

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 18/6484



MA HSH · Rathausallee 72 - 76 · 22846 Norderstedt

Direktor
Schleswig-Holsteinischer Landtag
Herrn Prof. Dr. Utz Schliesky
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Anstalt
des öffentlichen Rechts

Direktor

Rathausallee 72 - 76
22846 Norderstedt
Telefon 040 / 36 90 05-0
Telefax 040 / 36 90 05-55

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

8. Juli 2016

**Rechenschaftsbericht 2015
der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Sehr geehrter Herr Prof. Dr. Schliesky,

beiliegend übersende ich Ihnen den MA HSH-Rechenschaftsbericht 2015, mit dem wir Sie über die Arbeit der MA HSH im vergangenen Jahr informieren möchten.

Eine wichtige Aufgabe ist die Förderung der Medienkompetenz in Hamburg und Schleswig-Holstein. Projekte wie die ElternMedienLotsen, die Internet-ABC-Schulen oder der Onlineratgeber netzdurchblick.de werden von der MA HSH finanziell gefördert, zudem werden Kooperationen zwischen Bildungspartnern angeregt, sodass nachhaltige Strukturen zur Verankerung der Medienkompetenz auf lange Sicht wachsen können. Dabei haben wir in den vergangenen Jahren mit wenig Geld viel erreicht! Insgesamt profitieren 17 Projekte von der Förderung durch die MA HSH (lesen Sie mehr dazu ab S. 40) und sind größtenteils auch auf sie angewiesen.

Obwohl wir gern noch mehr tun würden, und müssten, droht durch die vorgesehenen Änderungen im Entwurf zum neuen Medienstaatsvertrag beider Bundesländer nun das Aus für die Medienkompetenz-Arbeit der MA HSH. Ein bitterer Kahlschlag für die Medienkompetenzförderung im Norden, und in einer zunehmend digitalisierten Welt das falsche Signal.

Mit freundlichen Grüßen,



Thomas Fuchs

Hinweis: Der Rechenschaftsbericht (65 S.) kann über das Internetangebot der Medienanstalt: [www.ma-hsh](http://www.ma-hsh.de) -->Infothek --> Publikationen --Rechenschaftsberichte oder unter sh-landtag.de -->Dokumente --> Umdrucke aufgerufen werden.

Rechenschaftsbericht



2015

Impressum

Herausgeber

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

Redaktion

Simone Bielfeld
Geoffrey Warlies

Gestaltung

Britta Kussin, Hamburg

Druck

Hans Steffens Graphischer Betrieb GmbH, Hamburg

Alle Rechte vorbehalten
Norderstedt, im Juni 2016

Rechenschaftsbericht

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

2015

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort	5
2 Auftrag	6
3 Organe	7
Direktor	7
Medienrat	8
Interview Thomas Fuchs	12
Interview Lothar Hay	14
4 Zulassung und Zuweisung	16
5 Programmaufsicht	30
6 Medienkompetenz	40
7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	46
Veranstaltungen	46
Publikationen	48
8 Finanzierungsgrundlagen	50
9 Themenbeiträge	53
10 Aufbau und Organisation	58
Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten	58
Ansprechpartner	60
Organigramm	61

1 Vorwort

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

ob auf klassischen Websites, in Sozialen Netzwerken oder auf Videoplattformen – das Internet bietet eine Fülle von Möglichkeiten, sich zu informieren und zu unterhalten. Allerdings ist die Gefahr groß, dass gerade Kinder und Jugendliche im Internet auf Inhalte stoßen, die für sie ungeeignet sind: Hatespeech, Gewaltdarstellungen, Porno und Propaganda – die Bandbreite ist groß. Die Aufsicht über die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen – nicht nur im Internet – ist und bleibt daher ein zentrales Aufgabenfeld der MA HSH. Einen Einblick in die Arbeit der MA HSH und die Schwierigkeiten, auf die wir immer wieder stoßen, gibt der Themenbeitrag ab Seite 56.

Gleichzeitig ist es unverzichtbar, die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu stärken und sie in ihrem selbstbewussten und verantwortungsvollen Umgang mit Medien zu fördern. Hier hat die MA HSH in den vergangenen Jahren gute und wichtige Arbeit geleistet, Projekte zur Förderung von Medienkompetenz unterstützt und nachhaltige Strukturen in Hamburg und Schleswig-Holstein aufgebaut.



Thomas Fuchs

Absolut unverständlich ist daher die aktuelle Diskussion um den Entwurf zum 6. Medienänderungsstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein, der vorsieht, der MA HSH die Mittel zur Förderung von Medienkompetenz vollständig zu entziehen. Eine Alternative ist nicht in Sicht! Gefährdet wird dadurch nicht nur die Arbeit der Projekte, sondern vor allem die Fähigkeit von Kindern und Jugendlichen, kompetent mit Medien umzugehen. Hier ist die Politik beider Länder dringend aufgefordert, sinnvoll und nachhaltig nachzubessern. Die Streichung von Mitteln für die Förderung von Medienkompetenz ist keine Lösung.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre dieses Berichts.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr

A stylized, handwritten signature in dark ink, consisting of a large 'T' and 'F' intertwined.

Thomas Fuchs

Direktor Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH)

Norderstedt, Juni 2016

2 Auftrag

Vorrangige Aufgaben des Direktors:

- Zulassung privater Fernseh- und Hörfunkprogramme und Zuweisung von Übertragungskapazitäten
- Kontrolle der Programme, insbesondere hinsichtlich der Einhaltung werberechtlicher und Jugendschutzbestimmungen
- Beurteilung und Kontrolle der von ihr lizenzierten Programme
- Beratung der Rundfunkveranstalter und anderer Inhalteanbieter
- Mitwirkung bei der Fortentwicklung des dualen Rundfunksystems und des Medienstandorts Hamburg/Schleswig-Holstein und bei der Umstellung auf die digitale Übertragungstechnik
- Plattformregulierung
- Information und Beratung der Nutzer audiovisueller Angebote
- Zusammenarbeit mit anderen Medienanstalten
- Förderung von Projekten der Medienkompetenz
- Mitwirkung in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein ist die gemeinsame Medienanstalt beider Länder. Sie ist zuständig für die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten. Sie kontrolliert die von ihr lizenzierten Programme hinsichtlich der Einhaltung medienrechtlicher Bestimmungen. Zudem überwacht sie die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen im Rundfunk und in den Telemedien.

Als Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien unterstützt sie unter anderem die Weiterentwicklung von Übertragungswegen und Programmformen, auch mit der Durchführung von Modellversuchen. Die MA HSH berät Akteure und Nutzer im Bereich audiovisuelle Medien, vertritt die Belange der Bürger gegenüber Programmanbietern und die Interessen des privaten Rundfunks im dualen Rundfunksystem. Die MA HSH wirkt in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein mit.

Als eine Form präventiven Jugendschutzes setzt sich die MA HSH für eine nachhaltige Förderung der Medienkompetenz ein. Hier konzentriert sie sich auf das Internet und setzt u.a. auf Aufklärung über Chancen und Risiken neuer Medien.

Wesentliche Rechtsgrundlagen

Staatsvertrag über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein (Medienstaatsvertrag HSH) vom 13. Juni 2006 (HmbGVBl. 2007, S. 47, GVOBl. Schl.-H. 2007, S. 108) in der Fassung des Fünften Staatsvertrags zur Änderung des Staatsvertrags über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein (Fünfter Medienänderungsstaatsvertrag – 5. MÄStV HSH), vom 2./22. September 2014 (HmbGVBl. S. 490, GVOBl. Schl.-H. S. 487), in Kraft getreten am 1. Januar 2015.

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 in der Fassung des Achtzehnten Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Achtzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag – RStV) vom 9./10./18./28. September 2015 (HmbGVBl. S. 342, GVOBl. Schl.-H. S. 413), in Kraft getreten am 1. Januar 2016.

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

Direktor

Vita Thomas Fuchs

Der Direktor führt die Geschäfte der MA HSH. Dabei wird er von rund 20 Mitarbeitern unterstützt. Er vertritt die MA HSH gerichtlich wie außergerichtlich und verfügt über die Befähigung zum Richteramt. Er wird für eine Dauer von fünf Jahren vom Medienrat gewählt.

Zu seinen Aufgaben gehören die Vorbereitung und der Vollzug der Beschlüsse des Medienrats, die Umsetzung der Entscheidungen der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) sowie die Überprüfung der Einhaltung der Zulassungs- und Zuweisungsbescheide, die Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten gemäß Telemediengesetz und die Zusammenarbeit mit den anderen Landesmedienanstalten.

Direktor der MA HSH ist seit dem 15. Januar 2008 Thomas Fuchs. Stellvertretender Direktor ist Dr. Wolfgang Bauchrowitz.

Thomas Fuchs (*1965), LL.M. Eur., ist Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) und Koordinator des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Medienanstalten.

Fuchs studierte Jura, Philosophie und Europäisches Recht in Hamburg, Brüssel und Bremen.

Nach dem zweiten Staatsexamen und einer freiberuflichen Tätigkeit als Rechtsanwalt trat Fuchs in den Staatsdienst der Freien und Hansestadt Hamburg ein. Dort arbeitete er unter anderem von 1999 bis 2001 als persönlicher Referent des Wirtschaftssenators. Anschließend leitete er die Präsidialabteilung der Behörde für Wissenschaft und Forschung und verantwortete dort unter anderem die Gründung des Medien-campus Finkenau und der Hamburg Media School. Von 2004 an war er als Leiter der Abteilung Theater, Musik und Bibliotheken in der Kulturbehörde tätig, ab 2005 zudem im Vorstand der Stiftung Elbphilharmonie.

Seit 2008 ist er Direktor der MA HSH, in den Jahren 2011 und 2012 war er Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).

Fuchs ist als Vertreter der MA HSH Mitglied in der Gesellschafterversammlung der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein. Er ist darüber hinaus Mitglied im Verwaltungsrat von TIDE, im Kuratorium des Hans-Bredow-Instituts, im Beirat des Haus der Jungen Produzenten und Mitglied im Fachausschuss Kultur/Beirat Vielfalt Kultureller Ausdrucksformen der deutschen UNESCO Kommission.

3 Organe

Medienrat

Der Medienrat besteht aus 14 ehrenamtlich tätigen Mitgliedern. Er ist ein Entscheidungsgremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Kenntnisse und Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen. Zwei Mitglieder müssen die Befähigung zum Richteramt haben.

Jeweils sieben Mitglieder des Medienrats werden in Hamburg durch die Bürgerschaft und in Schleswig-Holstein durch den Landtag gewählt. Für die Wahl des Medienrats hat jede gesellschaftlich relevante Gruppe in Hamburg und Schleswig-Holstein ein Vorschlagsrecht. Der amtierende Medienrat der MA HSH konstituierte sich am 12. September 2012. Der Medienrat der MA HSH tagt regelmäßig, im Jahr 2015 acht Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen. Hinzu kamen zwei Sondersitzungen, um die Bewerber für lokalen Rundfunk in Schleswig-Holstein und für die sogenannte 4. UKW-Hörfunkkette in Hamburg und Schleswig-Holstein anzuhören. In einer Klausurtagung wurden außerdem die Aufgabenentwicklung der MA HSH und die Perspektiven der Arbeit des Medienrats vertiefend erörtert.

Mitglieder des Medienrats

Lothar Hay (Vorsitzender)
Roswitha Strauß (Stv. Vorsitzende)
Anne Abel
Günter Beling
Edda Fels
Kai Flatau
Marina Friedt
Martin Kayenburg
Jens Kramer
Thomas Künstler
Dr. Susanne Mayer-Peters
Elke Putzer
Martin Schumacher
Adrian Ulrich



Mitglieder des Medienrats der MA HSH

Beschlüsse 2015

11. Februar

- Feststellung der Benehmensherstellung mit der KEK hinsichtlich der Auswahl der Sat.1 Nord GmbH für die Veranstaltung des Regionalfensters im bundesweiten Fernsehprogramm Sat.1 und Bitte um Herstellung des Benehmens mit der KEK hinsichtlich der Finanzierung des Regionalfensterprogramms.
- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsstruktur der Regiocast GmbH & Co. KG als medienrechtlich unbedenklich.
- Durchführung eines sogenannten Call-for-interest für die Verbreitungsgebiete des Lokalrundfunks in Schleswig-Holstein.

25. März

- Verlängerung der Zulassung der KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co zur Veranstaltung des 24-stündigen landesweiten Fernseh-Vollprogramms „Hamburg 1“ um zehn Jahre bis zum 31. Januar 2025.
- Ausschreibung für die Zuweisung von UKW-Übertragungskapazitäten in der Region 1 (Sylt, Niebüll, Leck, Bredstedt) und in der Region 3 (Lübeck, Bad Schwartau, Krummesse, Ratzeburg) jeweils für die terrestrische Verbreitung eines lokalen nichtkommerziellen 24-stündigen Hörfunkprogramms.
- Ausschreibung für die Zuweisung von UKW-Übertragungskapazitäten in der Region 2 (Flensburg, Glücksburg, Tastrup), der Region 4 (Neumünster, Bordesholm, Nortorf, Padenstedt) und der Region 5 (Rendsburg, Schleswig, Eckernförde) jeweils für die terrestrische Verbreitung eines lokalen nichtkommerziellen 24-stündigen Hörfunkprogramms.
- Erlass der von der Gesamtkonferenz der Medienanstalten am 19. November 2014 geänderten Satzung über den Ersatz notwendiger Aufwendungen und Auslagen der Mitglieder der KJM – Aufwendungsersatzsatzung (KJMAES).

Vorrangige Aufgaben des Medienrats:

- *Erteilung, Rücknahme und Widerruf von Zulassungen*
- *Feststellung von Verstößen gegen den MStV HSH*
- *Entscheidung über Aufsichtsmaßnahmen bei Verstößen gegen die Jugendschutzbestimmungen 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 im Wert von mehr als 100.000 Euro*

3 Organe

Medienrat

Beschlüsse 2015

29. April

- Zulassung der Sat. 1 Nord GmbH als Veranstalterin des regionalen Fensterprogramms für Hamburg und Schleswig-Holstein im Fernsehvollprogramm Sat.1 sowie Zuweisung von digital-terrestrischen Übertragungskapazitäten in Kiel und Hamburg/Lübeck für die Dauer von zehn Jahren bis zum 30. Juni 2025.
- Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität an die Antenne Sylt GmbH anlässlich der Monotypie-Installation „Rückblende“ auf Sylt vom 1. Mai bis zum 30. Mai 2015.
- Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität an die Elbjazz GmbH anlässlich des „Elbjazz Festival“ in Hamburg vom 28. Mai bis zum 31. Mai 2015.
- Förderung von Medienkompetenzprojekten:
 - Projekttag für Internetfrischlinge (PIF!) mit 25.000 Euro
 - Internetratgeber netzdurchblick.de mit 21.000 Euro
 - Medienpädagogische Projekte am Gymnasium Eckhorst in Bargteheide mit 3.000 Euro gefördert.
 - HAW-Fachtagung „Medienkompetenzförderung in Kitas und Vorschulen“ mit 3.000 Euro
 - Jugendleiter-Fortbildung MEDI-leica mit 2.100 Euro
- Änderung der Satzung zur Änderung der Satzung der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) über die Erhebung von Verwaltungsgebühren, Auslagen und Abgaben (Gebühren- und Abgabensatzung – GAS).

3. Juni

- Genehmigung des Jahresabschlusses 2014 der MA HSH und Entlastung des Direktors.
- Feststellung des Rechenschaftsberichts 2014 des Direktors.
- Zulassung der pure Medien Network pMN GmbH zur Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkspartenprogrammes „pure fm – hamburgs dance radio“ über DAB+ in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren bis zum 7. Juni 2025.
- Aussetzung der Verfahren für nichtkommerziellen Lokalfunk wegen aktuell noch fehlender Sicherung der Finanzierung der Programmvorhaben.

8. Juli

- Zuweisung von UKW-Übertragungskapazitäten an die Sylt Funk-Mediengesellschaft mbH für die terrestrische Verbreitung eines lokalen kommerziellen Hörfunkprogramms in der Region 1 (Sylt, Niebüll, Leck, Bredstedt) für die Dauer von zehn Jahren bis zum 16. Juli 2025.
- Ausschreibung für die Zuweisung von UKW-Übertragungskapazitäten in den Ländern Hamburg und Schleswig-Holstein (sog. 4. UKW-Hörfunkkette) für die terrestrische Verbreitung eines privaten 24-stündigen Länder-Hörfunkprogramms.

Beschlüsse 2015

2. September

- Zurückweisung des Widerspruchs der Video Media GmbH & Co. KG wegen der der RTL Nord GmbH erteilten Zulassung und Zuweisung.

14. Oktober

- Zulassung der Antenne Lübeck GmbH i. Gr. für die Veranstaltung eines lokalen kommerziellen Hörfunkvollprogramms und Zuweisung einer UKW-Übertragungskapazität in der in der Region 3 (Lübeck, Bad Schwartau, Krummesse, Ratzeburg) für die Dauer von zehn Jahren bis zum 4. November 2025.
- Feststellung des vom Direktor aufgestellten Haushaltsplans 2016.
- Bestellung eines Wirtschaftsprüfers für die Prüfung der Jahresabrechnung 2015.

9. Dezember

- Zuweisung von UKW-Übertragungskapazitäten in Hamburg und Schleswig-Holstein an die Klassik Radio GmbH & Co. KG für das Programm „Klassik Radio“ für zehn Jahre bis zum 31. Mai 2026.
- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsverhältnisse der Kommanditgesellschaft Hamburg 1 Fernsehen GmbH & Co. als medienrechtlich unbedenklich.
- Förderung von Medienkompetenzprojekten:
 - ElternMedienLotsen Hamburg mit 24.666 Euro
 - Kinderschutz und Jugendschutzsoftware – Tipps für Eltern! mit 22.458 Euro
 - Förderung lokaler Netzwerke der Medienbildung mit 20.000 Euro
 - ElternMedienLotsen Schleswig-Holstein mit 20.000 Euro
 - Schüler machen Medien – Schnappfisch-Media mit 15.000 Euro
 - Jugendbildungsseminar MEDI-Leica mit 3.450 Euro
 - Medienpädagogische Projekte am Gymnasium Eckhorst, Bargteheide, mit 3.000 Euro
- Weiterführung des MA HSH-Medienkompetenzmagazins scout mit zwei Printausgaben in 2016 sowie weiterer Pflege des Online-Portals scoutmagazin.de einschließlich eines Newsletters und einer Facebook-Präsenz.

3 Organe

Interview

Interview Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Ob Antenne, Kabel oder digitale Terrestrik: Die Digitalisierung der Übertragungswege war 2015 auch im Norden ein großes Thema.

