am 17. März in Berlin wurde deutlich, dass die privaten Veranstalter womöglich stärker bereit wären, gesellschaftlich gewünschte Inhalte anzubieten, wenn sie hierfür Vorteile, zum Beispiel eine bessere Auffindbarkeit in EPGs oder Liberalisierungen von Werberegulierungen, erhielten. Ein solches Anreizsystem könnte eine sinnvolle Ergänzung des regulativen Rahmens sein, wobei es ausdrücklich nicht darum geht, leistungswillige Anbieter zusätzlichen Regulierungen zu unterwerfen, aber notwendigerweise Anforderungen formuliert werden müssen, die für die Gewährung von Privilegien zu erfüllen sind.

Werbe- und Gewinnspielaufsicht

Ein wichtiger Aspekt der Aufsichtstätigkeit

bleibt die Werbung. Hier geht es heute weniger um die Überprüfung quantitativer Vorgaben als darum, zu gewährleisten, dass Werbung und Programm sich eindeutig voneinander unterscheiden lassen.

Dabei ist der Trend zu mehr programmintegrierter Werbung ungebrochen. Immer wieder testen Sender neue Werbeformen aus, bei denen die Medienanstalten im Einzelfall die rechtlichen Grenzen aufzeigen müssen, so zum Beispiel bei der WOK-WM.

Als sehr erfolgreich hat sich die Regulierung von Gewinnspielen erwiesen. Nachdem im 10. RÄStV mit § 8a eine Regelung geschaffen wurde, die den Medienanstalten die Möglichkeit gab, gegen Auswüchse bei den Gewinnspielsendungen im Rundfunk vorzugehen, haben sie die näheren Modalitäten in ihrer Gewinnspielsatzung ausgeformt und in der Folgezeit strikt auf deren Einhaltung geachtet. Hier hat sich mittlerweile vieles zum Guten gewendet. Eine Reihe von Sendern hat Gewinnspielsendungen völlig eingestellt, andere halten sich nun an die Spielregeln.

Jugendmedienschutz

Ein gutes Beispiel dafür, dass die Digitalisierung eine Aufsicht über die Inhalte nicht überflüssig macht, ist der Jugendmedienschutz. Seine Sicherung gewinnt zunehmend an Bedeutung. So wichtig der Jugendschutz im Fernsehen - von DSDS bis X-Diaries - war und bleibt, umso unverzichtbarer ist er im Internet, das - bei allen Chancen, die es bietet - mit Blick auf Zahl und Intensität jugendgefährdender Inhalte ein deutlich höheres Gefährdungspotenzial aufweist.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 hat sich die KJM mit rund 4.050 Fällen befasst - rund 800 im Rundfunk und 3.250 (!) in Telemedien. In etwa der Hälfte der Fälle wurden Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen festgestellt. Übrigens nicht wegen grenzwertiger Ausdrucksweisen in Weblogs, sondern wegen groben Jugendgefährdungen von Pornografie bis Rechtsextremismus.

Das mit dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag eingeführte Modell der von der KJM als Organ der Medienanstalten in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net kontrollierten Selbstkontrolle hat sich dabei strukturell bewährt. Umso dauerlicher ist es, dass die zum 1. Januar 2011

vorgesehene Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages mit ihren notwendigen Verbesserungen insbesondere mit Blick auf das Internet weniger wegen inhaltlicher Bedenken als wegen tagespolitischer Geplänkel gescheitert ist. Hier besteht weiterhin dringender Handlungsbedarf.

Medienkompetenz

Auch wenn Medienanstalten, KJM und jugendschutz.net immer wieder dazu beitragen, dass jugendgefährdende Inhalte aus dem Internet entfernt werden, lässt sich ein lückenloser Jugendschutz im weltweiten Netz nicht gewährleisten. Die Vermittlung von Medienkompetenz gewinnt daher weiter an Bedeutung und ist die effektivste Form präventiven Jugendschutzes im Zeitalter der Konvergenz. Kinder und Jugendliche, die wissen, wie Medien funktionieren und wirken, können sich bewusst gegen schädliche Inhalte entscheiden. Und gerade medienkompetente Eltern können ihnen dabei helfen.

Angesichts der unterschiedlichen Bedarfe in den einzelnen Bundesländern und dem Erfordernis, mit den unterschiedlichsten Akteuren auf diesem Feld zusammenzuarbeiten, ist die regionale Verankerung von Medienkompetenzprojekten und die Vernetzung mit der jeweiligen Medienanstalt vor Ort besonders wichtig. Eine Entkopplung der Aufsicht im Jugendschutz und der Vermittlung von Medienkompetenz wäre unklug. In der Aufsichtspraxis erkennen die Medienanstalten am besten, welche aktuellen Trends und Gefahrenpotenziale existieren und an welchen Stellen durch gezielte Maßnahmen gegengesteuert werden muss. Eine isolierte Medienkompetenzvermittlung ohne Bezug zu den spezifischen Kompetenzen der Medienanstalten würde im Endeffekt zu ihrer Schwächung führen.

C. Vom Reagieren zum Vorausschauen - Herausforderungen für die konvergente Regulierung der Zukunft

Durch die rasante technische Entwicklung entstehen neue Problemlagen, die zumeist wesentlich vielschichtiger sind als diejenigen, mit denen wir es in der analogen Welt zu tun hatten, und die man mit einem immer noch sehr auf den

Rundfunk zugeschnittenen Instrumentarium nur schwer lösen kann. Schon heute ist das Internet neben Kabel, Satellit und Antenne zum vierten Übertragungsweg für Rundfunk geworden. Mit Hybrid TV und dem Hbb-TV-Standard wachsen Fernseher und Computer weiter zusammen. Vor diesem Hintergrund brauchen wir die schon so lang beschworene konvergente Medienordnung, damit vergleichbare Inhalte trotz unterschiedlicher Verbreitung möglichst den gleichen Rahmenbedingungen unterworfen werden. Auch wenn die EU-Vorgaben hier (zu) enge Grenzen setzen, ist ohne Zweifel eine weitere Liberalisierung bei den Werbebestimmungen erforderlich, wie insgesamt über Möglichkeiten einer Deregulierung für den privaten Rundfunk im Sinne einer Chancengleichheit mit anderen Medien nachzudenken sein wird.

