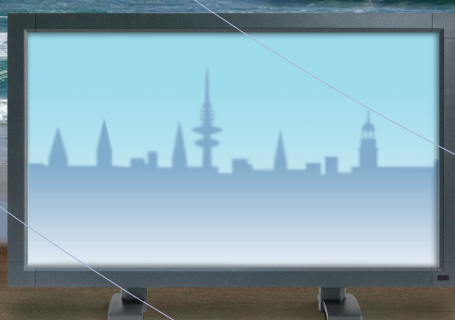




**MA
HSH**

Medienanstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein



Rechenschaftsbericht 2009

2009

**Rechenschaftsbericht 2009
der Medienanstalt Hamburg /
Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Herausgeber

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

Redaktion

Leslie Middelmann
Simone Bielfeld

Gestaltung

Lemon Design GmbH & Co. KG, Kiel

Druck

Druckhaus Leupelt GmbH & Co. KG, Handewitt

Alle Rechte vorbehalten.
Norderstedt, im Juni 2010

1 Vorwort	6
2 Auftrag	7
Wesentliche Rechtsgrundlagen	8
3 Organe	8
Direktor	8
Medienrat	11
4 Aufgaben	15
Zulassung und Zuweisung	15
Programmaufsicht	27
5 Medienforschung	36
6 Medienkompetenz	37
7 Beteiligungen	39
8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	40
Veranstaltungen 2009	40
Publikationen 2009	42
9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten	43
Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)	43
Kommissionen	44
10 Finanzierungsgrundlagen der MA HSH	46
11 Themenbeiträge	48
Die Zulässigkeit von Produktplatzierungen im deutschen Rundfunk	48
Ein Jahr Gewinnspielsatzung - eine Zwischenbilanz	50
Digitale Rundfunkwelt 2009 - Hybrid-TV und HbbTV	52
Medienkompetenzförderung der MA HSH - Konzept, Ziele und Handlungsfelder	53
12 Service	55
Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein	55
Ansprechpartner	64
Organigramm	65



Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

„Der Preis der Qualität“ – so lautete der Titel eines im Jahr 2009 entstandenen Positionspapiers der Landesmedienanstalten. Und es ist kein Zufall, dass die Debatte um die publizistische Leistungsfähigkeit des dualen Rundfunksystems und der Medien insgesamt ausgerechnet im Jahr der Finanz- und Wirtschaftskrise ausgebrochen ist.

Die Diskussion um die Bedeutung von Nachrichten im privaten Fernsehen hat dabei gezeigt, dass der Konsens über den Beitrag, den auch der private Rundfunk zur Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe zu leisten hat, vor allem aus finanziellen Gründen nicht mehr bei allen Akteuren besteht.

Nein: Nachrichten werden nicht für Politiker oder für die Elite gemacht. Sie sind ein Wesensmerkmal eines vollwertigen (privat finanzierten) Rundfunkprogramms, ein Beitrag zur Meinungsvielfalt, der nicht zur Disposition steht. Daran haben die Landesmedienanstalten mit Nachdruck erinnert. Allerdings ohne ökonomische Strukturprobleme dabei auszublenden – es ist eine Tatsache, dass Qualität schwieriger zu finanzieren ist, wenn die Einnahmen aus gesamtwirtschaftlichen Gründen, aber auch durch strukturelle Bewegungen im Werbemarkt tendenziell sinken.

Eine weitere Liberalisierung der Werbebestimmungen und eine Wiederherstellung der Balance des dualen Systems, die in den letzten Jahren zu Lasten des privaten Rundfunks verloren gegangen ist, sind daher notwendig. Und auch die berechnete Frage muss konstruktiv aufgegriffen werden, ob den mit der Veranstaltung eines privaten Fernsehvollprogramms verbundenen Aufgaben noch hinreichende Vorteile gegenüberstehen, oder ob es zusätzlicher Anreize für private Rundfunkveranstalter bedarf.

Rolle und Wert des privaten Rundfunks sind also in der Diskussion. Nicht allein vor dem Hintergrund von Digitalisierung und Konvergenz muss diese Diskussion dringend weiter geführt werden – im Beharren auf Qualität und Standards, und zugleich unter Berücksichtigung von Rahmenbedingungen und Entwicklungen. Denn langfristig gesehen geht es um das Ganze: Darum, ob es den Rundfunk als eigenständiges Medium mit seinen speziellen Wirkungsmöglichkeiten und seiner besonderen demokratischen Aufgabe auch in Zukunft geben wird.

