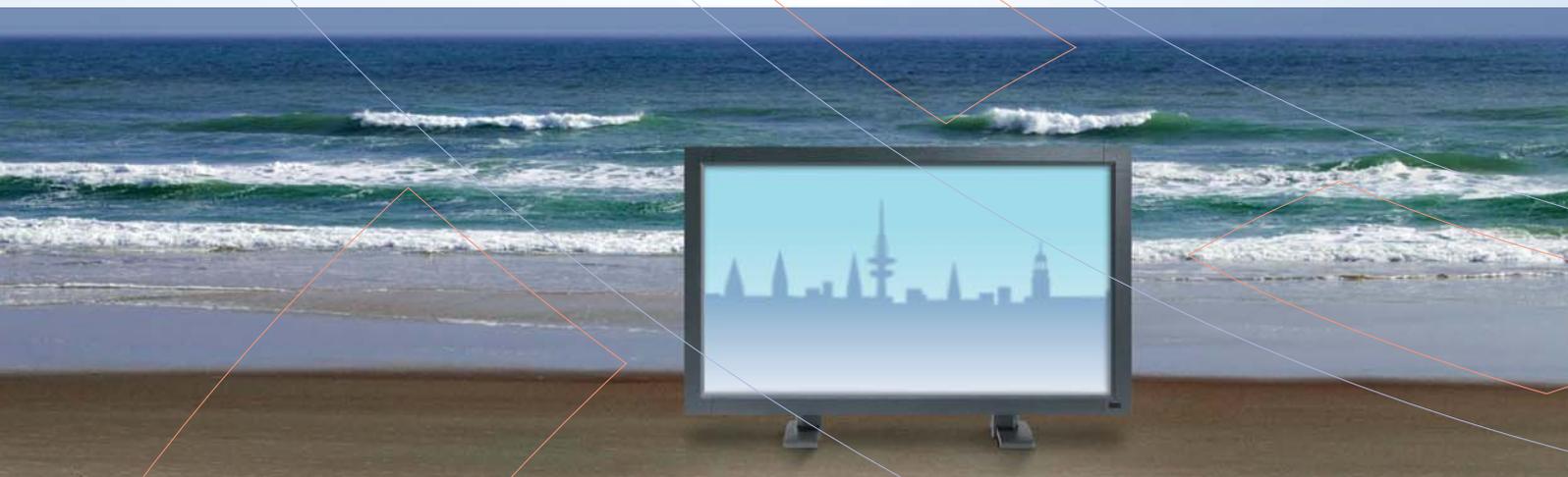




**MA  
HSH**

Medienanstalt  
Hamburg  
Schleswig-Holstein



## Rechenschaftsbericht 2008

2008





**Rechenschaftsbericht 2008  
der Medienanstalt Hamburg /  
Schleswig-Holstein (MA HSH)**

**Herausgeber**

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

**Redaktion**

Leslie Middelman  
Simone Bielfeld

**Gestaltung**

Lemon Design, Kiel

**Druck**

Omnidata, Hamburg

Alle Rechte vorbehalten.

Norderstedt, Juni 2009

<b>1 Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>2 Auftrag</b>	<b>7</b>
Wesentliche Rechtsgrundlagen	7
<b>3 Organe</b>	<b>8</b>
Direktor	8
Medienrat	10
<b>4 Aufgaben</b>	<b>14</b>
Zulassung und Zuweisung	14
Programmaufsicht	24
<b>5 Medienforschung</b>	<b>32</b>
<b>6 Medienkompetenz</b>	<b>33</b>
<b>7 Beteiligungen</b>	<b>35</b>
<b>8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</b>	<b>36</b>
Veranstaltungen 2008	36
Publikationen 2008	37
<b>9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten</b>	<b>38</b>
Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)	38
Gemeinsame Stellen	39
Kommissionen	40
<b>10 Finanzierungsgrundlagen der MA HSH</b>	<b>42</b>
<b>11 Ausblick</b>	<b>44</b>
Diskussion um Werberegulierung	44
Jugendmedienschutz im Internet	45
Wie geht es weiter in der digitalen Rundfunkwelt?	45
<b>12 Service</b>	<b>49</b>
Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein	49
Ansprechpartner	58
Organigramm	59



*Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH*

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

das Jahr 2008 war das Jahr eins für die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) nach der Fusion der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) und der Unabhängigen Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) im Jahr 2007. Und so war es ein Jahr der Konsolidierung und des Aufbruchs am neuen Standort Norderstedt. Ankunft und Neuausrichtung haben auch im neuen Design und Aufbau dieses Berichts ihren Ausdruck gefunden.

Neben der regionalen Zulassungs- und Aufsichtsfunktion war die Arbeit der MA HSH im vergangenen Jahr geprägt von bundesweiten Strukturfragen. Immer mehr medienrechtliche Entscheidungen werden bundesweit einheitlich getroffen. Wir unterstützen diesen Prozess und bringen uns aktiv in ihm ein.

Noch stärker als in den Jahren zuvor ist das Internet ins Zentrum unserer Arbeit gerückt. Nicht nur, weil sich Web-TV und IPTV zunehmend als neue Distributionssysteme und -plattformen etablieren, sondern auch, weil insbesondere der Jugendmedienschutz bei den Telemedien und damit verbunden die Medienkompetenzförderung eine wichtige Aufgabe der MA HSH geworden sind. Das Jahr 2008 hat sehr deutlich gemacht, dass die Digitalisierung der Medienlandschaft die Anforderungen an die Landesmedienanstalten erhöht und ihren Aufgabenkatalog erweitert.

Dieser Entwicklung haben wir uns mit Erfolg gestellt. Ihnen wünsche ich nun eine interessante Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen,  
Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'T. Fuchs', written over a light grey rectangular background.

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

## 2 Auftrag



Außenansicht der MA HSH

Seit dem 1. März 2007 ist die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) mit Sitz in Norderstedt die gemeinsame Medienanstalt der beiden nördlichsten Bundesländer. Die MA HSH ist das Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien in Hamburg und Schleswig-Holstein. Als Agentur für Audiovisuelles gestaltet sie die Rahmenbedingungen der elektronischen Medien mit, fördert medienwirtschaftliche Aktivitäten und unterstützt die Erprobung und Einführung neuer Übertragungstechnologien. Sie vertritt die Interessen der Allgemeinheit gegenüber Programmanbietern und Plattformbetreibern und ist Sachwalterin der Interessen des privaten Rundfunks im dualen Rundfunksystem.

Die vorrangigen Aufgaben der MA HSH sind:

Zulassung privater Hörfunk- und Fernsehprogramme und Zuweisung von Übertragungskapazitäten

Beurteilung und Kontrolle der Programme, insbesondere hinsichtlich ihres Beitrags zur Programmvielfalt

Mitwirkung bei der Umstellung von analoger auf digitale Übertragungstechniken

Beratung der Rundfunkveranstalter und -teilnehmer

Förderung von Projekten der Medienkompetenz und Medienpädagogik

Mitwirkung in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Vergabe von Aufträgen zur Medienforschung

Information und Beratung der Nutzer von audiovisuellen Angeboten

Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten

### Wesentliche Rechtsgrundlagen

Staatsvertrag über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein vom 13. Juni 2006 (Medienstaatsvertrag HSH - MStV HSH, HmbGVBl. 2007 S. 47, GVOBl. Schl.-H. 2007 S.108), seit 1. September 2008 in der Fassung des Zweiten Staatsvertrages zur Änderung medienrechtlicher Vorschriften in Hamburg und Schleswig-Holstein (Zweiter Medienänderungsstaatsvertrag HSH - HmbGVBl. S. 291, GVOBl. Schl.-H. S. 358)

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 (RStV) in der Fassung des Elften Rundfunkänderungsstaatsvertrags vom 19. Dezember 2007 (HmbGVBl. S. 258, GVOBl. Schl.-H. S. 311), seit 1. September 2008 in Kraft. Am 1. Januar 2009 trat der Elfte Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 12. Juni 2008 (HmbGVBl. S. 398, GVOBl. Schl.-H- S. 612) in Kraft.

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), gültig seit 1. April 2003, zuletzt geändert durch den Elften Rundfunkänderungsstaatsvertrag, sowie das Telemediengesetz vom 26. Februar 2007 (BGBl. I S. 179).

Download der jeweils aktuellen Rechtsgrundlagen der Arbeit der MA HSH unter:  
[www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de)

## 3 Organe

Organe der MA HSH sind der Medienrat als Entscheidungsgremium und der Direktor als Geschäftsführer, der die anstehenden Entscheidungen vorbereitet und umsetzt. Dabei unterstützen ihn zurzeit 24 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

### Direktor

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

### Vita

Thomas Fuchs wurde am 23. Juli 1965 in Hamburg geboren. Nach Schuljahren in Frankfurt und Bonn, Zivildienst und einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er Jura, Europäisches Recht und Philosophie in Hamburg und Brüssel. Dem ersten Staatsexamen 1993 folgten die Referendarzeit in Bremen sowie parallel ein Master-Studium am dortigen Zentrum für Europäische Rechtspolitik. Nach dem zweiten Staatsexamen 1995 und einer freiberuflichen Tätigkeit als Rechtsanwalt trat er 1996 in den Staatsdienst der Freien und Hansestadt Hamburg ein. Dort arbeitete er u.a. im Bereich Medienpolitik - Rundfunkreferent der Länder - und bis 2001 als persönlicher Referent des Wirtschaftssenators. Von 2001 bis 2004 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. Ab März 2004 war er als Leiter der Abteilung Theater, Musik und Bibliotheken in der Kulturbehörde tätig, seit Herbst 2005 auch Vorstand der Stiftung Elbphilharmonie.

Im Januar 2008 hat Fuchs seinen Dienst als Direktor der MA HSH angetreten.

Er ist verheiratet und hat zwei Töchter.

## Aufgaben

Vorbereitung und Umsetzung der Beschlüsse des Medienrats

Ausführung der Beschlüsse von ZAK, KJM und GVK

Überprüfung der Einhaltung der Zulassungs- und Zuweisungsbescheide einschließlich der Beteiligung bei späteren Änderungen

Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten

Festsetzung und Einziehung der Gebühren, Auslagen und Abgaben

Aufstellung des Haushaltsplans und Feststellung des Jahresabschlusses

Erstellung und Veröffentlichung eines jährlichen Rechenschaftsberichts

Einstellung, Eingruppierung und Entlassung der Bediensteten der Anstalt und Wahrnehmung der Befugnisse des Arbeitgebers

### Interview mit Thomas Fuchs über das erste Jahr seiner Amtszeit und die zukünftigen Tätigkeitsschwerpunkte der MA HSH



Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

*Der langwierige Prozess der Zusammenführung zweier ehemals eigenständiger Medienanstalten zur MA HSH wurde im Jahr 2007 abgeschlossen, im Januar 2008 haben Sie Ihr Amt als Direktor*

*angetreten. Wenn Sie Bilanz Ihrer bisherigen Arbeit ziehen - können Sie dann sagen, dass Sie die Ziele, die Sie sich für 2008 gesetzt hatten, erreicht haben?*

Ich denke schon. Bedingt durch Fusion und Umzug war 2007 in der Tat ein schwieriges Jahr für die MA HSH. Aber im Laufe des Jahres 2008 sind wir in Norderstedt angekommen und zusammengewachsen. Ich freue mich sehr, dass die Medienschaffenden, die Bürgerinnen und Bürger und die politisch Verantwortlichen aus Hamburg und Schleswig-Holstein wieder den Weg zu uns finden. Unser Rat ist gefragt: als Kompetenzzentrum für audiovisuelle Medien, als Initiator von neuen Ideen und Projekten und als Interessenvertreter des privaten Rundfunks innerhalb des dualen Systems. Besonders positiv ist, dass gerade die jungen Medienunternehmen sich immer häufiger fachkundigen Rat holen. Aber auch die etablierten Unternehmen im audiovisuellen Bereich - das hat eine externe Kundenumfrage Anfang 2009 bestätigt - schätzen die MA HSH als kompetente und faire Beraterin und wünschen sich eine stärkere medienpolitische Rolle der MA HSH.

*Welches waren die Schwerpunkte und die wichtigsten Erfolge Ihrer Arbeit im Jahr 2008?*

Wir haben die Lizenzen für RTL Nord und Sat.1 Norddeutschland um sieben Jahre verlängert - für die Sicherstellung einer qualitativ hochwertigen Regionalberichterstattung ein wichtiger Schritt. Außerdem haben wir rund 20 neue Zulassungen erteilt - davon ungefähr ein Viertel im Fernseh- und drei Viertel im Hörfunkbereich, vorwiegend für Internetprogramme. Generell verlagert sich der Schwerpunkt unserer Arbeit deutlich in Richtung Internet, das als Verbreitungsweg für Rundfunkangebote immer stärker genutzt wird. Auch die Aufsichtsaufgaben nehmen durch das Internet deutlich zu. So gab es im letzten Jahr 64 Prüffälle jugendschutzrelevanter Telemedienangebote.

*Die Vermittlung von Medienkompetenz, insbesondere für die Nutzung des Internets, ist für Sie nicht nur gesetzliche Aufgabe, sondern ein wichtiges Anliegen. Wollen Sie sich auf diesem Feld künftig verstärkt engagieren?*

Unbedingt. Hier wollen wir künftig einen Schwer-

punkt setzen und damit einer von uns im Herbst letzten Jahres veröffentlichten Studie Rechnung tragen, die für Hamburg und Schleswig-Holstein erhebliche Defizite auf diesem Gebiet festgestellt hat. Weil im World Wide Web repressive Kontrolle sehr schnell an ihre Grenzen stößt, ist präventiver Kinder- und Jugendmedienschutz, also Medienkompetenz, im Internet noch wichtiger als bei den traditionellen Medien. Medienkompetenz ist damit Grundvoraussetzung für eine sichere Internetnutzung durch Kinder und Jugendliche und eine der Schlüsselqualifikationen in der heutigen Medienwelt.

*Welche Herausforderungen kommen in Zukunft außerdem auf die MA HSH zu?*

Das Thema Finanzierung des privaten Rundfunks und damit vor allem die Werberegulierung werden im Jahr 2009 von großer Bedeutung sein. Hier gilt es unter anderem, das Liberalisierungspotenzial der neuen europäischen Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste klug auszuschöpfen und die Werbefreiheit gegen neue Verbote zu verteidigen. Ein weiteres Thema werden die neuen Anläufe im Bereich der Digitalisierung sein: Der zweite Versuch, DVB-H einzuführen, diesmal gleich im Regelbetrieb. Die vielleicht letzte Chance, die digitale terrestrische Verbreitung für den Hörfunk zu etablieren. Und schließlich der weitere Ausbau des digitalen Kabels unter Beachtung der Zugangschancen neuer Sender und Programme im Rahmen der Plattformregulierung.

*Um all diese Herausforderungen meistern zu können, muss man stark sein. Welche Rolle soll die MA HSH aus Ihrer Sicht künftig in Norddeutschland spielen?*

Ein starker Medienstandort braucht eine starke Medienanstalt. Ich bin überzeugt davon, dass wir als Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien im Kommunikationsraum Hamburg / Schleswig-Holstein mehr für die Medienbranche erreichen, als wenn wir uns auf minimale Aufsichtsaufgaben beschränken.

## Medienrat



Mitglieder des Medienrats der MA HSH

Der amtierende Medienrat der MA HSH konstituierte sich am 28. August 2008 und besteht aus vierzehn ehrenamtlich tätigen Mitgliedern: sieben Mitgliedern aus Hamburg, die von den Fraktionen im Wege der Blockwahl vorgeschlagen und von der Bürgerschaft gewählt wurden, und sieben Mitgliedern aus Schleswig-Holstein, die vom dortigen Landtag mit Zwei-Drittel-Mehrheit gewählt wurden.

Für die Wahl des Medienrats hat jede gesellschaftlich relevante Gruppe - Parteien, Kirchen, Gewerkschaften, Verbände, Interessengruppen usw. - aus Hamburg und Schleswig-Holstein ein Vorschlagsrecht. Die Mitglieder des Medienrats sollen als Sachverständige besondere Eignung auf dem Gebiet der Medienpädagogik, der Medienwissenschaft, des Journalismus, der Rundfunktechnik, der Medienwirtschaft oder sonstiger Medienbereiche nachweisen. Zwei Mitglieder müssen die Befähigung zum Richteramt haben.

Der Medienrat tritt regelmäßig zusammen - 2008 insgesamt neunmal - um die anstehenden Entscheidungen zu verhandeln und abzustimmen. Er veranstaltet mindestens einmal jährlich eine Fachtagung mit öffentlicher Fragestunde zu seiner Arbeit.

### Aufgaben

Erteilung, Rücknahme und Widerruf von Zulassungen

Feststellung von Verstößen gegen den Medienstaatsvertrag HSH

Entscheidungen über Aufsichtsmaßnahmen bei Verstößen gegen die Jugendschutzbestimmungen (§ 5 Abs. 2 MStV HSH, §§ 19 Abs. 4, 20 Abs. 1 JMStV)

Entscheidung über Ordnungswidrigkeiten gemäß § 38 Abs. 6 und § 51 MStV HSH

Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten

Entscheidungen über die Rangfolge in Kabelanlagen

Feststellung des Haushaltsplans und Genehmigung des Jahresabschlusses

Feststellung eines jährlichen Rechenschaftsberichts

Wahl und Abberufung des Direktors

Erlass von Satzungen und Richtlinien

Zustimmung zu Rechtsgeschäften von mehr als 100 000 Euro

### Mitglieder

- ✦ Jörg Howe (Vorsitzender)
- ✦ Frauke Hamann (Stv. Vorsitzende)
- ✦ Anne Abel
- ✦ Ingrid Brand-Hückstädt
- ✦ Edda Fels
- ✦ Alfons Grundheber-Pilgram
- ✦ Silke Hinrichsen
- ✦ Dr. Günter Hörmann
- ✦ Ursula Kähler
- ✦ Dr. Susanne Mayer-Peters
- ✦ Eva Schleifenbaum
- ✦ Roswitha Strauß
- ✦ Uli Wachholtz
- ✦ Dr. Bernd Wichert

## Interview mit Jörg Howe über die Arbeit des Medienrats und die Zukunft der ehrenamtlichen Gremien



Jörg Howe, Vorsitzender des Medienrats der MA HSH

*Der Medienrat setzt sich zusammen aus Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen, Organisationen und Vereinigungen, seine Funktion als Beschlussgremium besteht darin, alle relevanten Entscheidungen im Aufgabenspektrum der MA HSH zu treffen. Welches sind aus Ihrer Sicht derzeit die wichtigsten Felder, auf denen die Entscheidungskompetenz des Medienrats gefragt ist?*

Dem Tätigkeitsfeld der MA HSH entsprechend nehmen Jugendschutz- und Medienkompetenzfragen zur Zeit den größten Stellenwert bei unserer Arbeit ein, ebenso Fragen der Werberegulierung. Das Zulassungswesen verliert dagegen etwas an Bedeutung. Generell spüren wir natürlich die Konvergenzentwicklung bei den elektronischen Medien, entsprechend bestimmt auch das Internet mit seinen Angeboten unsere Arbeit immer stärker.

*Wie werden sich diese Schwerpunkte künftig verschieben?*

Die gerade beschriebene Tendenz wird sich fortsetzen. Medienkompetenzfragen werden an Bedeutung gewinnen, weil der präventive Jugendschutz als Ergänzung zur Programmaufsicht immer wichtiger wird.

*Es wird immer wieder darauf verwiesen, dass die Bedeutung des Medienrats auch darin besteht, sich in medienethische, medienkulturelle und medienpolitische Fragen einzumischen. Ist*

*der Medienrat angesichts der föderalen Organisation der Rundfunklandschaft in Deutschland überhaupt in der Lage, dies zu leisten?*

Wir haben die Möglichkeit, mit unseren Entscheidungen auf länderspezifische medienpolitische Entwicklungen Einfluss zu nehmen. Darüber hinaus können wir dafür Sorge tragen, dass nationale Entwicklungen und Entscheidungen in Hamburg und Schleswig-Holstein angemessene Berücksichtigung finden. Überdies ist Anfang September 2008 mit dem Inkrafttreten des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags die Gremienvorsitzendenkonferenz als Beschlussgremium mit neuen, bundesweiten Kompetenzen ausgestattet worden.

*Dann ist angesichts der Tatsache, dass die Medienentwicklung nicht an den Grenzen der Bundesländer Halt macht, diese Aufwertung der Gremienvorsitzendenkonferenz als Beschlussgremium für bundesweite Entscheidungen ein Schritt in die richtige Richtung?*

Angesichts der Strukturreform in der Organisation der Landesmedienanstalten ist es notwendig und sinnvoll, auf nationaler Ebene auch ein gesellschaftlich getragenes Beschlussgremium zu installieren. Allerdings hat die Neuorganisation mit der Gremienvorsitzendenkonferenz, der Kommission für Jugendmedienschutz, der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich und der Kommission für Zulassung und Aufsicht, die jeweils für die zuständige Landesmedienanstalt verbindliche Entscheidungen treffen, erhebliche Auswirkungen auf die Arbeit des Medienrats der MA HSH. Umso wichtiger ist es, unsere aktive Rolle bei den regionalen Veranstaltungen auszubauen.