Während im Fernsehbereich die Digitalisierung gewissermaßen auf die Zielgerade einbiegt, scheint die Lage bei der Digitalisierung des Hörfunks eher unübersichtlich zu sein...

In der Tat. Zwar schreitet die Digitalisierung auf der einen Seite auch beim Radio voran, auf der anderen Seite gibt es in der Branche nach wie vor erhebliche Uneinigkeit, welches die richtige Strategie bei der Digitalisierung des Hörfunks ist. Einigkeit besteht allein darin, dass das Radio über viele technische Kanäle und Plattformen, also als Multi-Channel-Angebot bei den Hörern ankommen muss. Welche Rolle und Bedeutung dabei der terrestrischen Hörfunkverbreitung über DAB+ zukommt – insbesondere gegenüber dem Internet – ist zumindest umstritten. Gleichwohl haben die Medienanstalten im vergangenen Jahr gemeinsam mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten ein erstes Migrationskonzept zur Digitalisierung der terrestrischen Hörfunkverbreitung erarbeitet, ein konkreter Zeitplan für eine Ablösung von UKW durch DAB+ besteht allerdings nicht.

Worin liegt denn der Vorteil von DAB+ gegenüber der analogen Verbreitung über UKW?

DAB+ bringt den Hörern eine größere Vielfalt von Programmen – öffentlich-rechtlichen wie privaten – und eine hörbar bessere Empfangsqualität. Zudem können auch die Interessen kleinerer Veranstalter an einer terrestrischen Verbreitung befriedigt werden, da bei der digitalen Verbreitung über DAB+ gegenwärtig keine faktische Frequenzknappheit herrscht.



Thomas Fuchs

Ein weiterer Vorteil von DAB+ besteht in der Möglichkeit einer bundesweiten Verbreitung neuer Angebote. Bei UKW bestand und besteht kaum eine Möglichkeit, Programme bundesweit zu verbreiten und nationale Marken zu entwickeln.

Derzeit werden im Fachausschuss Netze, Technik, Konvergenz der Direktorenkonferenz die Rahmenbedingungen für die Verbreitung eines weiteren bundesweiten DAB+ Programmpakets geschaffen.

Werfen wir einen Blick in den Fernsehbereich. Beim analogen Kabel zeichnet sich nun ein Zeitplan für die Abschaltung ab. Wie geht es hier weiter?

Wir gehen davon aus, dass das analoge Kabel im Laufe des Jahres 2018 sukzessive ausläuft. Beim Kabel ist die Digitalisierungsquote in den vergangenen Jahren stark gestiegen und lag laut Digitalisierungsbericht der Medienanstalten Mitte 2015 bei 72,5 Prozent. Auch das Feedback aus dem Markt weist in diese Richtung. Kabelnetzbetreiber und Veranstalter haben in Gesprächen mit den Medienanstalten gleichermaßen Interesse an einer Aufgabe der analogen Verbreitung im Kabel signalisiert.

Bei der digitalen Terrestrik startet in diesem Jahr die erste Stufe von DVB-T2 HD. Wie ist hier der Stand der Dinge?

Ende Mai 2016 beginnt in ausgewählten Ballungszentren die Pilotphase für den DVB-T-Nachfolger DVB-T2 HD. Hamburg, Lübeck und Kiel sind dabei. Mit geeigneten Endgeräten können die Zuschauer in dieser Phase dann sechs Programme frei empfangen. Dabei werden die privaten Programme von Anfang an verschlüsselt ausgestrahlt. Bis zur Aufnahme des Regelbetriebs sind sie kostenlos zu sehen, anschließend wird dafür ein monatlicher Betrag anfallen. Der bundesweite Regelbetrieb mit bis zu 40 öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen soll Ende März 2017 aufgenommen werden. Zu diesem Zeitpunkt wird in den Ballungsräumen die Verbreitung der öffentlich-rechtlichen wie der privaten Veranstalter von DVB-T auf DVB-T2 umgestellt. Die überwiegende Zahl der Programme von ARD, ZDF, der RTL- und der ProSiebenSat.1-Gruppe wird in Full HD, also in höchster Bildqualität, empfangbar sein. Der Umstellung in der Fläche, die nur ARD und ZDF betrifft, wird voraussichtlich 2019 abgeschlossen sein.

Worin liegt bei all diesen Entwicklungen der Nutzen? Was hat der Zuschauer beziehungsweise Zuhörer davon?

Die Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Frequenzen können besser genutzt und bei gleicher Datenmenge mehr Programme verbreitet werden. Das eröffnet auch kleineren Anbietern neue Möglichkeiten. Ob im Fernsehen oder im Radio: Den Nutzern von Radio- und Fernsehangeboten bringen DAB+ und DVB-T2 HD eine größere Programmvietfalt in deutlich besserer Bildbeziehungsweise Tonqualität!

Daher unterstützen die Medienanstalten die Umstiegsprozesse. Um sicherzustellen, dass dabei die Interessen von Veranstaltern, Netzbetreibern und Verbrauchern gleichermaßen berücksichtigt werden, haben wir hier die Moderation übernommen.

Welche Konsequenzen ergeben sich dabei für die Medienregulierung?

Bei den privaten Rundfunkveranstaltern wird die Programmbereitstellung und Vermarktung über Plattformen immer wichtiger. Eine größere Zahl von Programmangeboten darf aber nicht zu weniger Übersichtlichkeit führen, weder für den Anbieter noch für den Nutzer. Diesem Grundsatz trägt die Plattformregulierung Rechnung. Sie soll den Inhalteanbietern sowohl einen chancengleichen und diskriminierungsfreien Zugang zu Plattformen ermöglichen, wie auch eine gleichberechtigte Auffindbarkeit der Angebote auf einer Plattform gewährleisten. Die Auffindbarkeit von Angeboten auf Plattformen und über Benutzeroberflächen darf nicht zu einem eigenen Geschäftsmodell werden.

3 Organe

Interview

Interview Lothar Hay,

Vorsitzender des Medienrats der MA HSH

Vor einem Jahr hat der Medienrat der MA HSH an dieser Stelle die Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein begrüßt, der durch eine Gesetzesänderung zum Jahresbeginn 2015 erstmals möglich wurde. Wie ist jetzt, ein Jahr später, der Stand der Dinge?

Der Staatsvertrag nennt fünf Regionen in Schleswig-Holstein, in denen lokaler Hörfunk veranstaltet werden kann. In zwei von ihnen wurde die Einführung von kommerziellen, in drei weiteren die Einführung von nicht-kommerziellen lokalen Hörfunkvollprogrammen ermöglicht. Die MA HSH hat sehr zügig die entsprechenden medienrechtlichen Vergabeverfahren eröffnet und durchgeführt, wobei sich in der Umsetzung an verschiedenen Stellen Schwierigkeiten ergeben haben. Die betrifft sowohl die frequenztechnische Versorgung der vorgegebenen Gebiete als auch die Förderung der nicht-kommerziellen Veranstalter. Nach Entscheidung des Medienrats ist in der Region um Sylt „Syltfunk-Söl’ring Radio“ am 1. Juni 2016 auf Sendung gegangen. Für die Region Lübeck hat der Medienrat „Antenne Lübeck“ die Übertragungskapazität zugewiesen. Hier ist die frequenztechnische Realisierung derzeit allerdings noch etwas schwierig bzw. nur unter Abstrichen möglich.

Warum geht es beim nicht-kommerziellen Lokalfunk nicht weiter?

Von Anfang an hat der Medienrat der MA HSH darauf aufmerksam gemacht, dass die Finanzierung nicht-kommerzieller Veranstalter im Staatsvertrag völlig ungeklärt ist und sich die Programmvorhaben ohne eine finanzielle Förderung nicht realisieren lassen. Leider haben sich unsere Befürchtungen bestätigt, so

dass die Vergabeverfahren für die Regionen Flensburg, Rendsburg sowie Neumünster ausgesetzt worden sind. Zwar besteht bis auf weiteres noch die Fördermöglichkeit durch die Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein, eine längerfristige Sicherung dieser Förderung ist aber nicht gegeben. Zudem reicht eine Förderung, die Infrastrukturkosten und Studioausstattung umfasst, noch nicht aus, auch der Sendebetrieb muss finanziert werden. Hier weisen die Anträge der nicht-kommerziellen Veranstalter noch erhebliche Finanzierungslücken auf. Erst wenn eine längerfristige Förderung gesichert ist und stimmige Finanzierungskonzepte vorliegen, sieht sich der Medienrat in der Lage, Zuweisungsentscheidungen treffen. Die MA HSH selbst kann die Veranstalter nach geltendem Recht nicht finanziell unterstützen.

Von Schleswig-Holstein zu einem leider schon fast globalen Thema: Der Medienrat hat sich im vergangenen Jahr intensiv mit dem Posten von Hetze und rassistischen Hasskommentaren in Sozialen Medien auseinandergesetzt. Um was ging es da?

Die Anzahl von Hassmails, fremdenfeindlichen Posts und Hetze in sozialen Netzwerken hat in jüngster Zeit massiv zugenommen. Laut der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia gab es 2015 so viele Meldungen volksverhetzender oder rechtsradikaler Inhalte wie noch nie. Hier missbrauchen Nutzer ihr Recht auf freie Meinungsäußerung! Einen solchen Missbrauch können wir nicht dulden und fordern darum ein entschiedenes Vorgehen gegen unzulässige Inhalte. Auch wenn klar ist, dass das Internet nicht wie der klassische Rundfunk reguliert werden kann und sollte, gelten auch hier allgemeingültige Werte und Regeln der Gesellschaft. Darum begrüßte der Medienrat der

3 Organe

Interview



Lothar Hay

MA HSH ausdrücklich den Appell gegen Hetze in sozialen Netzwerken, der von der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen ins Leben gerufen wurde. Er richtet sich gegen Diskriminierung und Hetze im Internet und ruft dazu auf, ein klares Zeichen für ein demokratisches und tolerantes Miteinander im Netz zu setzen.

Was muss hier passieren?

Die Aufgabe, Anfeindungen und Beleidigungen entgegen zu treten, darf nicht allein den Nutzern Sozialer Netzwerke zugeschoben werden; Die Betreiber müssen ihrer Verantwortung noch stärker gerecht werden! Offenbar haben sie durch den Druck der öffentlichen Debatte nun endlich eingesehen, dass es höchste Zeit ist, etwas zu unternehmen. Im Rahmen einer Initiative des Bundesjustizministeriums haben Google, Facebook und Twitter zugesichert, Hate-speech und weitere problematische Inhalte zu prüfen und Aufrufe zu Gewalt und volksverhetzende Inhalte zu entfernen, beziehungsweise an die Strafbehörden weiterzuleiten. Wir werden am Ball bleiben und prüfen, ob diese Versprechen eingehalten werden.

Vita Lothar Hay

Lothar Hay war von Januar 2008 bis Juli 2009 Innenminister des Landes Schleswig-Holstein, zuvor von 1998 bis 2008 Vorsitzender der SPD Landtagsfraktion. Nach dem Abitur 1970 in Flensburg absolvierte er ein Studium für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen an der Pädagogischen Hochschule Flensburg, welches er 1974 mit dem Staatsexamen beendete. Seitdem war er als Lehrer an Hauptschulen im Kreis Schleswig-Flensburg und in Flensburg tätig. Von 1997 bis 2006 war Hay Vorsitzender des Grenzfriedensbunds, und ab 2008 erster Vorsitzender des fusionierten ADS-Grenzfriedensbunds.

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen



Im März verlängerte die MA HSH die Zulassung der KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co zur Veranstaltung des 24-stündigen landesweiten Fernseh-Vollprogramms „Hamburg 1“ um zehn Jahre bis zum 31. Januar 2025. Im Dezember bestätigte die MA HSH eine Beteiligungsveränderung bei der Kommanditgesellschaft Hamburg 1 Fernsehen GmbH & Co., der Veranstalterin von „Hamburg 1“. Der bisher mit 3,333 Prozent beteiligte Gesellschafter Herr Dr. Farhad Vladi ist aus der Gesellschaft ausgeschieden und hat seine Anteile an die Mitgesellschafterin, die Michel Medien Beteiligungs GmbH, übertragen, deren Beteiligung sich damit auf 56,253 % erhöht hat.

Nachdem das regionale Fensterprogramm für Hamburg und Schleswig-Holstein im bundesweiten Vollprogramm „Sat.1“ im Jahr 2014 ausgeschrieben worden war, wählte der Medienrat unter den Bewerbern die Sat. 1 Nord GmbH als Veranstalterin des Regionalfensterprogramms aus. Nach Benehmensherstellung mit der KEK wurde der Sat. 1 Nord GmbH im April die Zulassung für die Veranstaltung des Regionalfensterprogramms bis zum 30. Juni 2025 erteilt und für sofort vollziehbar erklärt. Für den gleichen Zeitraum wurden der Sat. 1 Nord GmbH digital-terrestrische Übertragungskapazitäten in Hamburg und Schleswig-Holstein zugewiesen. Zulassung und Zuweisung sind noch nicht rechtskräftig, da zwei Mitbewerber hiergegen Widerspruch eingelegt haben.

Auch die im Dezember 2014 an die RTL Nord GmbH erteilte Regionalprogrammzulassung ist noch nicht rechtskräftig. Nachdem der Medienrat den Widerspruch eines Mitbewerbers im September 2015 zurückgewiesen hatte, hat dieser gegen die Entscheidung Klage beim Schleswig-Holsteinischen Verwaltungsgericht eingelegt.

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Zulassungen Fernsehen

Folgende private Fernsehveranstalter und Tele-shoppingsender verfügen über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH (Stand Mai 2016):

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
4-Seasons.TV	4-Seasons.TV Fernsehgesellschaft bR • Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH 50 % • Moving Adventures Medien GmbH 50 %	Zulassung als Spartenprogramm
Alster.TV	Magazin Verlag Hamburg HMW GmbH • Wolfgang E. Buss 50 % • „Melan Initiativ“ Veranstaltungs GmbH 50 %	Zulassung als regionales Spartenprogramm
Bibel TV	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop-Stiftung 52,00 % • Astratel Radio- und Televisions- Beteiligungsgesellschaft mbH 12,75 % • EKD Media GmbH 12,75 % • ERF Medien e.V. 4 % • Campus für Christus e.V. 3 % • SCM Verlag GmbH & Co. KG 3 % • 10 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 3 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung DVB-T HH/ SH'
CTV	Coptic Television gGmbH • Koptische Gemeinde Hamburg e.V. 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Disney Channel	The Walt Disney Company (Germany) GmbH • The Walt Disney Company 100 %	Zuweisung DVB-T HH/ SH
Eurosport	Eurosport S.A.S. • Discovery France Holdings S.A.S. 100 %	Zuweisung DVB-T HH
Greencapital.TV	Greencapital.TV GmbH i.G. • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Hamburg 1	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. • Michel Medien Beteiligungs GmbH 56,25 % • Frank Otto 33,48 % • Nikolaus Broschek 7,11 % • AT Media GmbH 3,15 %	Zulassung als regionales Vollprogramm Zuweisung DVB-T HH

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Heimatkanal	Mainstream Media AG - Gottfried Zmeck 55 % - Reichenbach Investment GmbH 20 % - Merkur Torhauer GmbH & Co. KG 15 % - Barbara Zmeck-Koch 5 % - Julia Kießling 5 %	Zulassung als Spartenprogramm
Kabel Eins	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
N24	WeltN24 GmbH Axel Springer SE 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
Nickelodeon	VIMN Germany GmbH - Viva Media GmbH 51 % - Viacom Holdings Germany LL.C. 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Nick Junior	VIMN Germany GmbH - Viva Media GmbH 51 % - Viacom Holdings Germany LL.C. 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Nicktoons	VIMN Germany GmbH - Viva Media GmbH 51 % - Viacom Holdings Germany LL.C. 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
NOA 4 Norderstedt on air	On air new media GmbH Ulrik Neumann 100 %	Zulassung als regionales Spartenprogramm
NOA 4 Nachbarn on air	On air new media GmbH Ulrik Neumann 100 %	Zulassung als regionales Spartenprogramm
OneClimate.TV	Alderaban Marine Research & Broadcast - Frank Schweikert 50 % - Prof. em. Dr. Hartmut Graßl 50 %	Zulassung als Spartenprogramm
ProSieben	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
ProSieben MAXX	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zuweisung DVB-T HH
QVC	QVC Deutschland - QVC International Management LLC & Co. KG 99 % - QVC Deutschland GfR Inc. 1 %	Zuweisung DVB-T HH

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Rocket Beans TV	Rocket Beans Entertainment GmbH - Riesenbuhei Entertainment GmbH 20 % - Nils Bomhoff 20 % - Daniel Budiman 20 % - Etienne Gardé 20 % - Simon Kratschmer 20 %	Zulassung als Spartenprogramm
RTL	RTL Television GmbH Mediengruppe RTL Deutschland GmbH 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
RTL Nord	RTL Nord GmbH RTL Television GmbH 100 %	Zulassung als Regionalprogramm Zuweisung DVB-T HH / SH
RTL2	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG - Heinrich Bauer Verlag KG 31,5 % - Tele-München Fernsehen GmbH & Co. Medienbeteiligungs-KG 31,5 % - CLT-UFA S.A. 27,3 % - UFA Film und Fernseh GmbH 8,6 % - Burda GmbH 1,1 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
Sat.1	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm ² Zuweisung DVB-T HH / SH
Sat.1 Regional	Sat.1 Norddeutschland GmbH ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zulassung als Regionalprogramm Zuweisung DVB-T HH / SH
Sixx	Sat.1 Norddeutschland GmbH ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
Sky³	Sky Fernsehen Deutschland GmbH & Co. KG Sky Deutschland AG 100%	Zulassung als Spartenprogramm
Spiegel Geschichte	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG - Spiegel TV GmbH 51 % - Autentic GmbH 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Spiegel.TV	Spiegel TV GmbH Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Spiegel TV Wissen	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG - Spiegel TV GmbH 51 % - Autentic GmbH 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Sportdigital	Sportdigital.TV Sende- und Produktions GmbH Sportainment Medien GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Super RTL	RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG - CLT-UFA S.A. 50 % - Buena Vista International (BVI) Television Investments Inc. 50 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
Sylt 1	TV Link GmbH & Co. KG - bbg Betriebsberatungs GmbH 50 % - Heike Holst 25 % - Axel Link 25 %	Zulassung als Vollprogramm
Tele 5	TM-TV GmbH Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft 100 %	Zuweisung DVB-T HH / SH
Vox	Vox Television GmbH - Vox Holding GmbH 99,7 % - DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH 0,3 %	Zuweisung DVB-T HH / SH

¹ Die DVB-T-Verbreitung in Schleswig-Holstein wurde am 1. September 2014 eingestellt und die Zuweisung zurückgegeben.

