

|                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Schleswig-Holsteinischer Landtag</b><br/><b>Umdruck 16/1253</b></p> |
|---------------------------------------------------------------------------|

**Hamburgische Anstalt für neue Medien**

Kleine Johannisstr. 10

20457 Hamburg

Tel: 040 36 90 05 0

Fax: 040 36 90 05 55

E-Mail: [direktor@ham-online.de](mailto:direktor@ham-online.de)

Internet: [www.ham-online.de](http://www.ham-online.de)

An den

Innen- und Rechtsausschuss des

Schleswig-Holsteinischen Landtages

per E-Mail am 4. Oktober 2006

**Entwurf eines Gesetzes zum Staatsvertrag über das Medienrecht in  
Hamburg und Schleswig-Holstein (Medienstaatsvertrag HSH)**

Drucksache 16/820



2. Oktober 2006

**Stellungnahme zum Medienstaatsvertrag HSH**  
***Anhörung im Innen- und Rechtsausschuss des Schleswig-Holsteinischen***  
***Landtages am 4. Oktober 2006***

1. Die beiden Bundesländer Hamburg und Schleswig-Holstein arbeiten auf zunehmend mehr Ebenen inhaltlich und organisatorisch zusammen. Angesichts der enger werdenden Kooperation ist es sinnvoll, auch im Medienbereich nach gemeinsamen Positionen zu suchen und neue Akzente zu setzen. Diesem Prozess, der politisch allgemein gewollt ist, stellt sich die HAM in konstruktiver Weise. Sie teilt das Ziel, die publizistische Vielfalt des Privatfunks und seine ökonomische Leistungsfähigkeit im Norden zu stärken.
2. Der Medienstaatsvertrag HSH ist zu einem wesentlichen Teil ein Organisationsgesetz, das die Bildung einer gemeinsamen Landesmedienanstalt und deren Aufgaben sowie die Verteilung des für Landesmedienanstalten vorgesehenen Gebührenanteiles auf die MA HSH und andere Adressaten regelt (§ 55). Nur sehr begrenzt greift das Gesetz aktuelle Fragen auf, die mit der Digitalisierung und der Konvergenz der elektronischen Medien verbunden sind. Dabei ist zuzugeben, dass Problemstellungen wie die sog. Plattformregulierung sehr komplex sind und möglicherweise nicht lediglich auf Landesebene angegangen werden können. Immerhin lässt die gesetzliche Versuchsklausel jetzt die Verlängerung neuartiger Projekte zu (§ 53).

3. Das Gesetz führt die mit dem Hamburgischen Mediengesetz von 2003 entwickelte Liberalisierung der Regelungen über Programmaufgabe und Zulassung fort (§ 3 ff.). Nach wie vor nur mittelbar erwähnt werden nicht-kommerzielle Angebote. Für diese und für weitere Minderheitenprogramme wird die neue Anstalt ihren Gestaltungsspielraum zu nutzen haben, um Wege zum Publikum zu öffnen oder zu sichern.
4. Gegenüber dem Referentenentwurf hat die jetzige Formulierung des Aufgabenprofils der neuen Medienanstalt an Prägnanz gewonnen. Das in dem Gesetzentwurf beschriebene Aufgabenprofil der neuen Anstalt (§ 38) betont deren Mitwirkung beim Analog-Digital-Umstieg und bei der Fortentwicklung des Medienstandorts Hamburg und Schleswig-Holstein. Das Gesetz bezieht sich nicht nur auf klassischen Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen), sondern weist der Anstalt auch für Telemedien, d.h. bestimmte Online-Angebote, eine Aufsichtsfunktion zu. Diese positiv zu bewertenden Ansätze orientieren sich an den Perspektiven der Privatfunkentwicklung und greifen in den Medienzentren bereits bestehende Arbeitsschwerpunkte auf.
5. HAM und ULR befinden sich im intensiven Gespräch darüber, die kommende Fusion beider Anstalten vorzubereiten. Dabei ist das Grundverständnis deutlich geworden, dass die neue Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein ein Kompetenzzentrum für den Privatfunk und seine Entwicklung im Norden sein soll. Die neue Anstalt soll Standards wahren und setzen und serviceorientiert für Bürger und Unternehmen arbeiten. Der laufende Analog-Digital-Umstieg ist ein wichtiges Tätigkeitsfeld der neuen Anstalt. Es beinhaltet erheblichen Innovations-, Entwicklungs- und Beratungsbedarf, was von neuen Systemen zur Sicherung des Jugendschutzes in digitalen Medien bis zur regulatorischen Ermöglichung neuer Übertragungssysteme reicht.