*Die Entwicklung der elektronischen Medien ist geprägt von einer stetig steigenden Komplexität. Sind Sie der Meinung, dass ein ehrenamtliches Beschlussgremium diesen Anforderungen auch in Zukunft gewachsen sein wird?*

Auf jeden Fall. Die Mitglieder des Medienrats müssen nicht jede medientechnologische oder medienrechtliche Frage im Detail nachvollziehen können. Unsere Aufgabe ist es, unterschiedliche gesellschaftliche Horizonte und Wertorientierungen einzubringen. Auf diese Weise

verhindern wir, dass medienimmanente Entwicklungen zum Selbstläufer werden, und machen Entscheidungen für die Öffentlichkeit nachvollziehbar. Wir stehen dafür, dass Entscheidungen gesellschaftlich akzeptiert werden. Und gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, in denen die Versuchung für den privaten Rundfunk groß ist, zugunsten hoher Einschaltquoten bis an die Grenzen der Rundfunkfreiheit zu gehen, ist eine unserer Hauptaufgaben, immer wieder darauf zu verweisen, dass nicht alles, was sich innerhalb eines legalen Rahmens bewegt, auch gesellschaftlich legitim ist.

## Beschlüsse 2008

### 28. Januar

- Verlängerung der Zulassung der Regionalfensterprogramme von RTL und Sat.1 in Hamburg und Schleswig-Holstein um jeweils sieben Jahre bis 2015
- Bestätigung der medienrechtlichen Unbedenklichkeit des Telemedienangebots von Tchibo, Tchibo Web-TV
- Umsetzung von KJM-Beschlüssen: Beanstandung von fünf Telemedien-Prüffällen

### 20. Februar

- Zuweisung von DVB-H Übertragungskapazitäten zur Durchführung eines auf drei Jahre befristeten Pilotprojekts an die Mobile 3.0 GmbH
- Erteilung einer Zulassung für das bundesweite Spartenfernsehen 4-Seasons Web-TV
- Feststellung der Anforderungen beim Navigator für Dekoder mit dem Siegel „Geeignet für Premiere Interaktiv“: die Gestaltung entspricht den Vorgaben nach § 53 Abs. 1 RStV
- Genehmigung der Übertragung der Zulassung von der GoldStar TV GmbH & Co. KG auf die Mainstream Media AG
- Umsetzung von KJM-Beschlüssen: Beanstandung von drei Telemedien-Prüffällen

### 30. April

- Erteilung von Zulassung und Zuweisung für die bundesweite Verbreitung des Fernsehspartenprogramms Coptic Christian Channel - CC TV für 10 Jahre.

- Erteilung von Zulassung und Zuweisung für die bundesweite Verbreitung des Fernsehspartenprogramms Alster.TV für 10 Jahre.
- Erteilung von Zulassungen und Zuweisungen für folgende Hörfunkspartenprogramme jeweils für zehn Jahre: Best Radio, QUU.FM, NRJ Webradio und Schlagerradio
- Verlängerung der bundesweiten Zulassung für Klassik Radio um zehn Jahre bis 2019
- Genehmigung der Zulassungsübertragung für die TV-Sender Hamburg 24 und 24 von der KG Hamburg 1 Fernsehen Beteilig. GmbH & Co. auf die Deutschland 24 GmbH
- Umsetzung von KJM-Beschlüssen: Beanstandung von acht Telemedien-Prüffällen
- Förderung von Medienkompetenzprojekten: SchulKinoWoche Schleswig-Holstein 2008, Schnappfisch-Media, MEIER - Medieninformationsdienst für alle Erziehenden
- Änderung der Gebühren- und Abgabensatzung-GAS der MA HSH

### 18. Juni

- Erteilung einer Zulassung für das regionale Fernsehspartenprogramms NOA 4 (on air new media GmbH) für die Dauer von zehn Jahren
- Bestätigung der rundfunkrechtlichen Unbedenklichkeit des Telemedienangebots LIGX „Einfach live sein“ der OMS-Online Music-Star II GmbH
- Umsetzung von KJM-Beschlüssen: Beanstandung von vier Telemedien-Prüffällen
- Feststellung des Verstoßes gegen die Gewinnspielregeln der Landesmedienanstalten und Beanstandung des Gewinnspiels „Money Express“ (Nick)
- Beanstandung der Sendung „Kino News“ auf Hamburg 1 wegen eines Verstoßes gegen die Sendezeitbeschränkungen gemäß JMStV
- Förderung des Medienkompetenzprojekts Ostsee-Jugendmediencamp 2008

### 16. Juli

- Genehmigung der Jahresabschlüsse 2007 von ehem. HAM und ULR sowie MA HSH
- Feststellung des Rechenschaftsberichts des Direktors für das Jahr 2007
- Übertragung der Zulassung für das Hörfunkspartenprogramm Deluxe Lounge Radio von der TH14 media GmbH auf die Deluxe En-

ertainment GmbH

- Erteilung von Zulassungen für folgende Hörfunkprogramme: das bundesweite Spartenradio OBE Radio, das regionale Vollprogramm Sylt Funk und das lokale Veranstaltungsprogramm Wacken Radio während des Wacken Open Air Festivals 2008

### 17. September

- Bestätigung der rundfunkrechtlichen Unbedenklichkeit des Telemedienangebots 3A-Shop.TV der 3A TV GmbH
- Erteilung einer Zulassung und Zuweisung von terrestrischen Frequenzen für lokales Veranstaltungsradio anlässlich der 50. Nordischen Filmtage Lübeck
- Ausschreibung einer Übertragungskapazität für die Zuweisung in der DVB-T-Bedeckung sechs (3. privater MUX) in Schleswig-Holstein für die landesweite terrestrische Verbreitung eines privaten Fernsehprogramms
- Zustimmung zu dem von der Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten im Juni beschlossenen ALM-Statut zur Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten
- Beschluss der Kommissionsfinanzierungsatzung-KFS der MA HSH



Empfangsbereich der MA HSH

### 29. Oktober

- Feststellung eines Verstoßes gegen die Werbe- und Sponsoringbestimmungen und Beanstandung des Sendebeitrags „E-World“ auf Radio Hamburg
- Förderung von Medienkompetenzprojekten: Initiative Medienkompetenz im Internet (IMKIN), Radiofuchse, [www.mediennetz-hamburg.de](http://www.mediennetz-hamburg.de)

### 25. November

- Feststellung und Beanstandung von Verstößen gegen § 4 Abs. 2 Nr. 1 JMStV in der Sendung „pinksim! Hot Movie Night“ bei Hamburg 1

### 18. Dezember

- Verlängerung der Zulassungen und Zuweisungen terrestrischer DVB-T-Kapazitäten für ProSieben, Sat.1, Kabel Eins und N24 in Hamburg und Schleswig-Holstein bis 2019
- Beschluss der Zugangs- und Plattformsetzung für digitale Dienste
- Beschluss der Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten
- Feststellung des vom Direktor aufgestellten Nachtragshaushalts 2008



Sitzungssaal der MA HSH

**Zulassung und Zuweisung**
**Zulassungen Fernsehen**

Folgende private Fernsehveranstalter verfügen über eine Zulassung der MA HSH (Stand Juni 2009):

Name	Veranstalter		Übertragungs- technik	Sendestart
4-Seasons. TV	4-Seasons. TV Fernsehgesellschaft bR • Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH • Moving Adventures Medien GmbH	50% 50%	Internet	2008
Alster. TV	Magazin Verlag Hamburg HMW GmbH • Wolfgang E. Buss • Melan Initiativ Veranstaltungs GmbH	50% 50%	Internet	2008
Bibel TV	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop Stiftung • Astratel GmbH • EKD-Media GmbH • 13 weitere Gesellschafter	52,00% 12,75% 12,75% 22,50%	Kabel digital DVB-T HH Internet IPTV Satellit	2002
ctv	Coptic Christian Channel gGmbH • Koptische Gemeinde Hamburg e. V.	100%	Satellit	2008
Deutsches Gesundheitsfernsehen	Deutsches Gesundheitsfernsehen GmbH • Avantaxx Innovation Beteiligung Verwaltung AG • Gerd Berger	85% 15%	Internet	2007
DMAX	DMAX TV • Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG	100%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T SH IPTV Satellit	2006
Eurosport	Eurosport S.A. • Télévision Française S.A.	100%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T HH/SH Satellit	1989
Giga Digital	GIGA Digital Television GmbH • Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG	100%		2005 Sendebetrieb 3/2009 eingestellt
Hamburg 1	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. • Germany 1 Media AG • Axel Springer AG • TRIANGLE Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG	63% 27% 10%	Kabel analog DVB-T HH Internet	1995
Hamburg 24	Deutschland 24 GmbH • Germany 1 Media AG	100%	geplant: DVB-H	noch offen
24	Deutschland 24 GmbH • Germany 1 Media AG	100%	geplant: DVB-H	noch offen
Heimatkanal	Mainstream-Media AG • Gottfried Zmeck • Reichenbach Investment GmbH • Barbara Zmeck • Julia Zmeck	70% 20% 5% 5%	Kabel digital	2002

Name	Veranstalter		Übertragungstechnik	Sendestart
<i>Kabel Eins</i>	<i>Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH</i> • German Free TV Holding GmbH	100%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1992
<i>N24</i>	<i>N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH</i> • German Free TV Holding GmbH	100%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> DVB-T HH/SH IPTV Satellit	2000
<i>9Live</i>	<i>9LIVE Fernsehen GmbH</i> • ProSiebenSat. 1 Media AG	100%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1995
<i>Nick</i>	<i>MTV Networks Germany GmbH</i> • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL.C.	51% 49%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> Handy-TV IPTV Satellit	2005
<i>Nick Jr.</i>	<i>MTV Networks Germany GmbH</i> • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL.C.	51% 49%	<i>Kabel digital</i>	2009
<i>NICK Premium</i>	<i>MTV Networks Germany GmbH</i> • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL.C.	51% 49%	<i>Kabel digital</i>	2007
<i>NOA 4</i>	<i>On air new media GmbH</i> • Atkon AG	100%	<i>Kabel analog</i> <i>Kabel digital</i>	2002
<i>Premiere</i>	<i>Premiere Fernsehen GmbH &amp; Co. KG</i> • Premiere AG	100%	<i>Kabel digital</i> Satellit	1999
<i>Premiere Pay-per-view-Angebot</i>	<i>Premiere Fernsehen GmbH &amp; Co. KG</i> • Premiere AG	100%	<i>Kabel digital</i> Satellit	2007
<i>ProSieben</i>	<i>ProSieben Television GmbH</i> • German Free TV Holding GmbH	100%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1989
<i>Republik Fußball TV</i>	<i>Republik Fußball GmbH</i> • Cluster Capital Partner GmbH & Co. KG • Corner Invest GmbH • Franz-Josef Rehmann	37,4% 37,4% 25,2%		Sendestart noch offen
<i>RTL</i>	<i>RTL Television GmbH</i> • UFA Film- und Fernseh- GmbH	100%	<i>Kabel analog</i> HH/SH <i>Kabel digital</i> DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1988

Name	Veranstalter		Übertragungs- technik	Sendestart
RTL Nord	RTL Nord GmbH • RTL Television GmbH	100%	Kabel analog HH/SH DVB-T HH/SH Satellit	1988
RTL 2	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG • Heinrich Bauer Verlag KG • Tele-München Fernsehen GmbH & Co. • CLT-UFA S.A • UFA Film und Fernseh GmbH • Hubert Burda Media GmbH	31,5% 31,5% 27,3% 8,6% 1,1%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1993
Sat. 1	Sat. 1 SatellitenFernsehen GmbH • German Free TV Holding GmbH	100%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1988
Sat. 1 - 17.30 Live	Sat. 1 Norddeutschland GmbH • Sat. 1 SatellitenFernsehen GmbH	100%	Kabel analog HH/SH DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1988
Spiegel TV digital	Spiegel TV GmbH • Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG	100%	Kabel digital IPTV	2005
Sportdigital	Sportdigital.tv Sende- und Produktions GmbH • Sportainment Medien GmbH & Co. KG	100%	Kabel digital IPTV Internet	2007
Super RTL	RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG • CLT-UFA S.A. • Buena Vista International Television Investments	50% 50%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1995
Tele 5	TM-TV GmbH • Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft	100%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T SH Satellit	2004
{tru:} young television	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop Stiftung • Astratel GmbH • ekd-medien GmbH • 13 weitere Gesellschafter	52% 12,75% 12,75% 22,50%	Internet Satellit	2007
VH1 Classic	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Music Fernsehen GmbH & Co. KG • Viacom Holdings Germany LL. C.	50% 49%		noch offen
VOX	VOX Television GmbH • VOX Holding GmbH • DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH	99,7% 0,3%	Kabel analog HH/SH Kabel digital DVB-T HH/SH IPTV Satellit	1997

### Neuzulassungen 2008

Das Internet-TV-Angebot 4SeasonsTV erhielt eine Lizenz. Es handelt sich um ein Spartenprogramm mit den Schwerpunkten Sport, Trekking und Outdoor-/Freizeitaktivitäten. Die MA HSH ließ das regionale Spartenprogramm Alster.TV der Magazin Verlags Hamburg HMV GmbH zu, das im Internet via IPTV in den Stadtteilen rund um die Alster ausgestrahlt werden soll. Das Fernsehspartenprogramm NOA 4 der Betreiberin on air new media GmbH konnte sein Pilotprojekt „Nachbarschaftsfernsehen für Norderstedt“ fortführen. NOA 4 wird im Internet und über Kabel in Norderstedt und in Teilen Hamburgs verbreitet.

Die MA HSH hat den Coptic Christian Channel der Coptic Christian Channel GmbH zugelassen, der unter anderem Informationssendungen zu christlichen Themen ausstrahlen will. Ausgestattet mit einer Zulassung der MA HSH möchte Republik Fußball vor allem über Vereinsfußball unterhalb der 1. Bundesliga berichten, ferner über Frauen-Fußball und über die A-Jugend-Mannschaften. Beide Spartenprogramme sollen bundesweit über Satellit verbreitet werden.

### Zulassungsänderungen 2008

Die Zulassungen von Heimatkanal sowie von Premiere wurden aufgrund von Veränderungen in der

Beteiligungsstruktur geändert. Auch die Zulassung von Giga Digital wurde nach vorheriger Prüfung der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) aufgrund einer Veränderung der Beteiligungsverhältnisse geändert.

### Zulassungsverlängerungen 2008

Die Zulassung sowie die Zuweisung der terrestrischen DVB-T-Frequenzen der Regionalfenster von RTL und Sat.1 für Hamburg und Schleswig-Holstein wurden um jeweils sieben Jahre verlängert.

Die Zulassung und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten für die digitale terrestrische Verbreitung der Programme Sat.1, ProSieben, Kabel Eins und N24 in Hamburg und Schleswig-Holstein wurden ebenfalls verlängert.

### Marktanteile Fernsehen

Der durchschnittliche TV-Konsum der Bundesbürger blieb 2008 im Vergleich zu den Vorjahren mit 207 Minuten nahezu unverändert. Die vier Programme von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 erzielten zusammen einen Marktanteil von knapp 50 Prozent. ARD und ZDF behaupteten ihre Spitzenpositionen beim Gesamtpublikum, die ARD war Spitzenreiter bei den 14- bis 49-Jährigen. Sat.1 konnte Anteile hinzugewinnen.

### TV-Marktanteile (in Prozent) im Tagesdurchschnitt 2000 bis 2008

Mo - So, 3.00 - 3.00 Uhr, Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in allen TV-Haushalten Deutschlands

Sender	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ARD	14,3	13,9	14,2	14,0	13,9	13,5	14,2	13,4	13,4
ZDF	13,3	13,2	13,8	13,2	13,6	13,5	13,6	12,9	13,1
ARD 3	12,7	13,0	13,1	13,4	13,7	13,6	13,5	13,5	13,2
RTL	14,3	14,7	14,6	14,9	13,8	13,2	12,8	12,4	11,7
Sat.1	10,2	10,1	9,9	10,2	10,3	10,9	9,8	9,6	10,3
ProSieben	8,2	8,0	7,1	7,1	7,0	6,7	6,6	6,5	6,6
VOX	2,8	3,1	3,3	3,5	3,7	4,2	4,8	5,7	5,4
RTL 2	4,8	4,0	3,9	4,7	4,9	4,2	3,8	3,9	3,8
Kabel Eins	5,5	5,0	4,5	4,2	4,0	3,8	3,6	3,6	3,6
Super RTL	2,8	2,8	2,4	2,7	2,7	2,8	2,6	2,6	2,4
Kinderkanal	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2	1,3
DSF	1,2	1,0	0,9	1,1	1,1	1,2	1,0	1,1	0,9
3sat	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1
Eurosport	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9
n-tv	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8
arte	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,7	0,6
tm 3 / 9Live	1,0	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1

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

## Digitalisierung der Übertragungswege

Während die Fernsehnutzungszeit 2008 gegenüber dem Vorjahr nahezu gleich geblieben ist, verändert sich hingegen der Übertragungsweg, über den die Fernsehprogramme die Haushalte erreichen. Mit IPTV und Internet entstehen zum einen neue Distributionswege, zum anderen steigt der Digitalisierungsgrad bei den klassischen Distributionswegen Terrestrik, Kabel und Satellit immer weiter an. Insgesamt nutzten im Jahr 2008 46,7 Prozent aller deutschen Fernsehhaushalte einen digitalen Empfangsweg.

Bei der Terrestrik ist die Digitalisierung, die Umstellung auf DVB-T, in Hamburg und Schleswig-Holstein schon im Jahr 2005 abgeschlossen worden. Etwas anders stellt sich die Situation beim Kabel und beim Satelliten dar.

Der Blick auf die Verteilung der Haushalte auf die verschiedenen Übertragungswege zeigt, dass der Anteil der Kabelhaushalte im Vergleich zu Satellit und Terrestrik sowohl in Hamburg als auch in Schleswig-Holstein deutlich dominiert (s. Abb.1). Grund dafür ist, dass der Prozentsatz der anschließbaren Haushalte, also der Haushalte, die einen Zugang zum Kabel haben, in Hamburg bei fast 100 Prozent liegt, in Schleswig-Holstein immerhin noch bei etwas mehr als 80 Prozent. Während in Schleswig-Holstein der Satellitenempfang mit knapp 37 Prozent deutlich vor dem terrestrischen Empfang liegt, ist dieses Verhältnis in Hamburg umgekehrt.

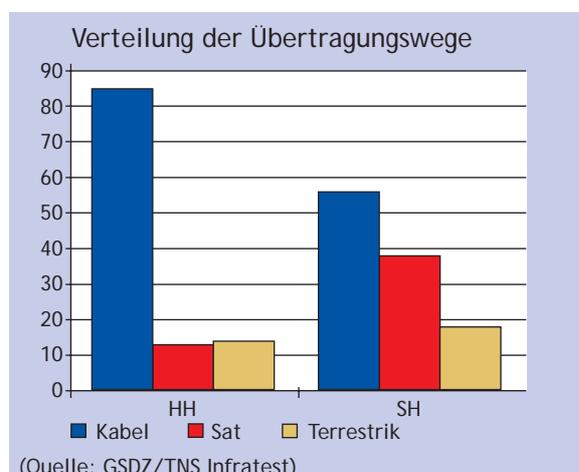


Abb. 1

Wendet man sich allerdings dem Digitalisierungsgrad zu, stellt man fest, dass das Kabel hier weit hinter Satellit und Terrestrik zurückbleibt. In Hamburg lag der Digitalisierungsgrad des Kabels 2008 unter 20 Prozent (s. Abb. 2). Auch in Hamburg und Schleswig-Holstein hat das Kabel bislang nicht die Umstellungsdynamik erreicht, die man bei Satellit und Terrestrik beobachten kann. Das hat seinen Grund auch darin, dass die Zuschauer beim Wechsel vom analogen auf den digitalen Kabelempfang anders als bei DVB-T eine bewusste Entscheidung für einen Wechsel treffen müssen.

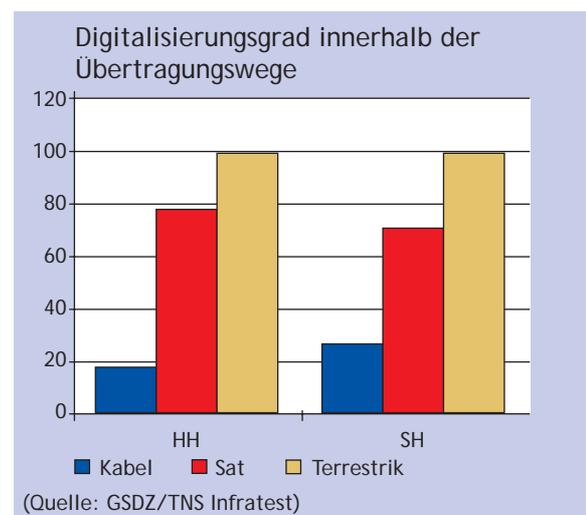


Abb. 2

Mit erhöhtem Vermarktungsdruck und einem weiteren Abschmelzen der analogen Kabelkanäle wird sich die Digitalisierungsgeschwindigkeit auch im Kabel erhöhen. Der Hauptanbieter im Bereich des breitbandigen Kabels ist in Hamburg und Schleswig-Holstein nach wie vor die Kabel Deutschland (KDG), aber auch andere Anbieter wie wilhelm.tel versorgen mittlerweile mehrere hunderttausend Haushalte in Hamburg und Schleswig-Holstein.