Ihnen wünsche ich nun eine anregende Lektüre dieses Berichts.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr



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

2 Auftrag



Außenansicht der MA HSH

Die MA HSH mit Sitz in Norderstedt ist die gemeinsame Medienanstalt von Hamburg und Schleswig-Holstein. Sie erteilt Zulassungen und Zuweisungen für private Hörfunk- und Fernsehprogramme und überprüft die Einhaltung der medienrechtlichen Bestimmungen in den von ihr lizenzierten Programmen und in Telemedien, vor allem im Internet. Ihr besonderes Augenmerk gilt der Kontrolle der Einhaltung des Jugendmedienschutzes.

Als Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien in den beiden nördlichsten Bundesländern gestaltet die MA HSH die Rahmenbedingungen der elektronischen Medien mit, fördert medienwirtschaftliche Aktivitäten, kann zur Erprobung neuer Rundfunktechniken, -programmformen und -dienste Modellversuche zulassen oder im Benehmen mit dem Netzbetreiber durchführen, vertritt die Belange der Bürgerinnen und Bürger gegenüber Programm-anbietern und Plattformbetreibern und ist Sachwalterin der Interessen des privaten Rundfunks im dualen Rundfunksystem. Daneben ist die Förderung von Medienkompetenz für die MA HSH eine wichtige, gesetzlich verankerte Aufgabe. Hier konzentriert sie sich neben den klassischen Medien Fernsehen und Hörfunk vor allem auf das Internet. Sie setzt insbesondere auf Aufklärung über Chancen und Risiken neuer Medien.

Die vorrangigen Aufgaben der MA HSH sind:

Zulassung privater Hörfunk- und Fernsehprogramme und Zuweisung von Übertragungskapazitäten

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

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

Plattformregulierung

Beratung der Rundfunkveranstalter und anderer Inhalteanbieter

Information und Beratung der Nutzer audiovisueller Angebote

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

Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten

Förderung von Projekten der Medienkompetenz

Mitwirken in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Vergabe von Aufträgen zur Medienforschung

Wesentliche Rechtsgrundlagen

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

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 (RStV) in der Fassung des Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrags vom 30. Oktober/4., 10., 20. November 2009 (HmbGVBl. S. 239, GVOBl. Schl.-H. S. 407), seit 1. April 2010 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), in Kraft getreten am 1. April 2003, zuletzt geändert durch den Dreizehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag.

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

3 Organe

Organe der MA HSH sind der Medienrat als ehrenamtliches Entscheidungsgremium und der Direktor. Unterstützt von derzeit 24 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bereitet der Direktor der MA HSH anstehende Entscheidungen vor und setzt sie nach Beschluss des Medienrats um.

Direktor

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

Aufgaben

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

Vita

Thomas Fuchs wurde am 23. Juli 1965 in Hamburg geboren. Nach Schuljahren in Frankfurt und Bonn, Zivildienst und einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er Jura, Europäisches Recht und Philosophie in Hamburg und Brüssel. Dem ersten Staatsexamen 1993 folgten die Referendarzeit in Bremen sowie parallel ein Master-Studium am dortigen Zentrum für Europäische Rechtspolitik. Nach dem zweiten Staatsexamen 1995 und einer freiberuflichen Tätigkeit als Rechtsanwalt trat er 1996 in den Staatsdienst der Freien und Hansestadt Hamburg ein. Dort arbeitete er 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 im Vorstand der Stiftung Elbphilharmonie.

Fuchs ist seit Januar 2008 Direktor der MA HSH. Er ist Mitglied der Direktorenkonferenz (DLM), der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), des Kuratoriums des Hans-Bredow-Instituts (HBI) sowie des Verwaltungsrats der TIDE GmbH und vertritt die MA HSH in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein.

Seit dem 1. April 2010 ist er zudem Beauftragter für Programm und Werbung der ZAK.

Fuchs ist verheiratet und hat zwei Töchter.

Ein Interview mit Thomas Fuchs, dem Direktor der MA HSH, über die Rolle der MA HSH in Zeiten der Konvergenz - auch innerhalb des Systems der Landesmedienanstalten



Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Wie hat sich die Rolle der MA HSH als Zwei-Länder-Anstalt im vergangenen Jahr entwickelt?

In ihrem Wirkungskreis im Norden ist die MA HSH im Jahr 2009 über die laufende Zulassungs- und Programmbeobachtungsarbeit hinaus noch deutlich wahrnehmbarer geworden. Insbesondere bei der Medienkompetenzförderung hat sie ihre Rolle als Koordinatorin der verschiedenen Akteure stark ausgebaut. Doch auch mit vielen anderen Themen waren wir intensiv beschäftigt, so zum Beispiel mit der Ausweitung des DVB-T-Angebots. Erstmals wurden hier Ende letzten Jahres Kapazitäten auch länderübergreifend ausgeschrieben und vergeben, damit wurde der gemeinsame Kommunikationsraum Hamburg/Schleswig-Holstein gestärkt.