Medienkonzentration

Da die Digitalisierung allein nicht vor Meinungsmacht schützt, sondern neue Einflussmöglichkeiten entstehen, muss das Medienkonzentrationsrecht, das seit fünf Jahren mehr oder weniger auf Eis zu liegen scheint, weiter entwickelt werden. Es sollte die durch die Digitalisierung bedingten crossmedialen Zusammenhänge und Wechselwirkungen stärker als bisher in den Blick nehmen und zueinander in Relation setzen, um einerseits die Konvergenz angemessen zu berücksichtigen und andererseits die Rechtssicherheit für existierende und potenzielle Akteure zu erhöhen. Die KEK und einige Bundesländer haben hier bereits Vorschläge gemacht, auch die DLM wird einen eigenen praxisbezogenen Vorschlag unterbreiten. Die Probleme liegen auf dem Tisch, nun ist es Sache der Länder, nicht weitere Jahre abzuwarten, sondern zeitnah wieder aktiv zu werden.

Wichtig wäre in diesem Zusammenhang auch, die Zusammenarbeit zwischen den Medienanstalten und dem Bundeskartellamt weiter zu verbessern und zu institutionalisieren. Da es bei Konzentrationsprüfungen immer wieder zu Zuständigkeitsüberschneidungen kommt, wobei beide die gleichen Sachverhalte aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten, sind intensivere Abstimmungen notwendig, besser noch wäre, in Rundfunkangelegenheiten eine Benehmensherstellung vorzusehen.

Leistungsschutzrechte

Ein weiteres Element einer konvergenten Medienordnung muss die Fortentwicklung des Leistungsschutzrechtes sein, um diejenigen, die kreative Leistungen erbringen, an den Erträgen aus der gewerblichen Nutzung durch Dritte zu beteiligen.

Von der Medienkompetenz zur Informationskompetenz

Auch die Anforderungen an die Medienkompetenzvermittlung werden sich in Zeiten der digitalen Konvergenz weiter verändern. Als vierte Kulturtechnik und Schlüsselqualifikation, zunehmend auch zur Teilhabe an demokratischen Prozessen, wird die Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche zu einer Informationskompetenz der Bürgerinnen und Bürger fortentwickelt werden müssen.

Zukunft der Terrestrik

Im Interesse der Zuschauer, aber auch der Beibehaltung verschiedener Übertragungswege, auf denen Rundfunkangebote ihr Publikum erreichen können, sehen die Medienanstalten im Erhalt der Terrestrik generell eine wichtige Aufgabe. Mit der Vergabe der bundesweiten DAB+-Frequenzen durch die Medienanstalten scheint der digitale Hörfunk nach langen Jahren des Stillstands endlich Fahrt aufzunehmen. Beim digitalen Fernsehen, das bislang ein Erfolgsmodell ist, gilt es, die digitale terrestrische Übertragung zu stärken und mit DVB-T2 weiterzuentwickeln.

Um den Rundfunk auf allen Übertragungswegen nachhaltig zu sichern, ist es erforderlich, angesichts der nicht mehr zeitgemäßen Trennung von Medien- und Telekommunikationsrecht und den dadurch bedingten unterschiedlichen Zuständigkeiten der Länder und des Bundes für eine frühere und stärkere Einbindung der Länder in telekommunikationsrechtliche Entscheidungsprozesse zu sorgen.

Es gilt zu verhindern, dass in Europa oder auf Bundesebene - wie aktuell bei der TKG-Novelle - rundfunkpolitische Weichen gestellt werden, die den Gestaltungsspielraum der Länder immer weiter reduzieren. Es kann weder im Interesse der Länder noch des Rundfunks sein, wenn zuneh-

mend die Bundesnetzagentur die Rahmenbedingungen für den Rundfunk vorgibt, ohne den speziellen rundfunkorientierten Blickwinkel der Länder und der Medienanstalten zu berücksichtigen. Auch hier wären intensivere Gespräche und Abstimmungen zwischen den Ländern, den Medienanstalten und der Bundesnetzagentur unter- und miteinander von Vorteil.

Schon jetzt wird deutlich, dass die Länder bei der Digitalen Dividende 1 den Rundfunk gegenüber dem Mobilfunk nicht ausreichend schützen konnten. Industrie und Mobilfunkanbieter haben mit Schützenhilfe aus Berlin und Brüssel aktuelle Kapazitätsfragen quasi selbst gelöst.

All dies zeigt übrigens auch, wie wichtig der Blick auf Europa für die Arbeit der Medienanstalten ist. Die Medienanstalten werden daher ihre Kontakte und Kompetenzen für ein gemeinsames Vorgehen, zum Beispiel bei den anstehenden Spektrumsfragen, einbringen, sich eine eigene Meinung bilden und diese artikulieren, wenn, wie eben bei der Zukunft der Terrestrik, ihre Kernaufgaben berührt sind.

Der Ausbau der Mobilfunknetze darf im Ergebnis nicht weiter zulasten des Rundfunks gehen. Und Länder und Medienanstalten müssen als Sachwalter des (privaten) Rundfunks gemeinsam darauf achten, dass auch der Rundfunk zukünftig über (eigene) mobile Netze verbreitet werden kann.