## Zulassungen Hörfunk

Folgende private Hörfunkveranstalter verfügen über eine Zulassung der MA HSH (Stand Juni 2009):

Programm	Veranstalter		Übertragungs- technik	Sende- start
10618 Rock'n Pop	alster radio GmbH & Co. KG • NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	100%	UKW HH Kabel analog HH/SH	1991
2255live - Ihr Gewinnradio	2255 Media KG • Korbinian Kohler • Susanne Backmeister • Matthias Müller	60% 20% 20%	bundesweit über Satellit	2006
Best Radio	George Appiah			noch offen
Byte FM	Byte FM GmbH • Ruben Jonas Schnell • Günter Pilz • Dr. Klaus Pils	90% 5% 5%	Internet	2008
Delta Radio	delta radio GmbH & Co. KG • BIG-Anlagen Rundfunkbeteiligungs GmbH & Co. • Frank Otto Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG • Schleswig-Holsteinische Buchgroßhandlung Johann Carlsen GmbH & Co. KG • Radio Schleswig-Holstein KG - GmbH & Co. • Regiocast GmbH & Co. KG • Ditting Media Beteiligungs GmbH • Jan Carlsen, Kiel • Horst Jenckel, Kiel • SHF Schleswig-Holstein Funk GmbH	24,35% 19,87% 16,12% 9,05%  9,00% 8,17% 7,82% 3,87% 0,88% 0,87%	UKW HH/SH Kabel analog HH/SH	1997
Deluxe Lounge Radio (ehem. Comedy 24)	Deluxe Entertainment GmbH • Markus Langemann • Remburg Investments Ltd. • Parlock Investments Ltd. • cosmo GmbH	25,50% 25,50% 25,50% 23,50%	bundesweite digitale Verbreitung über Satellit	2005
Energy	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH	100%	geplant: DVB-H	noch offen
Energy 97.1 Hamburg	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH	100%	UKW HH Kabel analog HH/SH	1995
FSK	Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. • Förderverein Radio Loretta e.V. • Uni Radio e.V. • Arbeitsgemeinschaft der Stadtteilradios • Radio St. Paula e.V. • Landesverband Soziokultur Hamburg e.V. • RockCity Hamburg e.V. • Frauenmusikzentrum (fm:z) • Flüchtlingsrat Hamburg	26% 21% 16% 16% 5,25% 5,25% 5,25% 5,25%	UKW HH Kabel analog HH	1996/ 1998
Hamburger Lokalradio	Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. • Kulturradio e.V. • Swinging Hamburg e.V. • Kommunales Radio e.V. • Stiftung Sammlung Rolf Italiaander/Hans Spegg-Museum Radio am Schloss Reinbek • Lola e.V. • Pro Cultura e.V.	50% 20% 10% 10%  5% 5%	UKW HH Kabel analog HH	1998

Name	Veranstalter		Übertragungs- technik	Sendestart
<i>Klassik Radio</i>	<i>Klassik Radio GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Euro Klassik GmbH</i>	100%	UKW HH/SH Kabel analog HH/SH bundesweite Verbreitung über Satellit	1990
<i>NRJ Webradio</i> • <i>Rock</i> • <i>Pop</i> • <i>Soul und Rhythm'n'Blues</i> • <i>Dance</i> • <i>Hip Hop</i> • <i>Hit</i> • <i>Lounge</i> • <i>Mastermix</i> • <i>Special-Format</i>	<i>Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH</i> • <i>NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH</i>	100%	Internet	2008
<i>OBE Radio</i>	<i>OBE Radio GbR</i> • <i>Jacob Abaidoo</i> • <i>Felix Kautsky</i> • <i>Bernd Kwame Ampaw</i>	40% 40% 20%		noch offen
<i>Oldie 95</i>	<i>Radio 95.0 GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH &amp; Co. KG</i> • <i>Radio Hamburg GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Funk &amp; Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Regiocast GmbH &amp; Co. KG</i>	51,00% 16,40% 16,30% 16,30%	UKW HH Kabel analog HH/SH	1999
<i>Pink Channel</i>	<i>Pink Channel e.V.</i> • <i>Größere Zahl von natürlichen Personen als Vereinsmitglieder bzw. Fördermitglieder</i>		UKW HH Kabel analog HH/SH	2004
<i>P.O.S. Radio</i>	<i>Radio Point of Sale GmbH</i> • <i>P.O.S. Medien Beteiligungs GmbH</i> • <i>Oliver Beste</i> • <i>Dietmar Otto</i> • <i>Hajo Wussow</i>	99,835% 0,055% 0,055% 0,055%	bundesweit über Satellit Kabel analog HH	1993
<i>QUU.FM</i>	<i>QUU.FM Medien GmbH</i> • <i>Harald König</i>	100%	Internet	2008
<i>Radio Hamburg</i>	<i>Radio Hamburg GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Ufa Film- und Fernseh-GmbH</i> • <i>Heinrich Bauer Verlag KG</i> • <i>Axel Springer Verlag AG</i> • <i>Lühmannndruck Gustav Schröter + Söhne GmbH &amp; Co.</i> • <i>Morgenpost Verlag GmbH</i>	33,60% 28,80% 25,00% 6,80% 5,80%	UKW HH Kabel analog HH/SH	1986
<i>Radio Hamburg</i> • <i>80er</i> • <i>Jack</i> • <i>Lounge</i> • <i>Rock</i> • <i>TOP 40</i>	<i>Radio Hamburg GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Ufa Film- und Fernseh-GmbH</i> • <i>Heinrich Bauer Verlag KG</i> • <i>Axel Springer Verlag AG</i> • <i>Lühmannndruck Gustav Schröter + Söhne GmbH &amp; Co.</i> • <i>Morgenpost Verlag GmbH</i>	33,60% 28,80% 25,00% 6,80% 5,80%	Internet	2007
<i>Radio Nora</i>	<i>NORA NordOstseeRadio GmbH Co. KG</i> • <i>Radio Schleswig-Holstein KG - GmbH &amp; Co.</i> • <i>Ditting Media Beteiligungs GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Delta Radio GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Radio Hamburg GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Dr. Ulrich Ziegenbein, RA und Notar</i> • <i>G+D Grafik + Druck GmbH &amp; Co. KG</i> • <i>Eberhard Becker</i> • <i>Radio Neptun Rundfunk-Verwaltungs GmbH</i>	25,42% 20,77% 11,67% 10,03% 8,78% 6,81% 4,90% 3,40% 3,06%	UKW Kabel analog HH/SH	1995

Name	Veranstalter		Übertragungstechnik	Sendestart
<i>Radio Nora</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lutherische Verlagsgesellschaft Kiel mbH</li> <li>• Bauernverband Schleswig-Holstein e. V.</li> <li>• SG Flensburg Handewitt</li> <li>• Handball-Bundesliga GmbH &amp; Co. KG</li> <li>• THW Kiel Handball-Bundesliga GmbH &amp; Co. KG</li> <li>• Dr. Erich Thiesen</li> <li>• Lore Stoltenberg-Frick</li> <li>• Helga Lange</li> <li>• Helga Rommel</li> </ul>	2,04% 1,02%  1,02% 0,51% 0,26% 0,10% 0,10% 0,10%	UKW Kabel analog HH/SH	1995
<i>Radiopark Programmbouquet mit 50 Musik-Spartenprogrammen</i>	<b>Radiopark GmbH &amp; Co. KG</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arndt-Helge Grap</li> <li>• Jens-Uwe Steffens</li> <li>• Prof. Norbert Aust</li> <li>• Wilfried Sorge</li> <li>• Frank Otto</li> <li>• Christian Thorge Schmidt</li> <li>• Michael Conrad</li> </ul>	64,02% 7,50% 7,50% 7,50% 7,50% 5,00% 0,98%	geplant: div. Übertragungswege bundesweit	noch offen
<i>R.SH - Radio Schleswig-Holstein</i>	<b>Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH &amp; Co.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regiocast GmbH mit 51 Kommanditisten</li> <li>• KOM PSR GmbH &amp; Co. KG</li> <li>• sh:z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH</li> <li>• BO-Beteiligungsgesellschaft mbH</li> <li>• Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH &amp; Co. Beteiligungs KG</li> <li>• Lübecker Nachrichten GmbH</li> <li>• Axel Springer Verlag AG</li> <li>• Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH</li> <li>• Westholsteinische Verlagsanstalt und Verlagsdruckerei Boyens Beteiligungs GmbH &amp; Co. KG</li> <li>• ASTRATEL Radio- und Television-Gesellschaft mbH</li> <li>• Mäder Beteiligungs-GmbH</li> <li>• C.H. Wäser KG - GmbH &amp; Co.</li> <li>• W. Markgraf GmbH &amp; Co. KG Bauunternehmung</li> <li>• B &amp; V Dietrich GmbH</li> <li>• Lutz Herkner Medien GmbH</li> <li>• Flensburg Avis AG</li> <li>• Uetersener Nachrichten GmbH</li> <li>• FC Sachsen Leipzig e. V.</li> <li>• Fehmarnsches Tageblatt Burg-Verlag H. Wolff GmbH &amp; Co. KG</li> <li>• SM Sachsen Sport-Marketing GmbH</li> <li>• sowie weitere 28 Privatpersonen</li> </ul>	 100% gerundet 17,14% 10,78% 10,66% 8,43% 8,43% 7,95% 3,59%  2,50% 2,39% 1,37% 1,10% 0,96% 0,96% 0,96% 0,58% 0,47% 0,19%  0,18% 0,08%	UKW Kabel analog HH/SH	1986
<i>Schlager Radio</i>	<b>Radio 2000 GmbH</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio NRJ Berlin und Brandenburg GmbH</li> </ul>	100%	Internet	2008
<i>Sylt Radio</i>	<b>Sylt Funk Mediengesellschaft mbH</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frank Otto</li> <li>• Günter Drossat</li> <li>• Stefan Hartmann</li> </ul>	33,6% 33,2% 33,2%		noch offen
<i>TruckRadio</i>	<b>Radio Starlet Programm- und Werbegesellschaft mbH</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Michael Meister</li> <li>• Gerald Kappler</li> </ul>	97% 3%	geplant: DAB	noch offen

### **Neuzulassungen 2008**

Gleich zwei Hörfunksender wollen sich an die Zielgruppe der afrikanischen Immigranten wenden: Das Musikspartenprogramm Best Radio will neben Musik aus Afrika auch Informationen aus afrikanischen Staaten und aus Deutschland verbreiten. OBE Radio richtet sich speziell an Ghanaer in Deutschland, England und Europa. Neben Musik und Unterhaltung sind Informationssendungen unter anderem zu den Themen Kultur, Religion, Integration und Mentalität des Gastlandes geplant.

Die Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH wird mit NRJ Webradio via Live-Streaming ein Programmangebot aus neun verschiedenen Musikformaten (Rock, Pop, RnB, Dance, Hip Hop, Hit Mastermix, Lounge und Special) anbieten. Demgegenüber widmet sich das Schlagerradio der Radio 2000 Gesellschaft mbH speziell der deutschen Schlagermusik. In der Hauptsendezeit sollen auch Nachrichten zu den Themen Wirtschaft, Sport, Kultur etc. für die Zielgruppe der etwa 40-jährigen Hörer angeboten werden.

Das bundesweite Internet-Hörfunkspartenprogramm QUU.FM besteht aus „User-generated Content“, also Programminhalten, die von den Hörern selbst eingereicht und von einer professionellen Redaktion ausgewählt und zusammengestellt werden.

Das Hörfunkvollprogramm Sylt Funk der Sylt Funk-Mediengesellschaft mbH will in Schleswig-Holstein und Hamburg über Ereignisse auf der Nordseeinsel berichten. Die Ausstrahlung erfolgt via Internet; eine Verbreitung des Programms über UKW wird angestrebt.

### **Veranstaltungszulassungen**

Anlässlich des Heavy-Metal-Festivals Wacken Open Air 2008 wurde der ICS Festival Service GmbH in Schleswig-Holstein eine Zulassung für den Zeitraum vom 28. Juli bis 4. August 2008 erteilt und eine UKW-Frequenz zugewiesen. Das Spartenprogramm begleitete das Festival mit Event-Informationen, Musikerporträts und Interviews, aber auch praktischen Tipps wie Verkehrs- und Sicherheitsinformationen. Auch der

Freundeskreis der Nordischen Filmtage Lübeck e.V. erhielt eine zeitlich begrenzte Zulassung sowie eine UKW-Frequenz für ein lokales Veranstaltungsradio im Rahmen der 50. Nordischen Filmtage Lübeck.

### **Zulassungsänderungen 2008**

Aufgrund von Beteiligungsveränderungen mussten die Zulassungen folgender Radiosender – zum Teil mehrfach im Berichtsjahr – verändert werden bzw. über die medienrechtliche Unbedenklichkeit entschieden werden:

Bei Deluxe Lounge Radio wurden unter anderem mehrere neue Gesellschafter in den Gesellschafterkreis aufgenommen. Aus Veränderungen bei Radiopark ergaben sich Zulassungsänderungen ebenfalls aufgrund des Eintritts neuer Gesellschafter sowie aufgrund der Kapitalerhöhung des Anteils von Gesellschafter Frank Otto auf 22,92 Prozent, während die Anteile der übrigen Gesellschafter sich anteilig reduzierten.

Die NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG erhielt eine Beteiligung in Höhe von 49 Prozent an der Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft.

Durch die Beteiligungsänderungen bei der Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft ergaben sich mittelbare Beteiligungsveränderungen bei Alster Radio, Oldie 95 und Delta Radio. Die bisherige Gesellschafterin Radio Waterkant schied bei Radio Nora und Delta Radio aus und übertrug ihre jeweiligen Anteile an andere Gesellschafter. Zudem verließ bei Delta Radio auch die Radio Hamburg GmbH & Co. KG den Gesellschafterkreis.

### **Zulassungsverlängerungen 2008**

Die Zulassung für das Hörfunkspartenprogramm Klassik Radio wurde um zehn Jahre bis zum 31. Mai 2019 verlängert. Zugleich wurden auch die Zuweisungen der bisher von Klassik Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein genutzten UKW-Frequenzen um sieben Jahre bis zum 31. Mai 2016 verlängert.

## Marktanteile Hörfunk

Im Jahr 2008 wurden wie in den Jahren zuvor Reichweiten und Marktanteile der öffentlich-rechtlichen sowie der privaten Radioprogramme im Ballungsraum Hamburg untersucht. Dies geschah auf der Grundlage einer Aufstockung der Datenbasis für den Ballungsraum Hamburg und einer entsprechenden Sonderauswertung der bundesweiten Media-Analysen. Die Aufstockung, durch die für die ma 2008/I und die ma 2008/II jeweils etwa 3400 Hörerinnen und Hörer im Ballungsraum Hamburg sowie etwa 3000 Hörerinnen und Hörer in den weiteren Landkreisen Schleswig-Holsteins befragt werden konnten, wurde mit finanzieller Unterstützung der MA HSH ermöglicht.

Nach der Media-Analyse Radio 2008/II betrug die durchschnittliche Hördauer in Hamburg 162 Minuten pro Tag, in Schleswig-Holstein lag sie mit 197 Minuten doch deutlich höher. Damit liegt das Radio im Vergleich zu den Nutzungszeiten anderer Massenmedien zwar nach wie vor relativ weit vorn, die Rückgänge bei der Hördauer sind allerdings unverkennbar. Die Marktpositionen der privaten UKW-Programme und ihrer öffentlich-rechtlichen Konkurrenten in Hamburg und Schleswig-Holstein stellen sich nach den Ergebnissen der Media-Analyse wie folgt dar:

### Marktanteile Hamburg

(Montag bis Sonntag, Deutsche ab 14 Jahren, seit ma 2008/II Deutsche und EU-Ausländer ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Hamburg			
	ma 2008/II	ma 2008/I	ma 2007/II	ma 2007/I
<i>Radio Gesamt</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Radio Hamburg</i>	25,3	26,3	25,1	21,9
<i>NDR 90,3</i>	22,8	22,6	24,1	22,4
<i>NDR 2</i>	11,1	10,2	11,2	14,1
<i>Oldie 95</i>	5,6	8,6	8,0	5,2
<i>10618 Rock'n Pop</i>	4,9	5,9	7,0	7,8
<i>Energy 97.1 Hamburg</i>	4,3	3,2	3,7	3,6
<i>NDR Info</i>	3,7	3,2	3,2	3,6
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	3,7	5,4	5,9	4,7
<i>R. SH Radio Schleswig-Holstein</i>	3,7	2,7	2,1	3,6
<i>NDR 1 Niedersachsen</i>	3,1	3,2	2,1	3,1
<i>N-Joy</i>	3,1	2,2	2,7	4,2

<i>Hit-Radio Antenne</i>	2,5	1,1	1,1	1,6
<i>Delta Radio</i>	1,9	1,6	2,1	2,1
<i>Klassik Radio Gebiet Hamburg</i>	1,9	2,2	2,7	3,6
<i>NDR Kultur</i>	1,9	1,6	1,1	1,0
<i>Radio Nora</i>	1,9	0,5	1,6	2,6
<i>Radio ffn</i>	1,2	1,6	1,6	1,0
<i>FSK</i>	0,0	0,0	0,5	0,5
<i>Tide 96.0</i>	0,0	0,0	0,0	0,5

### Marktanteile Schleswig-Holstein

(Montag bis Sonntag, Deutsche ab 14 Jahren, seit ma 2008/II Deutsche und EU-Ausländer ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Schleswig-Holstein	
	ma 2008/II	ma 2008/I
<i>Radio Gesamt</i>	100,0	100,0
<i>R. SH Radio Schleswig-Holstein</i>	30,5	28,0
<i>NDR 1 Welle Nord</i>	22,3	21,7
<i>NDR 2</i>	13,2	14,5
<i>N-Joy</i>	6,1	4,8
<i>Radio Nora</i>	5,6	5,8
<i>Radio Hamburg</i>	5,1	5,8
<i>Delta Radio</i>	4,6	3,9
<i>NDR 90,3</i>	4,6	4,8
<i>10618 Rock'n Pop</i>	3,6	3,4
<i>NDR 1 Niedersachsen</i>	1,5	1,0
<i>NDR Info</i>	1,5	1,4
<i>NDR Kultur</i>	1,5	1,4
<i>Oldie 95</i>	1,5	1,4
<i>NDR 1 Radio MV</i>	1,0	1,0
<i>Energy 97.1 Hamburg</i>	0,5	0,5
<i>Hit-Radio Antenne</i>	0,5	0,0
<i>Klassik Radio Gebiet Hamburg</i>	0,5	0,5
<i>Radio ffn</i>	0,5	0,5
<i>FSK</i>	-	-
<i>Tide 96.0</i>	0,0	0,0

Für Hamburg sind die Ergebnisse der letzten vier Media-Analysen (Radio ma 2007/I, ma 2007/II, ma 2008/I und ma 2008/II) dargestellt, für Schleswig-Holstein liegen nur Daten für das Jahr 2008 (Radio ma 2008/I und ma 2008/II) vor.

Insgesamt zeigen die Daten für den Radiomarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein nur geringe Schwankungen. Die höchsten Marktanteile erreichen in Hamburg seit Jahren Radio Hamburg und NDR 90,3. Ihnen folgt mit deutlichem Abstand NDR 2. Alle anderen Sender kommen auf Marktanteile

teile, die zumindest in Hamburg unter 10 Prozent liegen. Noch etwas deutlicher als in Hamburg fällt die Marktführerschaft in Schleswig-Holstein aus. Hier liegt R.SH deutlich vor der NDR 1 Welle Nord und NDR 2. Im Ballungsraum Hamburg überlappen sich beide Märkte teilweise, wobei durch den Metropolenbezug auch hier Radio Hamburg unbestrittener Marktführer ist.

Insbesondere die Formatierung von Programmen für jugendliche Zielgruppen ist aufgrund der zunehmenden Abwanderung auf andere Empfangsplattformen schwierig. Wie sich die steigende Nutzung von Webradios, aber auch die iPod-Nutzung und die Handy-Entertainment-Angebote, auf den klassischen, terrestrisch verbreiteten Hörfunk auswirken werden, ist derzeit nur schwer zu prognostizieren. Während die einen mehr auf neue, zielgruppengerechtere Programme setzen, betrachten andere zum Beispiel das Mobiltelefon oder WLAN-Radios als wichtige neue Distributionssysteme für Radioprogramme.

## Telemedien

Im Unterschied zum Rundfunk benötigen Telemedienangebote keine Lizenz. Die Anbieter von Telemedienangeboten können sich bei der zuständigen Landesmedienanstalt die medienrechtliche Unbedenklichkeit bestätigen lassen. Dazu muss geprüft werden, ob es sich bei dem Angebot um Rundfunk oder ein Telemedienangebot handelt.

### Unbedenklichkeitsbestätigungen 2008

Der Medienrat hat 2008 folgende Inhalte als Telemedienangebote und daher als medienrechtlich unbedenklich qualifiziert:

Das Tchibo Web-TV der Tchibo Direct GmbH wird auf der Website von Tchibo ausschließlich zum Abruf angeboten.

Die OMS Online Music-Star II GmbH will mit LIGX via Livestream Live-Musikkonzerte übertragen. Die Verbreitung soll zunächst jedoch nur mit weniger als 500 Livestreams erfolgen.

Bei dem Angebot 3A-Shop TV der 3A TV GmbH handelt es sich um einen reinen Teleshopping-

kanal. Gleiches gilt für IMMO TV der NMG-New Media Group GmbH i.G., ein Teleshoppingkanal, der sich auf den Verkauf und die Vermietung von Immobilien bezieht.

Die ECE flat-media GmbH möchte in Einkaufszentren in Hamburg und anderen Bundesländern ca. 1000 Flachbildschirme aufstellen, auf denen eine Mischung aus Werbung, Nachrichten, Unterhaltung sowie individuelle Betriebsinformationen des jeweiligen Einkaufszentrums ohne Ton abgebildet werden sollen.

## Programmaufsicht

Zu den Kernaufgaben der MA HSH gehört neben der Zulassung auch die Aufsicht über die von ihr lizenzierten Hörfunk- und Fernsehprogramme. Konkret geht es hierbei um die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zu Jugendschutz, Werbung und den allgemeinen Programmgrundsätzen (Wahrung der Menschenwürde, journalistisches Sorgfaltsgebot) sowie zum Teil um spezielle Lizenzauflagen.