Zudem haben wir uns mit einer möglichen Verbesserung der UKW-Versorgung der privaten Hörfunkveranstalter im Großraum Hamburg befasst. Auf der Grundlage eines von uns in Auftrag gegebenen Gutachtens trat die MA HSH als Mittler zwischen den unterschiedlichen Positionen der beiden norddeutschen Länder auf und konnte einen sich andeutenden Streit um Frequenzen schlichten.

Daneben haben wir zunehmend überregionale Aufgaben übernommen. In diesem Zusammenhang freue ich mich sehr, seit April 2010 Beauftragter für Programm und Werbung der im Jahr 2008 eingerichteten Kommission für Zulassung und Aufsicht der 14 Landesmedienanstalten zu sein.

Als Beauftragter bereiten Sie die Entscheidungen der Kommission für Zulassung und Aufsicht bei bundesweiten Rundfunkangeboten vor. Welche Themen beschäftigen Sie in diesem Umfeld?

Besonders beschäftigt haben uns die Themen Werbung und Werbefinanzierung, hier gibt es entscheidende Neuerungen: Vor dem Hintergrund der neuen europäischen Vorgaben und des Inkrafttretens des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrags hat die Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten neue Werberichtlinien verabschiedet, die unter anderem Produktplatzierungen bei den privaten Sendern im deutschen Fernsehen regeln. Diese Richtlinien dienen dem Schutz der Verbraucher vor Schleichwerbung ebenso wie den wirtschaftlichen Interessen der privaten Rundfunkveranstalter hierzulande, die im europäischen Vergleich nicht benachteiligt und denen neue Erlösquellen erschlossen werden sollen. Bei diesem Thema hat sich die MA HSH mit einem eigenen Positionspapier, das konkrete Anforderungen an eine zulässige Produktplatzierung beinhaltet, frühzeitig zu Wort gemeldet.

Im Mai 2010 hat die gemeinsame Geschäftsstelle der Landesmedienanstalten in Berlin ihre Arbeit aufgenommen. Als Beauftragter für Programm und Werbung arbeiten Sie eng mit der Geschäftsstelle zusammen. Führt ihre Einrichtung nicht zu einer Schwächung der einzelnen Landesmedienanstalten?

Ganz im Gegenteil. Die inhaltliche Arbeit – insbesondere bei der Programmaufsicht – wird weiterhin in den Landesmedienanstalten vor Ort geleistet. Aber Fernsehen, Hörfunk und erst recht das Internet machen nun einmal nicht an Ländergrenzen halt. Um die Vielzahl an aktuellen und künftigen Herausforderungen meistern zu können, muss man gut aufgestellt sein. Die gemeinsame Geschäftsstelle ist zentrale Koordinierungsstelle für bundesweite Zulassungs- und Aufsichtsangelegenheiten, europarechtliche Fragestellungen, Fragen der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten und spätestens ab Herbst 2013 auch für Angelegenheiten des Jugendmedienschutzes und der Medienkonzentration. Ihre Einrichtung gewährleistet eine bundesweit einheitliche Aufsichtspraxis und ist

daher wichtig für ein zukunftsfähiges, weiterhin föderales System der Landesmedienanstalten. Letztlich stärkt eine länderübergreifende Zusammenarbeit die Unabhängigkeit und Staatsferne der Landesmedienanstalten und damit deren Möglichkeiten, die Rundfunkfreiheit zu sichern.

Medienrat

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

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

Der Medienrat tritt regelmäßig zusammen – 2009 insgesamt acht Mal – um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

Aufgaben

- Erteilung, Rücknahme und Widerruf von Zulassungen
- Feststellung von Verstößen gegen den Medienstaatsvertrag HSH
- Entscheidung über Aufsichtsmaßnahmen bei Verstößen gegen die Jugendschutzbestimmungen (§ 5 Abs. 2 MStV HSH, §§ 19 Abs. 4, 20 Abs. 1 JMStV)
- Entscheidung über Ordnungswidrigkeiten gemäß § 38 Abs. 6 und § 51 MStV HSH
- Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten
- Entscheidung über die Rangfolge in Kabelanlagen
- Entscheidung über die Untersagung der Weiterverbreitung

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

Mitglieder



Jörg Howe
(Vorsitzender)



Frauke Hamann
(Stv. Vorsitzende)



Anne Abel



Ingrid Brand-Hückstädt
(bis November 2009)



Ulrich Ehlers
(seit November 2009)



Edda Fels



Alfons Grundheber-Pilgram



Silke Hinrichsen
(bis November 2009)



Dr. Günter Hörmann



Ursula Kähler



Dr. Susanne Mayer-Peters



Eva Schleifenbaum



Roswitha Strauß



Uli Wachholtz



Dr. Bernd Wichert

Ein Interview mit Jörg Howe, dem Vorsitzenden des Medienrats der MA HSH, über die gesellschaftliche Verantwortung des privaten Rundfunks, Jugendschutz und die Förderung von Medienkompetenz



Jörg Howe, Vorsitzender des Medienrats der MA HSH

Generell stand das Jahr 2009 im Zeichen einer Diskussion um die Programmqualität im deutschen Fernsehen. Wie beurteilen Sie persönlich die aktuelle Qualität unseres TV-Angebots?