Netzneutralität und Plattformregulierung

Um den Schutz des Rundfunks geht es am Ende auch bei der Netzneutralität. Die Plattformregulierung, die die Medienanstalten mit ihrer bereits im Jahr 2008 erlassenen Zugangs- und Plattformsatzung konstruktiv mitgestaltet haben, stellt sicher, dass Rundfunkangebote ihre Nutzer über alle Netze erreichen und Plattformbetreiber nicht eigene Inhalte bevorzugt behandeln oder insbesondere kleinere Anbieter diskriminieren können. Wie die ZAK in ihrem Thesenpapier zur Netzneutralität betont hat, ist die Offenheit der Netze Voraussetzung für Innovation, Kreativität und Wettbewerb (epd 5/11). Offene Netze wie das Internet müssen auch tatsächlich offen bleiben. Audiovisuelle Medien sind im Internet unabhängig vom Absender gleich zu behandeln. Privilegierung und Diskriminierung sind auszuschließen.

D. Inhalte statt Strukturen - Die Zukunft des Rundfunks gestalten

Um die dargestellten Herausforderungen zu meistern, brauchen wir keine Medienanstalt der Länder oder eine Bund-Länder-Anstalt. Der Gesetzgeber hat mit der eingeführten Struktur der Medienanstalten eine kluge und ausgewogene Entscheidung getroffen. Die Medienanstalten sind damit nicht nur für die traditionellen Aufgaben, die auch in einer konvergenten Medienwelt weiterbestehen, sondern auch für die durch diese bedingten neuen Herausforderungen strukturell gut aufgestellt. Sie bringen jahrzehntelange Erfahrungen mit, die in anderen Institutionen in diesem Maß nicht vorhanden sind. Die Verankerung in den Ländern ermöglicht überdies, auch in bundesweiten Entscheidungsprozessen regionale Aspekte und Sichtweisen zu berücksichtigen.

Das Problem liegt gerade nicht im funktionierenden Zusammenspiel zwischen bundesweiter und regionaler Aufsicht. Es liegt vielmehr in einer Gewichtsverschiebung weg von föderalen Kompetenzen hin zu nationalen und europäischen Entscheidungsstrukturen, die zum Teil ein ganz anderes Verständnis von Rundfunk haben und ihm nicht die Bedeutung zumessen, wie es die Länder und die Medienanstalten tun. Hier wäre es wünschenswert, die Institutionen zu stärken, die den Rundfunk nicht nur als Wirtschafts-, sondern immer noch auch als Kulturgut begreifen und ihn mit Blick auf die öffentliche und private Meinungsbildung schützen und im Auge haben.

Damit der Rundfunk in der Konkurrenz mit anderen audiovisuellen Angeboten dauerhaft bestehen und sich weiterentwickeln kann, ist es notwendig, dass die Länder der Medienpolitik wieder mehr Aufmerksamkeit schenken: Nur sie können die rechtlichen Rahmenbedingungen optimieren, und es wäre positiv, wenn sie sich wieder mehr für den Rundfunk einsetzen und damit im besten Sinne gestaltend tätig würden.

Dieser Artikel ist am 25. März 2011 in Ausgabe 12/11 von epd medien erschienen.

Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein

(Stand Mai 2011)

Die nachfolgende Darstellung der Kabelbelegung beschränkt sich auf das Angebot in den Kabelnetzen von Kabel Deutschland (KD), dem mit rund 450.213 angeschlossenen Haushalten in Hamburg beziehungsweise rund 610.124 Haushalten in Schleswig-Holstein mit Abstand größten Kabelnetzbetreiber in beiden Ländern (Stand jeweils Ende 2010). Das Angebot anderer Kabelnetzbetreiber in Hamburg und Schleswig-Holstein finden Sie unter www.ma-hsh.de.

In Hamburg empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	K11
9Live		46	—
ARD		33	K10
Arte		33	S21
BBC WORLD NEWS	Mo. - Fr. 0.00 - 12.00 Uhr Sa. und So. 2.00 - 12.00 Uhr	—	K21
Bibel TV	1.30 - 8.30 Uhr	46	S14
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein ²	54	S06
Channel 21	9.00 - 22.00 Uhr und 0.00 - 6.00 Uhr 0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	36	S18
CNN International		—	K23
Das Vierte		36	S23
DMAX	21.00 - 6.00 Uhr	—	S09
EinsExtra		33	—
Euronews	6.00 - 9.00 Uhr und 22.00 - 0.00 Uhr 6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	36	S18
Eurosport	8.30 - 1.30 Uhr	46	S14
Hamburg 1		46	K12
HSE 24		—	S35
Kabel Eins		30	S15
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S09

mdr	mit NDR-Regional- programmen Mecklenburg- Vorpommern ²	54	—
N24		30	S22
NDR	mit NDR-Regional- programmen Hamburg	54	K07
Nickelodeon		—	K09
n-tv		—	K22
Phoenix		33	S16
ProSieben		30	S20
QVC	8.00 - 20.00 Uhr	36	S12
RTL	mit Regional- programm „Guten Abend RTL“	40	K05
RTL 2		40	S08
Sat. 1	mit Regional- programm „17:30 Sat. 1 Regional“	30	K06
Sport 1		—	S19
Super RTL		40	S11
Tele 5		36	S13
Tide TV	Mo. - So. 12.00 - 24.00 Uhr Sa. und So. 0.00 - 2.00 Uhr	—	K21
TV5MONDE	20.00 - 8.00 Uhr	—	S12
Viva		—	S07
VOX		40	S10
WDR	mit NDR-Regional- programmen Niedersachsen ²	54	S17
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

¹ Zum Empfang ist ein DVB-T-Decoder erforderlich. Weitere Informationen zum digitalen Antennenfernsehen finden Sie unter www.dvb-t-nord.de.

² Mo. - Fr. 18.00 - 18.15 Uhr und 19.30 - 20.00 Uhr sowie Sa. und So. 19.30 - 20.00 Uhr.