### Beobachtung und Beschwerden

Basis für eine effektive Rechtsaufsicht ist die laufende Programmbeobachtung der lizenzierten Sender. Dabei werden beispielsweise das Nachtprogramm eines bestimmten Senders, ein spezielles Format oder die Werbeeinblendungen über einen festgelegten begrenzten Zeitraum systematisch beobachtet und analysiert. Da eine solche Analyse sehr zeitaufwändig ist und nur in Stichproben durchgeführt werden kann, ist die MA HSH darüber hinaus auf Hinweise der Hörer bzw. Zuschauer zu möglicherweise problematischen Inhalten angewiesen.

### Kooperation statt Konfrontation

Nicht jeder Programmverstoß führt zwingend zu einem Rechtsaufsichtsverfahren. Auch 2008 bemühte sich die MA HSH je nach Sachlage in vielen Prüffällen um eine Einigung mit den betroffenen Sendern. Auch im vergangenen Jahr hat sich die Erfahrung bestätigt, dass die Sender nach einem entsprechenden Hinweis der MA HSH häufig kooperativ sind und problematische Programmelemente nachbessern. So musste nur in

wenigen Fällen ein rechtaufsichtliches Verfahren eingeleitet werden.

Die gute Zusammenarbeit zeigt sich auch darin, dass die Programmveranstalter in Zweifelsfällen teilweise von sich aus Inhalte oder Formate vor der Ausstrahlung zur Beratung bei der MA HSH vorlegten.

Insgesamt wurden acht Verfahren eingeleitet, von denen vier im Berichtsjahr zu einer förmlichen Beanstandung führten. Daneben wurde ein aufsichtliches Verfahren aus dem Jahr 2007 mit einer förmlichen Beanstandung abgeschlossen. Vier Verfahren aus dem Jahr 2008 waren zum Jahresende noch offen.

#### **Aufsichtsschwerpunkte 2008: Werbekennzeichnung, Sponsorenhinweise, Gewinnspielsendungen**

Ein Schwerpunkt der laufenden Programmebeobachtung im Berichtsjahr war die Einhaltung korrekter Werbekennzeichnungen sowie die Trennung von Werbung und redaktionellem Programm. Hier zeigten sich immer wieder Probleme, weswegen die MA HSH zu diesem Thema 2008 auch Grundlagenforschung initiierte (vgl. Kapitel 5). Gleichermaßen zu beobachten war eine Häufung nicht korrekter Sponsorenhinweise sowie speziell im Radio von Schleichwerbefällen.

Ein weiteres wichtiges Aufsichtsthema waren Einzelgewinnspiele sowie in bestimmten Radio- und Fernsehprogrammen Gewinnspielsendungen, die zunehmend eine Rolle für die Finanzierung der Programme spielen. Zu diesem Bereich gab es 2008 immer wieder Beschwerden, einige problematische Fälle und viel Beratungsbedarf von Seiten der Veranstalter. Aus aktuellem Anlass haben die Landesmedienanstalten im Berichtsjahr einheitliche Regeln für Gewinnspielsendungen festgelegt. Die so genannte Gewinnspielsatzung ist im Februar 2009 in Kraft getreten.

## **Fernsehprogramme**

### **Programmbeschwerden**

Im Jahr 2008 gingen insgesamt zehn Programmbeschwerden ein, die Veranstalter im Zuständigkeitsbereich der MA HSH betrafen. In zwei Fällen ergab die nähere Prüfung keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die rundfunkrechtlichen Bestimmungen. Die übrigen Fälle führten zu folgenden Ergebnissen:

- Drei Beschwerden über verschiedene Ausgaben der Gewinnspielsendung „Money Express“ im Nachtprogramm des Senders Nick: Moniert wurden die mögliche Irreführung der Zuschauer durch den Aufbau eines nicht vorhandenen Zeitdrucks, die nicht nachvollziehbare Auflösung eines Rätsels sowie unklare Informationen über die Voraussetzungen für die Ausschüttung des Jackpots. Nach Empfehlung der damaligen Gemeinsamen Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) beanstandete der Medienrat der MA HSH im Juli 2008 zwei Sendungen. Die Beanstandung der dritten Sendung erfolgte im Februar 2009.
- Eine weitere Beschwerde über das Programm von Nick bezog sich auf die Ausstrahlung eines Teasers für die Serie „Fame L.A.“ in der jugendschutzrelevanten Übergangszeit gegen 20-Uhr. Moniert wurde die mögliche Ängstigung jüngerer Kinder. Aufgrund der Sendezeit nach 20-Uhr lag kein Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Bestimmungen vor. Der Sender sicherte jedoch zu, zukünftig auf eine sensiblere Platzierung vergleichbarer Formate zu achten.
- Beschwerde über eine Ausgabe der Sendung „Late Knights“ im Programm von Giga Digital: moniert wurden jugendbeeinträchtigende Äußerungen eines Moderators. Die MA HSH führte eine Vorprüfung durch und legte den Fall der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) vor. Diese stellte fest, dass die Ausstrahlung der Sendung vor 22-Uhr gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften verstoßen hatte. Die förmliche Beanstandung erfolgte im März 2009.

- ✚ Beschwerde über eine mutmaßliche Darstellung von Tierquälerei innerhalb der Sendung „Nerd Alert“ im Programm von Giga Digital. Der Veranstalter wurde schriftlich auf den problematisierten Sendebbeitrag hingewiesen und angehalten, zukünftig eine intensivere redaktionelle Vorabkontrolle zu leisten.
- ✚ Eine dritte Beschwerde über Giga Digital bezog sich auf die Ausstrahlung eines Trailers für den FSK-18-Film „28 Weeks Later“ im Tagesprogramm.
- ✚ Beschwerde über die Sendung „Unterwegs in Hamburg“ im Programm von Hamburg 1: Die Prüfung ergab, dass die Sendung nicht ausreichend als Werbesendung gekennzeichnet war. Der Sender erhielt einen schriftlichen Hinweis und besserte nach.

### Laufende Programmebeobachtung

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

- ✚ Im Nachtprogramm des Senders Hamburg 1 wurden unzulässige pornografische Werbespots und Werbung für Pornografie festgestellt. Die Fälle wurden nach gutachtlicher Befassung der KJM vom Medienrat der MA HSH förmlich beanstandet.
- ✚ Die imagewerbliche Sendung „Hochbahn Magazin“ im Programm von Hamburg 1 wurde im Februar 2008 nicht ausreichend als Business TV gekennzeichnet. Der Sender erhielt einen schriftlichen Hinweis und besserte umgehend nach.
- ✚ Im Programm des TV-Programms [tru:] young television war im April 2008 ein Werbespot nicht vom redaktionell gestalteten Programm abgetrennt. Nach einem Hinweis der MA HSH besserte der Sender nach.
- ✚ Im Programm von Hamburg 1 fielen die Sendungen „Party Patrol“ und „Gundis Zámbo Style Lounge“ wegen möglicher Verstöße gegen die werberechtlichen Bestimmungen auf. Da der Sender auf entsprechende Hinweise umgehend reagierte, wurde von Aufsichtsmaßnahmen abgesehen. Zusätzlich wurde der Sender auf werberechtlich problematische Gestaltungsweisen in der Sendung „Vigo TV“ hingewiesen und aufgefordert, diese künftig zu vermeiden.
- ✚ Im April und August 2008 fielen im Programm von Giga Digital zwei Fälle möglicher Schleichwerbung in der Sendung „Giga Games“ auf. Der Sender sagte eine Verbesserung der redaktionsinternen Vorabkontrollen zu.
- ✚ Im Programm des Deutschen Gesundheitsfernsehens (DGF) wurde ein Spot des Kinderschutzbunds, der als „sozialer Appell“ einzustufen war, fälschlich im regulären Werbeblock gesendet. Der Sender erhielt einen Hinweis und besserte die Platzierungspraxis nach.
- ✚ Im Programm des Senders NOA 4 fielen im September und Oktober 2008 drei fehlerhafte Sponsorhinweise zu verschiedenen Sendungen auf. Da der Sender umgehend nachbesserte, wurde kein Aufsichtsverfahren eingeleitet.
- ✚ Im Programm des Pay-TV-Anbieters Premiere fielen im September 2008 erneut Programmankündigungen mit problematischen Gestaltungsformen auf. So wurde im Tagesprogramm mit Bewegtbildern für Filme geworben, die wegen der Altersgrenzen erst im Abendprogramm gezeigt werden dürfen. Die MA HSH legte daraufhin zwei exemplarisch ausgewählte Fälle der KJM zur weiteren Prüfung vor. Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.
- ✚ Im Rahmen einer bundesweiten Schwerpunktuntersuchung der Gemeinsamen Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) der Landesmedienanstalten fiel im April 2008 ein werberechtlich problematischer Sponsorhinweis im Programm des Senders Nick auf. Nach einem Hinweis der MA HSH besserte der Veranstalter den Sponsorhinweis umgehend nach.

Die weiteren Stichproben-Beobachtungen der genannten und weiterer Sender im Zuständigkeitsbereich der MA HSH ergaben keine Auffälligkeiten.

Am 18. Juni 2008 beschloss der Medienrat, die Ausstrahlung eines jugendbeeinträchtigenden Beitrags über den FSK-18-Horrorfilm „28 Weeks Later“ am 30. August 2007 im Tagesprogramm des Senders Hamburg 1 förmlich zu beanstanden.

### Beratung von Fernsehveranstaltern

Zu den im Rahmen der Programmebeobachtung aufgefallenen Problemen wurden in mehreren Fällen zusätzlich Beratungsgespräche mit den Fernsehveranstaltern geführt.

Wegen der im Vorjahr beobachteten Trailer mit problematischen Gestaltungsformen führte die MA HSH im Januar und Mai 2008 Gespräche mit dem Sender Premiere zur gesetzeskonformen Gestaltung von Programmankündigungen. Zusätzlich gingen in die Gespräche auch aktuelle Ergebnisse der KJM-Trailerbeobachtung 2008 ein, die die MA HSH federführend koordiniert hatte (vgl. Abschnitt „KJM“ in Kapitel 9).

Im Februar 2008 wurden in einem Gespräch zwischen Hamburg 1 und der MA HSH diverse werberechtliche und jugendschutzrelevante Aufsichtsfälle aus dem Jahr 2007 erörtert und abgeschlossen.

Aus Anlass der laufenden Programmebeobachtung wurde auch der Sender Giga Digital in werbe- und jugendschutzrechtlichen Fragen beraten.

Zusätzlich wurden diverse Beratungsanfragen von Fernsehveranstaltern und Programmzulieferern zu werberechtlichen Fragen beantwortet. Themen waren unter anderem:

- die Abgrenzung zwischen Werbung und Hinweisen auf Begleitmaterialien.
- die werberechtlich korrekte Kennzeichnung von Teleshopping-Angeboten.

die korrekte Gestaltung von Werbespots mit inhaltlichem Bezug zu einer redaktionellen Sendung.

### Hörfunkprogramme

#### Programmbeschwerden

Insgesamt wurden im Berichtsjahr zwölf Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Problemen bearbeitet, die Veranstalter im Zuständigkeitsbereich der MA HSH betrafen. Zwei der bearbeiteten Fälle stammten noch aus dem Jahr 2007. In fünf Beschwerdefällen ergab die nähere Prüfung keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen. Die übrigen Fälle führten zu folgenden Ergebnissen:

Beschwerde aus dem Jahr 2007 über die Durchsage von Polizei- und LKW-Kontrollen im Rahmen der Verkehrsmeldungen des Senders 106!8 Rock ´n Pop. Nach einer erneuten Beobachtung im Jahr 2008 fand ein Klärungsgespräch mit dem Sender statt. Der Sender erklärte sich bereit, derartige Kontrollen nicht mehr explizit zu nennen.

Im Nachgang zu einer Programm Beschwerde aus dem Jahr 2007 über die Talkshow „Nine-Eleven“ im Programm des Senders Energy 97.1 fand ein ausführliches Beratungsgespräch mit dem Sender zu jugendschutzrechtlich problematischen Tendenzen in der Sendung statt. Der Sender setzte in der Folge entsprechende Nachbesserungen um, was durch eine Stichproben-Beobachtung bestätigt werden konnte.

Über eine andere Ausgabe dieser Talkshow beschwerte sich im Jahr 2008 ein Hörer wegen der vermeintlichen Ankündigung eines Suizids durch eine jugendliche Anruferin. Die MA HSH wies den Sender auf die gebotene Zurückhaltung bei diesem Thema hin und holte eine Stellungnahme des Senders ein. Aufgrund der akzeptablen Erläuterungen des Senders wurde das Verfahren abgeschlossen.

- Aufgrund einer Hörerbeschwerde wurde ein Verfahren zur Untersuchung möglicherweise diskriminierender Witze über Türken im Rahmen der „Morning Show“ des Senders 106!8 Rock´n Pop eingeleitet. Das Verfahren konnte im Berichtsjahr noch nicht abgeschlossen werden.
- Die Prüfung einer Beschwerde über eine falsche Werbekennzeichnung im Programm des Senders Klassik Radio ergab, dass der Sender redaktionelles Programm fälschlich als Werbung gekennzeichnet hatte. Der Sender sagte Vorkehrungen zu, um Wiederholungsfälle zu vermeiden.
- Beschwerde über ein Comedy-Format im Programm von Oldie 95 wegen vermeintlich ausländerfeindlicher Tendenzen. Die Prüfung ergab keinen Anhaltspunkt für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen, da das Format deutlich als Satire bzw. Comedy erkennbar war. Da es bei flüchtigem Hören dennoch missverstanden werden könnte, wurde der Sender zu erhöhter Sensibilität und sorgfältiger Vorprüfung aufgefordert.
- Beschwerde wegen einer nicht korrekt gekennzeichneten Dauerwerbesendung im Programm von Delta Radio: Mit dem Sender wurde für 2009 ein Gespräch zur korrekten Kennzeichnung von Dauerwerbesendungen anvisiert.
- Im Programm des Senders FSK fiel im Mai 2008 die Live-Berichterstattung von einer Demonstration auf. Beobachtet wurde eine mangelhafte Einhaltung der journalistischen Grundsätze hinsichtlich der Unabhängigkeit und Sachlichkeit des Beitrags sowie bezüglich der Namensnennung der Berichtersteller (§ 10 Abs. 1 RStV). Der Sender sagte diesbezüglich u.a. eine bessere Schulung der Moderatoren zu. Dennoch wurde bei einer weiteren Live-Berichterstattung über eine Demonstration gegen Ende des Jahres die gleiche problematische Praxis beobachtet. Eine Stellungnahme des Senders erfolgte Anfang 2009. Die MA HSH befindet sich im Gespräch mit dem Anbieter.
- Im Programm des Hörfunkveranstalters Radio Hamburg fiel die werbewirksame Vorstellung einer Fotokamera in einem Beitrag der Sendereihe „E-World“ auf. Der Medienrat der MA HSH sprach eine förmliche Beanstandung aus. Bei einer erneuten Stichprobenuntersuchung konnten keine medienrechtlichen Verstöße festgestellt werden.
- Im Programm des Senders R.SH fiel die werberechtlich problematische Darstellung eines Internet-Auktionsportals auf. Da sich der Vorwurf der Schleichwerbung nicht bestätigte, wurde kein Aufsichtsverfahren eingeleitet.

### Laufende Programmbeobachtung

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

- Im Programm des Senders Oldie 95 fielen im März 2008 fehlerhafte Sponsorhinweise auf. Der Sender sicherte Nachbesserung zu.
- Im Programm des Hörfunksenders Klassik Radio fielen drei fehlerhafte Sponsorhinweise auf. Der Sender wurde um entsprechende Korrektur gebeten und übersandte der MA HSH überarbeitete Hörbeispiele der in Frage stehenden Hinweise. Die MA HSH empfahl eine erneute Korrektur.
- Im Programm des Senders 106!8 Rock´n Pop wurde eine mangelhafte Trennung von Werbung und Programm in den Sendungen „Marens Wachbleibtest“ und „Ratgeberjournal Aktuell“ festgestellt. Zudem fielen werbliche Hinweise auf Fernsehsendungen im Nachrichtenblock auf. Der Sender sagte zu, künftig für eine eindeutigere Trennung zu sorgen, daher wurde kein Aufsichtsverfahren eingeleitet.
- Aufgrund einer Anfrage des Senders wurden mehrere Ausgaben der Gewinnspielsendung „Player´s Night“ im Programm des Senders Energy 97.1 im Hinblick auf die Einhaltung der Richtlinien für Gewinnspielsendungen überprüft. Die Sichtung ergab mehrere Verstöße gegen die genannten Richtlinien, sodass der Sender die Ausstrahlung von sich aus einstellte.

- Zwei Ausgaben der „Morning Show“ des Senders Alster Radio 106!8 Rock ´n Pop fielen im Berichtsjahr durch Beiträge auf, die aus Sicht des Jugendmedienschutzes bedenklich schienen. Im ersten Fall handelte es sich um vulgäre Äußerungen eines Moderators, im anderen Fall um die ambivalente Darstellung des Themas Schwarzfahren. Die nähere Prüfung ergab keine ausreichenden Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften. Der Sender wurde jedoch aufgefordert, weitere Fälle dieser Art zu vermeiden beziehungsweise auf eine eindeutige Positionierung der Moderatoren gegen sozial schädliche Verhaltensweisen hinzuwirken.

Die weiteren Stichproben-Beobachtungen der genannten und weiterer Sender im Zuständigkeitsbereich der MA HSH ergaben keine Auffälligkeiten.

### Beratung von Hörfunkveranstaltern

Auch im Jahr 2008 wurden zahlreiche Beratungsanfragen von Hörfunkveranstaltern und Programmzulieferern beantwortet. Themen waren unter anderem:

- die Zulässigkeit von Radiowerbung für Lottoangebote sowie das Sponsoring der Lottozahl-Mitteilung im Radioprogramm durch einen Glücksspielanbieter. Ergebnis: Im Unterschied zum Fernsehen ist im Hörfunk beides erlaubt, wenn dabei die für Glücksspielwerbung erforderlichen Warnhinweise auf das Suchtrisiko von Glücksspielen erfolgen.
- die Zulässigkeit von Hörfunkwerbung für Pokeranbieter. Ergebnis: Radiowerbung für unentgeltliche Pokerangebote (sog. Pokerschulen) ist erlaubt. Wenn ein entgeltliches Pokerangebot beworben wird, müssten hier ebenfalls die entsprechenden Warnhinweise erfolgen.
- die Zulässigkeit eines Werbespots für ein Glücksspiel. Ergebnis: Die Ausstrahlung ist unzulässig, da es sich um strafbare Werbung für ein unerlaubtes Glücksspiel handelt.

- die Sendefähigkeit eines Werbespots für ein Bordell. Der fragliche Werbespot war als jugendbeeinträchtigend einzustufen und wurde vom Sender nicht ausgestrahlt.

- die korrekte Kennzeichnung eines Werbespots für eine kostenpflichtige Mobilfunknummer. Dem Sender wurden medienrechtliche Hinweise zur Kennzeichnung von Werbung und Begleitmaterial gegeben.

- die Zulässigkeit eines Spots des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) zum Thema Mindestlöhne. Ergebnis: Die Ausstrahlung ist unzulässig, da es sich um politische Werbung handelt.

- die korrekte Platzierung von Hörfunkspots mit karitativem Hintergrund. Zwei der vorgelegten Spots waren als soziale Appelle einzustufen und durften nicht innerhalb des Werbeblocks oder als Pausentrenner eingesetzt werden. Ein weiterer Spot war dagegen als Werbung einzustufen, somit entsprechend zu kennzeichnen und vom übrigen Programm zu trennen.

### Telemedien

#### Jugendmedienschutz

Neben der Aufsicht über die von ihr zugelassenen Fernseh- und Radioprogramme überwacht die MA HSH auf Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) auch die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter. Die MA HSH kooperiert dabei eng mit jugendschutz.net, der von den Jugendministern eingerichteten gemeinsamen Stelle aller Bundesländer, die organisatorisch an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden ist.

Die Internetbranche ist komplex und völlig anders organisiert als der Rundfunkbereich. Zudem sind die hier relevanten Rechtsnormen nicht nur medienrechtlich, sondern häufig zugleich strafrechtlich relevant, sodass die Verfahren bis hin zur Kooperation mit den jeweiligen Staatsanwaltschaften anders gestaltet sind als bei den

Rundfunkfällen. Inhaltlich geht es bei den Fällen überwiegend um unzulässige pornografische Angebote ohne ausreichenden Zugangsschutz (geschlossene Benutzergruppe) und entwicklungsbeeinträchtigende Angebote, teilweise auch um rechtsextreme, indizierte Angebote oder um solche, in denen Minderjährige in unnatürlich geschlechtsbetonten Posen gezeigt werden.

Im Jahr 2008 bearbeitete die MA HSH insgesamt 64 Prüffälle jugendschutzrelevanter Telemedienangebote. Die Mehrzahl dieser Fälle wurde ursprünglich von jugendschutz.net aufgegriffen (44 Fälle). Im Rahmen ihrer Telemedienaufsicht führt die MA HSH aber auch eigene Recherchen durch. So gehen drei der 2008 bearbeiteten Fälle auf Recherchen der MA HSH zurück. Die MA HSH prüft ferner Beschwerden von Internetnutzern oder geht Hinweisen von Fachstellen wie der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia (FSM) oder von anderen Landesmedienanstalten nach. 17 der im Jahr 2008 bearbeiteten Telemedienfälle gehen auf solche Hinweise und Beschwerden zurück.