² Die Zulassung ist noch nicht bestandskräftig.

³ Folgende Programme verfügen über eine Zulassung der MA HSH: Sky Action, Sky Atlantic HD, Sky Cinema, Sky Cinema +1, Sky Cinema +24, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Nostalgie, Sky HD-3D.

4 Zulassung und Zuweisung

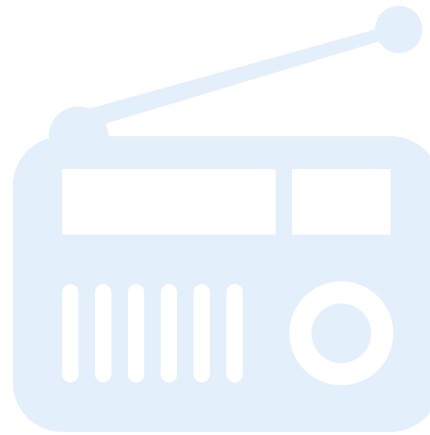
Hörfunk

Mit der Änderung des Medienstaatsvertrags Hamburg/Schleswig-Holstein (MStV HSH) zum 1. Januar 2015 können in Schleswig-Holstein erstmals lokale Hörfunkprogramme zugelassen und ihnen UKW-Übertragungskapazitäten zugewiesen werden. Bereits im Februar führte die MA HSH einen sog. Call-for-interest durch, dessen Ergebnisse in eine von ihr erstellte Marktanalyse eingeflossen sind.

Im März schrieb die MA HSH auf der Basis der Marktanalyse in den Regionen 1 (Sylt, Niebüll, Leck, Bredstedt) und 3 (Lübeck, Bad Schwartau, Krummesse, Ratzeburg) UKW-Übertragungskapazitäten für die terrestrische Verbreitung jeweils eines lokalen kommerziellen 24-stündigen Hörfunkprogramms aus. In den Regionen 2 (Flensburg, Glücksburg, Tastrup), 4 (Neumünster, Bordesholm, Nortorf, Padenstedt) und 5 (Rendsburg, Schleswig, Eckernförde) wurden UKW-Übertragungskapazitäten für die terrestrische Verbreitung jeweils eines lokalen nichtkommerziellen 24-stündigen Hörfunkprogramms ausgeschrieben.

Für die Region 1 gingen in der Folge drei, für die Region 3 fünf Bewerbungen ein. Für die Kapazitäten zur Verbreitung von nichtkommerziellem Hörfunk gab es pro Region jeweils einen Antragsteller.

Im Juni beschloss der Medienrat, die Verfahren für die Zulassung/Zuweisung für nichtkommerziellen Hörfunk auszusetzen, da die Finanzierung der Programmvorhaben noch nicht gesichert war. Den Antragstellern wurde aufgegeben, die Finanzierung ihres jeweiligen Vorhabens zu klären und hierfür unter anderem einen Antrag bei der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein stellen. Die Verfahren sollen nach Konkretisierung der Finanzierungsgrundlagen fortgesetzt werden.



Im Juli erteilte die MA HSH die erste Zuweisung für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein. Der Sylt Funk-Mediengesellschaft mbH wurden UKW-Übertragungskapazitäten für die terrestrische Verbreitung des lokalen kommerziellen Hörfunkprogramms „Syltfunk“ in der Region 1 (Sylt, Niebüll, Leck, Bredstedt) für die Dauer von zehn Jahren bis zum 16. Juli 2025 zugewiesen. Der hiergegen gerichtete Widerspruch eines Mitbewerbers wurde im Februar 2016 vom Medienrat zurückgewiesen. Eine Klage wurde nicht erhoben, sodass die Zuweisung bestandskräftig ist. Der Sendestart erfolgte am 1. Juni 2016.

Im Oktober erteilte die MA HSH der Antenne Lübeck GmbH i. Gr. die Zulassung für das Programmvorhaben „Antenne Lübeck“ und wies ihr für zehn Jahre bis zum 4. November 2025 eine UKW-Übertragungskapazität für die terrestrische Verbreitung eines lokalen kommerziellen Hörfunkvollprogramms in der Region 3 (Lübeck, Bad Schwartau, Krummesse, Ratzeburg) zu. Gegen diese Entscheidung legten zwei Mitbewerber Widerspruch ein, von denen einer zurückgenommen und der andere im April 2016 vom Medienrat zurückgewiesen worden ist.

Hiergegen hat der Antragsteller Klage vor dem Schleswig-Holsteinischen Verwaltungsgericht erhoben.

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Begleitet von einer Presseveranstaltung ging am 17. Juni der erste private DAB+-MUXX an den Start. Zusätzlich zu den acht Angeboten des NDR und elf Programmen des bundesweiten DAB+-Ensembles stehen den Zuhörerinnen und Zuhörern mit 80s80s Hamburg, FSK 93.0 Hamburg, HLRdigital, Mega Radio, Radio Paradiso und purefm nunmehr auch sechs private Programme über DAB+ zur Verfügung. Für purefm hatte die MA HSH der pure Medien Network pMN GmbH im Juni die Zulassung zur Veranstaltung eines 24-stündigen Hörfunkspartenprogrammes über DAB+ für das Verbreitungsgebiet Hamburg für die Dauer von zehn Jahren bis zum 7. Juni 2025 erteilt.

Im Juli schrieb die MA HSH die sog. 4. UKW-Hörfunkkette erstmals für Hamburg und Schleswig-Holstein gemeinsam aus. Auf die Ausschreibung gingen sechs Bewerbungen ein. Im Dezember wies die MA HSH der Klassik Radio GmbH & Co. KG die UKW-Kapazitäten in Hamburg und Schleswig-Holstein für das Programm „Klassik Radio“ für zehn Jahre bis zum 31. Mai 2026 zu. Die Anträge der übrigen Bewerber wurden zurückgewiesen.

Der Antenne Sylt GmbH wurde für den Zeitraum vom 1. bis zum 30. Mai eine UKW-Übertragungskapazität anlässlich der auf der Insel Sylt stattfindenden Monotypie-Installation „Rückblende“ für Veranstaltungsrundfunk zugewiesen.

Der Elbjazz GmbH wurde für den Zeitraum vom 28. bis zum 31. Mai 2015 anlässlich des „Elbjazz Festival“ in Hamburg die Zulassung zur Veranstaltung des Veranstaltungshörfunkprogramms „ELBJAZZ FM“ erteilt und eine UKW-Übertragungskapazität zugewiesen.

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Zulassungen Hörfunk

Folgende private Hörfunkveranstalter und Teleshoppingsender verfügen über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH (Stand Mai 2016):

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
2255 Media	2255 GmbH & Co. KG • KK Invest GmbH 60 % • Susanne Backmeister 20 % • Matthias Müller 20 %	Zulassung als Spartenprogramm
80s80s	Regiocast GmbH & Co.KG • medien holding:nord gmbH 20,11 % • BO Beteiligungs GmbH 15,97 % • MOIRA Rundfunk GmbH 15,39 % • Lübecker Nachrichten GmbH 12,16 % • Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH & Co. Beteiligungs KG 11,21 % • Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH 4,92 % • Delta Radio GmbH & Co. KG 3,72 % • Nora Nordostsee Radio GmbH & Co. KG 3,45 % • sowie 10 weitere Kommanditisten mit jeweils unter 3,00 %	Zulassung als Vollprogramm
Alster Radio 106!8 Rock'n Pop	Alster Radio GmbH & Co. KG • NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Antenne Lübeck	Antenne Lübeck GmbH • Fred Dohmen medien GmbH 60 % • Moggimedia GmbH 40 %	Zulassung als lokales Vollprogramm lokale Zuweisung UKW
Antenne Sylt	Antenne Sylt UG (haftungsbeschränkt) • Hans-Peter Müller 47,82 % • HITL Verwaltungs GmbH 47,82 % • MK Wirtschaftsdienst GmbH 4,35 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Byte.FM	ByteFM GmbH • Ruben Jonas Schnell 90 % • Günter Pilz 5 % • Dr. Klaus Pilz 5 %	Zulassung als Spartenprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Delta Radio	Delta Radio GmbH & Co. KG - Frank Otto Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG 58,89 % - Regiocast GmbH & Co. KG 17,17 % - Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,12 % - Ditting Media Beteiligungs GmbH 7,82 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Elbe 1'	TW-Media GmbH i.Gr. Tobias Wacker 100 %	Zulassung als Vollprogramm
Energy	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH NRJ- Hörfunk Beteiligungs GmbH 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Energy Hamburg	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH NRJ-Hörfunk Beteiligungs GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
FSK	Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. - Förderverein Radio Loretta e.V. 25 % - projekt_r 20 % - Uni Radio e.V. 15 % - Arbeitsgemeinschaft der Stadtteilradios 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 % - Jüdische Gemeinde Pinneberg e.V. 5 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Hamburg zwei	Radio 95.0 GmbH & Co. KG - Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 51,0 % - Radio Hamburg GmbH & Co. KG 16,4 % - Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,3 % - Regiocast GmbH & Co. KG 16,3 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Hamburger Lokalradio	Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. - Kulturradio e.V. 50 % - Swinging Hamburg e.V. 20 % - Stiftung Sammlung Rolf Italiaander / Hans Spegg-Museum Rade am Schloss Reinbek 10 % - Kommunales Radio e.V. 10 % - Lola e.V. 5 % - Pro Cultura e.V. 5 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Kiss FM	Alpha 12 Digitalradio GmbH & Co. KG NORFOM Medien GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Klassik Radio	Klassik Radio GmbH & Co. KG • Euro Klassik GmbH 100 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung UKW
Mega Radio¹	Mega Radio GmbH • Peter Valentino Medien GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm
Pink Channel	Pink Channel e.V. • Größere Zahl von natürlichen Personen als Vereinsmitglieder bzw. Fördermitglieder 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Pure FM	Pure Media Network pMN GmbH • Matthias Kayales • Dipl.-Ing. Steve Raschke • Alain Rappsilber 40 % 40 % 20 %	Zulassung als Spartenprogramm
Radio Bibel TV¹	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop-Stiftung • Astratel Radio- und Televisions- Beteiligungsgesellschaft mbH 1 • EKD Media GmbH • ERF Medien e.V. • Campus für Christus e.V. • SCM Verlag GmbH & Co. KG • 10 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 52,00 % 12,75 % 12,75 % 4 % 3 % 3 % 3 %	Zulassung als Spartenprogramm
Radio Hamburg	Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Axel Springer Verlag AG • Ufa Film- und Fernsehen GmbH • Heinrich Bauer Verlag KG • Lüthmannndruck Harburger Zeitungs- GmbH & Co. KG • Morgenpost Verlag GmbH 35,0 % 29,2 % 25,0 % 5,8 % 5,0 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Radio Bob! rockt den Norden	Nora NordOstseeRadio GmbH Co. KG • Regiocast GmbH & Co. KG • Ditting Media Beteiligungs GmbH & Co. KG • Delta Radio GmbH & Co. KG • Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG • Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Dr. Ulrich Ziegenbein • G+D Grafik + Druck GmbH & Co. KG • Eberhard Becker • Radio Neptun Rundfunk-Verwaltungs GmbH • 7 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 25,68 % 20,98 % 11,79 % 10,14 % 8,87 % 6,88 % 4,95 % 3,43 % 3,10 % 3,00 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Radiopark	Radiopark GmbH & Co. KG • Arndt-Helge Grap 53,35 % • Frank Otto 22,92 % • Jens-Uwe Steffens 6,25 % • Prof. Norbert Aust 6,25 % • Wilfried Sorge 6,25 % • Christian Thorge Schmidt 4,17 % • Michael Conrad 0,82 %	Zulassung als Spartenhörfunkprogramm- bouquet
Radio Paradiso¹	Evangelischer Presseverband Norddeutschland GmbH • Evangelisch-Lutherische Kirche in Norddeutschland 47,5 % • Evangelischer Presseverb. für Mecklenburg-Vorpommern e.V. 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Altholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Dithmarschen 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Hamburg-Ost 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis HH West-Südholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Mecklenburg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Nordfriesland 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Ostholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Plön-Segeberg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Rantzaу-Münsterdorf 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Rendsburg Eckernförde 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Schleswig-Flensburg 3,7 % • Pommerscher Evangelischer Kirchenkreis 3,7 %	Zulassung als Vollprogramm
Radio P.O.S.	Radio Point of Sale GmbH • P.O.S. Medien Beteiligungs GmbH 99,86 % • Dietmar Otto 0,09 % • Thomas Heilmann 0,05 %	Zulassung als Spartenprogramm (Ladenfunk)
Radio RZ 1	Radio RZ 1 Medien- und Veranstaltungs UG (haftungsbeschränkt) • Roland Michels 50 % • Anja Michels 50 %	Zulassung als Vollprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
R.SH Radio Schleswig-Holstein	Regiocast GmbH & Co. KG • medien holding:nord gmbH 20,11 % • BO Beteiligungs GmbH 15,97 % • MOIRA Rundfunk GmbH 15,39 % • Lübecker Nachrichten GmbH 12,16 % • Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH & Co. Beteiligungs KG 11,21 % • Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH 4,92 % • Delta Radio GmbH & Co. KG 3,72 % • Nora Nordostsee Radio GmbH & Co. KG 3,45 % • sowie 10 weitere Kommanditisten mit jeweils unter 3,00 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Radio VHR¹	Radio VHR • Alfred Krandick (Geschäftsführer)	Zulassung als Vollprogramm
Sylt Funk	Sylt Funk Mediengesellschaft mbH • Günter Drossart 50 % • Stefan Hartmann 50 %	Zulassung als Vollprogramm lokale Zuweisung UKW

¹ Sendestart noch offen.

Marktanteile Hörfunk

Wie in den Jahren zuvor zeigten die auch im Jahr 2015 erhobenen Daten zum Radiomarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt kaum Veränderungen im Vergleich zu den Vorjahren.

In Hamburg hat Radio Hamburg seine Marktführerschaft behauptet und lag sowohl in punkto Tagesreichweiten mit 22,9 Prozent als auch bei den Marktanteilen mit 21,0 Prozent vorn. Es folgten die NDR-Programme 90,3 und NDR 2 mit Marktanteilen von 16,9 Prozent und 14,5 Prozent. Alle weiteren Hörfunkprogramme erreichten in Hamburg Tagesreichweiten und Marktanteile, die deutlich unter 10 Prozent liegen.

Ein leicht verändertes Bild ergab sich für Schleswig-Holstein. Hier konnte zwar R.SH mit 24,9 Prozent die größte Tagesreichweite vor den NDR Programmen Welle Nord und NDR 2 für sich verbuchen, bei den Marktanteilen dagegen lag die NDR Welle Nord mit 21,2 Prozent vor R.SH und NDR 2.

Im Ballungsraum Hamburg überlappen sich beide Märkte teilweise, wobei aufgrund des Metropolenbezugs auch hier Radio Hamburg die Marktführerschaft vor NDR 2 für sich reklamieren konnte.

Insgesamt bewegt sich die Hörfunknutzung in Hamburg und Schleswig-Holstein auf konstant hohem Niveau, wobei sich gezeigt hat, dass Reichweite und Nutzungsumfang bei den jungen Zielgruppen erheblich geringer sind als bei den älteren Zielgruppen. So hören in Schleswig-Holstein die über 50-Jährigen an einem Arbeitstag 225 Minuten Radio, die 14- bis 29-Jährigen dagegen nur 135 Minuten. In Hamburg fällt die Relation mit 193 zu 134 Minuten etwas weniger drastisch aus.

In Hamburg und Schleswig-Holstein empfangbare Radioprogramme finden Sie auf der Homepage der MA HSH unter www.ma-hsh.de/radio-tv

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Marktanteile Hamburg

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

Programme	ma 2016/I	ma 2015/II
Radio Gesamt	100	100
Radio Hamburg	21,0	20,6
NDR 90,3	16,9	20,3
NDR 2	14,5	15,1
NDR Info	5,0	4,7
ENERGY Hamburg	3,8	2,8
N-Joy	3,8	4,3
HAMBURG ZWEI	3,5	2,8
NDR 1 Niedersachsen	3,3	2,5
alster radio	2,8	4,5
delta radio	2,4	2,6
Klassik Radio Gebiet HH/SH	2,4	1,7
R.SH Radio Schleswig-Holstein	2,0	2,2
NDR 1 Welle Nord	1,9	1,7
NDR Kultur	1,4	1,4
Antenne Niedersachsen	1,4	1,2
radio ffn	0,7	0,6
Radio NORA	0,5	0,4
FSK	0,1	0,1
NDR 1 Radio MV	0,1	0,0
TIDE 96.0	0,0	0,1

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Die Daten stammen aus Erhebungswellen im Frühjahr
und im Herbst 2015.

Erscheinungsdaten:
ma 2016/I: 02. März 2016
ma 2015/II: 22. Juli 2015

Marktanteile Schleswig-Holstein

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

Programme	ma 2016/I	ma 2015/II
Radio Gesamt	100	100
NDR 1 Welle Nord	21,2	19,7
R.SH Radio Schleswig-Holstein	18,3	20,1
NDR 2	17,3	17,2
N-Joy	5,7	6,1
Radio Hamburg	5,4	4,9
NDR 90,3	5,2	4,9
Radio NORA	3,9	3,5
delta radio	3,5	4,2
NDR Info	2,4	2,7
NDR Kultur	1,9	1,9
alster radio	1,8	0,9
ENERGY Hamburg	1,8	1,0
Klassik Radio Gebiet HH/SH	1,5	1,5
NDR 1 Niedersachsen	0,6	1,5
HAMBURG ZWEI	0,5	0,6
radio ffn	0,4	0,3
NDR 1 Radio MV	0,3	0,3
Antenne Niedersachsen	0,1	0,1

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Die Daten stammen aus Erhebungswellen im Frühjahr
und im Herbst 2015.

Erscheinungsdaten:
ma 2016/I: 02. März 2016
ma 2015/II: 22. Juli 2015

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Tagesreichweite Hamburg

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

Programme	ma 2016/I	ma 2015/II
Radio Gesamt	71,3	69,5
Radio Hamburg	22,9	23,0
NDR 2	15,9	17,0
NDR 90,3	13,9	15,6
NDR Info	8,0	6,9
ENERGY Hamburg	6,8	5,0
alster radio	4,9	5,5
HAMBURG ZWEI	4,9	4,6
Klassik Radio Gebiet HH/SH	3,8	2,3
delta radio	3,3	3,6
radio ffn	2,5	1,6
NDR 1 Welle Nord	2,4	2,1
NDR Kultur	2,2	2,0
R.SH Radio Schleswig-Holstein	2,2	2,4
NDR 1 Niedersachsen	1,9	1,8
Radio NORA	1,3	1,2
Antenne Niedersachsen	1,2	1,0
NDR 1 Radio MV	0,3	0,1
FSK	0,1	0,1
TIDE 96.0	0,1	0,2

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Die Daten stammen aus Erhebungswellen im Frühjahr
und im Herbst 2015.