Betrachtet man die Qualität des deutschen Fernsehens insgesamt, dann stellt man schnell fest, dass es immer noch zu den besseren der Welt zählt. Das liegt wesentlich an der Höhe der Mittel, die in Deutschland für Rundfunk eingesetzt werden. Aber sinkende Werbeeinnahmen und die damit verbundene schwierige wirtschaftliche Lage des privaten Rundfunks zeigen auch bei uns Folgen, zum Beispiel die Tendenz einiger Veranstalter, den Anteil an Informationssendungen auch in Vollprogrammen zum Teil deutlich zu reduzieren.

Auch aus finanziellen Gründen gibt es eine Reihe von problematischen Sendeformaten im deutschen Fernsehen, bei denen die Gefahr besteht, dass moralische und ethische Grenzen überschritten werden. Sehen Sie die Aufgabe des ehrenamtlichen Medienrats auch darin, den öffentlichen Diskurs über Programmqualität voranzutreiben?

Von Beginn an gehörte zum Erfolgsrezept des privaten Rundfunks immer auch das Überschreiten geschmacklicher Grenzen, der Tabubruch ist also Methode. Neue so genannte „scripted reality“-Formate sind in dieser Hinsicht zur-

zeit das auffälligste Phänomen. Es ist unbedingt unsere Aufgabe als Medienrat, uns hier auch unter medienethischen Gesichtspunkten einzumischen. Die Programmveranstalter müssen darauf achten, ihren Rang als Leitmedium in einer demokratischen Gesellschaft nicht aufs Spiel zu setzen. Auch wenn viele Inhalte keine konkreten Rechtsverletzungen darstellen, so überschreiten sie doch Toleranzgrenzen einiger Zuschauer. Damit tragen die Programme zu einem Verlust gesamtgesellschaftlicher Werte bei und drohen massiv an Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Auch das Thema Jugendmedienschutz wirft viele Probleme auf – sowohl im Rundfunk als auch im Internet. Wie reagieren Sie darauf?

Der Jugendmedienschutz ist ein Thema, bei dem sich der Medienrat besonders nachdrücklich in die Diskussion einbringt. Als ehrenamtliches Gremium können wir vielleicht noch etwas sensibler darauf achten, als diejenigen, die sich tagtäglich professionell damit befassen, dass gesellschaftliche Mindestgrenzen nicht unterschritten werden. So haben wir beispielsweise im Juni 2009 die Ausstrahlung von Witzen über Türken im Programm von Alster Radio 106!8 rock 'n pop als schwerwiegenden Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag förmlich beanstandet und die Programminhalte scharf als fremdenfeindlich und inakzeptabel verurteilt. Hier war das redaktionelle Konzept der Sendung an sich fragwürdig, da Provokation vorsätzlich zum Programm gemacht wurde.

Grundsätzlich steht der Kinder- und Jugendmedienschutz im Zentrum der Medienkompetenzförderung der MA HSH, die wir als Prävention im Hinblick auf jugendgefährdende Inhalte betrachten. Mit dem In-Kraft-Treten des Dritten Medienänderungsstaatsvertrags HSH wurden die Kompetenzen der MA HSH auf diesem Gebiet und auch die finanziellen Spielräume erweitert. So kann die MA HSH ihre Rolle als zentrale Ansprechpartnerin für Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter ausbauen.

Um welche Aktivitäten geht es auf dem Gebiet der Medienkompetenzförderung durch die MA HSH genau?

Wir konzentrieren uns zunächst auf die Förderung der Internetkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Mit diesem Ziel haben wir im Jahr 2009 gemeinsam mit dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein und dem Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal TIDE die Initiative Medienkompetenz im Internet (IMKIN) gegründet. Insgesamt fördern wir Medienkompetenzprojekte mit einem Volumen von über einer Viertelmillion Euro. Die Projekte richten sich an die Zielgruppen Kinder und Jugendliche, Eltern und Lehrer sowie Fachleute und Multiplikatoren.

Flankiert werden diese Projekte durch diverse Veranstaltungen: So war Medienkompetenz ein Schwerpunkt bei den Kieler Mediatagen Nord im November 2009 und ein eigens ausgerichteter Medienkompetenztag auf dem Kunst- und Mediacampus Finkenau in Hamburg im April 2010 mit 300 Gästen ein großer Erfolg. Diese Resonanz spricht für einen erheblichen gesellschaftlichen Bedarf, dem wir auch in den kommenden Jahren gerecht werden wollen. Es gehört zum Auftrag der MA HSH, einen Beitrag dazu zu leisten, dass möglichst viele Kinder und Jugendliche die für sie notwendigen medienbezogenen Kompetenzen erwerben.