Die MA HSH leitet sowohl die von ihr selbst aufgegriffenen Fälle als auch die eingegangenen Beschwerden nach Vorprüfung an jugendschutz.net zur weiteren Veranlassung weiter. Bessert ein Anbieter nach entsprechenden Hinweisen durch jugendschutz.net das problematische Angebot nach, wird der Fall nicht weiter verfolgt. Andernfalls wird ein KJM-Prüfverfahren eingeleitet, an dem auch die MA HSH beteiligt ist. Im Berichtsjahr betrieb die MA HSH insgesamt 44 KJM-Verfahren. Aus diesem Anlass nahmen Mitarbeiter der MA HSH an vier Telemedien-Präsenzprüfungen der KJM teil.

Stellt die KJM einen möglichen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften fest, führt die MA HSH die Anhörung des Anbieters durch (15 Fälle in 2008). Wird ein möglicher Verstoß gegen das Strafgesetzbuch (StGB) festgestellt, gibt die MA HSH den Vorgang zunächst an die Staatsanwaltschaft ab (sechs Fälle in 2008). Bei den Anhörungsverfahren ist die MA HSH zusätzlich für die Überprüfung der Angebote und bei anhaltenden Verstößen für die Doku-

mentation des Sachstandes verantwortlich. Im Falle von kostenpflichtigen Angeboten werden Zugänge in die Bezahlbereiche generiert und dokumentiert.

Nach erfolgter Anhörung des Anbieters leitet die MA HSH die Fälle zur abschließenden Beschlussfassung erneut an die KJM und ist anschließend für die Umsetzung der abschließenden KJM-Entscheidung zuständig. So sprach die MA HSH 2008 in insgesamt 22 KJM-Prüffällen eine Beanstandung aus. In fünf Fällen wurde zusätzlich ein Bußgeld verhängt.

Insgesamt acht KJM-Prüffälle konnten im Jahr 2008 abgeschlossen werden. 20 Fälle blieben auch nach erfolgter Beanstandung bzw. Verhängung eines Bußgeldes im förmlichen Verfahren der MA HSH, weil die Anbieter Rechtsbehelfe gegen die erlassenen Bescheide eingelegt hatten (14 Fälle) oder ein Vollstreckungsverfahren eingeleitet werden musste (sechs Fälle).

Die MA HSH steht Telemedienanbietern auch für Beratungsgespräche zur Verfügung. So wurde beispielsweise ein Angebot, zu dem mehrere Beschwerden eingegangen waren, nach Befassung durch jugendschutz.net und intensiver Beratung durch die MA HSH nachgebessert.

Beratungsgespräche beziehen sich in der Regel weniger auf Inhalte als auf die unterschiedlichen Jugendschutzfilter und Zugangssperren sowie Verfahrensfragen. In Hamburg gibt es mehrere Anbieter von Altersverifikationssystemen (AVS) und Jugendschutzprogrammen, die für ihre Jugendschutzvorkehrung von der KJM ein Positivvotum bzw. die Zulassung zu einem Modellversuch erhalten haben. Noch im Modellversuch befindet sich das von der MA HSH lizenzierte Filterprojekt [jugendschutzprogramm.de](http://jugendschutzprogramm.de).

Die 2008 im förmlichen Verfahren der MA HSH befindlichen 64 Angebote wurden im Hinblick auf folgende Rechtsnormen geprüft, wobei zahlreiche Angebote gleich gegen mehrere Rechtsnormen verstießen:

Unzulässige Angebote nach § 4 JMStV: 62 Fälle

- Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen: zwei Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2)
- Aufstachelung zum Hass gg. bestimmte Menschengruppen: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3)
- Grausame oder sonst unmenschliche Gewalttätigkeiten: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5)
- Anleitung zu einer in § 126 Abs. 1 StGB genannten rechtswidrigen Tat: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6)
- Menschenunwürdige Leidensdarstellungen: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 8)
- Minderjährige in unnatürlich geschlechtsbetonten Posen: zwei Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9)
- Pornografische Angebote ohne geschlossene Benutzergruppe: 46 Fälle (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 2)
- Indizierte Angebote ohne geschlossene Benutzergruppe: zwei Fälle (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 i.V.m. Satz 2)
- Offensichtliche schwere Jugendgefährdung: sechs Fälle (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3)

Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote nach § 5 JMStV: 15 Fälle

Nichtbestellung eines Jugendschutzbeauftragten (§ 7 Abs. 1 JMStV): fünf Fälle

### Anbieterkennzeichnung

Im Rahmen ihrer Telemedienaufsicht überprüft die MA HSH auch die Einhaltung der gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten. Telemedienangebote müssen nach § 55 des Staatsvertrags für Rundfunk und Telemedien (RStV) und nach § 5 des Telemediengesetzes (TMG) Informationen über den Anbieter, die so genannte Anbieterkennzeichnung, bereithalten. Diese Informationen müssen für den Nutzer leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

Für Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, besteht keine Pflicht zur Anbieterkennzeichnung. Für alle anderen Telemedienangebote besteht zumindest die Pflicht, Namen und Anschrift des Anbieters,

bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift eines Vertretungsberechtigten, bereitzustellen.

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

Im Berichtsjahr prüfte die MA HSH vierzehn Telemedienangebote im Hinblick auf die erforderliche Anbieterkennzeichnung. In drei Fällen ergab die Prüfung, dass die Angaben rechtlich nicht zu beanstanden waren, in acht Fällen konnte durch Hinweise an die Anbieter eine Nachbesserung erreicht werden. In einem Fall löschte der Anbieter die Inhalte des Angebots und nahm es später aus dem Netz. Zwei Verfahren sind noch nicht abgeschlossen. Zusätzlich wurden drei Beschwerden wegen mangelhafter Anbieterkennzeichnungen aus Zuständigkeitsgründen an andere Stellen weitergeleitet.

### Der Fall Primetime

Im Jahr 2008 beschäftigte sich die MA HSH intensiv mit Primetime, dem Telemediendienst der Veranstalterin b2c.tv GmbH & Co. KG. Das Angebot verfügte seit August 2006 über eine Bescheinigung der MA HSH-Rechtsvorgängerin ULR, wonach das Angebot als zulassungsfreies Telemedienangebot und nicht als zulassungspflichtiger Rundfunk zu bewerten war. Es war Gegenstand zahlreicher Programmebeobachtungen und erregte zudem starkes öffentliches Interesse. Dies lag vornehmlich in der schillernden Persönlichkeit des Geschäftsführers Thomas G. Hornauer begründet, der neben dem zulassungsfreien Telemediendienst Primetime auch Kanal Telemedial betrieb, ein aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht fragwürdiges Rundfunkprogramm esoterischen Inhalts mit österreichischer Lizenz. Kanal

Telemedial zeichnete sich vor allem durch auffallend hohe Telefonkosten für Beratungsgespräche aus.

Die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) der Landesmedienanstalten setzte sich massiv für einen kritischen und restriktiven Umgang mit Primetime und Kanal Telemedial ein und bestärkte die österreichische Medienregulierungsbehörde KommAustria darin, gegen Kanal Telemedial vorzugehen. Die österreichischen Kollegen stellten am 5. Juni 2008 das Erlöschen der Sendelizenz von Kanal Telemedial fest. Der Kanal habe keinen regelmäßigen Sendebetrieb nachweisen können und daher keinen rechtmäßigen Betrieb entsprechend der Zulassung ausgeübt.

Im Fall von Primetime stellte die zuständige MA HSH bei ihrer laufenden Programmbeobachtung fest, dass das audiovisuelle Angebot aufgrund seiner inhaltlichen Umgestaltung nicht mehr zulassungsfreier Mediendienst, sondern bereits zulassungspflichtiger Rundfunk war. Da das Angebot jedoch nicht über diese Zulassung verfügte, forderte die MA HSH die Veranstalterin von Primetime auf, die rundfunktypischen Live-Programminhalte umgehend einzustellen. Primetime stellte am Abend des 31. Juli 2008 den Sendebetrieb ein.

Der Fall veranlasste die MA HSH, sich dem Thema Astroberatung im TV in einer eigenen Veranstaltung im Rahmen der Mediatage Nord zu nähern: „Magische Kräfte oder fauler Zauber? Esoterik und Astrologie im Fernsehen“ (vgl. Abschnitt „Veranstaltungen 2008“ in Kapitel 8).



Medienforschung analysiert Phänomene der Programmentwicklung, Medienwirtschaft und Medientechnik. Mithilfe ihrer Ergebnisse erschließen sich Wirkungszusammenhänge, können Fehlentwicklungen aufgedeckt und Strategien gegen mögliche Risiken entwickelt werden. Die Erkenntnisse der Medienforschung liefern auch wichtige Impulse für den öffentlichen Dialog über medienrelevante Probleme. Sie können den Medienunternehmen konkrete Hilfestellungen bei der Gestaltung ihrer Angebote geben und den medienpolitischen Akteuren die Notwendigkeit einer Nachbesserung von Gesetzen aufzeigen.

Die MA HSH hat 2008 zwei Forschungsprojekte zu den Themen Medienkompetenz und Werberegulierung in Auftrag gegeben:

#### **Medienkompetenzvermittlung für das Internet steckt noch in den Kinderschuhen**

Im September 2008 präsentierte die MA HSH die Studie „Medienkompetenzförderung im Bereich der Onlinenutzung von 6- bis 13-jährigen Kindern“, in ihrem Auftrag erstellt vom Institut für Medienforschung Göttingen & Köln (IMGÖ). Die Forscher kommen zu dem Ergebnis, dass die Vermittlung von Medienkompetenz für die Internetnutzung von Kindern in Hamburg und Schleswig-Holstein derzeit unzureichend ist. Zwar seien umfangreiche Ressourcen und Potenziale im Bereich der Medienkompetenzförderung vorhanden, diese müssten aber besser koordiniert werden. Für eine nachhaltige Medienkompetenzförderung sei es notwendig, die vorhandenen Einrichtungen und Aktivitäten zu bündeln,

zu vernetzen und unter dem Dach einer zentralen Institution zu koordinieren. Denkbar wäre eine länderübergreifende Stiftung, eine neu zu etablierende Einrichtung oder eine stärkere Konzentration der Landesmedienanstalt auf die Aufgabe der Medienkompetenzförderung (zu den geplanten Maßnahmen der MA HSH vgl. Abschnitt „Initiative Medienkompetenz im Internet“ in Kapitel 6).

#### Wo hört die Werbung auf, wo fängt das Programm an?

Unter Federführung der MA HSH wurde das groß angelegte Forschungsprojekt „Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen - Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen“ initiiert. An der Finanzierung der Studie waren neben der MA HSH sieben weitere Landesmedienanstalten beteiligt. In der interdisziplinären Studie untersuchten die Autoren Helmut Volpers und Bernd Holznagel erstmals, woran Zuschauer TV-Werbung als solche erkennen und welche Regulierungsoptionen sich hieraus ergeben. Im Rahmen eines Workshops am 28. Oktober 2008, der Teil des Forschungsprojekts war, wurden die Zwischenergebnisse der Studie vorgestellt und diskutiert. Vertreter der Landesmedienanstalten, der Staatskanzlei Schleswig-Holstein, der Hamburger Behörde für Kultur, Sport und Medien, Radiovermarkter und der VPRT erörterten denkbare Konsequenzen der Studie für die zukünftige Regulierungspraxis. Die Veröffentlichung der Studie hat mittlerweile stattgefunden (März 2009).

#### Forschungsprojekte in Kooperation mit anderen Landesmedienanstalten

- Kontinuierliche TV-Programmforschung der Landesmedienanstalten. Analyse durch Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß (GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam) im Auftrag der ALM
- Regionalfensteranalyse in den Programmen von RTL und Sat.1 durch Prof. Dr. Helmut Volpers (IMGÖ - Institut für Medienforschung Köln Göttingen)

- „Beschäftigte und wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008“ unter Federführung der BLM in Zusammenarbeit mit sieben weiteren Landesmedienanstalten

- „Gewalt im Web 2.0 - Wie gewalthaltige Internetangebote Heranwachsende beeinflussen“ von Prof. Dr. Petra Grimm unter Federführung der NLM zusammen mit weiteren fünf Landesmedienanstalten

## 6 Medienkompetenz



Medienkompetenz bezeichnet die Fähigkeit des Menschen, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend zu nutzen. Dazu gehört zum einen „technisches“ Know-how, also beispielsweise das Wissen, wie man sich im Internet gezielt die gewünschten Informationen beschafft. Zum anderen versteht man unter Medienkompetenz insbesondere die Fähigkeit, Medieninhalte einordnen und bewerten oder Medieninflüsse erkennen und verarbeiten zu können. Da Medienkompetenz nicht angeboren ist und sich auch nicht von allein einstellt, muss sie individuell erworben und entwickelt werden.

Die Förderung von „Projekten der auditiven und audiovisuellen Medienkompetenz und Medienpädagogik“ in Hamburg und Schleswig-Holstein ist nach § 38 Abs. 2 Nr. 6 Medienstaatsvertrag HSH eine wichtige Aufgabe der MA HSH. Im Zentrum der Planung und Umsetzung der Aktivitäten der MA HSH steht das Leitbild des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Dieses Leitbild definiert die Ziele, die mit den MA HSH-Förderaktivitäten und Projekten erreicht werden sollen.

Mit dem rechtlichen Jugendmedienschutz will die MA HSH im Rahmen ihrer Kontrollaufgabe über elektronische Medieninhalte Beeinträchtigungen von jungen Menschen verhindern. Gerade beim Internet stößt die repressive Kontrolle aber schnell an ihre Grenzen. Mehr noch als bei anderen Medien ist daher für die Nutzung des Internets der präventive Jugendmedienschutz durch die Medienkompetenzvermittlung von entscheidender Bedeutung. Potenzielle Gefährdungen von Kindern und Jugendlichen sollen durch Aufklärung und Qualifizierung von Kindern, Jugendlichen, Eltern und Pädagogen minimiert werden.

Die MA HSH hat 2008 eine Reihe vielfältiger Medienkompetenzprojekte initiiert und gefördert:

**Schnappfisch-Media - Schüler machen Medien**  
Mit einer Förderung seitens der MA HSH kann der Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal Tide das Projekt Schnappfisch-Media - Schüler machen Medien fortsetzen. In Zusammenarbeit mit der Hamburger Behörde für Schule und Berufsbildung (BSB) werden Kinder und Jugendliche bei der Produktion eines regelmäßig ausgestrahlten Radio- und Fernsehmagazins sowie einer Website angeleitet und unterstützt.

#### **Newsletter MEiER**

Der Verein Schnittpunkt e.V., Heide, erhält für das Projekt MEiER - Medieninformationsdienst für alle Erziehenden einen Förderungsbetrag von der MA HSH: MEiER erscheint alle sechs Wochen und gibt einen redaktionell gestalteten Überblick zu ausgewählten Themen aus Medienpädagogik, Medienwirtschaft, Medienpolitik, Medienforschung und Jugendmedienschutz. Der Gratis-Infodienst wird allen Schulen und Kindertagesstätten in Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verfügung gestellt.

#### **Mediennetz Hamburg**

Dem Verein Mediennetz Hamburg gehören vielfältige Gruppen und Einzelmitglieder an, die in Hamburg und Umgebung im Bereich der Medienbildung und der Vermittlung von Medienkompetenz tätig sind. Das Mediennetz Hamburg vermittelt zwischen medienpädagogischen An-

geboten und Anfragen aus der Bevölkerung und bietet Möglichkeiten zum Austausch zwischen den Medieneinrichtungen. Die Zuwendung der MA HSH ist für den Ausbau und die redaktionelle Betreuung des Internetportals [www.medien-netz-hamburg.de](http://www.medien-netz-hamburg.de) vorgesehen.

#### **Kinderredaktion Radiofuchse**

In der Kinderredaktion Radiofuchse erstellen Kinder im Alter zwischen 8 und 14 Jahren unter professioneller medienpädagogischer Betreuung eigene Radiosendungen, Interviews und Reportagen. Diese werden alle zwei Monate live im Kinderradio Wilde Welle im Programm von FSK 93,0 gesendet und auch im Offenen Kanal Lübeck sowie im Offenen Kanal Westküste ausgestrahlt.

#### **SchulKinoWoche Schleswig-Holstein**

Die MA HSH förderte die Vision Kino gGmbH, Potsdam, die damit auch im Jahr 2008 bereits zum fünften Mal die SchulKinoWoche Schleswig-Holstein durchführen konnte. Die SchulKinoWoche möchte Schülerinnen und Schülern das Medium Film als Kultur und Bildungsgut vermitteln und ihr Interesse an vielfältigen und experimentierfreudigen Filmen wecken. Lehrerinnen und Lehrer erhalten zur Vor- und Nachbereitung im Unterricht Begleitmaterialien zu den Filmen und deren Themen.

#### **Ostsee-Jugendmediencamp**

Im August fand mit finanzieller Unterstützung der MA HSH das Ostsee-Jugendmediencamp statt, eine internationale Qualifizierungsmaßnahme für journalistischen Nachwuchs aus dem Ostseeraum. Organisatoren waren der Offene Kanal Schleswig-Holstein und der Landesjugendring Schleswig-Holstein e.V.

#### **Schein & Sein - Reality-TV**

Bereits im August 2007 verteilte die MA HSH die Unterrichtshandreichung Schein & Sein flächendeckend an weiterführende Schulen in Hamburg und Schleswig-Holstein. Schein & Sein bietet Lehrkräften der Sekundarstufe I Material, das die Strategien und Wirkungsmöglichkeiten von Reality-TV-Sendungen aufzeigt. Im Jahr 2008 wurden zahlreiche Praxismodule für Schein & Sein durchgeführt. Dort konnten die Schüler

selbst eine Reality-TV-Show in einem Offenen Kanal in Schleswig-Holstein oder beim Bürger- und Ausbildungskanal Tide TV in Hamburg nachstellen und aufzeichnen.

#### **Programmberatung für Eltern e.V. - Flimmo**

Die MA HSH ist Mitglied im Verein Programmberatung für Eltern, der regelmäßig die Broschüre Flimmo herausgibt. Der Flimmo informiert Eltern über das Fernsehprogramm der kommenden drei Monate und gibt Hinweise, welche Sendungen empfehlenswert und welche für Kinder schwer verdaulich sind. Die Broschüre ist kostenlos und wird bundesweit in hoher Stückzahl vertrieben. Das Angebot gibt es auch im Internet unter [www.flimmo.de](http://www.flimmo.de).

#### **Internet ABC e.V.**

Die MA HSH ist Fördermitglied im Verein Internet ABC e.V. der unter [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) Kindern, Eltern und Pädagogen zahlreiche Informationen für den kompetenten und sicheren Umgang mit dem Internet vermittelt.

## **7 Beteiligungen**



#### **Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein**

Die MA HSH ist Mitgesellschafterin der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein. Die Medienstiftung fördert die Aus- und Weiterbildung junger Menschen im Medienbereich und verwirklicht gemeinsame Projekte von Medienausbildungsstätten in Schleswig-Holstein und Hamburg. Weitere Aufgaben sind die Förderung von Medienkompetenzprojekten sowie die Förderung der technischen Infrastruktur und neuer Rundfunkübertragungstechniken. Die Gesellschafterversammlung der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein tagte im Berichtszeitraum dreimal, die MA HSH wird durch den Direktor vertreten. Im Berichtszeitraum wurden 21 Projekte mit insgesamt 613 999 Euro gefördert.

#### **MSH Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Werke in Schleswig-Holstein**

Zum 30. Juni 2007 wurde die MSH Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Werke im Zuge der Gründung der gemeinsamen Filmförderung der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein (FFSH GmbH) aufgelöst. Die MSH Gesellschaft wird derzeit abgewickelt, die Liquidation wird voraussichtlich im Jahr 2010 abgeschlossen sein. Von den seit Liquidationsbeginn noch offenen 72 Förderprojekten konnten bis Ende 2008 gut 40 Projekte abgeschlossen werden.

## 8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

35 Pressemitteilungen, 26 Pressespiegel, 8 Veranstaltungen, zahlreiche Hintergrundgespräche, Internetauftritt, Broschüren - regelmäßig informiert die MA HSH Bürger, Medienmacher und Entscheider über ihre Arbeit und aktuelle Medienthemen. Sie steht in Kontakt mit rund 350 Journalistinnen und Journalisten, Agenturen und anderen Multiplikatoren. Als Dienstleisterin für Bürgerinnen und Bürger sorgt die MA HSH für Transparenz mit vielfältigen gedruckten und online verfügbaren Informationen und beantwortet zügig Anfragen und Programmbeschwerden. Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen einige unserer vielfältigen PR-Maßnahmen vorstellen:

### Veranstaltungen 2008

#### 27. Februar

Der Medienpreis Schleswig-Holstein wurde zum vierten Mal vor 400 Gästen in Neumünster verliehen. Der Medienpreis soll junge Medienschaffende aus Schleswig-Holstein dazu anregen, die Neuen Medien als künstlerisches Ausdrucksmittel einzusetzen. Die Verleihung wurde gemeinsam mit der Dr. Hans Hoch Stiftung und dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein (OKSH) organisiert.



#### 4. Juni

Im Rahmen des Internationalen Mediendialogs Hamburg richtete die MA HSH gemeinsam mit der Alcatel-Lucent Stiftung für Kommunikationsforschung und dem Hans-Bredow-Institut die Fachtagung „Chancengleichheit für Content auf Netzwerken und Plattformen?“ zu Fragen der Netzneutralität und „Quality of Service“ aus.



#### 17. Juli

Die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH und die MA HSH veranstalteten einen gemeinsamen Parlamentarischen Abend in Kiel. Ein Jahr nach der Fusion zogen beide Gemeinschaftseinrichtungen der beiden nördlichsten Bundesländer eine positive Bilanz. Auch die Hamburger Kultur- und Mediensenatorin Prof. Karin v. Welck und der Chef der schleswig-holsteinischen Staatskanzlei Heinz Maurus waren sich in ihren Grußworten einig: Gemeinsamkeit zahlt sich aus!