Erscheinungsdaten:
ma 2016/I: 02. März 2016
ma 2015/II: 22. Juli 2015

Tagesreichweite Schleswig-Holstein

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

Programme	ma 2016/I	ma 2015/II
Radio Gesamt	79,3	79,3
R.SH Radio Schleswig-Holstein	24,9	24,0
NDR 2	20,2	20,7
NDR 1 Welle Nord	19,0	19,0
N-Joy	10,7	12,6
Radio Hamburg	7,1	7,2
delta radio	7,0	7,8
Radio NORA	6,4	6,3
NDR 90,3	4,5	4,6
NDR Info	4,3	4,9
alster radio	2,9	1,9
Klassik Radio Gebiet HH/SH	2,5	2,3
NDR Kultur	2,4	2,1
ENERGY Hamburg	2,1	2,0
NDR 1 Niedersachsen	1,3	1,8
HAMBURG ZWEI	1,1	1,2
radio ffn	0,9	0,7
NDR 1 Radio MV	0,5	0,6
Antenne Niedersachsen	0,4	0,2

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Die Daten stammen aus Erhebungswellen im Frühjahr
und im Herbst 2015.

Erscheinungsdaten:
ma 2016/I: 02. März 2016
ma 2015/II: 22. Juli 2015

5 Programmaufsicht



Neben der Erteilung von Zulassungen und Zuweisungen steht die Aufsicht über die von ihr zugelassenen Fernseh- und Radioprogramme im Zentrum der Arbeit der MA HSH. Hier überprüft sie insbesondere, ob die Sender die gesetzlichen Bestimmungen zum Jugendmedienschutz, zur Werbung und zu den allgemeinen Programmgrundsätzen einhalten. Daneben hat sie auch spezielle Lizenzauflagen im Blick.

Im Rahmen der kontinuierlichen Programmebeobachtung werden regelmäßig bestimmte Programme, Sendungen oder Sendeformate über einen festgelegten Zeitraum systematisch analysiert. Wichtig sind dabei die Hinweise von Zuhörern oder Zuschauern, die auf problematische Inhalte im laufenden Programm aufmerksam geworden sind.

Der von der MA HSH angestrebte offene und ergebnisorientierte Austausch mit den Rundfunkveranstaltern hat sich auch im vergangenen Jahr als erfolgreich erwiesen. Je nach Sachlage konnte die MA HSH in vielen Prüffällen eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen. Nur bei wenigen Programmverstößen musste sie ein förmliches Aufsichtsverfahren einleiten. Auch im Vorwege einer Ausstrahlung ließen sich Rundfunkveranstalter immer wieder bezüglich möglicherweise problematischer Inhalte oder Formate von der MA HSH beraten. Hier zeigte sich, dass die MA HSH von den Beteiligten als kompetente Ansprechpartnerin geschätzt wird und ihr fachlicher Rat gefragt ist.

Ein Schwerpunkt der Aufsichtstätigkeit der MA HSH liegt beim Jugendschutz im Internet. Wie in den vorausgegangenen Jahren war sie hier mit zahlreichen Rechtsverstößen durch Anbieter aus Hamburg und Schleswig-Holstein befasst. Dieser Bereich ist durch aufwändige Ermittlungsarbeiten und langwierige Aufsichtsverfahren gekennzeichnet, da viele Anbieter versuchen, ihre Verantwortlichkeit zu verschleiern, Rechtsbehelfe gegen erlassene Bescheide einlegen oder die Zahlung der festgesetzten Gebühren und Bußgelder verweigern.

Daneben gehört auch die Prüfung der vorgeschriebenen Anbieterkennzeichnung im Internet zu den Aufsichtsaufgaben der MA HSH. Die Prüffälle in diesem Bereich führen weit überwiegend zur Nachbesserung der Angebote, so dass nur in sehr wenigen Fällen Bußgeldverfahren einzuleiten sind.

5 Programmaufsicht

Telemedien

Aufsichtstätigkeit

Die MA HSH überwachte auch im Jahr 2015 die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter und bearbeitete die in diesem Zusammenhang anfallenden Prüffälle.

Die Prüffälle werden teils von jugendschutz.net, der gemeinsamen Stelle der Länder und Landesmedienanstalten für den Jugendschutz im Internet, aufgegriffen und an die MA HSH herangetragen. Teils führt die MA HSH auch eigene Recherchen durch, prüft Beschwerden von Internetnutzern und geht Hinweisen von Fachstellen oder anderen Medienanstalten nach. Erfolgt auf die Hinweisschreiben von jugendschutz.net beziehungsweise der MA HSH keine Nachbesserung, wird ein KJM-Prüfverfahren eingeleitet. Für die Fälle, die sich im Zuständigkeitsbereich der MA HSH befinden, nimmt ein KJM-Prüfer der MA HSH an der Prüfung teil.

Stellt die Prüfgruppe einen möglichen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften fest, führt die MA HSH die Anhörung des Anbieters durch und ist dabei auch für die rechtliche Bewertung von Anbieterstellungnahmen, für die routinemäßige Überprüfung der Angebote und bei anhaltenden Verstößen für die Dokumentation des Sachstands verantwortlich. Nach erfolgter Anhörung leitet die MA HSH die Fälle erneut an die KJM zur abschließenden Beschlussfassung weiter und setzt die Entscheidungen der KJM um.

In Fällen, in denen die KJM-Prüfgruppe außerdem einen möglichen Verstoß gegen das Strafgesetzbuch (StGB) feststellt, gibt die MA HSH den Vorgang zunächst an die zuständige Staatsanwaltschaft ab.

Neben der Aufsicht über den Jugendschutz fällt auch die Werbeaufsicht im Internet in die Zuständigkeit der MA HSH. Darüber hinaus steht die MA HSH auch Telemedienanbietern für Beratungsgespräche zur Verfügung.

Aufsichtsfälle

Bezogen auf das Internet bearbeitete die MA HSH im Jahr 2015 insgesamt 69 Jugendschutz-Fälle. Es handelte sich dabei vorwiegend um Angebote mit sexualthematischen Inhalten, die in der Regel gleich gegen mehrere Normen des JMStV verstießen. Sie enthielten beispielsweise frei zugängliche oder unzureichend geschützte pornografische Darstellungen. Als pornografisch ist eine Darstellung anzusehen, wenn sie unter Ausklammerung aller sonstigen menschlichen Bezüge sexuelle Vorgänge in grob aufdringlicher Weise in den Vordergrund rückt und ihre Gesamttendenz ausschließlich oder überwiegend auf das lüsterne Interesse des Betrachters an sexuellen Dingen abzielt. Pornografische Darstellungen sind jugendgefährdend und im Internet nur zulässig, wenn sie ausschließlich Erwachsenen innerhalb „geschlossener Benutzergruppen“ zugänglich sind.

Dieselben Angebote enthielten zumeist weitere sexualthematische Inhalte unterhalb der Schwelle zur Pornografie, die insgesamt als entwicklungsbeeinträchtigend zu bewerten waren. Sie enthielten beispielsweise Fotografien von nackten weiblichen Körpern in sexuell aufreizenden und anbietenden Posen sowie sexualisierte Texte, die zum Teil vulgärsprachlich waren. Die Angebote vermittelten insgesamt ein problematisches Bild von Sexualität und Geschlechterrollen.

Bei entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten müssen die Anbieter sicherstellen, dass diese von Kindern und Jugendlichen üblicherweise nicht wahrgenommen werden können. Sie können solche Angebote beispielsweise altersgerecht klassifizieren und die Klassifizierung für anerkannte Jugendschutzprogramme auslesbar machen.

5 Programmaufsicht

In den meisten dieser Fälle hatten die Anbieter zudem keinen Jugendschutzbeauftragten bestellt, was ebenfalls gegen die Bestimmungen des JMStV verstößt. Telemedienanbieter, die jugendgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte verbreiten, sind in der Regel verpflichtet, einen Jugendschutzbeauftragten zu bestellen. Dieser soll Ansprechpartner für die Nutzer sein, den Anbieter in Fragen des Jugendschutzes beraten und die zur Erfüllung seiner Aufgaben erforderliche Fachkunde besitzen.

Unter den Prüffällen befanden sich auch Angebote aus der Kategorie „Extremismus“ mit nach § 4 Abs. 1 JMStV unzulässigen und strafrechtlich relevanten Inhalten. Sie enthielten beispielsweise Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, wie etwa Hakenkreuze, verbreiteten Aussagen, die den Holocaust leugneten oder verharmlosten, beziehungsweise stachelten zum Hass gegen bestimmte Bevölkerungsgruppen auf. Ein Fall enthielt nach § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 JMStV unzulässige Gewaltdarstellungen.

47 der 69 Fälle waren bereits in den Vorjahren aufgegriffen und 2015 von der MA HSH weiter betrieben worden. 22 Fälle kamen 2015 neu hinzu. In 15 Fällen wurde 2015 wegen nicht erfolgter Nachbesserung nach Hinweisschreiben ein KJM-Verfahren eingeleitet.

Die MA HSH führte 2015 in zehn Fällen die Anhörung des Anbieters durch.

In 13 Fällen, in denen zudem ein möglicher Verstoß gegen das StGB vorlag, gab die MA HSH den Vorgang an die zuständige Staatsanwaltschaft ab. Es handelte sich dabei um Angebote mit pornografischen oder strafrechtlich relevanten extremistischen Inhalten.

Nach abschließender Beschlussfassung durch die KJM erließ die MA HSH im Berichtszeitraum zwei Beanstandungsbescheide. In einem Fall wurde ein Bußgeld verhängt. Dabei handelte es sich um ein Angebot mit pornografischen Inhalten, das von der MA HSH aufgegriffen worden war. Zwei Fälle konnten 2015 nach Entscheidung der KJM eingestellt werden, da die Angebote im Zuge der Anhörung des Anbieters nachgebessert worden waren.

Viele Fälle bleiben aber auch nach erfolgter Beanstandung, Untersagung und/oder Verhängung eines Bußgelds noch im förmlichen Verfahren der MA HSH, weil die Angebote auf Nachbesserung überprüft werden müssen oder die Anbieter Rechtsbehelfe gegen die erlassenen Bescheide einlegen. 2015 wurden fünf Bußgeldbescheide, die die MA HSH im Vorjahr erlassen hatte, vor Gericht bestätigt. Das Amtsgericht Nordstedt legte lediglich eine niedrigere Summe fest. In zehn weiteren Fällen standen im Berichtszeitraum noch Gerichtsentscheidungen aus. Fünf Fälle konnten förmlich abgeschlossen werden.

Neben den Jugendschutzfragen befasste sich die MA HSH im Berichtsjahr auch mit zwei werberechtlichen Fällen im Internet. Die Prüfung führte zu folgenden Ergebnissen:

- Die Homepage von Klassik Radio enthielt unzulässige Werbung für einen Onlineshop für Zigarren. Nach einem Hinweis der MA HSH wurde die Werbung unverzüglich entfernt, so dass die Angelegenheit nicht weiter verfolgt wurde.
- Eine Instagram-Nutzerin hatte in verschiedenen Medien bekanntgegeben, dass sie von Unternehmen Geld erhalte, wenn sie sich mit deren Produkten für ihr Instagram-Profil ablichten lässt. Da ein solches Vorgehen Werbung darstellt, wurde der Instagram-Nutzerin aufgetragen, für eine klare Erkennbarkeit der Werbung zu sorgen. Die Anbieterin hat umgehend reagiert und eine Kennzeichnung der entsprechenden Posts mit den Begriffen „sponsored“ und/oder „ad“ vorgenommen.

5 Programmaufsicht

Anbieterkennzeichnung

Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit überprüft die MA HSH auch, ob die Anbieter von Telemedien ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Anbieterkennzeichnung (Impressumsangaben) nachkommen. Nach § 55 RStV und § 5 TMG müssen Telemedienangebote, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, Informationen über den Anbieter leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar halten.

Art und Umfang der Pflichtangaben über den Anbieter ergeben sich aus dem jeweiligen Angebot. Angebote ohne wirtschaftliche Relevanz, wie Informationsangebote von Vereinen, die nicht auf Gewinn abzielen, unterliegen i.d.R. den eingeschränkteren Vorgaben nach § 55 Abs. 1 RStV. Zu diesen Angaben gehören zumindest der Name und die Anschrift des Anbieters. Für Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten gilt, dass sie überdies einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen müssen (§ 55 Abs. 2 RStV).

Für geschäftsmäßige Telemedien, die in der Regel gegen Entgelt angeboten werden, kommen die Regelungen des § 5 TMG zur Anwendung. Zusätzlich zum Namen und der Anschrift sind insbesondere die Angabe einer E-Mail-Adresse sowie eine zweite Kontaktmöglichkeit wie Telefon- oder Faxnummer verpflichtend. Darüber hinaus können im Einzelfall weitere Angaben erforderlich sein.

Im aktuellen Berichtszeitraum wurden 57 neue Fälle unzureichender Anbieterkennzeichnungen von Internetangeboten geprüft. Die Mitteilungen erfolgten überwiegend von anderen Behörden, Privatpersonen oder offenbaren Konkurrenten. Die Mehrzahl der Anbieter haben ihr Impressum nach Hinweisen der MA HSH nachgebessert. Bei den anderen stehen Nachbesserungen noch aus beziehungsweise die Einleitung eines Ordnungswidrigkeitenverfahrens durch die MA HSH an. Acht Fälle wurden zuständigkeitshalber an andere Institutionen abgegeben, weil diese örtlich zuständig waren beziehungsweise sich die Zuständigkeit im Laufe des jeweiligen Verfahrens geändert hat.

Die stetig zunehmende Zahl von Internetangeboten, Impressumspflichten für Angebote in sozialen Netzwerken und sonstigen Plattformen sowie die Sensibilisierung für die Bedeutung der Impressumsangaben in der Nutzergemeinde lässt die Annahme zu, dass auch zukünftig sogenannte Impressumsfälle eine wichtige Teilaufgabe der MA HSH sein werden.

5 Programmaufsicht

Fernsehprogramme

Um sicherzustellen, dass die von der MA HSH zugelassenen Programme nicht gegen Programmgrundsätze verstoßen, werden sie beobachtet und stichprobenartig geprüft. Gleichzeitig nimmt die Medienanstalt Programmbeschwerden entgegen. Die folgenden Fallbeispiele sollen aufzeigen, warum die Prüfung von Fernsehveranstaltern nötig ist und wie die MA HSH in konkreten Fällen vorgeht. Im Jahr 2015 erreichten die MA HSH acht Programmbeschwerden bezüglich Werbung, Jugendmedienschutz, Programminhalten und Programmhinweisen.

Werbung

- Eine Beschwerde betraf diverse, auch an Kinder und Jugendliche gerichtete, Werbespots, die ab 21 Uhr beim Kindersender Nickelodeon im Programmblock „Nick Night“ ausgestrahlt wurden. Sie warben für Handy-Spiele, Video-Klingeltöne und angeblich verlässliche Auskünfte zu Freundschafts- und Liebesfragen. Alles konnte man einfach per Handy anfordern. Durch ihre Gestaltung nutzten die Spots die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen unter 16 Jahren aus, um sie zum Abschluss von Abonnements zu bewegen. Nach einem Hinweis der MA HSH sagte der Sender zu, die Spots nicht mehr vor 22 Uhr zu senden. Bei einer Ausstrahlung zu dieser späten Sendezeit dürfen Fernsehveranstalter davon ausgehen, dass Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren die Spots normalerweise nicht wahrnehmen. Da der Sender seine Zusage zuverlässig einhält, wurde die Angelegenheit nicht weiter verfolgt.
- Bei „Nick Night“ fielen im Programmblock „Nick Night“ nach 21 Uhr beziehungsweise 22 Uhr außerdem zwei Werbespots für eine Dating-App auf. Die Nutzung der App ist für Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren riskant, da sie erhebliche Kontakt Risiken mit sich bringt. Im Google Play Store ist sie daher mit dem Alterskennzeichen „ab 18 Jahren“ versehen. Werbung für solche Produkte darf nur getrennt von Sendungen erfolgen, die sich an Kinder oder Jugendliche richten. Die Sendungen bei Nickelodeon richten sich tagsüber an Kinder und nach 21 Uhr überwiegend an Jugendliche. Die Werbespots für die App dürfen daher in diesem Programm erst ab 23 Uhr gesendet werden. Bei einer Ausstrahlung nach dieser Uhrzeit dürfen Fernsehveranstalter davon ausgehen, dass Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren die Spots normalerweise nicht wahrnehmen. Der Sender sagte nach entsprechender Mitteilung der MA HSH sofort zu, die Spots nicht mehr vor 23 Uhr zu senden. Da er seine Zusage zuverlässig einhält, waren keine weiteren Maßnahmen erforderlich.
- Nickelodeon sendete außerdem einen Werbespot, der nicht durch ein Werbelogo vom übrigen Programm getrennt war. Nach weiterer Sichtung des Programms schien es sich um ein Versehen gehandelt zu haben. Die MA HSH wies den Veranstalter formlos auf den Fehler hin.
- Im Programm von Hamburg 1 fielen verschiedene werberechtliche Problemlagen auf, die insbesondere die Nichtkennzeichnung von Werbung betrafen. Die MA HSH wies den Veranstalter darauf hin, der umgehend nachbesserte.

5 Programmaufsicht

Jugendmedienschutz

- Das Internet-Spartenprogramm „rocketbeans.tv“ zeigte im Nachtprogramm ab 23 Uhr die Sendung „Let’s play – Left 4 Dead 2“. Zwei Moderatoren spielten darin das im Sendetitel genannte Computerspiel. Ein Zuschauer beschwerte sich über die Sendung, da einer der Moderatoren die EU-Version des Spiels verwendete. Diese war von den zuständigen Stellen in die Liste der jugendgefährdenden Medien eingetragen (indiziert) und darüber hinaus auch beschlagnahmt worden. In der Sendung waren zahlreiche Ausschnitte dieser Spielversion zu sehen. Die MA HSH bewertete die Sendung als unzulässiges Angebot im Sinne des JMStV und legte den Fall der KJM vor. Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.
- Ein Spielfilm im Programm des Pay-TV-Senders Sky war Gegenstand einer weiteren Beschwerde. Ein Zuschauer kritisierte, dass der Film „Der Pianist“ bereits ab 20 Uhr zu sehen war, obwohl er belastende Gewaltdarstellungen enthält. Die Prüfung ergab, dass der Film von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) ab 12 Jahren freigegeben wurde. Solche Filme dürfen nach den jugendschutzrechtlichen Vorschriften uneingeschränkt ab 20 Uhr gesendet werden. Ein Rechtsverstoß lag daher nicht vor.
- Eine andere Beschwerde richtete sich gegen eine Folge der Zeichentrickreihe „Sanjay & Craig“, die im Tagesprogramm von Nickelodeon zu sehen war. Die Beschwerdeführerin kritisierte den Ausspruch „Alter – was geht?“, aber auch „Beschimpfungen und falsche Lebensbilder“, die in der Sendung enthalten seien. Die Prüfung des Sachverhalts ergab jedoch keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften.
- Auch eine Folge der Zeichentrickreihe „Harveys schnabelhafte Abenteuer“ im Tagesprogramm von Nickelodeon wurde aus Jugendschutzgründen kritisiert. Nach Auffassung der Beschwerdeführerin zeigte die Folge, dass es toll sei, sich zu verletzen und sich eine Narbe zuzuziehen. Auch in diesem Fall war jedoch kein Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften festzustellen.