In Schleswig-Holstein empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

In Eutin und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		21	S11
9Live		–	K04
ARD		47	K06
Arte		47	S09
Bibel TV	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Hamburg ²	39 –	– S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	–	K02
Das Vierte		–	S15
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S23
EinsExtra		47	–
Euronews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	–	K02
Eurosport		–	S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	–	S12
Kabel Eins		–	K09
K1.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	mit NDR-Regionalpro- grammen Mecklen- burg-Vorpommern ²	39 –	– K03
N24		–	S14
NDR	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein ²	39	K05
Nickelodeon		–	S20
n-tv		–	K07
Phoenix		47	S08
ProSieben		–	K11
QVC		–	S35
RTL	mit Regional- programm „Guten Abend RTL“	–	S18
RTL 2		–	K12
Sat. 1	mit Regional- programm „17:30 Sat. 1 Regional“	–	K10
Sport 1		–	S13
Super RTL		–	S06
Tele 5		–	S22
TV 2		58	S19
Viva		–	S07
VOX		–	S10
WDR	mit NDR-Regional- programmen Niedersachsen ²	39	–

ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	–
ZDF Infokanal		21	–

In Flensburg und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
1-2-3.TV		–	S12
3sat		21	S11
9Live		57	–
ARD		47	K06
Arte		47	S06
BBC World News	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
Bibel TV	1.30 - 8.30 Uhr	57 –	– S21
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Hamburg ²	39 –	– S17
Das Vierte		57	K23 ³
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S22
DR 1		37	K21 ⁴
EinsExtra		47	–
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	–	S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	–	S22
Kabel Eins		35	K09
K1.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	mit NDR-Regionalpro- grammen Mecklen- burg-Vorpommern ²	39 –	– S15
N24		35	S14
NDR	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein ²	39	K05
Nickelodeon		–	S20
n-tv		–	S13
Offener Kanal Flensburg		–	S08
Phoenix		47	S19
ProSieben		35	K11
QVC		–	S35
RTL	mit Regional- programm „Guten Abend RTL“	45	S18
RTL 2		45	K12
Sat. 1	mit Regional- programm „17:30 Sat. 1 Regional“	35	K10

Sport 1		–	K07
Super RTL		45	S23
Tele 5		57	S09
TV 2		37	K22 ⁴
Viva		–	S07
VOX		45	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen ²	39	–
ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	–
ZDF Infokanal		21	–

QVC		–	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	–	S18
RTL 2		–	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat. 1 Regional“	–	K10
Sport 1		–	S13
Super RTL		–	S22
Tele 5		–	K21 ⁵
TV2		37	K23 ⁵
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
Viva		–	K11
VOX		–	S09
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen ²	26	–
ZDF		31	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	31	–
ZDF Infokanal		31	–

In Heide und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹	Kabel
		Kanal	analog Kanal
3sat		31	S11
9Live	1.20 - 8.30 Uhr	–	S14
ARD		60	K06
Arte		60	S07
Bibel TV	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg ²	26	–
		–	S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	–	K07
DR 1		37	K22 ⁵
Das Vierte		–	S23
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S21
EinsExtra		60	–
Euronews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	–	K07
Eurosport	8.30 - 1.30 Uhr	–	S14
HSE 24		–	S12
Kabel Eins		–	S10
K1.KA	6.00 - 21.00 Uhr	31	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern ²	26	–
		–	S19
N24		–	S20
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein ²	26	K05
Nickelodeon		–	S15
n-tv		–	S06
Phoenix		60	S08
ProSieben		–	K09

In Itzehoe und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23 ⁶	S11
9Live		46	K09
ARD		33 ⁶	K06
Arte		33 ⁶	S10
BBC World News	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Bibel TV		46	S12
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg ²	54 ⁶	S17
Channel 21	9.00 - 22.00 Uhr und 0.00 - 6.00 Uhr 0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	36 —	— K07
Das Vierte		36	K23
DMAX		—	S21
EinsExtra		33 ⁶	—
Euronews	6.00 - 9.00 Uhr und 22.00 - 0.00 Uhr 6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 0.00 Uhr	36	K07
Eurosport		46	S14
Hamburg 1		46	S19
HSE 24		—	S23
Kabel Eins		30	S20
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23 ⁶	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern ²	54 ⁶	S08
N24		30	K22
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein ²	24 ⁶	K05
Nickelodeon		—	S22
n-tv		—	S06
Phoenix		33 ⁶	S09
ProSieben		30	K11
QVC		36	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	40	S18
RTL 2		40	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat. 1 Regional“	30	K10
Sport 1		—	S13
Super RTL		40	S19
Tele 5		36	K21
Viva		—	S07
VOX		40	S15

WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen ²	54 ⁶	—
ZDF		23 ⁶	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23 ⁶	—
ZDF Infokanal		23 ⁶	—

In Kiel und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
1-2-3.TV		—	S12
3sat		21	S11
9Live		57	—
ARD		47	K06
Arte		47	S06
BBC World News	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Bibel TV	ca. 1.30 - 8.30 Uhr	57	S21
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg ²	39	S17
Das Vierte		57	K22 ⁷
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S22
DR 1	15.00 - 3.00 Uhr	37	K21 ⁷
EinsExtra		47	—
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	—	S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	—	S22
Kabel Eins		35	S09
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern ²	39	S15
N24		35	S14
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein ²	39	K07
Nickelodeon		—	S20
n-tv		—	K05
Kiel TV (Offener Kanal Kiel)		—	K09
Phoenix		47	S08
ProSieben		35	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	45	S18

RTL 2		45	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat. 1 Regional“	35	K10
Sport 1		—	S13
Super RTL		45	S23
Tele 5		57	K23 ⁷
TV2		37	S19
Viva		—	S07
VOX		45	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen ²	39	—
ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	—
ZDF Infokanal		21	—

Nickelodeon		—	S16
n-tv		—	K07
Phoenix		33	S20
ProSieben		30	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	40	S18
RTL 2		40	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat. 1 Regional“	30	K10
Sport 1		—	S13
Super RTL		40	S19
Tele 5		59	K23 ⁸
Viva		—	S07
VOX		40	S09
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen ²	28	—
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