#### 15. September

Die MA HSH war Mitveranstalterin des Media Convergence Summit Hamburg 2008, auf dem sich namhafte Referenten mit den Auswirkungen der digitalen Konvergenz der On- und Offline-medien auseinandersetzten.

#### 7. Oktober

Erster Jahresempfang der MA HSH mit mehr als 400 Gäste aus Medien, Politik und Gesellschaft in der TriBühne in Norderstedt. In seinem Grußwort würdigte Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Peter Harry Carstensen die erfolgreiche Arbeit der MA HSH für den gemeinsamen Medienstandort Hamburg/Schleswig-Holstein.



### 24. - 27. November

Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer Schleswig-Holstein, der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) und dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein (ARGE MTN) veranstaltete die MA HSH die achte Auflage der Mediatage Nord (MTN). Mehr als 2000 Besucher informierten sich auf rund 30 Veranstaltungen über aktuelle Themen rund um den diesjährigen Schwerpunkt „grenzenlos digital“. Insgesamt waren 17 Veranstalter beteiligt.



### 25. November

Auf der MA HSH-Medienwerft „Magische Kräfte oder fauler Zauber? Esoterik und Astrologie im Fernsehen“ im Rahmen der MTN rückte die MA HSH astrologische und esoterische Bera-

tungsangebote im Fernsehen in den Blickpunkt, um sie aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu analysieren.



### 3. Dezember

Gemeinsam mit der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein veranstaltete die MA HSH den Workshop „Rechtliche Rahmenbedingungen für Hörfunk in Hamburg und Schleswig-Holstein“. Rund 80 Fachleute aus Medien, Wirtschaft und Politik diskutierten über eine Reform des Konzentrationsrechts im Hörfunk und Perspektiven für lokalen Rundfunk in Schleswig-Holstein.



### Publikationen 2008

Für Sie da! Informationsbroschüre der MA HSH Um die Bürgerinnen und Bürger in Hamburg und Schleswig-Holstein noch besser über ihre Arbeit zu informieren, erstellte die MA HSH die Informationsbroschüre „Für Sie da!“, die rege nachgefragt wird. Auf 64 Seiten präsentiert sich die MA HSH als Serviceagentur und kompetente Ansprechpartnerin für Fragen rund um Radio, Fernsehen und Internet. Die Broschüre enthält Frequenztabellen zum Hörfunk- und Fernsehempfang in beiden Ländern.

## Internet-Medienkompetenz von Kindern

Im September 2008 präsentierte die MA HSH die Studie „Medienkompetenzförderung im Bereich der Onlinenutzung von 6- bis 13-jährigen Kindern“, in ihrem Auftrag erstellt vom Institut für Medienforschung Göttingen & Köln (IMGÖ). Zentrales Ergebnis: Die Vermittlung von Medienkompetenz ist in Hamburg und Schleswig-Holstein besonders stark auf das Leitmedium Fernsehen ausgerichtet, für das Internet hingegen oft unzureichend (vgl. Kapitel 5).

Zwar sind die Potenziale hierfür in den beiden nördlichen Bundesländern vorhanden, sie müssten aber noch besser koordiniert werden, zum Beispiel durch die Verknüpfung außerschulischer Projekte mit der Arbeit in den Schulen. In der Praxis fühlen sich Lehrerinnen und Lehrer beim Thema Medienkompetenz für die Internetnutzung oft alleingelassen. Auf der Basis der Studienergebnisse plant die MA HSH für 2009 gemeinsam mit anderen Akteuren Vorschläge zur Verbesserung der Medienkompetenz bei der Internetnutzung durch Kinder und Jugendliche (vgl. Kapitel 6).

## Weitere Publikationen gemeinsam mit verschiedenen Partnern

- » Flimmo,  
herausgegeben von Programmberatung für Eltern e.V.
- » Internet ABC,  
herausgegeben vom Internet-ABC e.V.
- » Faltblatt Surfen Kinder sicher online,  
in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net
- » Faltblatt Wollen wir chatten? Ja, sicher!  
- Chatten ohne Risiko,  
in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net
- » Faltblatt Chatten ohne Risiko - Was Eltern und Pädagogen wissen sollten,  
in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net
- » MEIER - Medieninformationsdienst für alle Erziehenden,  
in Zusammenarbeit mit Schnittpunkt TV (vgl. Kapitel 6)

Download diverser Materialien unter:  
[www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de)

## 9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten



### Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten

Als Kulturgut liegt auch der Rundfunk in der Verantwortung der Bundesländer. Somit ist auch die Aufsicht über den privaten Rundfunk auf Landesebene geregelt. Gleichwohl macht die Ausstrahlung von Fernsehen und Hörfunk nicht vor den Landesgrenzen halt - erst recht nicht das Internet mit seiner globalen Netzstruktur. Daher arbeitet die MA HSH eng mit den anderen 13 Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) zusammen, wenn es um Medienthemen von grundsätzlicher oder überragender medienpolitischer Bedeutung geht.

Die ALM koordiniert die den Landesmedienanstalten gemeinschaftlich zugewiesene Aufgaben, sorgt für die Gleichbehandlung privater Rundfunkveranstalter und für eine bessere Durchsetzung von Entscheidungen einzelner Landesmedienanstalten. Schließlich stärkt die Zusammenarbeit die Unabhängigkeit der Landesmedienanstalten und ihre Position als staatsferne, die Rundfunkfreiheit sichernde Anstalten.

Die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten innerhalb der ALM erfolgt über

- » die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM),
- » die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) sowie dem Zusammenschluss beider,
- » der Gesamtkonferenz (GK).

Der 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, seit dem 1. September 2008 in Kraft, hat der ALM einige entscheidende strukturelle Änderungen beschert. Neu eingerichtet wurde die zentrale Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Ferner haben die Landesmedienanstalten ab sofort sechs Mitgliedssitze in der Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK). Mehr Kompetenzen erhielten die Vertreter der gesellschaftlich relevanten Gruppen in der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK).

Somit gibt es jetzt drei zentrale Kommissionen:

- ✦ Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)
- ✦ Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)
- ✦ Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK)

Grundlage der Zusammenarbeit ist das ALM-Statut (Grundsätze für die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland), das aufgrund der strukturellen Änderungen im Oktober beschlossen wurde. Die Geschäftsführung der ALM liegt weiterhin abwechselnd bei einer Landesmedienanstalt. Die geschäftsführende Mitgliedsanstalt wird jeweils für zwei Jahre gewählt. Seit dem 1. Januar 2008 ist Thomas Langheinrich - Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) - Vorsitzender der DLM und seit dem 1. September 2008 auch Vorsitzender der ZAK.

#### **Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)**

Der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) gehören die gesetzlichen Vertreter aller 14 Landesmedienanstalten an. Sie unterhält den Informations- und Meinungsaustausch mit Rundfunkveranstaltern, behandelt gemeinsame Angelegenheiten im Bereich der audiovisuellen Medien, holt Gutachten zu Fragen ein, die für die Aufgaben der Mitgliedsanstalten von grundsätzlicher Bedeutung sind und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung. Ferner werden in der DLM Satzungen und Richtlinien abgestimmt.

Für die Arbeitsbereiche Europa, Bürgermedien, Hörfunk, Recht und Verwaltung wurde aus dem

Kreis der Direktoren je ein Beauftragter gewählt. Darüber hinaus werden in der Technischen Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM) technische und planerische Fragen erörtert. Auch die Vertreter der Landesmedienanstalten in KEK und KJM werden durch die DLM gewählt, wobei die Wahl der Zustimmung der GVK bedarf. Die DLM trat 2008 zu elf Sitzungen zusammen.

#### **Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)**

Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) besteht aus den Vorsitzenden der Beschlussgremien aller Landesmedienanstalten und erhielt mit Inkrafttreten des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag erweiterte Kompetenzen. Sie ist nun zuständig für Auswahlentscheidungen bei der Zuweisung von Übertragungskapazitäten und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen. Ihre Beschlüsse sind gegenüber den anderen Organen der Landesmedienanstalten verbindlich. In der GVK werden zudem Fragen der Medienpolitik und Medienethik beraten und die Qualität der Programme thematisiert.

#### **Gesamtkonferenz (GK)**

Die Gesamtkonferenz (GK) ist der Zusammenschluss von DLM und GVK. Hier werden Angelegenheiten beraten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Zudem vermittelt die GK bei Kompetenzstreitigkeiten unter den Kommissionen.

#### **Gemeinsame Stellen**

##### **Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ)**

Zum 1. September 2008 wurde die Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ) in die ZAK integriert. Im Berichtszeitraum war der Direktor der MA HSH Mitglied der GSDZ und hat an verschiedenen Themen aktiv mitgewirkt. Die GSDZ war zuständig für die Gewährleistung eines fairen, angemessenen und diskriminierungsfreien Zugangs zu digitalen Übertragungswegen. Dabei standen die Kabelnetze besonders im Fokus. Neben der Frage der Interoperabilität der Netze und Empfangsgeräte waren insbesondere die Navigation auf den Angebotsplattformen des digitalen Fernsehens ein zentrales Thema.

## **Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM)**

Bis zur Konstituierung der ZAK sorgte die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) für eine einheitliche Anwendung der Werbe- und Sponsoringvorschriften des Rundfunkstaatsvertrages sowie für eine einheitliche Praxis in Programmfragen, Medienkompetenz- und Bürgermedienangelegenheiten. Die GSPWM war auch zuständig für die Abstimmung von Anträgen bundesweit verbreiteter Fernsehprogramme sowie die Beratung von Anträgen auf Erteilung einer Unbedenklichkeitsbescheinigung für Mediendienste- bzw. Telemedienangebote. In Prüfgruppen mit Fachleuten aus den Landesmedienanstalten übernahm die MA HSH hierbei die Auswertung verschiedener Fernsehprogramme im Rahmen der von der GSPWM initiierten Schwerpunktuntersuchungen zu Sponsoring und Werbeunterbrechungen sowie verschiedener TV-Formate im Hinblick auf die Einhaltung der einschlägigen werberechtlichen Regelungen.

## **Kommissionen**

### **Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)**

Mit Inkrafttreten des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrages ist die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) als neues Organ der Landesmedienanstalten eingerichtet worden. Mitglieder der ZAK sind alle Direktoren bzw. Präsidenten der Landesmedienanstalten. Die Arbeitsbereiche der ZAK sind auf zwei Beauftragte mit eigenen Geschäftsstellen aufgeteilt worden:

Der Beauftragte für Programm und Werbung (BPW) bereitet die Entscheidungen der ZAK über Zulassung und Programmaufsicht bei bundesweiten Rundfunkangeboten vor. Hinzu kommt auch die Entscheidung über Anträge auf Bestätigung der medienrechtlichen Unbedenklichkeit von Telemedienangeboten. Als Beauftragter Programm und Werbung wurde Prof. Dr. Norbert Schneider von der LfM benannt, der schon die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz geleitet hatte. Alle Landesmedienanstalten legen ihre Zulassungs- und Aufsichtsfälle bezüglich bundesweiter Rundfunkveranstalter mit einem Entscheidungsvorschlag der ZAK vor. In den

vorbereitenden Prüfgruppen arbeiten auch die Fachreferenten der MA HSH mit eigenen Vorschlägen und Voten mit.

Der Beauftragte für Plattformregulierung und Digitalen Zugang (BPDZ) setzt die Aufgaben der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang seit dem 1. September 2008 fort. Als Beauftragter wurde Dr. Hans Hege, Direktor der mabb, benannt, der vorher schon Vorsitzender der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang war. Einen Schwerpunkt der BPDZ (wie vorher auch schon der GSDZ) bildete im Berichtszeitraum die Digitalisierung der Rundfunkversorgung. Die Landesmedienanstalten haben auch 2008 wieder ihren Digitalisierungsbericht veröffentlicht, der auf der Funkausstellung in Berlin vorgestellt wurde.

Ein weiteres zentrales Thema der GSDZ/BPDZ war die Regulierung der elektronischen Programmführung. Angesichts der zunehmenden Anzahl verfügbarer Programme gewinnen diese Auswahl- und Steuerungsinstrumente bei dem Auffinden von digitalen Programmen immer mehr an Bedeutung. Nach einer Studie im Auftrag der BPDZ spielen jedoch elektronische Programmführer in Set-Top-Boxen in Deutschland bislang kaum eine Rolle in der Wertschöpfungskette des digitalen Fernsehens und werden von den Nutzern noch wenig in Anspruch genommen. Gleichwohl ist dieser Bereich sehr in Bewegung, vor allem durch die neue Gerätegeneration mit PVR-Funktion und hybride Empfänger, die Fernsehen mit den interaktiven Möglichkeiten des Internets verbinden. Die Ergebnisse der Studie wurden im Oktober im Rahmen eines Workshops der Fachöffentlichkeit präsentiert.

### **Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK)**

Aufgabe der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) ist die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Vor der Zulassung von Fernsehprogrammen oder bei Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse an Fernsehveranstaltern beurteilt die KEK, ob ein Unternehmen dadurch eine vorherrschende Meinungsmacht erlangen könnte.

Dabei wird die KEK jeweils für die Landesmedienanstalt tätig, bei der die Sendelizenz erteilt bzw. beantragt worden ist. Die Beurteilung der KEK ist für die jeweils zuständige Landesmedienanstalt bindend. Seit dem 1. September 2008 gehören auch sechs Direktoren der Landesmedienanstalten der KEK an.

#### **Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)**

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) ist die zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und in den Telemedien (Internet). Sie stellt sicher, dass wirksam gegen jugendschutzrelevante elektronische Medieninhalte vorgegangen wird. Rechtsgrundlage ist der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Er folgt dem Prinzip der regulierten Selbstregulierung, mit dem Ziel die Eigenverantwortung der Rundfunk- und Internetanbieter zu stärken und die Möglichkeiten der Vorabkontrolle zu verbessern. Den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugebilligt, den die Medienaufsicht nur begrenzt überprüfen darf. Die Selbstkontrollenrichtungen müssen von der KJM anerkannt werden. Die KJM hat zwölf Mitglieder, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten. Seit dem 15. Januar 2008 ist der Direktor der MA HSH Mitglied der KJM.

Die KJM dient der MA HSH als Organ bei der Erfüllung ihrer Aufgaben. Die MA HSH trägt Aufsichtsfälle aus ihrem Zuständigkeitsbereich nach entsprechender Vorprüfung an die KJM heran. Die KJM entscheidet, ob Verstöße vorliegen und beschließt auf der Grundlage von MA HSH-Beschlussvorlagen Aufsichtsmaßnahmen. Die MA HSH ist an allen Prüfungsvorgängen beteiligt. Vier ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden als KJM-Prüfer berufen.

Zudem übernahm die MA HSH auf Anfrage der KJM die federführende Koordination und Berichterstattung einer bundesweiten Beobachtung von Programmankündigungen. Mit dieser Beobachtung überprüften die beteiligten Landesmedienanstalten die Umsetzung einer Vereinbarung zur Gestaltung und Platzierung von

Programmankündigungen (Trailern), die KJM und die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) im Jahr 2007 getroffen hatten.

KJM-Prüfgruppen (Rundfunk und Telemedien) werden circa alle acht Wochen auch in der MA HSH in Norderstedt unter Leitung eines MA HSH-Mitarbeiters durchgeführt. Zudem engagiert sich die MA HSH in verschiedenen KJM-Arbeitsgruppen.

## 10 Finanzierungsgrundlagen der MA HSH

### Einnahmestruktur

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

Zur Erfüllung ihrer Aufgaben standen ihr im Jahr 2008 Einnahmen in Höhe von ca. 3,2 Mio. Euro zur Verfügung.

Die Einnahmen der MA HSH setzten sich 2008 im Einzelnen wie folgt zusammen:

» Anteil aus der Rundfunkgebühr einschließlich der Nachzahlung aus 2007	1920 T€
» Rundfunkabgabe der Hörfunk- und Fernsehveranstalter	832 T€
» Verwaltungsgebühren	145 T€
» Sonstige Einnahmen	217 T€
» Entnahmen aus Rücklagen	98 T€

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

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

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

Im Übrigen stehen Einnahmen aus Verwaltungsgebühren zur Verfügung. In den „sonstigen Einnahmen“ sind 2008 neben Zinsen die Rückflüs-

se aus den Kautionen der früheren Mietobjekte HAM und ULR enthalten. Regelmäßig werden für Pensionszahlungen Beiträge aus den dafür angelegten Rücklagen entnommen. In 2008 ist darüber hinaus eine Rücklage, deren Zweck sich nicht realisieren ließ, aufgelöst und dem Haushalt zugeführt worden.

### Ausgabenstruktur

Die Personal-, Sach- und Fachausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 2008 in Höhe von insgesamt ca. 3,2 Mio. Euro gliedern sich schwerpunktmäßig wie folgt:

» Personalausgaben	1417 T€
» Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte	296 T€
» Sachausgaben	722 T€
» Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und Projekte	243 T€
» Investitionen und Rücklagen	196 T€
» Gemeinsame Aufgaben der Landesmedienanstalten	264 T€
» Medienrat	74 T€

Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2008 insgesamt 25 Stellen umfasste. In den Personalausgaben sind Ausgaben für Fortbildungen, Beihilfeversicherung, Aushilfskräfte, Praktikanten und die Beiträge für die betriebliche Altersversorgung der Angestellten enthalten. Die Versorgungsausgaben für Beamte und ehemalige Beamte werden gesondert ausgewiesen. Die Sachausgaben setzen sich im Wesentlichen zusammen aus den Ausgaben für den Geschäftsbedarf, EDV, Telefonie, Mieten und Mietnebenkosten, Kosten für Dienstreisen, sämtlichen Versicherungen und Ähnliches. Die Fachveranstaltungen, Projekte der Medienkompetenz und Öffentlichkeitsarbeit sind in den Kapiteln 6 und 8 dieses Jahresberichts näher erläutert. Rücklagen sind für technische Ersatzbeschaffungen und größere Neuinvestitionen sowie für ein Projekt zum Analog-Digital-Umstieg im Hörfunk gebildet worden. Für die Programmbeobachtung der MA HSH ist nach der Fusion eine neue digitale Aufzeichnungsanlage installiert worden. Die gemeinsamen Aufgaben der Landesmedienanstalten werden in Kapitel 9 beschrieben. Die Ausgaben für den Medienrat umfassen die

Sitzungsgelder, Ausgaben für die Ausstattung der Sitzungen sowie Dienstreisen der Medienräte. Insgesamt entspricht die Summe der Ausgaben den Einnahmen der MA HSH. Der Haushalt und die Abrechnung 2008 sind also ausgeglichen.

### Haushaltsplan

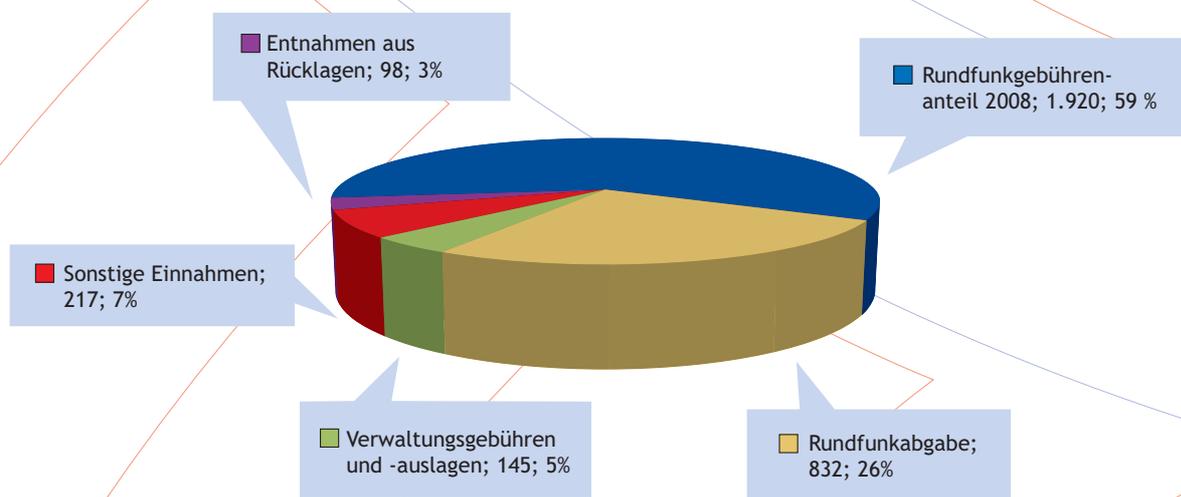
Einnahmen und Ausgaben der MA HSH werden im Haushaltsplan der MA HSH jährlich dargestellt. Der Haushaltsplan 2008 in der Fassung des Nachtragshaushaltsplans schloss in Einnahmen und Ausgaben mit einem Volumen von 3 212 000 Euro ab. Die finanziellen Schwerpunkte des Haushaltsjahrs 2008 sind in den nachstehenden Diagrammen dargestellt:

### Jahresabrechnung 2008

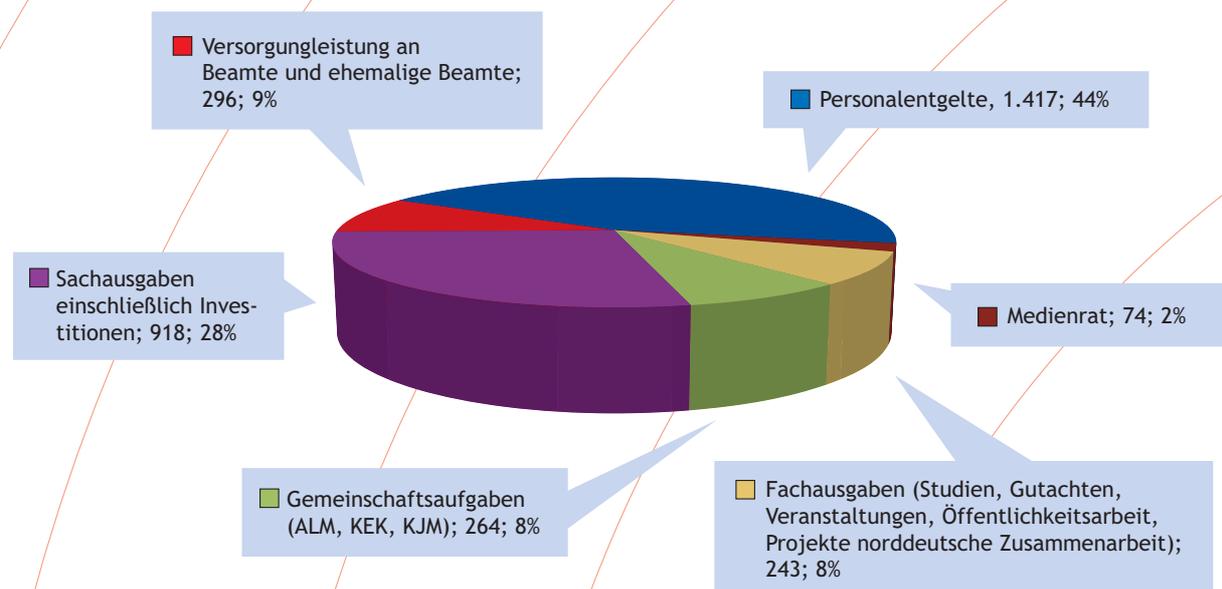
Im Berichtszeitraum des Haushaltsjahres 2008 wurde der Jahresabschluss erstellt.