Medienratsbeschlüsse 2009

28. Januar

- Verlängerung der landesweiten Zulassung sowie Zuweisung der terrestrischen Frequenzen der Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH für das Hörfunkvollprogramm Energy Hamburg um zehn Jahre bis zum 31. Juli 2020.

1. April

- Beschluss eines Positionspapiers zur Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste in Bezug auf Produktplatzierungen mit konkreten Forderungen an die gesetzliche Ausgestaltung im Rundfunkstaatsvertrag.
- Vergabe von digital-terrestrischen Übertragungskapazitäten (DVB-T) für die Räume Lübeck und Kiel für zehn Jahre bis zum

19. September 2019 für das Fernsehspartenprogramm Bibel TV der Bibel TV gGmbH.

3. Juni

- ✚ Ausschreibung für die Zuweisung einer Übertragungskapazität für UKW-Hörfunk am Standort Föhr/Oevenum.
- ✚ Feststellung und förmliche Beanstandung eines Verstoßes gegen Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) sowie der Jugendschutzrichtlinien in der „Morningshow“ im Programm von Alster Radio 106!8 rock'n pop.
- ✚ Zulassung und Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität für das lokale Veranstaltungs-Hörfunkprogramm „Wacken Radio“ vom 27. Juli bis zum 3. August 2009 während des Wacken Open Air Festivals.

1. Juli

- ✚ Genehmigung des Jahresabschlusses 2008 der MA HSH und Entlastung des Direktors.
- ✚ Feststellung des Rechenschaftsberichts des Direktors für das Jahr 2008.
- ✚ Beschluss der Satzung zur Erhebung von Kosten des bundesweiten privaten Rundfunks.
- ✚ Beschluss der Satzung zur Änderung der Kommissionsfinanzierungssatzung.

2. September

- ✚ Zulassung des regionalen Fernsehspartenprogramms NOA4-Hamburg der Firma on air new media GmbH für die Dauer von zehn Jahren bis zum 1. Juli 2019.
- ✚ Zulassung und Zuweisung von terrestrischen Übertragungskapazitäten für das Veranstaltungshörfunkprogramm „Motor FM Hamburg“ vom 12. September bis zum 11. Oktober 2009 anlässlich des Reeperbahnfestivals und des Kiezkongresses der Musikwirtschaft Hamburg.
- ✚ Feststellung und förmliche Beanstandung eines Verstoßes gegen das Werbeverbot in einem Sendebeitrag bei TIDE.

11. November

- ✚ Ausschreibung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für Fernsehen und Telemedien (Kanal 36) in Hamburg.

- ✚ Feststellung und förmliche Beanstandung von Verstößen gegen die Gewinnspielsatzung in der Gewinnspielsendung „High Noon“ im Programm von Alster Radio 106!8 rock'n pop.

- ✚ Feststellung und förmliche Beanstandung eines Verstoßes gegen Bestimmungen des Medienstaatsvertrags HSH sowie des Rundfunkstaatsvertrags wegen unzulässiger politischer Werbung im Programm von NOA 4 und Festsetzung eines Bußgelds.

- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten für den Zeitraum Januar 2010 bis Dezember 2010: Eltern@Medien, ElternMedienLotse, Aktion Sicheres Internet, PC und Internetführerschein für Kinder.

16. Dezember

- ✚ Feststellung des vom Direktor aufgestellten Haushaltsplans für das Jahr 2010.

- ✚ Zulassung und Zuweisung einer terrestrischen Übertragungskapazität für das lokale Veranstaltungshörfunkprogramm „Radio Öömrang“ vom 19. bis zum 23. Februar 2010 anlässlich des Amrumer Biakens.

- ✚ Zuweisung einer UKW-Hörfunkkapazität am Standort Föhr für die Dauer von zehn Jahren bis zum 17. Januar 2020 an den Offenen Kanal Schleswig-Holstein (OKSH).

- ✚ Zulassung des Fernsehvollprogramms Sylter Fernsehen der Firma TV Link new media GmbH & Co. KG für die Dauer von zehn Jahren bis zum 31. Dezember 2019.

- ✚ Ausschreibung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für Hörfunkprogramme in Hamburg (Kanal 36) sowie den Räumen Lübeck (Kanal 59) und Kiel (Kanal 57) in Schleswig-Holstein.