In Lübeck und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live	21.00 - 6.00 Uhr	59	K12
ARD		33	K06
Arte		33	K09
BBC World News		—	S08
Bibel TV		59	S12
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg ²	28	S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K21 ⁸
Das Vierte		59	S21
DMAX		—	S22
EinsExtra		33	—
Euronews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K21 ⁸
Eurosport	8.30 - 1.30 Uhr	—	S14
HSE 24		—	S23
Kabel Eins		30	S10
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S15
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern ²	28	S06
N24		30	K22 ⁸
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein ²	28	K05

In Süd-Holstein empfangbare
Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live	1.30 - 8.30 Uhr	59 ⁹ 46 ¹⁰	S14
ARD		33	K06
Arte		33	K09
BBC World News		—	S23
Bibel TV	21.00 - 6.00 Uhr	59 ⁹ 46 ¹⁰	S16
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Hamburg mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein	28 ⁹ 54 ¹⁰	 S17
Channel 21	9.00 - 22.00 Uhr und 0.00 - 6.00 Uhr	36 ¹⁰	K23 ¹¹
Das Vierte		36 ¹⁰ 59 ⁹	S20 —
DMAX	17.00 - 24.00 Uhr	—	S22
EinsExtra		33	—
Euronews	6.00 - 9.00 Uhr und 22.00 - 0.00 Uhr 6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 0.00 Uhr	36 ¹⁰	K23 ¹¹
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	46 ¹⁰	S14
Hamburg 1		46 ¹⁰	S19
HSE 24		—	S12
Kabel Eins		30	S10
K1.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S16
mdr	mit NDR-Regionalpro- grammen Mecklen- burg-Vorpommern mit NDR-Regional- programmen Hamburg	28 ⁹ 54 ¹⁰	 S06
N24		30	S15
NDR	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein mit NDR-Regional- programmen Hamburg	28 ⁹ 54 ¹⁰	 K05
Nickelodeon		—	K22 ¹¹
n-tv		—	K07
Phoenix		33	S08
ProSieben		30	K11
QVC		36 ¹⁰	S35
RTL	mit Regional- programm „Guten Abend RTL“	40	S18

RTL 2		40	S12
Sat. 1	mit Regional- programm „17:30 Sat. 1 Regional“	30	K10
Sport 1		—	S13
Super RTL		40	S21
Tele 5		36 ¹⁰ 59 ⁹	— K21 ¹¹
Viva		—	S07
VOX		40	S09
WDR	mit NDR-Regional- programmen Niedersachsen	28 ⁹ 54 ¹⁰	— —
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

¹ Zum Empfang ist ein DVB-T-Decoder erforderlich. Weitere Informationen zum digitalen Antennenfernsehen finden Sie unter www.dvb-t-nord.de.

² Mo.-Fr. 18.00 - 18.15 Uhr und 19.30 - 20.00 Uhr sowie Sa. und So. 19.30 - 20.00 Uhr

³ In den Kabelanlagen, in denen der Kanal K23 technisch nicht zur Verfügung steht, erfolgt keine Einspeisung von Das Vierte.

⁴ In einigen Kabelanlagen wird DR 1 in den Kanal K02 und TV 2 in den Kanal K03 eingespeist.

⁵ In einigen Kabelanlagen wird DR 1 in den Kanal K02, Tele 5 in den Kanal K03 und TV 2 in den Kanal K04 eingespeist.

⁶ Je nach örtlicher Gegebenheit kann ein in Hamburg genutzter Kanal für den Empfang geeigneter sein.

⁷ In Laboe wird Das Vierte in Kanal K03, DR 1 in K02 und Tele 5 in Kanal K04 eingespeist.

⁸ In einigen Kabelanlagen wird Channel 21/Euronews in den Kanal K02, N24 in den Kanal K03 und Tele 5 in den Kanal K04 eingespeist.

⁹ Nur im Empfangsgebiet Lübeck

¹⁰ Nur im Empfangsgebiet Hamburg

¹¹ In Glückstadt wird Channel 21/Euronews in den Kanal K04, Nickelodeon in den Kanal K03 und Tele 5 in den Kanal K02 eingespeist.

In Hamburg empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Alster radio 106!8 Rock 'n Pop</i>	106,8 ²	96,75
<i>Alster radio 106!8 Rock 'n Pop mit City-Frequenz</i>	91,7	—
<i>Antenne Mecklenburg-Vorpommern</i>	101,3	—
<i>BBC World Service</i>	—	100,70
<i>BFBS Radio</i>	97,6	107,00
<i>Bremen Eins</i>	93,8 ¹	97,55
<i>Bremen Vier</i>	101,2 ¹	107,80
<i>Radio Paloma</i>	—	92,45
<i>Delta Radio</i>	93,4 ³	103,75
<i>Deutschlandfunk</i>	88,7	102,30
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	89,1	88,50
<i>Energy Hamburg 97.1</i>	97,1 ⁴	99,65
<i>FSK</i>	93,0	101,40
<i>Funkhaus Europa</i>	96,7 ²	—
<i>Hamburger Lokalradio So. 6.00 Uhr - Mo. 6.00 Uhr und Di. 0.00 - 6.00 Uhr</i>	96,0	95,45
<i>Hit Radio Antenne Niedersachsen</i>	105,1	102,75
<i>Klassik Radio</i>	98,1	93,55
<i>NDR 1 Niedersachsen - Nordost</i>	103,2 ²	89,25
<i>NDR 1 Radio MV</i>	92,8 ²	100,25
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	89,5	89,85
<i>NDR 2</i>	87,6	94,65
<i>NDR 90,3</i>	90,3	93,20
<i>NDR Info</i>	92,3	94,05
<i>NDR Info Spezial</i>	—	90,15
<i>NDR Kultur</i>	99,2	95,75
<i>N-Joy</i>	94,2	90,55
<i>Nordwestradio</i>	88,3	—
<i>Oldie 95</i>	95,0 ⁵	97,25
<i>Radio ffn</i>	100,6	99,35
<i>Radio Hamburg</i>	103,6 ⁶	88,05
<i>Radio Hamburg mit City-Frequenz</i>	104,0	91,85
<i>Radio Nora</i>	101,1	98,60
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein</i>	100,0 ⁷	104,40
<i>RTL Radio</i>	—	98,20
<i>Sunshine live</i>	—	91,35
<i>Tide 96.0</i>	96,0	95,45

Einige der UKW-Programme sind nicht in allen Hamburger Stadtteilen zu empfangen.