Dieses moderne Konzept einer Medienanstalt als Medienagentur, die nicht nur verwaltet, sondern auch ermöglicht, fördert und gestaltet, lässt sich grundsätzlich aus dem Gesetz herausdestillieren, soll aber offenbar nur mit Einschränkungen realisiert werden können.

6. Als problematisch stellt sich insbesondere der enge finanzielle Spielraum der neuen Anstalt dar. Dies liegt daran, dass der den Landesmedienanstalten bundesweit eingeräumte Gebührenrahmen im Fall MA HSH zu 82 % gekappt und für andere Zwecke – von der Filmförderung in beiden Bundesländern bis hin zur Ausstattung der Medienstiftung – verwendet wird. Gemessen an ihren Einnahmen aus der Rundfunkgebühr (1,53 Mio. € p.a.) wird die MA HSH kleinste deutsche Medienanstalt sein. Insoweit besser ausgestattet sind selbst die Anstalten in Bremen (1,535 Mio. €) und dem Saarland (2,13 Mio. €), ganz abgesehen von Ländern wie Niedersachsen (8,4 Mio. €), NRW (15,3 Mio. €) oder gar Bayern (21,3 Mio. €). Nur durch ihre zu erwartenden weiteren Einnahmen, insbesondere aus der Anbieterabgabe, wird die MA HSH insgesamt zu Einnamengrößen etwa der LRZ Mecklenburg-Vorpommern (ca. 2,5 – 2,8 Mio. €) vorrücken. Die später folgende Abschmelzung durch den sukzessiv entfallenden zweiten Sockelbetrag ist dabei nicht berücksichtigt.

Der Input, den das Kompetenzzentrum MA HSH zugunsten einer Steigerung der medienwirtschaftlichen Attraktivität des Kommunikationsraumes Hamburg/Schleswig-Holstein geben kann, ist also eng limitiert. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund bedauerlich, dass die neuen digitalen TV-Spartenkanäle derzeit durchweg in Bayern, Berlin und NRW lizenziert werden und dass Hamburg als Deutschlands viertgrößte Privatkfunkstadt in der Vergangenheit viele Arbeitsplätze in diesem Sektor verloren hat.

7. Nicht einzusehen ist auch, dass wesentliche Gestaltungsaufgaben der MA HSH der Mitentscheidung durch den NDR unterliegen sollen. Das gilt für privatfunkrelevante Themen wie z.B. die Förderung von technischer Infrastruktur in Hamburg und Schleswig-Holstein, die Förderung von Projekten neuartiger Rundfunkübertragungstechniken und Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von Hörfunk. Auch die Förderung von Projekten der Medienkompetenz ist nur in diesem Rahmen möglich (§ 55 Abs. 4).
8. Für ein Kompetenzzentrum suboptimal ist, dass Medienforschung nicht zu seinen expliziten Aufgabenfeldern zählt.

9. Der erwähnte, enge Fusionsspielraum lässt heute noch keine konkrete Aussage über den langfristigen Stellenplan der MA HSH zu. Es besteht aus Sicht der Geschäftsführungen von HAM und ULR das Ziel, zunächst alle Arbeitsverhältnisse fortzusetzen, obwohl dies von der im Gesetz enthaltenen Regelung über die Gesamtrechtsnachfolge nicht zwingend verlangt wird (§ 58 Abs. 7).

10. Das Gesetz enthält einige weitere Punkte, auf die hingewiesen sei:

- Die sehr weit gefasste Kooperationsmöglichkeit von Rundfunkveranstaltern (§ 3 Abs. 2) könnte mittel- und langfristig eine Konzentrationsbewegung erleichtern.
- Parteienwerbung soll obligatorisch werden (§ 13). Vorzugswürdiger erscheint, diese Frage dem Rundfunkveranstalter zu überlassen und die von ihm zu verlangenden Kosten nicht als „Selbstkosten“, sondern als Anteil an den Kosten für Wirtschaftswerbung zu taxieren.
- Die für die MA HSH vorgesehene Dienstherrenfähigkeit (§ 38 Abs. 3) ist für Medienanstalten eher ungewöhnlich.

**Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM)**

Kleine Johannisstraße 10 • 20457 Hamburg • Tel: 040/369005 0 • Fax: 040/369005 55  
[www.ham-online.de](http://www.ham-online.de) • [mailbox@ham-online.de](mailto:mailbox@ham-online.de)