5 Programmaufsicht

Programminhalte

- Ein Zuschauer beschwerte sich darüber, dass Hamburg 1 über das Ergebnis des Olympia-Referendums Ende November 2015 ausschließlich aus der Sicht der Olympia-Befürworter berichtet habe. Eine Prüfung des Sachverhalts ergab aber, dass in der Hamburg-1-Berichterstattung auch Gegner der Olympiabewerbung Hamburgs zu Wort kamen und damit eine Berichterstattung nach den anerkannten journalistischen Grundsätzen erfolgte.
- Ein Zuschauer beschwerte sich über eine Folge der Comedy-Serie „Drake & Josh“, die im Nachtprogramm von Nickelodeon zu sehen war. Aus Sicht des Beschwerdeführers wurden darin Transsexuelle negativ dargestellt. Eine ernsthafte Verächtlichmachung dieser Bevölkerungsgruppe war der Sendung jedoch nicht zu entnehmen. Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die Programmgrundsätze lagen daher nicht vor.
- Eine andere Beschwerde richtete sich gegen eine Ausgabe der Magazinsendung „Israel heute“ im Programm von BIBEL TV. Nach Eindruck des Beschwerdeführers waren die Inhalte der Sendung vom israelischen Militär finanziert worden. Nach Prüfung der Sendung ergaben sich jedoch keine Anhaltspunkte dafür, dass die Berichterstattung von bestimmten Interessensgruppen geleitet wurde oder durch unsachliche Momente beeinflusst war.

Programmhinweise

- Im Programm von Sky Cinema fiel an zwei Tagen eine Programmankündigung für drei Spielfilme der „Expendables“-Reihe auf. Angekündigt wurde die Ausstrahlung aller drei Filme am nachfolgenden Wochenende. Der Programmhinweis zeigte zahlreiche Filmausschnitte und wurde jeweils vor 23 Uhr gesendet. Die angekündigten Spielfilme selbst dürfen erst nach 23 Uhr gesendet werden, da sie für Zuschauer unter 18 Jahren nicht freigegeben sind. Programmhinweise für solche Filme dürfen nach den derzeit geltenden Regelungen keine Bewegtbilder enthalten, wenn sie vor 23 Uhr gesendet werden. Die MA HSH wies den Veranstalter darauf hin. Da es sich um ein einmaliges Versehen handelte, wurde die Angelegenheit nicht weiter verfolgt.

5 Programmaufsicht

Hörfunkprogramme

Im Rahmen der laufenden Programmbeobachtung wurden die von der MA HSH zugelassenen Hörfunkprogramme stichprobenartig überprüft. Darüber hinaus erreichten die MA HSH 2015 neun Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Problemen, die von ihr beaufsichtigte Hörfunkprogramme betrafen. Die beobachteten Auffälligkeiten führten zu folgenden Ergebnissen:

Werbung

- Eine Beschwerde richtete sich gegen Hörfunk-Werbespots, die sich für eine Olympia-Bewerbung Hamburgs 2024 aussprechen. Im Zuge einer umfassenden Programmbeobachtung fielen bei den Hörfunksendern Alster Radio, Hamburg 2 und Radio Hamburg vereinzelt Werbespots mit unzulässiger politischer Ausrichtung auf. Diese wurden nach Hinweis und Beratung durch die MA HSH rechtskonform abgeändert oder aus dem Programm genommen. Trotz der erfolgten rechtlichen Beratung strahlte Radio Hamburg dann einen Werbespot aus, in dem zu einem bestimmten Abstimmungsverhalten beim Olympia-Referendum aufgerufen wurde. Die MA HSH leitete deshalb ein förmliches Aufsichtsverfahren ein. In seiner Stellungnahme führte der Veranstalter organisatorische Gründe für diesen einmaligen Verstoß an. Da im Weiteren keine erneute unzulässige politische Werbung zum Olympia-Referendum bei Radio Hamburg festgestellt wurde, stellte die MA HSH das Verfahren schließlich ein.
- Eine andere Programmbeschwerde betraf eine Dauerwerbesendung im Programm von Klassik Radio, in der für einen Onlineshop für Zigarren geworben wurde. Die Prüfung des Sachverhalts ergab zudem, dass die Dauerwerbesendung nicht als solche angekündigt war. Die MA HSH legte den Fall der ZAK vor.
- Bei Radio Nora fiel auf, dass die Werbeblöcke nicht immer durch ein deutlich wahrnehmbares Werbejingle ordnungsgemäß gekennzeichnet und vom übrigen Programm getrennt waren. Der Werbetrenner wurde teilweise durch die Moderation übersprochen bzw. durch Musik überspielt. Der Veranstalter wurde darauf hingewiesen und gebeten dafür Sorge zu tragen, dass der eingesetzte Werbetrenner jederzeit deutlich wahrnehmbar ist.
- Energy Hamburg strahlte einen Werbeblock aus, der nicht durch ein Werbejingle vom übrigen Programm getrennt war. Der Veranstalter machte glaubhaft deutlich, dass es sich um einen Fehler in der Buchungssoftware gehandelt habe. Die Angelegenheit wurde deshalb nicht weiter verfolgt.
- In den Programmen von Alster Radio und Hamburg 2 fielen vereinzelt werbliche Sponsorhinweise auf, die nach Hinweis durch die MA HSH aber umgehend vorschriftsgemäß umgestaltet wurden.

5 Programmaufsicht

Jugendmedienschutz

- Ein Hörerhinweis betraf die Ausstrahlung des Hörbuchs „Shades of Grey“ im Programm des Radiosenders Hamburg 2. Das Hörbuch wurde ab August 2015 in Abschnitten von etwa 5 Minuten pro Tag bereits ab 20 Uhr gesendet. Die Kurz-Sendungen bestanden zunächst aus unproblematischer Rahmenhandlung, die vor 22 Uhr gesendet werden konnte. Auf Bitten des Senders prüfte die MA SH im Vorwege, ob die Sendezeit auch im Hinblick auf kommende Ausstrahlungen in Ordnung sei. Die Prüfung ergab, dass viele Abschnitte im weiteren Verlauf Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren in ihrer Entwicklung beeinträchtigen konnten, da sie zum Beispiel Sexualität und Gewalt vermischten. Der Sender entschied sich nach entsprechender Mitteilung der MA HSH, die Ausstrahlung umgehend auf 22 Uhr zu verlegen, um eine mögliche Beanstandung zu vermeiden. Weitere Maßnahmen waren daher nicht erforderlich.
- Eine Beschwerde über Energy Hamburg bezog sich auf die „Fake-Phone“-Programmaktion des Senders. Das „Fake-Phone“ ist eine vom Sender eingerichtete Handy-Nummer. Der Sender ermuntert seine Hörerinnen, diese zum Beispiel beim Feiern an aufdringliche Verehrer weiterzugeben, die ihre Handy-Nummer wissen wollen. Der Sender präsentiert dann in seiner Morningshow Anrufe, SMS und WhatsApp-Nachrichten, die angeblich beim „Fake-Phone“ eingegangen sind. Der Beschwerdeführer kritisierte, dass die Urheber dieser privaten Mitteilungen in den entsprechenden Sendebeiträgen bloßgestellt würden und ihre Privatsphäre verletzt werde. Die Prüfung ergab, dass diese meist vollständig anonym blieben, in einzelnen Fällen jedoch Vornamen genannt wurden. Die unbefugte Veröffentlichung privater Nachrichten kann im Einzelfall dennoch die Persönlichkeitsrechte der Anrufer verletzen. Hier müssen allerdings die Betroffenen selbst aktiv werden, um gegen den Sender vorzugehen. Auch in jugendschutzrechtlicher Hinsicht waren die Beiträge bedenklich, da die Moderatoren sich über einige Anrufer lustig machten. Da diese Beiträge vergleichsweise gemäßigt blieben, lag allerdings noch kein Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften vor. Auf einen Hinweis der MA HSH reagierte der Sender einsichtig. Er will künftig verstärkt darauf achten, dass die genannten Bedenken sich nicht bewahrheiten. Dies konnte durch die nachfolgende Beobachtung bestätigt werden.
- Eine weitere Beschwerde über Radio Nora betraf einen Werbespot für einen Sex-Shop, der mehrfach im Tagesprogramm zu hören war. Aus Sicht der Beschwerdeführerin sollten Kinder nicht mit derartiger Werbung konfrontiert werden. Die Prüfung des Sachverhalts ergab, dass der Spot sehr zurückhaltend gestaltet war und keinerlei jugendbeeinträchtigende Botschaften transportierte. Er war außerdem nicht im Zusammenhang mit Sendungen zu hören, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Ein Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften war daher nicht festzustellen.

5 Programmaufsicht

Programminhalte

- Zwei Hörer beschwerten sich unabhängig voneinander über die Gewinnspielsendung „Turboquiz“ im Programm von Energy Hamburg. Sie warfen dem Sender unter anderem vor, Gewinne nicht auszuzahlen und die Spielabläufe zu manipulieren. Der Sender nahm zu dem Vorgang umfassend Stellung. Er konnte am Ende glaubhaft machen, dass eine Spielmanipulation durch eingespielte Falschantworten nicht stattgefunden habe und der Vorwurf der unberechtigten Nichtauszahlung von Gewinnen unbegründet sei.
- Ein Interview im Programm von Klassik Radio beschäftigte sich mit dem Gesetz zur Vorratsdatenspeicherung in Deutschland. In der Anmoderation zu diesem Interview nahm der Moderator zunächst Bezug auf das entsprechende Vorgehen in totalitären Staaten, um dann mit der Formulierung „in den mehr oder weniger demokratischen Staaten“ auf das aktuelle Inkrafttreten des Gesetzes in Deutschland zu kommen. Ein Hörer sah in dieser Formulierung eine zumindest bedenkliche Nähe hinsichtlich der Verletzung verfassungsgemäßer Grundsätze. Die Prüfung des Sachverhalts ergab keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen medienrechtliche Bestimmungen. Die Einlassung des Moderators unterfiel der Meinungsäußerungsfreiheit und war in keiner Weise geeignet, die Grundlagen der staatlichen Ordnung in Deutschland in Frage zu stellen.
- In einer Nachrichtensendung von Radio Nora wurde die Meldung verbreitet, dass der E-Mail-Verkehr in Deutschland für De-Mail-Nutzer demnächst sicherer werde. Ein Hörer hielt dies für versteckte Werbung für die Deutsche Telekom. Nach Prüfung des Sachverhalts war kein Verstoß gegen die gesetzlichen Werb Bestimmungen feststellbar, da De-Mail kein Markenname der Deutschen Telekom ist, sondern ein eingeführter Rechtsbegriff für Dienste auf einer elektronischen Kommunikationsplattform, die einen sicheren, vertraulichen und nachweisbaren Geschäftsverkehr für jedermann im Internet sicherstellen sollen.

6 Medienkompetenz

Projekte

Die MA HSH legt bei ihrer Förderung der Medienkompetenz besonderen Wert auf die Entwicklung von Strukturen, die zur nachhaltigen Verankerung der Medienkompetenz und zu einem möglichst großen Breiteneffekt führen. Die Zusammenarbeit mit den Bildungsbehörden in Hamburg und Schleswig-Holstein ist dabei ebenso wichtig wie die Kooperation mit Bildungsträgern, wie beispielsweise Universitäten, Vereine, Lehrerfortbildungsinstitute, Verbraucherzentralen und Bücherhallen. In solche Kooperationen bringt die MA HSH Einzelprojekte ein, die dann in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern durchgeführt werden.

Inhaltlich konzentriert sich die MA HSH bei der Medienkompetenzförderung auf die Internetkompetenz von Acht- bis 14-Jährigen sowie auf deren Eltern, Lehrkräfte und Pädagogen. Ziel ist es, über Chancen und Risiken der Internetnutzung aufzuklären. Neben problematischen Aspekten wie Cybermobbing und Fragen des Urheber- und Persönlichkeitsrechts sowie des Verbraucherschutzes hat die MA HSH auch die kommunikativen und kreativen Möglichkeiten des Internetgebrauchs für junge Menschen im Blick. Mit ihrer Medienkompetenzförderung unterstützt sie eine positive Mediennutzung und wirkt auf eine Teilhabe an den partizipativen und bildenden Potenzialen des Internets hin. Folgende Projekte wurden im Jahr 2015 von der MA HSH gefördert:



Projekte für Schüler und Lehrkräfte

Internet-ABC-Schulen in Hamburg und Schleswig-Holstein

Fortbildungen für Lehrkräfte, Elternabende mit Tipps für die Medienerziehung und vor allem das Heranführen der Kinder an den kompetenten Umgang mit dem Internet – das sind die Bausteine des Projekts „Internet-ABC-Schulen“. Inhaltlich basiert das Projekt auf den Materialien des „Internet ABC“, einem Lern- und Mit-mach-Portal für Kinder. In Anlehnung daran lernen die Kinder der „Internet-ABC-Schulen“ in der 3. und 4. Klasse in vier Lerneinheiten spielerisch und kindgerecht den sicheren Umgang mit dem Internet. Am Ende eines erfolgreichen Durchlaufs an den Schulen steht die Auszeichnung als „Internet-ABC-Schule“.

Das in Hamburg gemeinsam mit dem Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI Hamburg) getragene Projekt hat sich seit dem Schuljahr 2014/2015 etabliert. Bereits 30 Hamburger Grundschulen beteiligen sich.

In Schleswig-Holstein befindet sich das Projekt in Kooperation mit dem Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH) in einer Pilotphase für die Regionen Lübeck und Stormarn. Eine landesweite Ausweitung in Schleswig-Holstein ist geplant.

Ziel ist es, in beiden Bundesländern die Medienkompetenzvermittlung verbindlich an den Grundschulen zu verankern.

6 Medienkompetenz



PIF! Projekttag für Internetfrischlinge

PIF! – Projekttag für Internetfrischlinge

Das MA-HSH-geförderte und vom Verein Blickwechsel e.V. getragene Projekt „PIF! – Projekttag für Internetfrischlinge“ wendet sich an 3. und 4. Klassen in Grundschulen. Inhalte und Ziele der fünfstündigen Workshops sind: Informationen im Netz suchen und finden, Internetseiten bewerten, Urheber- und Persönlichkeitsrechte kennen, persönliche Daten schützen und sozialverträgliches Verhalten im Web einüben. Im Schuljahr 2015/2016 können Schulen Projekttag mit Eigenbeteiligung für 3. und 4. Klassen buchen, allerdings nur für eine Schulklasse je Schule. Voraussetzung für die Teilnahme am Projekt ist unter anderem die aktive Begleitung des gesamten Projekt-tages durch den Klassenlehrer.



PIF! Projekttag für Internetfrischlinge



Schüler des Gymnasiums Eckhorst in Bargteheide

Medienkompetenzförderung am Gymnasium Eckhorst, Bargteheide

Mit dem Konzept „Schule macht Medien – Medienkompetenz macht Schule“ treibt das Gymnasium Eckhorst die Medienkompetenzförderung voran. Medienbildung und Medienerziehung werden in den Unterricht der Klassen 5 bis 13 verankert. Zudem werden Veranstaltungen für Lehrkräfte und Eltern angeboten. Der Schulanbau mit integriertem Lern- und Medienzentrum verdeutlicht den hohen Stellenwert der Medienkompetenzförderung an der Schule. In eigenen Arbeitsräumen werden Schülerfilme produziert und bearbeitet. Betreut wird das Medienzentrum durch einen Bundesfreiwilligendienst-Leistenden (Kultur). Das Gymnasium Eckhorst kooperiert eng mit anderen Medienkompetenzprojekten der MA HSH. Ziel der Medienkompetenzförderung ist die Vermittlung eines kritischen und reflektierten Medienumgangs, die Stärkung der Partizipation sowie der sozialen Kompetenz der Schülerinnen und Schüler.

6 Medienkompetenz

Projekte für Jugendliche und Jugendleiter

Schnappfisch-Media – Schüler machen Medien

Im Jugendmedienprojekt des Hamburgischen Bürger- und Ausbildungskanals TIDE produzieren zwölf- bis 18-jährige Schüler eigene Beiträge für das Fernseh-, Radio- und Internet-Angebot von TIDE. Unter medienpädagogischer Anleitung und in redaktionellen Gruppen organisiert, recherchieren die Jugendlichen, führen Interviews, machen Umfragen und moderieren Studiodiskussionen, schneiden und kommentieren ihr Material, das dann als eigener Radio- oder TV-Beitrag von TIDE TV und TIDE 96.0 oder auf www.schnappfisch.net veröffentlicht wird.



Schnappfisch-Media

Als Verbraucher im Netz – Medien machen Schule

Die Verbraucherzentralen in Schleswig-Holstein und Hamburg wollen Schüler für einen verbraucherbewussten Umgang mit Medien qualifizieren. Urheberrecht, Datenschutz, AGBs, Spam-Mails – schon lange wird in Verbraucherzentralen ein steigender Bedarf an Aufklärung und Beratung in Sachen Medien festgestellt. Die beiden Verbraucherzentralen bieten daher allgemeinbildenden Schulen ein Maßnahmenpaket zur Förderung von Medienkompetenz an, das sich an Schüler, Eltern und Lehrkräfte richtet. Mit den Schulen vor Ort werden Informationsveranstaltungen für Eltern, Themen- und Projekttag für Schüler sowie Fortbildungen für die Lehrkräfte entwickelt. Qualifizierte Kooperationspartner sind dabei die Lehrerfortbildungsinstitute (IQSH, LI Hamburg), die Polizei und die Datenschutzbeauftragten beider Länder.

MedienScouts am Gymnasium Allermöhe

MedienScouts sind Schüler der 8. und 9. Klassen, die Unterstufenschüler zu medienbezogenen Problemen wie Cybermobbing, Datenschutz und Urheberrecht qualifizieren. Darüber hinaus stehen sie den jüngeren Schülern als Ansprechpartner und Berater zur Verfügung.