Über DAB sind außerdem Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur, NDR 90,3, NDR 2 Plus, NDR Info, NDR Traffic, NDR Musik Plus und DRadio Wissen im Frequenzblock 12 C zu empfangen. Weitere Informationen finden Sie auch unter www.digitalradio-nord.de.

¹ Ausstrahlung erfolgt von Standorten außerhalb dieser Region, die Empfangsqualität kann daher teilweise eingeschränkt sein.

² Im Raum Neuwerk/Cuxhaven: 93,6 MHz

³ Im Raum Bergedorf: 107,7 MHz

⁴ Im Raum Bergedorf: 100,9 MHz

⁵ Im Raum Bergedorf: 88,1 MHz

⁶ Im Raum Neuwerk/Cuxhaven: 88,5 MHz

⁷ Im Raum Bergedorf: 102,0 MHz

In Schleswig-Holstein empfangbare Radioprogramme

In Eutin und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Alster radio 106!8 rock 'n pop</i>	106,8 ¹	105,20
<i>Antenne Mecklenburg-Vorpommern</i>	101,3 ¹	107,60
<i>Danmarks Radio 1</i>	94,8 ¹	95,55
<i>Danmarks Radio 3</i>	99,6 ¹	95,95
<i>Delta Radio</i>	104,1	88,80
<i>Deutschlandfunk</i>	101,9	93,25
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	103,1	99,15
<i>Klassik Radio</i>	97,2	88,30
<i>NDR 1 Radio MV</i>	92,8 ¹	97,45
<i>NDR 2</i>	91,9	90,40
<i>NDR 90,3</i>	90,3 ¹	90,90
<i>NDR Info</i>	96,6	94,90
<i>NDR Kultur</i>	89,9	92,30
<i>NDR 1 Welle Nord - Ost</i>	97,8	90,10
<i>N-Joy</i>	99,0	100,95
<i>Ostseewelle Hit Radio Mecklenburg-Vorpommern</i>	107,3 ¹	94,05
<i>Radio ffn</i>	100,6 ¹	98,00
<i>Radio Hamburg</i>	103,6 ¹	102,45
<i>Radio Nora</i>	106,2	87,60
<i>Radio Paloma</i>	—	89,40
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein - Ost</i>	100,2	98,80
<i>RTL Radio</i>	—	99,75
<i>Sunshine live</i>	—	106,40

In Flensburg und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Danmarks Radio 1</i>	95,1 ¹	99,60
<i>Danmarks Radio 2</i>	102,1 ¹	103,65
<i>Danmarks Radio 3</i>	97,2 ¹	100,70
<i>Danmarks Radio 4</i>	99,9 ¹	100,30
<i>Delta Radio</i>	105,6	87,95
<i>Deutschlandfunk</i>	103,3	97,50
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	92,1	88,75
<i>Klassik Radio</i>	106,5 ²	89,20
<i>NDR 1 Welle Nord - Nord</i>	89,6	90,85
<i>NDR 2</i>	93,2	92,30
<i>NDR Info</i>	87,7	93,40
<i>NDR Kultur</i>	96,1	92,70
<i>N-Joy</i>	91,0	98,50
<i>Radio Mojn (dänisch)</i>	107,6 ¹	102,50
<i>Radio Nora</i>	88,5 ²	94,35
<i>Radio Paloma</i>	—	90,55
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein - Nord</i>	101,4	93,95
<i>RTL Radio</i>	—	95,45
<i>Sunshine live</i>	—	96,35

In Heide und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
Alster radio 106!8 rock 'n pop	106,8 ¹	94,75
Bremen Eins	89,3 ¹	91,80
Bremen Vier	100,8 ¹	89,70
Danmarks Radio 1	95,1 ¹	106,95
Danmarks Radio 3	97,2 ¹	88,95
Danmarks Radio 4	99,9 ¹	106,05
Delta Radio	100,4	92,30
Deutschlandfunk	104,4	88,40
Deutschlandradio Kultur	92,2	87,60
Hit Radio Antenne Niedersachsen - Ostfriesland	104,6 ¹	97,55
Klassik Radio	91,7	97,95
NDR 1 Welle Nord - West	90,5	107,75
NDR 2	96,3	103,55
NDR 90,3	90,3 ¹	99,25
NDR Info	87,9	95,85
NDR Info Spezial	—	97,25
NDR Kultur	99,4	104,20
N-Joy	94,9	92,70
Offener Kanal Westküste	105,2	107,45
Radio Hamburg	103,6 ¹	96,45
Radio Nora	96,9	101,50
Radio Paloma	—	91,05
R.SH - Radio Schleswig-Holstein - West	103,8	102,70
RTL Radio	—	104,70
Sunshine live	—	99,85

In Itzehoe und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
Alster radio 106!8 rock 'n pop	106,8 ¹	89,05
Bremen Eins	93,8 ¹	95,65
Delta Radio	100,4	99,55
Deutschlandfunk	102,2	104,35
Deutschlandradio Kultur	97,5	107,00
Energy Hamburg 97.1	97,1 ¹	88,00
Klassik Radio	98,1	106,50
NDR 1 Radio Niedersachsen - Nordost	103,2 ¹	91,45
NDR 1 Welle West	90,5 ¹	93,50
NDR 2	87,6	93,90
NDR 90,3	90,3 ¹	91,85
NDR Info	92,3	92,40
NDR Kultur	99,2	95,35
N-Joy	94,2 ¹	102,75
Nordwestradio	88,3 ¹	96,65
Radio ffn	100,6 ¹	90,70
Radio Hamburg	103,6 ¹	88,45
Radio Nora	101,1	105,55
Radio Paloma	—	104,75
R.SH Radio Schleswig-Holstein - West	103,8 ¹	90,10
RTL Radio	—	106,2
Sunshine live	—	98,15