- ✚ Förderung von Medienkompetenzprojekten für den Zeitraum Januar 2010 bis Dezember 2010: Flimmo, Radiofuchse, Media-Scouts, Klickerkids – Internetzeitung von Kindern für Kinder, Meier – Newsletter, Medienpädagogische Kompetenzförderung in der Lehrerbildung an der Universität Flensburg, Ringvorlesung: Förderung der Medienkompetenz in Familie, Schule und außerschulischer Bildung an der Universität Hamburg.

- ✚ Beschluss der MA HSH Medienkompetenzrichtlinie.

4 Aufgaben

Zulassung und Zuweisung

Zulassungen Fernsehen

Folgende private Fernsehveranstalter verfügen über eine Zulassung der MA HSH (Stand Juni 2010):

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
4-Seasons TV (Z)	4-Seasons.TV Fernsehgesellschaft bR • Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH 50% • Moving Adventures Medien GmbH 50%	Sp	Internet ¹⁾	2008
Alster.TV (Z)	Magazin Verlag Hamburg HMW GmbH • Wolfgang E. Buss 50% • „Melan Initiativ“ Veranstaltungs GmbH 50%	reg. Sp	Kabel ¹⁾ analog Internet	2008
Bibel TV (Z/ZW)	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop Stiftung 52,00% • Astratel Radio- und Televisions Beteiligungsgesellschaft mbH 12,75% • EKD-Media GmbH 12,75% • 13 weitere Gesellschafter 22,50%	Sp	Kabel ¹⁾ digital DVB-T HH/SH Internet IPTV Satellit	2002
Channel 21 (ZW ab 05/10)	Channel21 GmbH • Channel21 Holding GmbH 90% • Centuere Beteiligungs-Aktiengesellschaft 10%	Ts	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH IPTV Satellit	2001
ctv (Z)	Coptic Christian Channel gGmbH • Koptische Gemeinde Hamburg e.V. 100%	Sp	Satellit ¹⁾	2008
Das Vierte (ZW ab 05/10)	Das Vierte GmbH • Mini Movie International Channel S.à.r.l. 100%	Vp	Kabel ²⁾ analog DVB-T HH/SH Kabel digital Satellit	2005
Deutsches Gesundheitsfernsehen (Z)	Deutsches Gesundheitsfernsehen GmbH • Avantaxx Innovation Beteiligung Verwaltung AG 85% • Gerd Berger 15%	Sp		Sendebetrieb 03/09 eingestellt
DMAX (Z/ZW bis 09/09)	DMAX TV • Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG 100%	Vp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T SH bis 09/2009 Internet IPTV Satellit	2006
DMF (Z ab 03/2010)	DMF Markenfernsehen GmbH 100%	Sp	Kabel digital Satellit	noch offen
Euronews (ZW ab 05/10)	EURONEWS S.A. • 21 öffentlich-rechtliche Kanäle/Sender 100%	Sp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T Internet IPTV Satellit Handy	1993

Name	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
Eurosport (ZW, ZW SH bis 04/10)	Eurosport S.A. • Télévision Française S.A. 100%	Sp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH bis 04/2010 DVB-T SH IPTV Satellit	1989
GIGA DIGITAL (Z)	GIGA digital Televisions GmbH • Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG 100%	Sp		2005 Sende- betrieb 04/09 einge- stellt
greencapital.tv (Z)	Greencapital.tv GmbH i.G. • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 100%	Sp	geplant: Kabel digital Internet	noch offen
Hamburg 1 (Z/ZW)	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. • Germany 1 Media AG 63% • Axel Springer AG 27% • TRIANGLE Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG 10%	reg. Vp	Kabel ¹⁾ analog DVB-T HH Internet	1995
Hamburg 24 (Z)	Deutschland 24 GmbH • Germany 1 Media AG 100%	Sp		noch offen
24 (Z)	Deutschland 24 GmbH • Germany 1 Media AG 100%	Sp		noch offen
Heimatkanal (Z)	Mainstream-Media AG • Gottfried Zmeck 55% • Reichenbach Investment GmbH 20% • Merkur Torhauer GmbH & Co. KG 15% • Barbara Zmeck 5% • Julia Kießling 5%	Sp	Kabel ¹⁾ digital	2002
Heimatkanal International (Z)	Mainstream-Media AG • Gottfried Zmeck 55% • Reichenbach Investment GmbH 20% • Merkur Torhauer GmbH & Co. KG 15% • Barbara Zmeck 5% • Julia Kießling 5%	Sp	geplant: Satellit	noch offen
JOBS-KOMPAKT TV (Z)	Sven Wolter-Rousseux 100%	Sp	Internet	2010
Kabel 1 (Z/ZW)	Kabel eins Fernsehen GmbH • ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH 100%	Vp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1992
N24 (Z/ZW)	N 24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH • German Free TV Holding GmbH 100%	Sp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Internet Satellit Handy	2000
9Live (Z/ZW)	9LIVE Fernsehen GmbH • ProSiebenSat. 1 Media AG 100%	Sp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	2001