Am Gymnasium Allermöhe sind die MedienScouts besonders erfolgreich. Um das Projekt auch an benachbarten Schulen anzubieten, haben die Allermöher MedienScouts eine eigene Schülerfirma gegründet. Diese kümmert sich um die Bewerbung, Vermittlung und Koordination der Workshops. Die MA HSH fördert die Maßnahmen, denen sich bereits drei weitere Gymnasien kooperativ angeschlossen haben.



MedienScouts in Allermöhe bei der Arbeit

6 Medienkompetenz

Projekte für Eltern, Pädagogen und Multiplikatoren

MEDI-leica – Medienpädagogische Fortbildung für Jugendleiter

Internet, Smartphones, Computerspiele – die Nutzung digitaler Medien ist für Kinder und Jugendliche selbstverständlich und spielt auch in der außerschulischen Jugendarbeit eine wichtige Rolle. In der MEDI-leica-Fortbildung qualifizieren sich Jugendleiter zu den Themen Social Media und Smartphones, um ihr Wissen dann an Jugendliche weiterzugeben. Die Teilnahme an mindestens zwei Seminaren gilt als Fortbildungsnachweis für die erneute Beantragung der Jugendleitercard (Juleica). Die Projektumsetzung erfolgt durch freie Medienpädagogen in Kooperation mit den Landesjugendringen in Hamburg und Schleswig-Holstein.

Onlineratgeber netzdurchblick.de

8- bis 14-Jährige finden auf der Plattform netzdurchblick.de Tipps und Tricks für den kompetenten Umgang mit dem Internet. Es geht beispielsweise um den Schutz vor Viren und Datenschutzfallen, um Urheber- und Persönlichkeitsrechte, aber auch um die Frage, wie man sich bei Online-Konflikten richtig verhält. Die Themen werden auch in einem eigenen YouTube-Kanal aufgearbeitet. Zudem zeigt netzdurchblick.de viele Möglichkeiten, das Netz auch kreativ zu nutzen. Nicht zuletzt MedienScouts und Jugendleiter finden hier aktuelle Infos.

Das Projekt wird als Forschungs- und Lehrprojekt an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg betrieben und erhält darüber laufend neuen Input.

ElternMedienLotse – Medienpädagogische Elternabende

Was machen Kinder im Internet? Welche Inhalte tauschen sie auf ihren Smartphones aus? Sind die Spiele, die sie auf ihren Computern haben, gefährlich? Viele Eltern stehen den neuen Medien mit all ihren Möglichkeiten und Gefahren ratlos gegenüber. ElternMedienLotsen helfen, diese Wissenslücken zu schließen. Sie beraten auf Elternabenden in Kitas und Schulen und bieten Erwachsenen Orientierung im virtuellen Dschungel. Sowohl in Hamburg als auch in Schleswig-Holstein werden ElternMedienLotsen ausgebildet und kostenlos vermittelt. Projektträger in Hamburg ist TIDE und in Schleswig-Holstein der dortige Offene Kanal.

Kinderschutz im Internet – Tipps für Eltern

Immer früher nutzen Kinder das Internet – und immer öfter sind sie dabei allein. Mobile Endgeräte wie Tablets oder Smartphones erschweren den Eltern die Kontrolle über ungeeignete Inhalte, mit denen ihre Kinder möglicherweise konfrontiert werden. Das von der MA HSH initiierte und finanziell geförderte Projekt „Kinderschutz im Internet“ ist ein Beratungsangebot für Eltern. Es unterstützt die Nutzung von Jugendschutzprogrammen und gibt Tipps bei der praktischen Anwendung für Computer, Smartphone und Tablet in der Familie.

Informieren können sich Eltern und Multiplikatoren an Infoständen in den Hamburger Bücherhallen und auf der Projektwebsite. Projektträger ist die Hamburger Volkshochschule.

6 Medienkompetenz

Fachveranstaltungen und Wissenschaft

Flensburg Winter School 2015

Die Europa-Universität Flensburg bietet mit ihrer Veranstaltungsreihe „Flensburg Winter School“ alljährlich ein Forum für alle, die sich für die Medienbildung in Schulen Schleswig-Holsteins engagieren wollen. Die dreitägige Veranstaltung bietet informative Vorträge zu aktuellen Themen der Medienbildung sowie Praxis-Workshops, um Best-Practice-Beispiele kennenzulernen.

Die Konferenz vom 19. bis 21. November 2015 stand unter der Überschrift „Schule in der Netzwerkgesellschaft – Medienbildung im Schulprogramm“. Die „Flensburg Winter School“ ist gekoppelt an das ebenfalls von der MA HSH mitgeförderte mehrjährige Forschungsprojekt „Media matters!“.

Frühe Kindheit & Medien 2015

Bereits zum zweiten Mal lud die HAW – Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg gemeinsam mit Blickwechsel e.V. zur Fachtagung „Frühe Kindheit & Medien“ ein. Unter dem Motto „Spannend und bedeutend oder entbehrlich und riskant – Digitale Medien und pädagogische Professionalität in der KiTa“ kamen am 16. Oktober 2015 rund 60 Vertreter aus dem Kitabereich und aus Fachschulen für Sozialpädagogik, Hochschulen und medienpädagogischen Institutionen an die HAW und diskutierten insbesondere über die mangelnde Medienkompetenzvermittlung an KiTas. Was sind die Gründe, warum pädagogische Fachkräfte Kinder noch nicht ausreichend in ihrer digitalen Lebenswirklichkeit abholen und dabei unterstützen, ihre Medienerlebnisse zu verarbeiten?

Diesen Fragen wurde in Vorträgen, Podiumsdiskussion und verschiedenen Workshopangeboten nachgegangen, der Stand aus Wissenschaft und Praxis sowie Entwicklungsperspektiven aufgezeigt. Eine Fortführung soll im Oktober 2016 erfolgen.

Medienpädagogische Ringvorlesung der Universität Hamburg

Die medienpädagogische Ringvorlesung der Universität Hamburg widmete sich im Wintersemester 2015/2016 dem Thema „Medienbildung in der Schule – Institutionalisierte Allgemeinbildung der digitalen Gesellschaft“. Renommiertere Referenten aus verschiedenen Arbeitsbereichen stellten Konzepte, Initiativen und Projekte einzelner Bundesländer vor, mit denen Medienbildung in den Schulen verankert werden soll. Mit ihrem interdisziplinären Ansatz richtet sich die Ringvorlesung nicht nur an Studierende der Erziehungswissenschaften, sondern ausdrücklich auch an die interessierte Öffentlichkeit.

Die Vorlesungsreihe erfolgte in Kooperation mit dem Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI Hamburg) und wird von der MA HSH gefördert.

6 Medienkompetenz

Strukturentwicklung

Netzwerk schulische Medienbildung in Forschung und Praxis Nordost

Medienbildungsinitiativen und relevante Forschungsprojekte an Kitas, Schulen, Hochschulen und Lehrerbildungsinstituten gibt es zahlreiche in den verschiedenen Bundesländern. Damit Synergien entstehen können, fehlt es aber an einer überregionalen Vernetzung. Diese Tatsache veranlasste die Universitäten Hamburg und Flensburg, ein länderübergreifendes Netzwerk unter Beteiligung der nordostdeutschen Bundesländer aufzubauen.

Ein erstes Treffen fand am 2. Februar 2015 in Hamburg statt. Teilnehmer waren Wissenschaftler und Vertreter des Bildungssystems der Bundesländer Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Bremen, Niedersachsen, Berlin, Brandenburg und Sachsen-Anhalt. Die dort gebildeten Arbeitsgruppen sollen nach diesem ersten Erfahrungsaustausch nun konkrete Aufgaben und Ziele des „Netzwerks schulische Medienbildung in Forschung und Praxis Nordost“ entwickeln, die bei regelmäßigen Folgetreffen vorgestellt und weiterentwickelt werden. Die Initiative wird von der MA HSH gefördert und begleitet.

Studie „Media matters!“

Die Studie der Universität Flensburg trägt den Untertitel „Integrale Medienbildung in Schul- und Unterrichtskontexten Schleswig-Holsteins“. Erster Schritt war eine quantitativ-empirische Gesamterhebung zum aktuellen Stand der Medienbildung in den verschiedenen Schulformen. Diese wurde 2014 in Kooperation mit dem IQSH durchgeführt. Die Publikation der Forschungsergebnisse ist noch in Vorbereitung. Im zweiten Schritt dieser Studie folgt die Evaluation erfolgreicher Wege ausgewählter Schulen, wie Medienbildung systematisch in ihre Schulentwicklungspläne integriert und praktisch umgesetzt werden kann. Dabei werden Lehrkräfte, Schulleitungen und Eltern ebenso beteiligt wie die Schulträger und außerschulische Bildungsträger. Zentraler Treffpunkt für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch dieser Gruppen ist die jährliche Flensburg Winter School (s.o.).

Rahmenvereinbarung „Medienkompetenzförderung in der Hansestadt Lübeck“

Im Februar 2012 haben die Hansestadt Lübeck, das Schulamt in der Hansestadt Lübeck und die MA HSH eine Rahmenvereinbarung unterzeichnet, um die Medienkompetenz systematisch und nachhaltig zu fördern. In einem gemeinsam erarbeiteten Konzept werden die Aufgaben, Maßnahmen und Ziele der Zusammenarbeit definiert. Schwerpunkt der Kooperation ist die Umsetzung bereits vorhandener und bewährter MA HSH-Projekte wie ElternMedienLotsen und MEDI-leica. Des Weiteren ist Lübeck derzeit Pilotregion für die Umsetzung der „Internet-ABC-Schulen“ in Schleswig-Holstein. Der Aufbau und die Stärkung einer eigenverantwortlichen Internetkompetenz von Grundschulern stehen dabei im Vordergrund, wie auch die Qualifikation von Lehrkräften und Eltern.

Einmal im Jahr findet in Kooperation mit der MA HSH eine Fachveranstaltung mit medienpädagogischem Schwerpunkt für Lehrer, Pädagogen und Interessierte statt.

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen



*Auszeichnung der Internet-ABC-Schulen Hamburgs
beim Safer Internet Day*

Safer Internet Day

Anlässlich des Safer Internet Day am 10. Februar haben die MA HSH und das LI 18 Hamburger Grundschulen als „Internet-ABC-Schule 2014/15“ ausgezeichnet. Die Schulen fördern die Internetkompetenz und integrieren sie als festen Bestandteil in ihren Unterricht. In der Adolph-Schönfelder-Schule präsentierten sich die Schulen, die das erste Modul des Projekts „Internet-ABC-Schule Hamburg“ bereits umgesetzt haben. Das Projekt hat zum Ziel, die Medienkompetenz von Grundschulern systematisch zu stärken. Schüler der teilnehmenden dritten und vierten Klassen demonstrierten nach der Verleihung, was sie bereits gelernt hatten.



Medienkompetenztag Hamburg 2015

SocialMediaWeek

Auch 2015 war die MA HSH mit einer eigenen Veranstaltung auf der Hamburger SocialMediaWeek vertreten. Unter der Moderation von Stephan Dirks, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, erörterten Wissenschaftlerin und Bloggerin Julia Schönborn, Jan Girlich, Sprecher des Chaos Computer Club e.V. und Steffen Voß, Online/Social Media Referent der SPD Schleswig-Holstein, die Frage nach Chancen, aber auch möglichen Gefahren digitaler Kommunikation. Wie können Kinder und Jugendliche aufgeklärt, aktiv und bewusst mit dem Internet und ihren Daten umgehen? Wie gelingt eine datenbewusste Nutzung des Internet? Schüler des Gymnasiums Eckhorst in Bargteheide zeigten in der Diskussionsrunde, dass sie medienkompetent und vorbereitet sind, um der Sammelwut der Konzerne die Stirn zu bieten.

Medienkompetenztag Hamburg

Zum Stand der Medienbildung in Hamburgs Schulen veranstalteten die MA HSH und das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI) Hamburg am 21. Mai den 4. Medienkompetenztag Hamburg. Schulsenator Ties Rabe eröffnete die Veranstaltung vor rund 300 Teilnehmern und erläuterte, wie und wo Medienkompetenz in der Hansestadt aktuell vermittelt wird. Prof. Dr. Rudolf Kammerl von der Universität Hamburg stellte die von der MA HSH in Auftrag gegebene Expertise „Medienbildung – (k)ein Unterrichtsthema?“ vor und zeigte auf, dass sich die Medienbildung an vielen Stellen in den vergangenen Jahren verbessert hat. Gleichzeitig ist aber auch die Notwendigkeit der Medienkompetenzförderung gewachsen. In der darauf folgenden angeregten Diskussion tauschten sich Eltern-, Lehrer-, und Schülervertreter über ihre Erfahrungen in der Praxis aus. In zwölf Praxisimpulsen stellten erfahrene Lehrkräfte am Nachmittag erfolgreiche Projekte der Medienbildung vor, gaben Anregungen und motivierten zum Nachmachen.

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen



Hamburger Mediensymposium

Hamburger Mediensymposium

Beim 6. Hamburger Mediensymposium am 18. Juni, ausgerichtet von der MA HSH, dem Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und der Handelskammer Hamburg, diskutierten rund 200 Experten unter dem Titel „Konflikte auf digitalen Plattformen: Wer löst sie, nach welchen Regeln und in welchen Verfahren?“ über neue Ansätze der Konfliktlösung. In seinem Vortrag „Dürfen wir das kollektive Vergessen regulieren?“ erörterte Prof. Dr. Wolfgang Schulz Schwierigkeiten bei der Lösung digitaler Konflikte. Einem anderen Aspekt widmete sich die Gesprächsrunde „Vergessen im Netz: Auf dem Weg zu einer angemessenen Regulationsstruktur“. Diskussionspunkte waren hier unter anderem der Umgang mit Löschanträgen für Suchergebnisse und die Konsequenzen für Seitenanbieter.

Jahresempfang

Lothar Hay, Vorsitzender des Medienrats, und Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH, luden am 2. September zum Jahresempfang der Medienanstalt. Vertreter aus Politik, Medien und Gesellschaft kamen zum gemeinsamen Austausch über alles, was die Medienwelt auf Landes- und Bundesebene bewegt. Über 300 Gäste feierten und netzwerkten im „Café Schöne Aussichten“ in der Parkanlage Planten und Blumen bis in die späten Abendstunden.

Medienkompetenztag Schleswig-Holstein

Am 29. September fand der Medienkompetenztag Schleswig-Holstein zum Thema schulische Bildung in Zeiten des Medienwandels statt. Tablet oder Buch? Wie sieht schulische Bildung in Zeiten des Medienwandels aus? Und was beinhaltet ein Werte-Navi für das digitale Leben? Diese und andere Fragen rund um Jugendliche und Medien beschäftigten rund 550 Lehrer, Erzieher und Interessierte an der Christian-Albrechts-Universität in Kiel. Organisiert wurde die Veranstaltung vom Netzwerk Medienkompetenz Schleswig-Holstein.



Jahresempfang



Jahresempfang

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Publikationen



scout – das Magazin für Medienkompetenz

scout, das Medienkompetenz-Magazin der MA HSH, hat sich in den vergangenen fünf Jahren als kompetenter Ratgeber, der aus einer journalistischen Perspektive auf die Welt der Medienkompetenz blickt, etabliert. scout arbeitet wichtige Fragen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen unaufgeregt, aber mit klarer Haltung für Eltern, Lehrer und Pädagogen, auf.

Im April stellte die scout-Ausgabe „Medienbildung macht Schule“ erfolgreiche Projekte zur Medienkompetenzförderung von engagierten Lehrern an Schulen in Hamburg und Schleswig-Holstein vor. So klappt Medienbildung!

Das Themenspezial „Herzenssache: Kinder, Medien und Gesundheit“ befasste sich im September intensiv mit der Frage nach den Auswirkungen einer intensiven Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche. Macht zu viel Mediennutzung tatsächlich krank? scout gibt Tipps für ein gesundes Leben von Kindern mit Medien.

Website, Newsletter und Facebook

Auch online liefert scout Eltern, Lehrern und Pädagogen das volle Programm: Auf der Website scout-magazin.de finden sie neben den redaktionellen Inhalten des Magazins auch praxisnahe Informationen zu Medienkompetenzprojekten, Veranstaltungen, Institutionen und empfehlenswerten Materialien. Per E-Mail informiert der monatliche Newsletter mehr als 2.000 Leser über aktuelle Themen der Medienkompetenzbildung im Norden.

Und jetzt ist scout auch auf Facebook vertreten! Dort erreicht das Redaktionsteam die Leser noch schneller mit Posts zu Magazinartikeln, exklusiven Online-Inhalten, relevanten News und Wissenswertem aus der Welt der Medienkompetenz.



7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Publikationen



Hingucker – Beispiele aus der Prüfpraxis der MA HSH

Seit 2015 erscheint halbjährlich der Hingucker. Mit Beispielen aus dem Prüfalltag gibt er praxisnahe Einblicke in die Aufsichtstätigkeit der Medienanstalt und verdeutlicht, warum Regulation und Kontrolle sinnvoll und notwendig sind. Die erste Ausgabe des Hingucker berichtete über unerlaubte Werbung, jugendgefährdende Inhalte und die Verletzung religiöser Gefühle. Er erklärte, was ein medienrechtlicher Verstoß und was eine Geschmacksfrage ist, welche Richtlinien und Gesetze die rechtliche Grundlage bilden und welche Maßnahmen die MA HSH ergreift. In der zweiten Ausgabe ging es um Abo-Fallen, jugendgefährdende Webseiten und Etikettenschwindel in der Werbung.



Medienbildung – (k)ein Unterrichtsthema?

Die im Auftrag der MA HSH erstellte Studie von Prof. Dr. Rudolf Kammerl (Universität Hamburg) liefert einen Überblick über den qualitativen und quantitativen Stellenwert der Medienkompetenzförderung in Schulen in Hamburg und Schleswig-Holstein. Zu Kategorien wie Lehr- und Bildungsplänen, Lehrerbildung oder Schulentwicklung wurden Daten erhoben und Experteninterviews geführt. Sie zeigt, dass die Notwendigkeit der Medienkompetenzförderung in den vergangenen Jahren gewachsen ist – auch wenn sich die Medienbildung an Schulen an vielen Stellen bereits verbessert hat. Neben angemessener technischer Ausstattung und Unterrichtsmaterial ist es erforderlich, noch stärker über bereits vorhandene Angebote zu informieren, Bildungsangebote weiter aufeinander aufzubauen und eine repräsentative Evaluierung aller Maßnahmen vorzunehmen.