In Kiel und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Alster radio 106!8 rock 'n pop</i>	106,8 ¹	103,15
<i>Bremen Eins</i>	93,8 ¹	99,50
<i>Danmarks Radio 1</i>	89,0 ¹	93,90
<i>Danmarks Radio 3</i>	92,6 ¹	97,10
<i>Danmarks Radio 4</i>	99,9 ¹	103,90
<i>Delta Radio</i>	105,9	95,90
<i>Deutschlandfunk</i>	101,9	104,35
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	104,7	107,55
<i>Hit Radio Antenne Niedersachsen</i>	105,1 ¹	100,90
<i>Klassik Radio</i>	97,4	92,30
<i>NDR 1 Radio MV</i>	92,8 ¹	102,00
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	91,3	88,00
<i>NDR 2</i>	98,3	88,45
<i>NDR 90,3</i>	90,3 ¹	89,05
<i>NDR Info</i>	99,7	97,55
<i>NDR Kultur</i>	95,7	91,55
<i>N-Joy</i>	94,5	97,90
<i>Nordwestradio</i>	88,3 ¹	96,55
<i>Kiel FM (Offener Kanal Kiel)</i>	101,2	—
<i>Radio ffn</i>	100,6 ¹	98,90
<i>Radio Hamburg</i>	103,6 ¹	90,05
<i>Radio Nora</i>	97,0	106,35
<i>Radio Paloma</i>	—	104,90
<i>R.SH Radio Schleswig-Holstein - Kiel</i>	102,4	92,85
<i>RTL Radio</i>	—	90,60
<i>Sunshine live</i>	—	105,20

In Lübeck und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Alster radio 106!8 rock 'n pop</i>	106,8 ¹	107,15
<i>Delta Radio</i>	107,9	103,30
<i>Deutschlandfunk</i>	101,9 ¹	94,40
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	95,3 ¹	92,45
<i>Hit Radio Antenne Niedersachsen</i>	105,1 ¹	98,30
<i>Klassik Radio</i>	93,6	87,75
<i>NDR 1 Niedersachsen - Nordost</i>	103,2 ¹	90,85
<i>NDR 1 Radio MV</i>	92,8 ¹	88,80
<i>NDR 1 Welle Nord - Ost</i>	93,1	102,15
<i>NDR 2</i>	90,7	88,15
<i>NDR 90,3</i>	90,3 ¹	89,60
<i>NDR Info</i>	95,9	106,20
<i>NDR Kultur</i>	88,0	92,15
<i>N-Joy</i>	94,0	95,15
<i>Offener Kanal Lübeck</i>	98,8	106,50
<i>Ostseewelle Hit-Radio Mecklenburg-Vorpommern</i>	107,3 ¹	104,95
<i>Radio ffn</i>	100,6 ¹	96,05
<i>Radio Hamburg</i>	103,6 ¹	99,35
<i>Radio Nora</i>	91,5	99,80
<i>Radio Paloma</i>	—	107,60
<i>R.SH - Radio Schleswig-Holstein - Ost</i>	101,5	104,25
<i>RTL Radio</i>	—	97,40
<i>Sunshine live</i>	—	92,90

In Süd-Holstein empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
<i>Alster radio 106!8 rock 'n pop</i>	106,8 ¹	96,75
<i>BBC World Service</i>	—	100,70
<i>BFBS Radio</i>	97,6 ¹	107,00
<i>Bremen Eins</i>	93,8 ¹	97,55
<i>Bremen Vier</i>	101,2 ¹	107,80
<i>Delta Radio</i>	107,4 ²	103,75
<i>Deutschlandfunk</i>	88,7	102,30
<i>Deutschlandradio Kultur</i>	89,1 ²	88,50
<i>Energy Hamburg 97.1</i>	97,1 ¹	99,65
<i>Hamburger Lokalradio</i> <i>So. 6.00 Uhr - Mo. 6.00 Uhr und</i> <i>Di. 0.00 Uhr - 6.00 Uhr</i>	96,0	95,45
<i>Hit Radio Antenne Niedersachsen</i> <i>Hamburg/Lüneburg</i>	105,1 ¹	102,75
<i>Klassik Radio</i>	98,1	93,55
<i>NDR 1 Radio MV</i>	92,8 ¹	100,25
<i>NDR 1 Niedersachsen - Nordost</i>	103,2 ¹	89,25
<i>NDR 1 Welle Nord - Ost</i>	104,5 ¹	101,40
<i>NDR 1 Welle Nord - Süd</i>	89,5 ¹	89,85
<i>NDR 2</i>	87,6	94,65
<i>NDR 90,3</i>	90,3 ¹	93,20
<i>NDR Info</i>	92,3	94,05
<i>NDR Info Spezial</i>	—	90,15
<i>NDR Kultur</i>	99,2	95,75
<i>N-Joy</i>	94,2	90,55
<i>Nordwestradio</i>	88,3 ¹	101,70
<i>Oldie 95</i>	95,0	97,25
<i>Radio ffn</i>	100,6 ¹	99,35
<i>Radio Hamburg</i>	103,6 ¹	88,05
<i>Radio Hamburg mit City-Frequenz</i>	104,0 ¹	91,85
<i>Radio Nora</i>	101,1	98,60
<i>Radio Paloma</i>	—	92,45
<i>R.SH - Radio Schleswig-Holstein - Süd</i>	102,9	104,40
<i>RTL Radio</i>	—	98,20
<i>Sunshine live</i>	—	91,35
<i>Tide 96.0</i>	96,0 ¹	95,45

¹ Ausstrahlung erfolgt von Standorten außerhalb dieser Region, Empfangsqualität kann daher teilweise eingeschränkt sein.