Name	Veranstalter	Pro- gramm- art	Übertragungs- technik	Sende- start
Nick junior (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG 51% • Viacom Holdings Germany LL.C. 49%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital	2009
Nickelodeon (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG 51% • Viacom Holdings Germany LL.C. 49%	Sp	Kabel analog und digital IPTV Satellit Handy	2005
Nicktoons (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG 51% • Viacom Holdings Germany LL.C. 49%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital Handy-TV	2007
NOA 4 Norderstedt on air (Z)	On air new media GmbH • Atkon AG 100%	reg. Sp	Kabel ¹⁾ analog und digital	2002
NOA 4 Nachbarn on air (Z)	On air new media GmbH • Atkon AG 100%	reg. Sp	Kabel ¹⁾ analog und digital	2009
ProSieben (Z/ZW)	ProSieben Television GmbH • German Free TV Holding GmbH 100%	Vp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1989
QVC (ZW ab 05/10)	QVC Deutschland • QVC International Management LLC & Co. KG 99% • QVC Deutschland GP, Inc. 1%	Ts	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH IPTV Satellit Internet	1996
Republik Fußball TV (Z)	Republik Fußball GmbH • Cluster Capital Partner Beteiligungs- und Management GmbH & Co. KG 37,4% • Corner Invest GmbH 37,4% • Franz-Josef Rehmann 25,2%	Sp		noch offen
RTL (ZW)	RTL Television GmbH • UFA Film und Fernseh GmbH 100%	Vp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1984
RTL Nord (Z/ZW)	RTL Nord GmbH • RTL Television GmbH 100%	Rp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1988
RTL II (ZW)	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG • RTL Group 35,9% • Tele-München Fernsehen GmbH & Co. 31,5% • Kommanditgesellschaft Heinrich Bauer Verlag 31,5% • Hubert Burda Media GmbH 1,1%	Vp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1993
Sat.1 (Z/ZW)	Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH • German Free TV Holding GmbH 100%	Vp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1984

Name	Veranstalter	Pro- gramm- art	Übertragungs- technik	Sendestart
17:30 Sat.1 REGIONAL (Z/ZW)	Sat.1 Norddeutschland GmbH • Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH 100%	Rp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Internet Satellit	1988
Sky (Z)	Sky Fernsehen Deutschland GmbH & Co. KG • Sky Deutschland AG 100%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital	1999
Sky Select (Z)	Sky Fernsehen Deutschland GmbH & Co. KG • Sky Deutschland AG 100%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital	2007
SPIEGEL TV digital (Z)	Spiegel TV GmbH • SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG 100%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital IPTV	2005
SPIEGEL TV Geschichte (Z)	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG • SPIEGEL TV GmbH 51% • Autentic GmbH 49%	Pay-Sp	Kabel ¹⁾ digital Satellit	2009
Sportdigital (Z)	Sportdigital.tv Sende- und Produktions GmbH • Sportainment Medien GmbH & Co. KG 100%	Sp	Kabel ¹⁾ digital Satellit IPTV Internet	2007
Super RTL (ZW)	RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG • RTL Group Vermögensverwaltungs GmbH 50% • Buena Vista International (BVI) Television Investments, Inc. 50%	Sp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Satellit	1995
Sylter Fernsehen (Z)	TV Link new Media GmbH & Co. KG • Heike Holst 50% • Axel Link 50%	Vp	Internet	2010
Tele 5 (Z)	TM-TV GmbH • Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft 100%	Sp	Kabel ²⁾ analog und digital DVB-T SH IPTV Satellit	2002
tru:young television (Z)	Bibel TV Stiftung gGmbH • Rentrop Stiftung 52,00% • Astratel Radio- und Televisions Beteiligungsgesellschaft mbH 12,75% • EKD Media GmbH 12,75% • 13 weitere Gesellschafter 22,50%	Sp	Internet ¹⁾	2007
VH1 Classic (Z)	MTV Networks Germany GmbH • VIVA Music Fernsehen GmbH & Co. KG 51% • Viacom Holdings Germany LL.C. 49%	Sp		noch offen
VOX (ZW)	VOX Television GmbH • VOX Holding GmbH 99,70% • DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH 0,30%	Vp	Kabel ¹⁾ analog und digital DVB-T HH/SH Handy-TV Satellit	1993

Z = Zulassung
ZW = Zuweisung

¹⁾ Senderangaben

²⁾ TV-Senderdatenbank - www.alm.de

Programmart
Ts = Teleshoppingsender
Rp = Regionalprogramm
Sp = Spartenprogramm
Vp = Vollprogramm

Neuzulassungen 2009

Eine bundesweite Satellitenzulassung erhielt für eine Dauer von zehn Jahren die Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG für das TV-Programm Spiegel TV Geschichte. Es handelt sich dabei um ein TV-Spartenprogramm, das als Pay-TV-Angebot auf der Plattform von Sky via Kabel und Satellit Fernsehdokumentationen aus den Themenbereichen Geschichte und Zeitgeschehen zeigt. Der besondere Schwerpunkt liegt auf Deutschland und der deutschen Perspektive.