Die Jahresabrechnung des Haushaltsjahres 2008, die entsprechend der Landshaushaltsordnung (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 2008 formell und materiell ordnungsgemäß war.

Übersicht über die Einnahmen der MA HSH im Haushaltsjahr 01.01. bis 31.12.2008 (in T€)



Übersicht über die Ausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 01.01. bis 31.12.2008 (in T€)





## Diskussion um Werberegulierung

von Torsten Giebel

Werbung ist nach wie vor die wichtigste Finanzierungsgrundlage für den privaten Rundfunk. Sie ermöglicht erst die Verbreitung privater Fernseh- und Hörfunkprogramme, ist damit Grundlage des dualen Rundfunksystems in Deutschland und trägt so zur Stärkung der Meinungsvielfalt bei.

Ist Werbung für private Programme einerseits unverzichtbar, birgt sie andererseits auch Gefahren für deren journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit. Mit dem Trennungs- und Kennzeichnungsgebot, dem Schleichwerbeverbot und quantitativen Werbebeschränkungen im Rundfunkstaatsvertrag ist der Gesetzgeber um einen Ausgleich zwischen den Intentionen der Programmveranstalter und den Interessen der Werbewirtschaft bemüht.

### Trennung von Werbung und Programm ist auch im digitalen Zeitalter unverzichtbar

Neue Endgeräte wie Personal Videorecorder und immer mehr konkurrierende Programme ermöglichen es den Zuschauern heute leichter, Werbung auszuweichen. Die Werbewirtschaft wiederum versucht, die reduzierte Aufmerksamkeit für ihre Botschaften durch neue Werbetechniken (z.B. Split-Screen, virtuelle Werbung) und neue Werbeformen zu kompensieren. Mit Titelsponsoring, Verlags-TV, Preisauslobungen oder Hinweisen auf Begleitmaterial wird vor allem eine größere Programmnähe angestrebt. Aufgabe der Werberegulierung ist es hierbei, die journalisti-

sche und redaktionelle Unabhängigkeit der Programme sicherzustellen und zu gewährleisten, dass die Zuschauer weiter klar zwischen Werbung und Programm unterscheiden können.

### Neue Werberegulungen für 2010

Einen wesentlichen Einfluss auf die künftige Werberegulierung hat die Europäische Union. So eröffnet die Ende 2007 in Kraft getretene EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste die Möglichkeit, Fernsehwerbung flexibler zu regeln. Unter bestimmten Voraussetzungen können Produktplatzierungen (Product Placement) im Programm künftig erlaubt werden; die Fernsehveranstalter bekommen zudem größere Freiheiten bei der Platzierung von Werbung. Die deutschen Bundesländer haben diese flexibleren Werberegulungen bis Ende 2009 in deutsches Recht umzusetzen und bereiten zurzeit den 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vor.

Im Hinblick auf die zunehmende Konvergenz der Kommunikationswege wird die Werberegulierung über das Fernsehen hinaus auch auf fernsehähnliche Inhalte, die über das Internet linear oder auf Abruf angeboten werden, ausgeweitet. Lineare Bewegtbildangebote werden dabei wie klassisches Fernsehen strengerer Werbebestimmungen unterworfen sein als nicht-lineare audiovisuelle Medieninhalte auf Abruf.

Im Zuge der Novellierung der Werbebestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages wird es auch zu einer Überarbeitung der Werberichtlinien der Landesmedienanstalten kommen. Diese wer-

den sich um eine zeitgemäße und angemessene Weiterentwicklung bemühen. Dabei sollten neben den bisherigen (Sonder-)Werbeformen auch neue Werbeformen, wie z.B. Business TV, interaktive Werbung und Verlinkungen auf kommerzielle Webseiten, in die Werberichtlinien mit aufgenommen werden.

### **Konvergenz der Angebote führt zu hybriden Werbeformen**

Die technische und inhaltliche Konvergenz der Rundfunk- und Online-Angebote wird künftig zu neuen hybriden Werbeformen führen, bei denen Rundfunkprogramme mit Werbekanälen, kommerziellen Online-Informationen, E-Commerce-Anwendungen (wie z.B. „Click to buy“-Angeboten), kommerziellen Weblinks etc. verbunden werden. Geeignete rechtliche Rahmenbedingungen für diese innovativen Werbeformen zu schaffen und durchzusetzen, wird eine künftige Aufgabe der Länder und Landesmedienanstalten sein.

### **Jugendmedienschutz im Internet: Alltag eines juristischen Mitarbeiters**

von Dr. Ingo Ullmann

Der Jugendmedienschutz im Internet hat ein völlig anderes Gesicht als im klassischen Rundfunk - sowohl hinsichtlich der Inhalte als auch bezüglich der Verfahrensabläufe. Dreht sich die Arbeit im Bereich Fernsehen beispielsweise häufig um Verstöße gegen die Zeitgrenzen für die Ausstrahlung bestimmter Filme und Serien, haben es die Jugendschützer im Internet mit Pornografie oder rechtsextremer Propaganda zu tun. Da es sich hierbei zum Teil um strafrechtlich relevante Inhalte handelt, ist die Aufsicht über Telemedien stark juristisch geprägt.

Bei der Mehrzahl der Fälle, mit denen es ein juristischer Mitarbeiter im Alltag zu tun hat, geht es um unzulässige pornografische Angebote ohne ausreichenden Zugangsschutz. Der Vollzug der Verfahren gestaltet sich dabei zunehmend schwierig, da die Anbieter über technische und rechtliche Schlupflöcher verfügen, um die Jugendschutz- und andere rechtliche Bestimmungen zu umgehen. Zu erwähnen sind vor allem

das Zwischenschalten von Proxy-Servern, die vorhandene elektronische Verknüpfungen und Zuordnungen verschleiern und so das Zurückverfolgen und Ausfindigmachen des Ursprungsservers und der für ihn verantwortlichen Personen verhindern.

Daneben erschwert die noch weitgehend ungeklärte Verantwortlichkeit des admin-c die Arbeit der Landesmedienanstalten. Nach Ziffer VIII. Satz 1 der DENIC-Domainrichtlinien ist der admin-c „die vom Domaininhaber benannte natürliche Person, die als sein Bevollmächtigter berechtigt und gegenüber DENIC auch verpflichtet ist, sämtliche die Domain betreffenden Angelegenheiten verbindlich zu entscheiden“. Dies spielt vor allem dann eine Rolle, wenn der Domaininhaber im Ausland sitzt und daher für die deutsche Justiz nicht greifbar ist.

Die Frage, ob neben dem Domaininhaber auch der admin-c für die rechtliche Zulässigkeit der Inhalte eines Internetangebots verantwortlich gemacht werden kann, ist jedoch höchstrichterlich noch nicht abschließend beantwortet worden und wird von den deutschen Gerichten unterschiedlich, teilweise sogar widersprüchlich beurteilt. Hier ist der Gesetzgeber gefordert, die Verantwortlichkeit des admin-c für die von ihm betreuten Angebote festzuschreiben. Dadurch würde der Jugendmedienschutz, der bislang im Hinblick auf Internetangebote, deren Domaininhaber im Ausland ansässig sind, weitgehend machtlos war, einen wesentlichen Schritt nach vorn gebracht.

### **Wie geht es weiter in der digitalen Rundfunkwelt? IPTV, Mobile TV und digitales Radio auf dem Prüfstand**

von Dr. Tilman Lang

Die Vielzahl der Übertragungstechnologien und Bereitstellungsplattformen für digitale Rundfunkangebote und andere audiovisuelle Dienste können Laien inzwischen kaum mehr überschauen. Das Ende des analogen Zeitalters ist gekennzeichnet durch eine Entkopplung von Angebotsform und Übertragungsweg jedes Angebot kann über nahezu jeden Distributionskanal zum Nutzer

gelangen. Klassische Fernseh- und Hörfunkangebote werden über DSL-Netze übertragen, Web-TV-Angebote im Internet bereitgestellt, über UMTS werden Fernsehangebote mit dem Handy abrufbar und auch die Hörfunkverbreitung und Nutzung erfolgt längst über die verschiedensten digitalen Systeme.

### **IPTV, New TV und Rundfunk im Internet**

Eine der neuen Übertragungstechnologien, die sich im Jahr 2008 sichtbar etablieren konnten, ist IPTV. Zunächst meint IPTV nichts anderes als eine Übertragung audiovisueller Inhalte unter Nutzung des Internetprotokolls als Transportprotokoll. Gleichwohl hat sich durchgesetzt, unter IPTV im engeren Sinne die Nutzung geschlossener DSL-Netze zur Übertragung audiovisueller Inhalte zu verstehen. Noch ist die Anschlussdichte in Deutschland nicht ganz so hoch wie in anderen Ländern Europas; doch gibt es hierzulande immerhin 20,9 Mio. DSL-Anschlüsse – ein erheblicher Teil davon breitbandig genug für den IPTV-Empfang. Nach Angaben des Branchenverbandes BITKOM wurden bis Ende 2008 bundesweit über 500 000 Nutzer gezählt. Angesichts der immensen Zuwächse bei den Breitbandanschlüssen könnte mit IPTV zumindest in den Ballungsräumen eine ernstzunehmende Konkurrenz für das digitale Breitbandkabel heranwachsen.

#### **Nur einheitliche Standards führen die Technik zum Erfolg**

Bedingung dafür sind einheitliche und offene technische Standards. Einen Schritt in diese Richtung hat die AG IPTV der Deutschen TV-Plattform 2008 unter Beteiligung der MA HSH mit dem „IPTV: White Paper. Profiles for IPTV Services and Home Devices“ unternommen. Ein IPTV-Massenmarkt kann nur entstehen, wenn sich alle an der Wertschöpfungskette beteiligten Unternehmen, Inhaltenanbieter, Plattformbetreiber und Endgerätehersteller auf einheitliche Standards einigen und ein hohes Maß an Interoperabilität gewährleisten. Anders als die klassischen Übertragungswege Kabel, Satellit oder Terrestrik ermöglicht IPTV volle Interaktivität und somit die Realisierung innovativer und konvergenter Angebote.

#### **IPTV versus Web TV**

IPTV wird in Deutschland bislang von den drei Telekommunikationsunternehmen Deutsche Telekom (T-Home Entertain), Hansenet (Alice Home) und Arcor (Arcor Digital TV) angeboten. Dabei handelt es sich meist um lineare Rundfunkprogramme ergänzt durch Videotheken. Die genannten Anbieter wenden Multicast-Technologien an und nutzen eigene Netzinfrastrukturen, die viele Nutzer zeitgleich über einen Ausgangsstream versorgen und gleichzeitig eine hohe Bildqualität (inkl. HDTV) gewährleisten.

Dies unterscheidet IPTV von Web-TV-Anwendungen, die auf dem PC genutzt werden. Hier hängt die Zahl der gleichzeitigen Nutzer in der Regel von der Anzahl der beim Provider eingekauften parallelen Streams ab. Bild- und Tonqualität sind nicht mit den IPTV-Angeboten vergleichbar und bislang nur bedingt für die Vollbilddarstellung auf hochauflösenden Flachbildschirmen geeignet. Allerdings gibt es bereits eine Reihe von technischen Lösungen wie z.B. die Apple-TV-Box, mit denen man Web-TV-Anwendungen wie YouTube komfortabel auf dem Fernsehbildschirm nutzen kann.

#### **newTV: Startup für IPTV-Unternehmen in Hamburg**

Den mit IPTV und Web TV entstehenden neuen Fernsehformen, insbesondere Sparten- und Special-Interest-Programme sowie interaktive Anwendungen, hat sich das Projekt „newTV“ in Hamburg verschrieben. Das Projekt unterstützt junge innovative Unternehmen, die neue Bewegtbildangebote entwickeln wollen, finanziell in der Startphase. Der Markt für innovative Bewegtbildangebote auf neuen Bereitstellungsplattformen und die damit verbundenen neuen komplexen Geschäftsmodelle sind noch in der Entwicklung begriffen und es bestehen insbesondere für kleinere Unternehmen erhebliche Markteintrittsbarrieren. Seit Beginn beteiligt sich die MA HSH an dem Projekt als Beraterin in diversen Arbeitsgruppen.

Unterschiedliche Marktprognosen gehen davon aus, dass die Zeit des „One Size fits all“-Ansatzes im Fernsehen zu Ende geht und trauen IPTV

im Jahr 2015 einen Marktanteil von 30 bis 50 Prozent zu.

### Mobile TV oder DVB-H im zweiten Anlauf

Mobile Media und Mobile Communication kennzeichnen ein Lebensgefühl ebenso wie eine Wachstumsbranche. Und doch ist trotz guter Prognosen mobiles Fernsehen oder Handy-TV bislang nicht die erwartete Erfolgsstory geworden. Bereits 2006 wurden in Hamburg und anderen Metropolen Pilotprojekte mit den Technologien DVB-H und DMB durchgeführt, im Jahr 2008 sollte eigentlich der Regelbetrieb beginnen. Eine Lizenz für den Betrieb einer DVB-H-Plattform hatten die Landesmedienanstalten Anfang des Jahres an das Konsortium Mobile 3.0 vergeben. Doch Mobile 3.0 gelang es nicht, die notwendigen Verträge mit Netzbetreibern, Vertriebs- und Marketingpartnern auszuhandeln und sein Konzept umzusetzen. Schließlich gab Mobile 3.0 die Lizenz zurück, um den Weg frei zu machen für einen möglichen Neustart von DVB-H unter geänderten rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

### Zweite Chance für DVB-H

Da seit dem 1. September 2008 der Plattformbetrieb von DVB-H erstmals auf eine bundesweit einheitliche gesetzliche Grundlage gestellt ist, wird derzeit unter Beteiligung der MA HSH in ausführlichen Vorgesprächen ein Neustart von DVB-H in einem auf längere Zeit angelegten Regelbetrieb vorbereitet, der auch die veränderte Marktlage berücksichtigt. Denn jenseits von Mobile TV erfreuen sich Mobile-Video-Angebote immer größerer Beliebtheit - das Herunterladen und Streaming kurzer Video-on-Demand-Clips aus dem Internet auf das mobile Endgerät. Als mobile Verlängerung des derzeit in Deutschland boomenden Web-TV-Angebots wird diese Form der Unterhaltung vermutlich rasch zunehmen, sobald das mobile Internet durch entsprechende Bandbreiten und Datenpreise massenmarktfähig ist.

Zwar bieten die großen Mobilfunknetzbetreiber schon heute einen Teil der aus dem Wohnzimmer bekannten Fernsehkanäle auch über das Handy an, allerdings bleibt auch bei Mobilfunksystemen

der nächsten Generation wie LTE (Long Term Evolution) ein generelles Problem bestehen: Die verfügbare Datenrate muss wie bei jedem Telekommunikationssystem immer durch die Zahl der Nutzer geteilt werden, d.h. je mehr Nutzer desto weniger Datenrate für den Einzelnen. Anders bei einem Rundfunksystem wie DVB-H: Hier wird die verfügbare Datenrate durch die Zahl der verbreiteten Programme geteilt. Für jeden Nutzer ist damit ein guter, stabiler Empfang garantiert - bei einem Umfang von bis zu 20 TV-Programmen. DVB-H ermöglicht zudem eine direkte Kopplung mit den Mobilfunknetzen und ist damit auch technologisch der avancierteste Ansatz für eine zukünftige Verknüpfung von Mobile TV und Mobilfunk.

Der Aufbau einer eigenständigen, optimal an die Ausstrahlung von Fernsehsignalen auf mobile Endgeräte angepassten DVB-H-Plattform ist allerdings in wirtschaftlich schwierigen Zeiten kein einfach zu realisierendes Projekt.

### Zukunft Digitaler Hörfunk

Längst werden digitale Hörfunkangebote über unterschiedlichste Verbreitungswege bereitgestellt und genutzt: analog, über digitale Satelliten, über DVB-T und vor allem als Webradio über das Internet. Fast 1600 Webradioprogramme waren im Februar 2009 bei der Verwertungsgesellschaft GEMA gemeldet, laut Media-Analyse und ARD/ZDF-Online-Studie steigt ihre Nutzung stetig. Die Media-Analyse Radio 2009/I weist eine Zahl von immerhin knapp 10 Millionen Webradiohörern täglich aus. Dennoch sind Web- und Satellitenradios bislang nur eine Ergänzung zum analogen UKW-Hörfunk.

### DAB-Erfolg nur durch echten Mehrwert für die Hörer

Eine dem Fernsehsektor vergleichbare umfassende Digitalisierung des Hörfunks ist derzeit nicht in Sicht, wenngleich hierfür 2008 maßgebliche Schritte unternommen wurden. Die Landesmedienanstalten haben mit einem „Call for Interest“ ermittelt, wie groß das Interesse an einer bundesweiten digitalen Hörfunkverbreitung

ist. Ergebnis ist die jüngst erfolgte Anmeldung des Bedarfs an Übertragungskapazitäten für bundesweiten digitalen Hörfunk bei der Bundesnetzagentur. Allerdings wird ein Neustart des digitalen Hörfunks nur gelingen, wenn das Gesamtangebot an bundes- und landesweiten Programmen für die Radiohörer einen Mehrwert gegenüber dem UKW-Hörfunk bietet. Mit der DAB-Nachfolgetechnologie DAB+/DMB könnten neben 12 bis 15 bundesweiten Programmen, davon ein Drittel Deutschlandradio und zwei Drittel private Hörfunkprogramme, derzeit je nach Region zudem 30 bis 40 landesweite private und öffentlich-rechtliche Programme angeboten werden.

#### **Letzte Chance für digitalen terrestrischen Hörfunk mit DAB+/DMB**

Allerdings sind Bedarf und Notwendigkeit eines eigenständigen digitalen terrestrischen Verbreitungswegs für den Hörfunk angesichts der steigenden Präsenz des Hörfunks auf anderen digitalen Plattformen sowie der zunehmenden Nutzung von Webradios umstritten. Zudem gestaltet sich die Finanzierung ausgesprochen schwierig: Ein begrenzter Parallelbetrieb von Analog- und Digitalradio ist unausweichlich und müsste von den Veranstaltern finanziert werden. Dies und die Tatsache, dass auch die Finanzierungsgrundlage der öffentlich-rechtlichen Veranstalter noch nicht endgültig geklärt ist, lassen den geplanten Starttermin 1. Januar 2010 ausgesprochen ambitioniert erscheinen. Generell dürfte der anvisierte „Neustart“ von DAB+/DMB wohl die letzte Chance sein, einen eigenständigen Verbreitungsweg für den digitalen Hörfunk zu etablieren.

#### **Künftig entscheidende Fragen**

Angesichts der steigenden Zahl von Übertragungstechnologien und Bereitstellungsplattformen für Rundfunkangebote und andere audiovisuelle Dienste werden in Zukunft zwei Fragen entscheidend sein:

Wo - über welche Distributionswege, auf welchen Plattformen - werden die Dienste bereitgestellt?

Wie werden die Angebote bereitgestellt: linear oder non-linear, on-demand oder als Download?

Gerade die jungen Zielgruppen, die „Netkids“ und „Natural Onliner“, sind längst an ein aktives Mediennutzungsverhalten gewöhnt, im Gegensatz zur „Lean-back“-Rezeption beim Fernsehen. Dass diese Zielgruppen zukünftig via Web TV, Mobile TV oder Webradio zu erreichen sind, darin liegt eine Chance des Rundfunks in der digitalen Welt.



## Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein

Die nachfolgende Darstellung der Kabelbelegung beschränkt sich auf das Angebot in den Kabelnetzen der Kabel Deutschland GmbH (KDG), dem mit rund 582 000 angeschlossenen Haushalten in Hamburg beziehungsweise 624 000 angeschlossenen Haushalten in Schleswig-Holstein größten Kabelnetzbetreiber in beiden Ländern (Stand Ende 2008). Das Angebot anderer Kabelnetzbetreiber in Hamburg und Schleswig-Holstein finden Sie unter [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de).