8 Finanzierungsgrundlagen

Einnahmestruktur

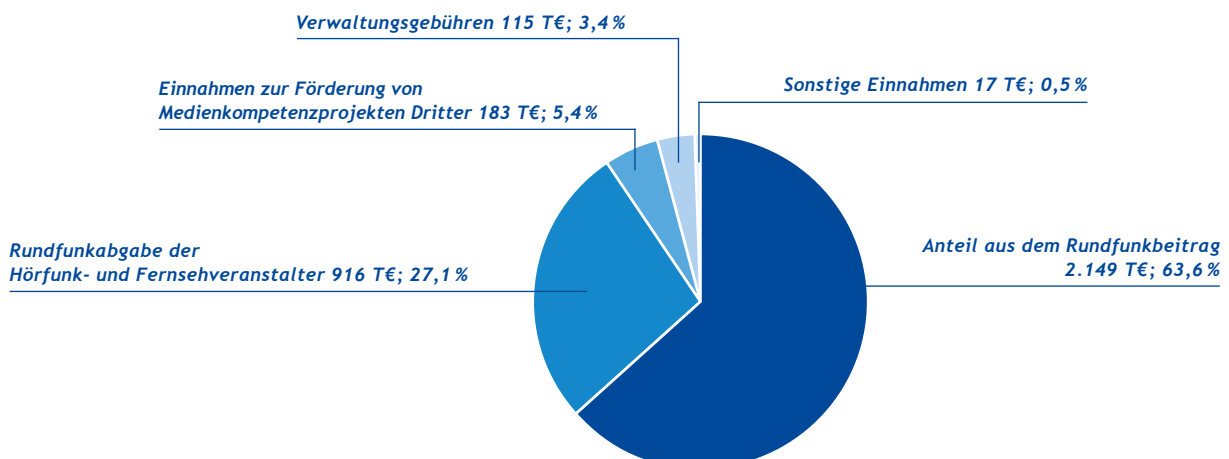
Die MA HSH deckt ihren Finanzbedarf durch einen Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag sowie durch Rundfunkabgaben und Verwaltungsgebühren. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben standen ihr im Jahr 2015 Einnahmen in Höhe von rund 3,38 Mio. Euro zur Verfügung. Diese Einnahmen setzten sich 2015 im Einzelnen wie folgt zusammen:

<i>Anteil aus dem Rundfunkbeitrag</i>	<i>2.149 T€</i>
<i>Rundfunkabgabe der Hörfunk- und Fernsehveranstalter</i>	<i>916 T€</i>
<i>Einnahmen zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter</i>	<i>183 T€</i>
<i>Verwaltungsgebühren</i>	<i>115 T€</i>
<i>Sonstige Einnahmen</i>	<i>17 T€</i>

Haupteinnahmequelle der MA HSH ist der Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag. Die beiden Staatsvertragsländer haben von ihrem Recht Gebrauch gemacht, der MA HSH nur einen Teil des ihr nach dem Rundfunkstaatsvertrag zustehenden Anteils zuzuweisen.

Eine weitere wesentliche Einnahmequelle sind die Rundfunkabgaben, die gemäß § 48 Abs. 3 MStV HSH von den Fernseh- und Hörfunkveranstaltern zu entrichten sind, die über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH verfügen. 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 standen Einnahmen aus Verwaltungsgebühren, Bußgeldern, Zinsen, Mitteln zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter und andere Einnahmen zur Verfügung.

Übersicht über die Einnahmen der MA HSH im Haushaltsjahr 1. Januar bis 31. Dezember 2015



8 Finanzierungsgrundlagen

Ausgabenstruktur

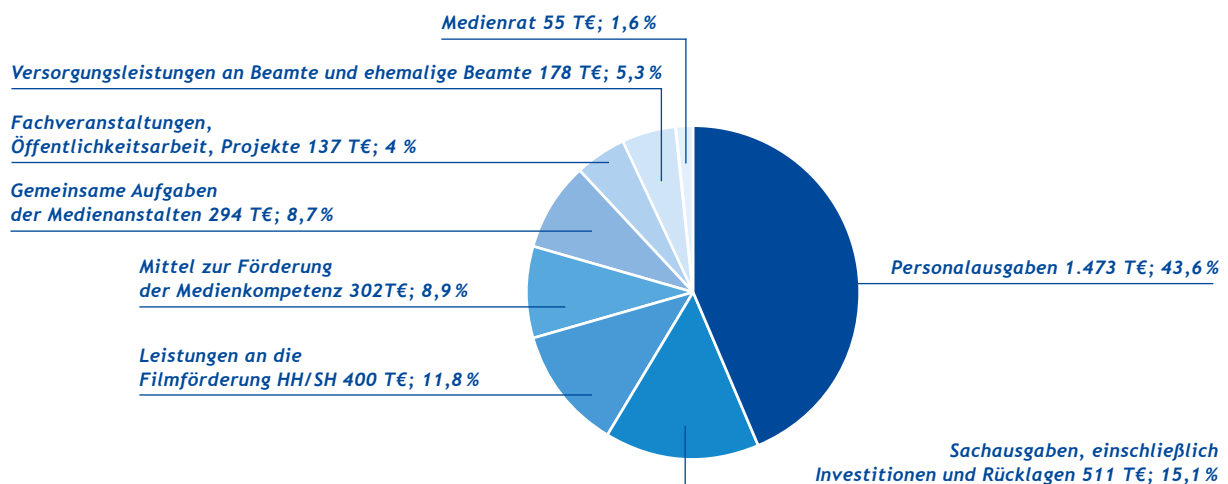
Die Personal-, Sach- und Fachausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 2015 in Höhe von insgesamt rund 3,38 Mio. Euro gliederten sich schwerpunktmäßig wie folgt:

<i>Personalausgaben</i>	<i>1.473 T€</i>
<i>Sachausgaben, einschließlich Investitionen und Rücklagen</i>	<i>511 T€</i>
<i>Leistungen an die Filmförderung HH/SH</i>	<i>400 T€</i>
<i>Mittel zur Förderung der Medienkompetenz</i>	<i>302 T€</i>
<i>Gemeinsame Aufgaben der Medienanstalten</i>	<i>294 T€</i>
<i>Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, Projekte</i>	<i>163 T€</i>
<i>Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte</i>	<i>178 T€</i>
<i>Medienrat</i>	<i>55 T€</i>

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 sechs und sieben dieses Rechenschaftsberichts näher erläutert. Die gemeinsamen Aufgaben der Medienanstalten werden in Kapitel zehn beschrieben. Die Ausgaben für den Medienrat umfassen die Sitzungsgelder, Ausgaben für die Ausstattung der Sitzungen sowie Dienstreisen der Medienräte. Zudem muss die Medienanstalt seit 2013 aufgrund gesetzlicher Vorgabe den Betrag von jährlich 400.000 Euro an die Filmförderung Hamburg/Schleswig-Holstein entrichten (§55 Abs. 2 MStV HSH). Im Ergebnis schließt die Jahresabrechnung 2015 mit einem Überschuss von 2.377,03 Euro ab, der sich aus Restmitteln für beendete Zwecke zusammensetzt. Dieser Betrag wird satzungsgemäß an die Anbieter im Verhältnis zu ihren geleisteten Abgaben zurückgeführt.

Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2015 insgesamt 21 Stellen umfasste. In den Personalausgaben sind Ausgaben für Fortbildungen, Beihilfeversicherung, Aushilfskräfte, Praktikanten und die

Übersicht über die Ausgaben der MA HS im Haushaltsjahr 1. Januar bis 31. Dezember 2015



8 Finanzierungsgrundlagen

Haushaltsplan

Einnahmen und Ausgaben der MA HSH werden im Haushaltsplan der MA HSH jährlich dargestellt. Der Haushaltsplan 2015 schloss in Einnahmen und Ausgaben ausgeglichen ab. Die finanziellen Schwerpunkte des Haushaltsjahrs 2015 sind in den nachstehenden Diagrammen dargestellt:



Jahresabrechnung

Im Berichtszeitraum des Haushaltsjahrs 2015 wurde der Jahresabschluss erstellt. Die Jahresabrechnung des Haushaltsjahrs 2015, 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 2015 formell und materiell ordnungsgemäß war.



9 Themenbeiträge

Digitalisierung in Norddeutschland

Dr. Tilman Lang

In der Welt der bewegten Bilder, deren Übertragung, Bereitstellung und Nutzung noch von einem Prozess der Digitalisierung zu reden, mutet heute schon fast anachronistisch an. Bis auf einen technischen Verbreitungsweg sind längst alle Verbreitungswege und Bereitstellungsplattformen für Fernsehen und Bewegtbilder vollständig digital.

Einzig über die klassischen Breitbandkabelnetze wird noch ein analoges Fernsehprogrammangebot verbreitet, wenngleich die Nutzung des analogen Programmangebots im Kabel in den vergangenen Jahren immer mehr abgenommen hat. Nach den Ergebnissen des Astra TV-Monitors 2015 nutzten in Schleswig-Holstein 46 Prozent aller Fernsehhaushalte das Breitbandkabel, in Hamburg waren es fast 67 Prozent der Fernsehhaushalte, die ihr Programm über Breitbandkabelnetze bezogen. Knapp 75 Prozent dieser Haushalte nutzten dabei in Hamburg und Schleswig-Holstein das digitale Kabelangebot. Bundesweit belief sich der Digitalisierungsgrad im Kabel Ende 2015 auf etwas mehr als 77 Prozent. Das bedeutet, dass bundesweit nur noch knapp 4 Millionen Haushalte ein analoges Programmangebot im Kabel empfangen.

Für dieses Angebot müssen die von den Veranstaltern angelieferten TV-Signale von den Kabelnetzbetreibern extra re-analogisiert werden, denn die gesamte Fernsehproduktion und Programmzuführung ist bereits seit Jahren voll digitalisiert. Angesichts der Tatsache, dass sich der Digitalisierungsgrad mit großen Schritten – allein zwischen Mitte und Ende 2015 ist der Digitalisierungsgrad im Kabel von 72,5 auf 77,1 Prozent gestiegen – der Schwelle von 80 Prozent nähert, rückt auch eine grundsätzliche Abschaltung der analogen Programmverbreitung im Kabel in Sichtweite. Zur Erinnerung: Als 2010 die Abschaltung der analogen Programmverbreitung via Satellit zum April 2012 beschlossen wurde, war die Entscheidung an ebendiese Marge von 80 Prozent gekoppelt. Was für den Satelliten recht war, sollte nun auch für das Kabel billig sein.

Entsprechend geht die ANGA, der Verband deutscher Kabelnetzbetreiber, davon aus, dass spätestens bis Ende 2018 die Voraussetzungen für eine vollständige Abschaltung der analogen Programmverbreitung vorliegen. Dass die Kabelnetzbetreiber ein Interesse an der Beendigung der parallelen Verbreitung von analogen und digitalen TV-Angeboten haben, liegt auf der Hand. Immerhin ein Drittel der Übertragungskapazitäten im Kabel wird derzeit noch für die analoge Programmverbreitung benötigt. Entsprechend ist eine Parallelausstrahlung unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten wenig sinnvoll, zumal der Bandbreitenbedarf allein schon wegen der zunehmenden Zahl von HD-Programmen und anderen digitalen Diensten im Kabel stetig ansteigt. Diesem Bedarf käme eine Abschaltung der analogen Programmverbreitung entgegen. Mit der Einführung von DOCSIS 3.1 (Data over Cable Service Interface Specification), die im Verlauf des Jahres 2017 überall zum Einsatz kommen soll, werden Datenübertragungen zwischen 500 und 800 Mbit/s im Download möglich.

Was also spricht heute noch gegen eine Abschaltung der analogen Programmverbreitung im Kabel zum Ende des Jahres 2018?

Im Grunde sehr wenig. Einen technischen Unterschied zwischen einem analogen und einem digitalen Anschluss oder gar einen Kostenunterschied für den Nutzer gibt es jedenfalls bei großen überregionalen Kabelnetzen schon geraume Zeit nicht mehr. Beide Angebotsformen sind über den Kabelanschluss verfügbar. Und bereits heute ist die Zahl der Haushalte, die nicht über ein digitaltaugliches Empfangsgerät verfügen, geringer als die Zahl der Haushalte, die das analoge Kabelangebot nutzen. Das bedeutet, es gibt nicht wenige Haushalte, die das digitale Programmangebot empfangen können, es jedoch schlicht nicht tun. Auch unter diesem Gesichtspunkt scheint eine Abschaltung der analogen Programmverbreitung einigermaßen unproblematisch.

9 Themenbeiträge

Digitalisierung in Norddeutschland

Eine Befürchtung hält sich gleichwohl: Was, wenn nach einer Abschaltung des analogen Programmangebots auch die heutige parallele digitale Ausstrahlung der privaten Programmangebote im SD-Format und im HD-Format – bis 2022 durch einen Kartellamtsbeschluss garantiert –, zugunsten von HD eingestellt wird? Werden die Kabelhaushalte dann gezwungen, Bereitstellungsentgelte für private Fernsehangebote zu zahlen? Nun lässt sich heute kaum sagen, wie die technische und die programmliche Landschaft 2022 angesichts der Entwicklung von 4K, von Ultra HD oder auch 3D aussehen wird. Und sicherlich gilt auch, dass im Wettbewerb der Verbreitungssysteme und Bereitstellungsplattformen für Fernsehen und Bewegtbild kein Kabelnetzbetreiber den Verlust von Kunden in Kauf nehmen wird.

Das digitale Antennenfernsehen im Wandel DVB-T2 startet im Frühjahr 2017 in Hamburg und Schleswig-Holstein

Während die Abschaltung des analogen Kabels wohl erst Ende 2018 vollzogen sein wird, kommt es bei der digitalterrestrischen Fernsehverbreitung bereits im Frühjahr 2017 zu Veränderungen. Am 28. März 2017 wird in Hamburg und Schleswig-Holstein DVB-T2 HD starten und das bisherige digitale Antennenfernsehen ablösen. Davon betroffen sind nach den Ergebnissen des Digitalisierungsberichts 2015 in Hamburg und Schleswig-Holstein knapp 20 Prozent der Fernsehhaushalte.

Mit der Einführung von DVB-T2 HD soll nicht nur dem zunehmenden Wunsch der Zuschauer nach Programmen in HD-Qualität auch in der Terrestrik Rechnung getragen werden. Sie dient nach der Reduzierung des für den Rundfunk nutzbaren Frequenzspektrums – aufgrund von Vorgaben der Bundesregierung – dem Erhalt dieses Verbreitungswegs insgesamt. Ohne die Einführung von DVB-T2 wäre die digitale terrestrische Verbreitung von Fernsehprogrammen schlicht ein Auslaufmodell geworden.

Statt dessen wird nun im Frühjahr DVB-T 2 HD eingeführt. Bis zu 40 Programme, überwiegend in HD-Qualität können über DVB-T HD verbreitet werden, wobei in einem Übertragungskanal – sechs Kanäle stehen in den Ballungsräumen zur Verfügung – bis zu 6 HD-Programme übertragen werden können. Möglich wird diese Erweiterung des Programmangebots durch die Kombination des DVB-T2-Standards mit dem neuen Bildcodierverfahren HEVC (High Efficiency Video Coding). Rein technisch betrachtet ist DVB-T2 HD also das digitale Antennenfernsehen der zweiten Generation. In Zeiten immer kürzer werdender technischer Innovationszyklen ist eine Systemoptimierung nach 13 Jahren DVB-T Sendebetrieb eigentlich nicht ungewöhnlich, in diesem Fall bedeutet die Einführung des Nachfolgestandards jedoch mehr als eine rein technische Optimierung.

Einstieg in ein Vermarktungsmodell

Was im Zuge der Einführung von DVB-T2 HD geschieht, ist eine Abkehr vom klassischen Transportmodell bei der Programmverbreitung nun auch in der Terrestrik. An seine Stelle tritt ein Plattformbetrieb als Grundlage eines veränderten Vermarktungsmodells für die privaten Fernsehveranstalter. Diese Veränderung des medienrechtlichen Regimes bedeutet in der Praxis, dass die dann überwiegend in HD-Qualität angebotenen privaten Programme auf einer Plattform, die den Namen Freenet TV tragen wird, gebündelt werden und für den Zuschauer gegen ein technisches Bereitstellungsentgelt freigeschaltet werden. Neben Werbeerlösen können die Veranstalter gemeinsam mit dem Plattformbetreiber auch Reichweitenerlöse erzielen. Mit Freenet TV vollzieht sich in der Terrestrik das, was bei den Verbreitungswegen Satellit mit HD+ und den HD-Angeboten der privaten Veranstalter im Kabel seit Längerem gängige Praxis ist.

9 Themenbeiträge

Digitalisierung in Norddeutschland

Das macht es für die Verbraucher nicht einfacher, denn sie müssen in Zukunft noch genauer darauf achten, dass ihre Geräte auch tatsächlich den DVB-T2 HD Anforderungen genügen. So müssen die Endgeräte, gleichgültig ob neuer Flatscreen oder Set-Top-Box, nicht nur in der Lage sein, die DVB-T2 Signale zu verarbeiten, sie müssen zudem entweder über ein integriertes (embedded) Entschlüsselungssystem oder über eine Schnittstelle (CI+) für ein Conditional Access-Modul verfügen. Ist dies nicht der Fall, sind nur die unverschlüsselten öffentlich-rechtlichen Programme zu empfangen. Einfacher wird es für den Verbraucher nicht, aber steigende Komplexität ist eben ein Kennzeichen der konvergenten Medienwelt insgesamt.

Gleichbleibende Empfangsgebiete

Eine nennenswerte Veränderung der Empfangsgebiete gegenüber DVB-T wird es bei DVB-T2 HD nicht geben. Während das öffentlich-rechtliche Programmangebot weitgehend flächendeckend zu empfangen sein wird – bis 2019 soll der Umstieg abgeschlossen sein – wird das private Programmangebot, eben FreenetTV, nur in den Ballungsräumen zu empfangen sein.

Zeitplan der Einführung

Der Zeitplan der Einführung sieht nun vor, dass in den abgebildeten Ballungsräumen am 28. März 2017 eine Abschaltung von DVB-T und Einschaltung von DVB-T2 erfolgt. Auf einem zusätzlichen Kanal wird möglicherweise für kurze Zeit ein auf vier öffentlich-rechtliche Programme reduziertes DVB-T-Angebot verbreitet.

Für Early Adopter und all diejenigen, die bereits die Fußball Europameisterschaft und die Übertragung der Olympischen Spiele in Rio über die Terrestrik in HD sehen wollen, gibt es ab 31. Mai 2016 in den Ballungsräumen Hamburg, Lübeck und Kiel einen vorlaufenden DVB-T2 HD Projektbetrieb auf einem Kanal. Dort werden die Programme Das Erste, RTL, ProSieben, Sat.1, VOX und ZDF zu sehen sein, vorausgesetzt, der Empfänger hat ein Entschlüsselungssystem.