² In Teilbereichen ist mit anderen Frequenzen ein besserer Empfang möglich.

Über DAB sind außerdem Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur, NDR 1 Welle Nord, NDR 2 Plus, NDR Info, NDR Traffic, NDR Musik Plus und DRadio Wissen im Frequenzblock 12 D zu empfangen. Weitere Informationen finden Sie auch unter www.digitalradio-nord.de.

Ansprechpartner



Direktor
Thomas Fuchs
040 / 36 90 05-10
direktor@ma-hsh.de



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Leiterin
Leslie Middelmann
040 / 36 90 05-23
middelmann@ma-hsh.de



Recht, Grundsatzangelegenheiten, Technik
Leiter
Stellvertretender Direktor und Justiziar
Dr. Wolfgang Bauchrowitz
040 / 36 90 05-14
bauchrowitz@ma-hsh.de

Stellvertretende Justiziarin und
Überregionale Zusammenarbeit
Claudia Neumann
040 / 36 90 05-21
neumann@ma-hsh.de

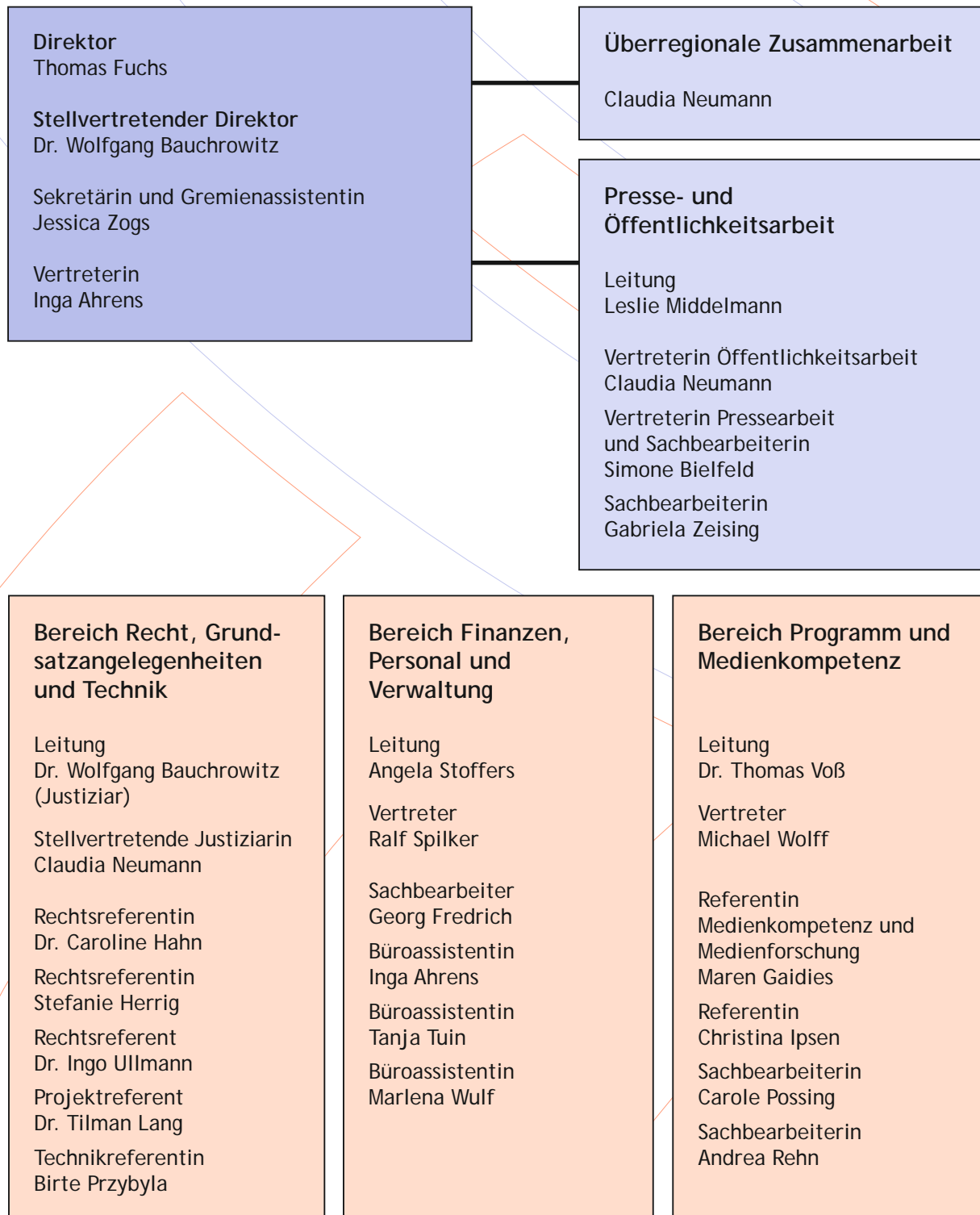


Programm und Medienkompetenz
Leiter
Dr. Thomas Voß
040 / 36 90 05-40
voss@ma-hsh.de

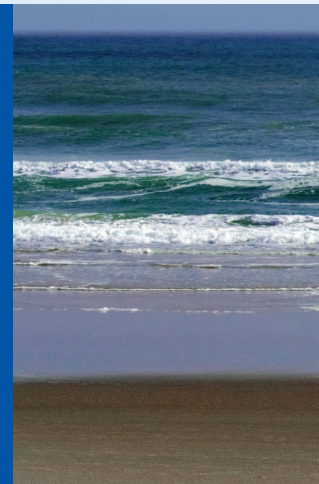


Finanzen, Personal und Verwaltung
Leiterin
Angela Stoffers
040 / 36 90 05-30
stoffers@ma-hsh.de

Organigramm



(Stand Mai 2011)



**Medienanstalt
Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Rathausallee 72 - 76
22846 Norderstedt

Telefon 040 / 36 90 05-0
Telefax 040 / 36 90 05-55

E-Mail info@ma-hsh.de
www.ma-hsh.de