### In Hamburg empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	K11
9Live		46	K22
ARD		33	K10
Arte		33	—
	15.00 - 3.00 Uhr	—	S21
BBC World News	Mo. - Sa. 6.00 - 12.00 Uhr	—	K21
Bibel TV		46	—
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	54	—
		—	S12
CNN International		—	K23
Das Vierte		—	S23
DMAX	8.00 - 20.00 Uhr	—	S13
	21.00 - 6.00 Uhr	—	S09
DSF		—	S19
EinsExtra		33	—
EuroNews	3.00 - 15.00 Uhr	—	S21
Eurosport		46	S14

Hamburg 1		46	K12
HSE 24		—	S35
Kabel Eins		30	S15
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S09
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	54	—
		—	S06
MTV		—	S07
N24		30	S22
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	54	K07
Nick / Comedy Central		—	K09
n-tv		—	S05
Phoenix		33	S16
ProSieben		30	S20
QVC	8.00 - 20.00 Uhr, mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern ca. 1.30 - 8.30 Uhr	—	S04
		—	S14
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	40	K05
RTL 2		40	S08
Sat.1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“	30	K06
Super RTL		40	S11
Tele 5	14.00 - 6.00 Uhr	—	S13
Tide TV	Mo. - Sa. 12.00 - 24.00 Uhr Sa. u. So. 0.00 - 2.00 Uhr, So. 16.00 - 24.00 Uhr	—	K21
TV5Monde	20.00 - 0.00 Uhr	—	S04
Viva	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	—	S18
VOX		40	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	54	—
		—	S17
ZDF		23	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

## In Schleswig-Holstein empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

### In Eutin und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		21	S11
9Live		–	S22
ARD		47	K06
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	47	–
		–	S09
Bloomberg TV	3.00 - 14.00 Uhr	–	S09
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	39	–
		–	S17
Das Vierte		–	S04
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S23
DSF		–	S13
EinsExtra		47	–
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr; 21.00 - 24.00 Uhr	–	S20
Eurosport		–	S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	–	S23
Kabel Eins		–	K09
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	39	–
		–	S15
MTV		–	S07
N24		–	S14
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	39	K05
n-tv		–	K07
Phoenix		47	S08
ProSieben		–	K11
QVC		–	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	–	K12
RTL 2		–	S06
Sat.1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“	–	K10
Super RTL		–	K04
Tele 5		–	S05
TV 2		–	S19
TV5Monde	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
Viva		–	S12
VOX		–	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	39	–
		–	S18

ZDF		21	K08
ZDF Dokukanal		21	–
ZDF Infokanal		21	–

### In Flensburg und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		21	S11
9Live		–	S21
ARD		47	K06
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	47	–
		–	S06
BBC World News	3.00 - 14.00 Uhr	–	S06
Bloomberg TV	ca. 1.30 - 8.30 Uhr	–	S04
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	39	–
		–	S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	–	S20
Das Vierte		–	K23 <sup>2</sup>
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S22
DR 1		–	K21 <sup>3</sup>
DSF		–	K07
EinsExtra		47	–
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr; 21.00 - 24.00 Uhr	–	S20
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	–	S04
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	–	S22
Kabel Eins		–	K09
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	39	–
		–	S15
MTV		–	S07
N24		–	S14
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	39	K05
n-tv		–	S13
Offener Kanal Flensburg		–	S08
Phoenix		47	S19
ProSieben		–	K11
QVC		–	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	–	S10
RTL 2		–	K12

Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“	–	S09
Super RTL		–	S23
Tele 5		–	S05
TV 2		–	K22 <sup>3</sup>
TV5Monde	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
Viva		–	S12
VOX		–	K10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	39	–
		–	S18
ZDF		21	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	21	–
ZDF Infokanal		21	–

NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	26	K05
n-tv		–	S06
Phoenix		60	S08
ProSieben		–	K09
QVC		–	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	–	S04
RTL 2		–	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“	–	S05
Super RTL		–	S22
Tele 5		–	K21
TV 2		–	K23
TV5Monde	21.00 - 6.00 Uhr	–	S16
VOX		–	S09
Viva		–	S12
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	26	–
		–	S18
ZDF		31	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	31	–
ZDF Infokanal		31	–

In Heide und Umgebung empfangbare  
Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
1-2-3.tv	24.00 - 12.00 Uhr	–	S15
3sat		31	S11
9Live		–	K10
ARD		60	K06
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	60	–
		–	S07
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	26	–
		–	S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	–	K07
DR 1		–	K22
Das Vierte		–	S23
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	–	S21
DSF		–	S13
EinsExtra		60	–
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr, 21.00 - 24.00 Uhr	–	K07
Eurosport		–	S14
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	–	S21
Kabel Digital Info	12.00 - 24.00 Uhr	–	S15
Kabel Eins		–	S10
K1.KA	6.00 - 21.00 Uhr	31	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	26	–
		–	S19
MTV		–	K11
N24		–	S20

## In Kiel und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		21	S11
9Live		57	S20
ARD		47	K06
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	47 —	— S06
BBC World News	3.00 - 14.00 Uhr	—	S06
Bloomberg TV	ca. 1.30 - 8.30 Uhr	—	S21
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	39 —	— S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K05
Das Vierte		—	K22
DMAX	17.00 - 24.00 Uhr 15.00 - 3.00 Uhr	57 —	— S22
DR 1		—	K21
DSF		—	S13
EinsExtra		47	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr, 21.00 - 24.00 Uhr	—	K05
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	57 —	— S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	—	S22
Kabel Eins		35	S09
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	39 —	— S15
Mona TV (Mediendienst)	0.00 - 17.00 Uhr (Bibel TV)	57	—
MTV		—	S07
N24		35	S14
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	39	K07
n-tv		—	K10
Offener Kanal Kiel		—	K09
Phoenix		47	S08
ProSieben		35	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“ 18.00 - 18.30 Uhr	45	S04
RTL 2		45	K12
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“ 17.30 - 18.00 Uhr	35	S05
Super RTL		45	S23
Tele 5		57	K23

TV 2		—	S19
TV5Monde	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Viva		—	S12
VOX		45	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	39 —	— S18
ZDF		21	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	21	—
ZDF Infokanal		21	—

## In Lübeck und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live		59	K12
ARD		33	K06
Arte	15.00 - 3.00 Uhr	33 —	— K09
BBC World News		—	S08
Bloomberg TV	3.00 - 15.00 Uhr	—	S22
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	28 —	— S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K21
Das Vierte		—	S21
DMAX	17.00 - 24.00 Uhr 15.00 - 3.00 Uhr	59 —	— S22
DSF		—	S13
EinsExtra		33	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr, 21.00 - 24.00 Uhr	—	K21
Eurosport		59	S14
HSE 24		—	S23
Kabel Eins		30	S10
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S15
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	28	K10
Mona TV (Mediendienst)	0.00 - 17.00 Uhr (Bibel TV)	59	—
MTV		—	S07
N24		30	K22
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	28	K05
Nick/ Comedy Central	3.00 - 15.00 Uhr 21.00 - 6.00 Uhr	— —	K09 S15

n-tv		—	K07
Phoenix		33	S20
ProSieben		30	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“ 18.00 - 18.30 Uhr	40	S04
RTL 2		40	S06
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“ 17.30 - 18.00 Uhr	30	S05
Super RTL		40	S19
Tele 5		59	K23
TV5Monde		—	S16
VOX		40	S09
Viva		—	S12
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	28	—
		—	S18
ZDF		23	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr; 21.00 - 24.00 Uhr	—	K23
Eurosport		59	—
		46	—
	8.30 - 2.00 Uhr	—	S14
	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K23
Hamburg 1		46	S19
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	—	S22
Kabel Eins		30	S10
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S16
mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	28	—
		54	—
		—	K10
Mona TV (Mediendienst)	0.00 - 17.00 Uhr	59	—
MTV		—	S07
N24		30	S15
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	28	K05
		54	—
Nick/ Comedy Central		—	K22
n-tv		—	K07
Phoenix		33	S08
ProSieben		30	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	40	S04
RTL 2		40	S06
Sat. 1	mit Regionalprogramm „17:30 LIVE“	30	S05
Super RTL		40	S21
Tele 5		59	K21
TV5Monde	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
VOX		40	S09
Viva		—	S12
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	28	—
		54	—
		—	S17
ZDF		23	K08
ZDF Dokukanal	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

In Süd-Holstein empfangbare  
Fernsehprogramme und Mediendienste

Programm		DVB-T Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live		59	K12
		46	
ARD		33	K06
Arte		33	K09
BBC World News		—	S23
Bibel TV		46	—
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	28	—
	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	54	—
		—	S18
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K23
Das Vierte		—	S20
DMAX	17.00 - 24.00 Uhr	59	—
	15.00 - 3.00 Uhr	—	S22
DSF		—	S13
EinsExtra		33	—

## In Hamburg empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	96,75
10618 Rock 'n Pop mit City-Fenster	91,7	—
2255live - Ihr Gewinnradio	—	96,15
Antenne Mecklenburg-Vorpommern	101,3	—
BBC World Service	—	100,70
BFBS Radio	97,6	107,00
Bremen Eins	93,8	97,55
Bremen Vier	101,2	107,80
Radio Paloma	—	92,45
Delta Radio	107,4	103,75
Deutschlandfunk	88,7	102,30
Deutschlandradio Kultur	89,1	88,50
Energy Hamburg 97.1	97,1	99,65
FSK	93,0	101,40
Funkhaus Europa	96,7	—
Hamburger Lokalradio So. 6.00 Uhr - Mo. 6.00 Uhr und Di. 0.00 Uhr - 6.00 Uhr	96,0	95,45
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1	102,75
JAM FM	—	107,30
Klassik Radio	98,1	93,55
NDR 1 Niedersachsen - Nordost	103,2	89,25
NDR 1 Radio MV	92,8	100,25
NDR 1 Welle Nord - Süd	89,5	89,85
NDR 2	87,6	94,65
NDR 90,3	90,3	93,20
NDR Info	92,3	94,05
NDR Info Spezial Mittelwelle	—	90,15
NDR Kultur	99,2	95,75
N-Joy	94,2	90,55
Nordwestradio	88,3	—
Oldie 95	95,0	97,25
Radio ffn	100,6	99,35
Radio Hamburg	103,6	88,05
Radio Hamburg mit City-Frequenz	104,0	91,85
Radio Nora	101,1	98,60
R.SH Radio Schleswig-Holstein	102,9	104,40
RTL Radio	—	98,20
Sunshine Live	—	91,35
Tide 96.0	96,0	95,45

## In Schleswig-Holstein empfangbare Radioprogramme

### In Eutin und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	105,20
Antenne Mecklenburg-Vorpommern	101,3	107,60
Danmarks Radio 1	94,8	95,55
Danmarks Radio 3	99,6	95,95
Delta Radio	104,1	88,80
Deutschlandfunk	101,9	93,25
Deutschlandradio Kultur	95,3	99,15
JAM FM	—	100,45
Klassik Radio	97,2	88,30
NDR 1 Radio MV	92,8	97,45
NDR 2	91,9	90,40
NDR 90,3	90,3	90,90
NDR Info	96,6	94,90
NDR Kultur	89,9	92,30
NDR 1 Welle Nord - Ost	97,8	90,10
N-Joy	99,0	100,95
Ostseewelle Hit Radio Mecklenburg-Vorpommern	107,3	94,05
Radio ffn	100,6	98,00
Radio Hamburg	103,6	102,45
Radio Nora	106,2	87,60
Radio Paloma	—	89,40
R.SH Radio Schleswig-Holstein - Ost	100,2	98,80
RTL Radio	—	99,75
Sunshine Live	—	106,40

### In Flensburg und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
Danmarks Radio 1	95,1	99,60
Danmarks Radio 2	102,1	103,65
Danmarks Radio 3	97,2	100,70
Danmarks Radio 4	99,9	100,30
Delta Radio	105,6	87,95
Deutschlandfunk	103,3	97,50
Deutschlandradio Kultur	92,1	88,75
JAM FM	—	89,80
Klassik Radio	106,5	89,20
NDR 1 Welle Nord - Nord	89,6	90,85
NDR 2	93,2	92,30
NDR Info	87,7	93,40
NDR Kultur	96,1	92,70
N-Joy	91,0	98,50
Radio Mojn (dänisch)	107,6	102,50
Radio Nora	88,5	94,35
Radio Paloma	—	90,55
R.SH Radio Schleswig-Holstein - Nord	101,4	93,95
RTL Radio	—	95,45
Sunshine Live	—	96,35

In Heide und Umgebung empfangbare  
Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	94,75
Bremen Eins	89,3	91,80
Bremen Vier	100,8	89,70
Danmarks Radio 1	95,1	106,95
Danmarks Radio 3	97,2	88,95
Danmarks Radio 4	99,9	106,05
Delta Radio	100,4	92,30
Deutschlandfunk	104,2	88,40
Deutschlandradio Kultur	92,2	87,60
Hit Radio Antenne Niedersachsen	104,6	97,55
JAM FM	—	98,45
Klassik Radio	91,7	97,95
NDR 1 Welle Nord - West	90,5	107,75
NDR 2	96,3	103,55
NDR Info Spezial Mittelwelle	—	97,25
NDR 90,3	90,3	99,25
NDR Info	87,9	95,85
NDR Kultur	99,4	104,20
N-Joy	94,9	92,70
Offener Kanal Westküste	105,2	107,45
Radio Hamburg	103,6	96,45
Radio Nora	96,9	101,50
Radio Paloma	—	91,05
R.SH - Radio Schleswig-Holstein - West	103,8	102,70
RTL Radio	—	104,70
Sunshine Live	—	99,85

In Kiel und Umgebung empfangbare  
Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	103,15
Bremen Eins	93,8	99,50
Danmarks Radio 1	89,0	93,90
Danmarks Radio 3	92,6	97,10
Danmarks Radio 4	99,9	103,90
Delta Radio	105,9	95,90
Deutschlandfunk	101,9	104,35
Deutschlandradio Kultur	104,7	107,55
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1	100,90
JAM FM	—	102,85
Klassik Radio	97,4	92,30
NDR 1 Radio MV	92,8	102,00
NDR 1 Welle Nord	91,3	88,00
NDR 2	98,3	88,45
NDR 90,3	90,3	89,05
NDR Info	99,7	97,55
NDR Kultur	95,7	91,55
N-Joy	94,5	97,90
Nordwestradio	88,3	96,55
Offener Kanal Kiel	101,2	—
Radio ffn	100,6	98,90
Radio Hamburg	103,6	90,05
Radio Nora	97,0	106,35
Radio Paloma	—	104,90
R.SH Radio Schleswig-Holstein - Kiel	102,4	92,85
RTL Radio	—	90,60
Sunshine Live	—	105,20

## In Lübeck und Umgebung empfangbare Radio- programme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	107,15
Delta Radio	107,9	103,30
Deutschlandfunk	101,9	94,40
Deutschlandradio Kultur	95,3	92,45
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1	98,30
JAM FM	—	102,50
Klassik Radio	93,6	87,75
NDR 1 Niedersachsen - Nordost	103,2	90,85
NDR 1 Radio MV	92,8	88,80
NDR 1 Welle Nord - Ost	93,1	102,15
NDR 2	90,7	88,15
NDR 90,3	90,3	89,60
NDR Info	95,9	106,20
NDR Kultur	88,0	92,15
N-Joy	94,0	95,15
Offener Kanal Lübeck	98,8 (Lübeck)	106,50
Ostseewelle Hit-Radio Mecklenburg-Vorpommern	107,3	104,95
Radio ffn	100,6	96,05
Radio Hamburg	103,6	99,35
Radio Nora	91,5	99,80
Radio Paloma	—	107,60
R.SH - Radio Schleswig-Holstein - Ost	101,5	104,25
RTL Radio	—	97,40
Sunshine Live	—	92,90

## In Süd-Holstein empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
10618 Rock 'n Pop	106,8	96,75
BBC World Service	—	100,70
BFBS Radio	97,6	107,00
Bremen Eins	93,8	97,55
Bremen Vier	101,2	107,80
Delta Radio	107,4	103,75
Deutschlandfunk	88,7	102,30
Deutschlandradio Kultur	89,1	88,50
Energy Hamburg 97.1	97,1	99,65
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1	102,75
JAM FM	—	107,30
Klassik Radio	98,1	93,55
NDR 1 Radio MV	92,8	100,25
NDR 1 Niedersachsen - Nordost	103,2	89,25
NDR 1 Welle Nord - Ost	—	101,40
NDR 1 Welle Nord - Süd	89,5	89,85
NDR 2	87,6	94,65
NDR Info Spezial Mittelwelle	—	90,15
NDR 90,3	90,3	93,20
NDR Info	92,3	94,05
NDR Kultur	99,2	95,75
N-Joy	94,2	90,55
Nordwestradio	88,3	101,70
Oldie 95	95,0	97,25
Radio ffn	100,6	99,35
Radio Hamburg	103,6	88,05
Radio Hamburg mit City-Fenster	104,0	91,85
Radio Nora	101,1	98,60
Radio Paloma	—	92,45
R.SH - Radio Schleswig-Holstein - Süd	102,9	104,40
RTL Radio	—	98,20
Sunshine Live	—	91,35
Tide 96.0	96,0	95,45

(Stand Tabellen Juni 2009)

## Ansprechpartner



Mitarbeiter der MA HSH

### » Direktor

Thomas Fuchs  
040 / 36 90 05-14  
direktor@ma-hsh.de

### » Pressesprecherin

Claudia Neumann  
040 / 36 90 05-20  
neumann@ma-hsh.de

### » Stellvertretender Direktor und Justiziar

Dr. Wolfgang Bauchrowitz  
040 / 36 90 05-14  
bauchrowitz@ma-hsh.de

### » Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement

Leitung  
Leslie Middelmann  
040 / 36 90 05-23  
middelmann@ma-hsh.de

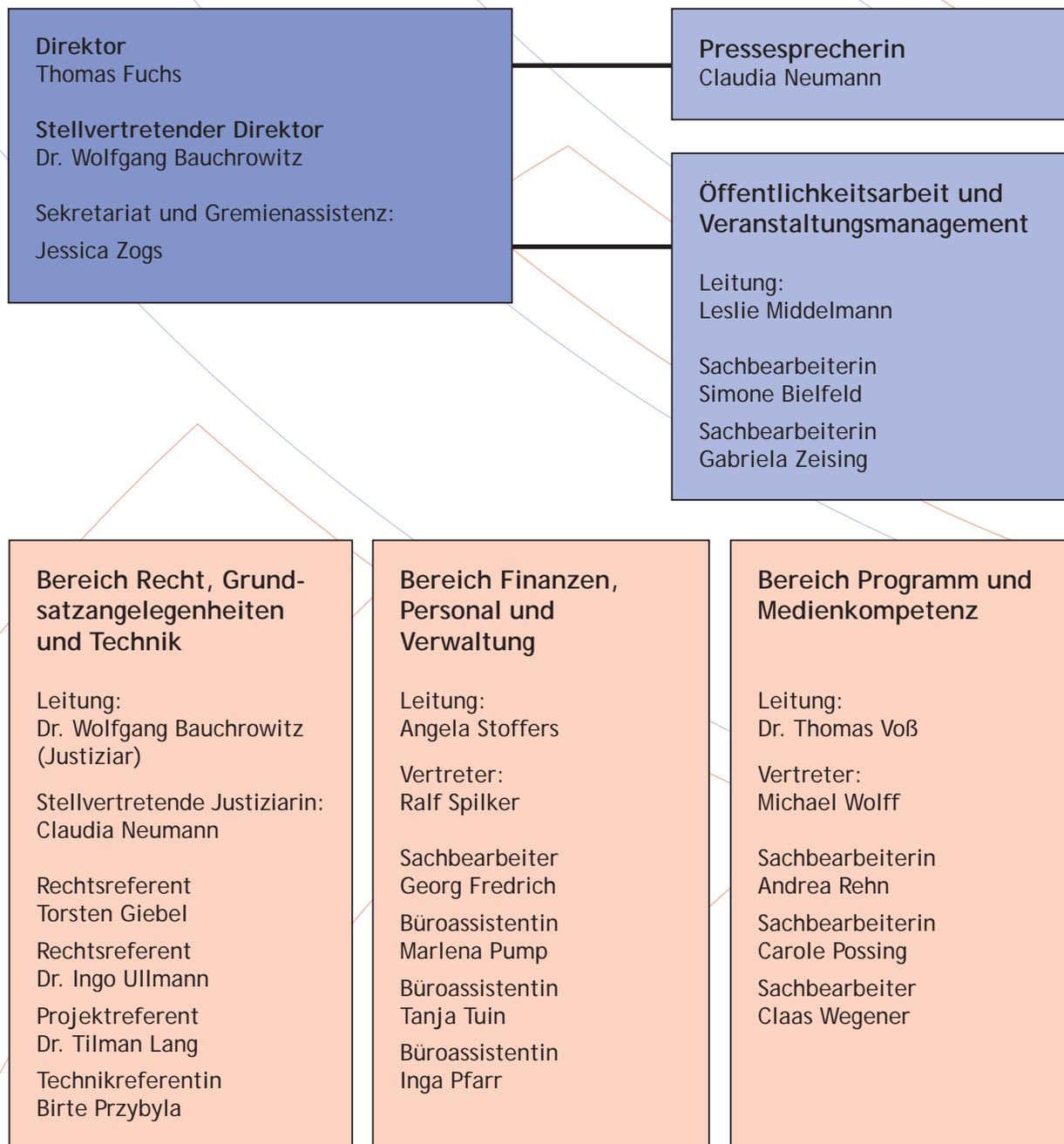
### » Finanzen, Personal und Verwaltung

Leitung  
Angela Stoffers  
040 / 36 90 05-30  
stoffers@ma-hsh.de

### » Programm und Medienkompetenz

Leitung  
Dr. Thomas Voß  
040 / 36 90 05-40  
voss@ma-hsh.de

## Organigramm



(Stand Juni 2009)







**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](mailto:info@ma-hsh.de)  
Internet [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de)