Hinweis: Die Karte stellt lediglich eine schematische Darstellung der Empfangsprognosen dar (Stand: März 2016). Auf Grund örtlicher oder topografischer Gegebenheiten können die DVB-T2 HD-Signale in den gekennzeichneten Gebieten nicht oder ggf. nur mit einem höheren Antennenaufwand empfangen werden. Empfangsprognosen: MEDIA BROADCAST GmbH, 2016

Carole Possing

Ein wichtiger Tropfen auf den heißen Stein:

Jugendschutz im Web 2.0

Es gibt sie noch, die klassische deutsche Webseite, die gegen deutsche Jugendschutzbestimmungen verstößt, das zeigen die MA HSH-Fallzahlen. Die eigentliche Musik spielt aber mittlerweile woanders.

Inhalteanbieter veröffentlichen ihre Inhalte zunehmend auf im Ausland gehosteten Plattformen. Entweder ausschließlich oder on top, als zusätzlicher Publikationsweg. Dieser ist mit wenig Kosten und Aufwand verbunden. Er verspricht außerdem einen höheren Verbreitungs- oder Vernetzungsgrad.

Diese Tendenz trifft auf das Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen. Schon Grundschulkinder tummeln sich auf US-amerikanischen Video- und Social-Media-Plattformen. Dort entdecken sie viel Kindgerechtes, Unterhaltsames und Lehrreiches. Sie können selbst aktiv werden, Inhalte online stellen, kommentieren und in Kontakt mit anderen treten. Sie können aber auch – und das ist die Kehrseite der Medaille – auf Inhalte stoßen, die sehr verstörend und belastend für sie sein können.

Dabei entziehen sich Kinder und Jugendliche bei ihrem Medienkonsum zunehmend der elterlichen Aufsicht. Bereits Grundschulkinder gehen mit ihren eigenen Mobilgeräten ins Netz. Alle großen Community-Dienste und Videoportale bieten Apps für die mobile Nutzung an oder sind für den mobilen Gebrauch optimiert. Der Zugang über Apps ist dabei riskanter, weil hier, mehr noch als bei der Desktop-Version, verlässliche oder praktikable technische Schutzmöglichkeiten fehlen. Dort, wo sie vorhanden sind, sind sie oftmals nicht ausreichend bekannt oder praktikabel, so dass sie deswegen wenig genutzt werden.

Die oben beschriebene Entwicklung spiegelt sich auch im Beschwerdeaufkommen der MA HSH. 2015 gingen vermehrt Beschwerden zu unzulässigen Inhalten auf US-amerikanischen Plattformen ein. Ein Nutzer beschwerte sich beispielsweise über ein Video auf der Plattform YouTube, das kontextlos, detailliert und fokussiert Folterhandlungen aus einem bekannten Computerspiel zeigte. Das Video regte zu einer bejahenden Anteilnahme an den Folterszenen an und leugnete dadurch den Wert- und Achtungsanspruch, der jedem Menschen zukommt.

Moniert wurden außerdem unverfremdete Fotografien und Videos von brutalen Enthauptungen durch den sogenannten Islamischen Staat (IS), die über die Suchmaschine des US-amerikanischen Unternehmens Google Inc. zugänglich gemacht wurden. Dabei handelte es sich um Darstellungen von besonders grausamen, unmenschlichen Gewalttaten gegen Menschen, die unter Zufügung besonderer Schmerzen oder Qualen ausgeübt wurden. Hinrichtungen wurden zelebriert und in Szene gesetzt. Die Inszenierung ließ dabei eine rücksichtslose und unbarmherzige Haltung der Täter erkennen. Durch diese Form der Darstellung wurde Gewalt verherrlicht und die Menschenwürde der Opfer verletzt.

Die oben beschriebenen Gewaltdarstellungen sind gemäß Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV) absolut unzulässig, selbst wenn es sich, wie bei dem Computerspielvideo, um virtuelle Darstellungen handelt.

Moniert wurden außerdem Unterseiten auf YouTube, die NS-Propagandafilme oder Kennzeichen und Parolen der NSDAP enthielten. Die NS-Propagandafilme wurden aufgrund ihrer strafrechtlichen Relevanz und wegen Jugendgefährdung von der Bundesprüfstelle für

9 Themenbeiträge

Jugendschutz im Web 2.0

jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert (Liste B). Solche Inhalte dürfen in Deutschland nicht im Internet verbreitet werden. Kennzeichen und Parolen der NSDAP stellen Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen dar, sind strafrechtlich relevant und ebenfalls unzulässig.

Die Beschwerden waren somit begründet. Ein direktes Vorgehen gegen die Inhalteanbieter war leider nicht möglich, da sie ihre Inhalte anonym eingestellt hatten. Die MA HSH wandte sich deswegen an die Rechtsabteilung der Google Germany GmbH, die eine rechtliche Prüfung durch die US-amerikanischen Plattformbetreiber YouTube LLC bzw. Google Inc. veranlasste. Die konkret benannten Unterseiten wurden daraufhin für Nutzer aus Deutschland gesperrt. Außerdem sagte die Google Inc. zu, ihre SafeSearch-Technologien so zu verbessern, dass auf Geräten, auf denen der SafeSearch-Modus aktiviert wurde, nicht nur, wie bislang, explizite Sexdarstellungen, sondern auch übermäßig brutale Gewaltdarstellungen geblockt werden können.

Die klassische deutsche Webseite verliert an Bedeutung. Das gilt für Anbieter und Nutzer aber auch für Aufsichtsbehörden. Diese haben die in Deutschland ansässigen und ermittelbaren Anbieter in den letzten Jahren nachhaltig für den Jugendmedienschutz im Internet sensibilisieren können und haben den Einsatz technischer Schutzvorkehrungen vorangetrieben. An dieser Stelle hat die MA HSH auch einigen Aufwand betrieben. Sie ist dabei nicht immer auf offene Türen und zum Teil auch an rechtliche Grenzen gestoßen. Darüber wusste mein Kollege in den vorangegangenen Rechenschaftsberichten an dieser Stelle ein Lied zu singen.

Auch wenn die Verstöße bei inländischen Angeboten abnehmen, sie treten immer noch auf und müssen gehandelt werden, keine Frage. Die Verstöße auf ausländischen Plattformen dagegen nehmen zu und ihnen muss ebenfalls nachgegangen werden. Die Handlungsmöglichkeiten der Aufsichtsbehörden sind dabei zwar begrenzt und angesichts der Fülle an Inhalten stellen sie, mehr noch als bei klassischen Webseiten, einen Tropfen auf den heißen Stein dar. Zu resignieren wäre aber das falsche Signal.

Die MA HSH wird also weiterhin Verstößen auf ausländischen Plattformen nachgehen. Sie nimmt Beschwerden aber auch zum Anlass, die Verbesserung von Beschwerdemöglichkeiten oder den Einsatz von technischen Schutzoptionen anzuregen. Wünschenswert wären beispielsweise Tools, mit denen Nutzer ihre Inhalte wie auf klassischen Webseiten mit einer auslesbaren Alterskennzeichnung versehen können. Denkbar wäre auch der Einsatz eines Content-ID-Verfahrens, mit dem das Wiedereinstellen von bereits als unzulässig eingestuften Inhalten verhindert werden kann. Eltern und Erziehende müssen außerdem besser über bereits vorhandene Schutzoptionen informiert und für deren Einsatz sensibilisiert werden. Zur Verbesserung des Jugendschutzes im Internet sind also Aufsichtsbehörden, Plattformanbieter und – last but not least – Medienkompetenzvermittler weiterhin gefordert.

10 Aufbau und Organisation

Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten

Kommissionen und Gremien

Der Rundfunk und auch die Aufsicht darüber liegen in der Verantwortung der Bundesländer. Da Fernsehen, Hörfunk und vor allem das Internet an Landesgrenzen nicht Halt machen, arbeiten die 14 Medienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) für die Gleichbehandlung privater Rundfunkveranstalter und für die bessere Durchsetzbarkeit der Entscheidungen einzelner Anstalten eng zusammen.

Die Zusammenarbeit innerhalb der ALM erfolgt über die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) sowie den Zusammenschluss beider in der Gesamtkonferenz (GK). Darüber hinaus bestehen die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sowie drei Fachausschüsse.

Organisiert wird die Zusammenarbeit der Medienanstalten von der Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) in Berlin. Hier werden nach Beschluss der Gesamtkonferenz seit September 2013 alle bundesweiten Belange der Aufsicht über den privaten Rundfunk, Jugendschutz, Medienkonzentration, Programm- und Werbeaufsicht, Plattformregulierung und die Auswahlentscheidungen für digitale Kapazitäten koordiniert.

Grundlage der Zusammenarbeit innerhalb der ALM ist das ALM-Statut (Vertrag über die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland), das im Juli 2014 in einer erneut überarbeiteten Fassung in Kraft getreten ist.

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, der alle Direktoren der Landesmedienanstalten angehören, unterhält den Austausch mit den Rundfunkveranstaltern und Plattformbetreibern, befasst sich mit gemeinsamen Angelegenheiten sowie Fragen grundsätzlicher Bedeutung für ihre Mitgliedsanstalten und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung.

Die Gremienvorsitzendenkonferenz, die sich aus den Vorsitzenden der jeweiligen Beschlussgremien aller Medienanstalten zusammensetzt, fällt bundesweite Zuweisungsentscheidungen und beschäftigt sich mit Fragen der Medienpolitik, der Medienethik sowie der Programmqualität.

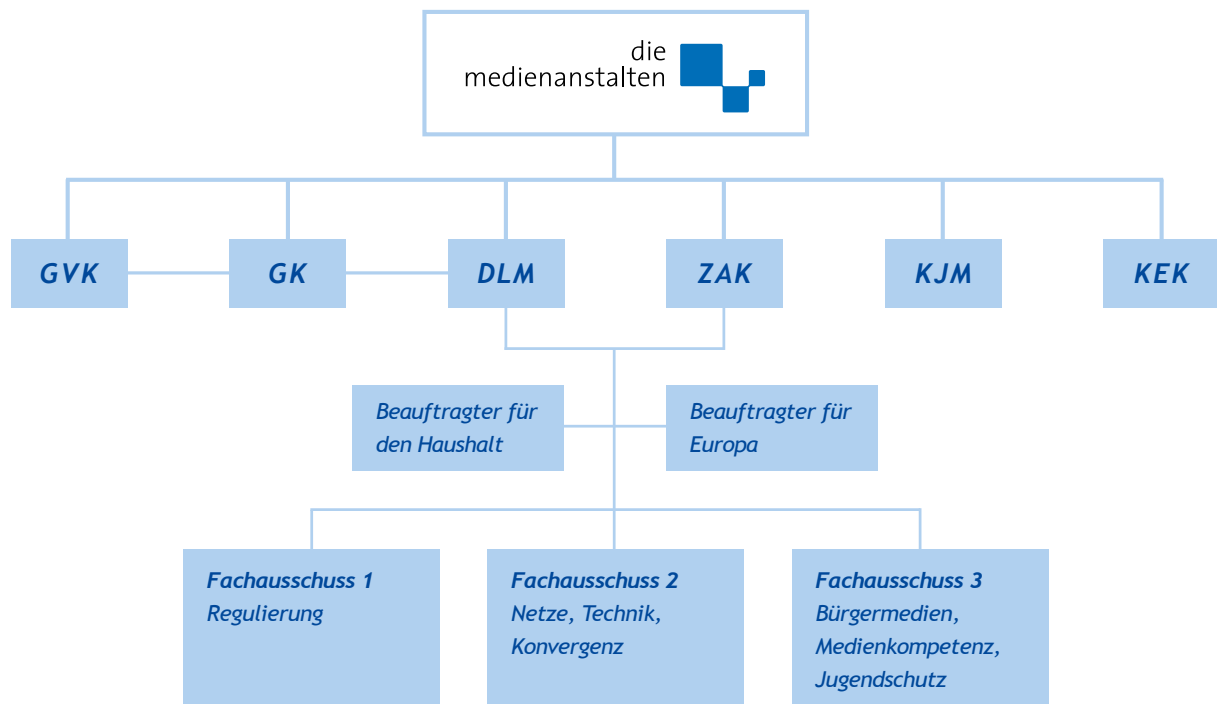
Die Gesamtkonferenz besteht aus den Mitgliedern der DLM sowie der GVK und behandelt Themen von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung. Sie ist zuständig für die Wahl des Vorsitzenden von ZAK/DLM und beruft die aus der ALM in die KEK und KJM zu entsendenden Mitglieder.

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht ist personengleich mit der DLM und trifft in Zulassungs- und Aufsichtsverfahren bei bundesweiten Rundfunkveranstaltern für die einzelnen Landesmedienanstalten verbindliche Entscheidungen.

Der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich gehören sechs Direktoren sowie sechs Sachverständige der Länder an. Ihre Aufgabe ist die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Um zu vermeiden, dass ein Unternehmen vorherrschende Meinungsmacht erlangt, bedürfen neue Programme oder Veränderungen in der Beteiligungsstruktur von Veranstaltern der Zustimmung durch die KEK.

10 Aufbau und Organisation

Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten



© die medienanstalten

Die Kommission für Jugendmedienschutz ist die zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und im Internet. Sie stellt sicher, dass wirksam gegen jugendschutzrelevante elektronische Medieninhalte vorgegangen wird. Die KJM besteht aus zwölf Mitgliedern, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Medienanstalten.

Seit 2014 haben die ZAK und die DLM drei Fachausschüsse mit folgenden Schwerpunktthemen eingerichtet: „Regulierung“ (Fachausschuss I), „Netze, Technik, Konvergenz“ (Fachausschuss II) und „Bürgermedien, Medienkompetenz, Jugendschutz“ (Fachausschuss III). Die Fachausschüsse bereiten Entscheidungen der ZAK und der DLM vor und haben die bisherigen Beauftragten abgelöst.

Unberührt von dieser Strukturreform bleiben die Funktionen des Beauftragten für den Haushalt und des Europabeauftragten.

Der Direktor der MA HSH, Thomas Fuchs, ist Koordinator des Fachausschusses „Netze, Technik, Konvergenz“. Die Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM) unterstützt den Fachausschuss und bearbeitet technische und planerische Fragen.

10 Aufbau und Organisation

Ansprechpartner



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



Recht, Verwaltung, Technik
Leiter

Dr. Wolfgang Bauchrowitz (l.)
040 / 36 90 05 - 11
bauchrowitz@ma-hsh.de



Programm, Medienkompetenz
Leiter

Dr. Thomas Voß (3. v. l.)
040 / 36 90 05 - 40
voss@ma-hsh.de



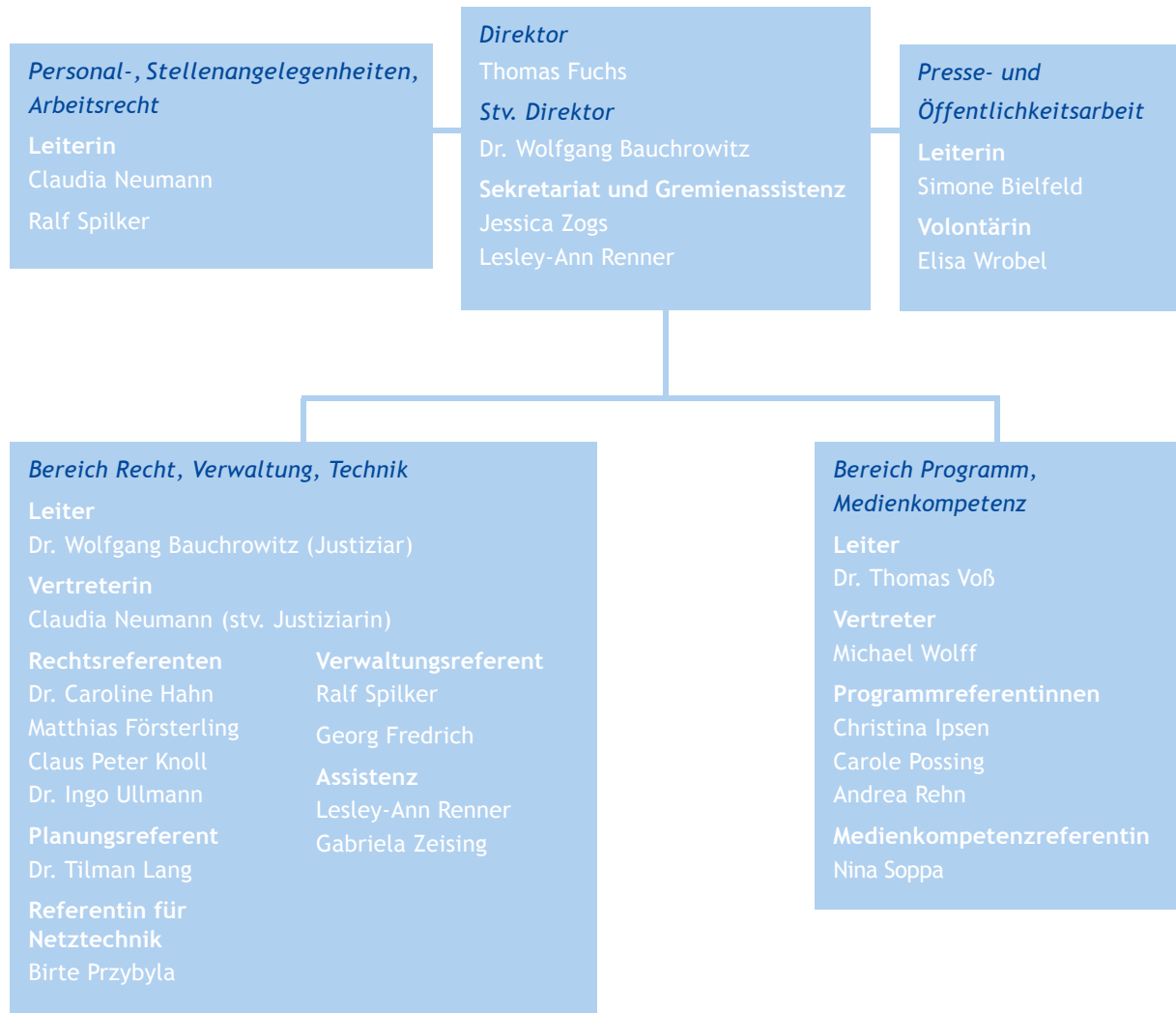
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Leiterin

Simone Bielfeld (l.)
040 / 36 90 05 - 28
bielfeld@MA-HSH.de

Stand: 15.03.2014

10 Aufbau und Organisation

Organigramm



Stand: 01.05.2016





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**