Daneben erteilte die MA HSH der MTV Networks GmbH für das Programm Nick Junior eine bundesweite Satellitenzulassung. Es handelt sich dabei um ein ganztägiges deutschsprachiges Kinderspartenprogramm für die Zielgruppe der 3- bis 5-Jährigen. Sendeinhalt sind vor allem Trickfilm- und animierte Fernsehserien.

Ferner wurde der Mainstream Media AG für ihr Auslands-TV-Spartenprogramm Heimatkanal International eine bundesweite Satellitenzulassung für zehn Jahre erteilt. Das Programm soll als verschlüsseltes Pay-TV-Programm 24 Stunden täglich Unterhaltungsinhalte deutscher Herkunft anbieten. Zielgruppe sollen primär im Ausland lebende deutsche Abonnenten sein.

Mit einer Verbreitung über das Internet möchte das Sylter Fernsehen über touristische und kulturelle Angebote der Insel Sylt informieren. Hierzu erhielt die TV Link new media GmbH & Co. KG eine Zulassung für die Veranstaltung und Verbreitung eines Fernsehvollprogramms in Hamburg und Schleswig-Holstein für die Dauer von zehn Jahren.

Das bisherige TV-Angebot von NOA 4 für Norderstedt wurde um ein Regionalfenster für Hamburg erweitert. Hierfür erteilte die MA HSH der on air new media GmbH die Zulassung zur Veranstaltung des TV-Angebots NOA 4 Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.

Zulassungsänderungen 2009

Die Zulassung für die als near-Video-on-Demand verbreiteten Programmangebote von Sky Select wurde von der Premiere on Demand GmbH auf

die Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG zurück übertragen.

Mehrere Beteiligungsveränderungen bei der Veranstalterin, wie die stufenweise Erhöhung der Beteiligung der US-amerikanischen News Corp. an der Sky Deutschland AG sowie weitere kleinere Veränderungen im Kreis der übrigen Aktionäre der Sky Deutschland AG, wurden als medienrechtlich unbedenklich eingestuft.

Auch Beteiligungsveränderungen bei der 4-Seasons Fernsehgesellschaft bR bestätigte die MA HSH als medienrechtlich unbedenklich.

Zulassungsverlängerungen 2009

Die MA HSH verlängerte die neun Zulassungen der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG um zehn Jahre und begleitete zulassungsrechtlich den Programmrelaunch von Premiere sowie inhaltliche Änderungen bei der Programmmzusammenstellung. Die Veranstalterin firmiert nunmehr unter dem Namen Sky Deutschland GmbH & Co. KG., die lizenzierten Programme wurden umbenannt in Sky Cinema, Sky Cinema +1, Sky Cinema +24, Sky, Sky Comedy, Sky Emotion, Sky Nostalgie und Sky HD Vitrine. Zugleich wurde die ergänzende Verbreitung des Programms Sky Cinema auch in HD-Qualität zulassungsrechtlich ermöglicht.

Zuweisungen 2009

Das christliche Spartenprogramm Bibel TV erhielt für die Dauer von zehn Jahren eine DVB-T-Zuweisung für die Verbreitung in Schleswig-Holstein, dort kann das Programm in den Regionen Kiel und Lübeck empfangen werden.

Nachdem Eurosport sein DVB-T-Engagement in Schleswig-Holstein eingestellt hat, ist seit Mai 2010 auf der Grundlage einer zehnjährigen Zuweisung der MA HSH auch das Vollprogramm Das Vierte der Das Vierte GmbH in diesen Regionen zu sehen.

Für den Raum Hamburg schrieb die MA HSH für den Kanal 36 Übertragungskapazitäten für eine Verbreitung über DVB-T für vier Rundfunkangebote aus.

Das Verfahren wurde im April 2010 mit jeweils zehnjährigen Zuweisungen an die Das Vierte GmbH für das Vollprogramm Das Vierte, die Tele 5 TM-TV GmbH für das Unternehmens-Spartenprogramm Tele 5, die Euronews S.A. und die Channel21 GmbH gemeinschaftlich für das Informationsspartenprogramm Euronews und das Teleshoppingangebot Channel21 sowie die QVC Deutschland Inc. & Co. KG für das Teleshoppingangebot QVC abgeschlossen.

Marktanteile Fernsehen

Der durchschnittliche TV-Konsum der Bundesbürger ist 2009 im Vergleich zu den Vorjahren mit 212 Minuten Sehdauer täglich noch etwas angestiegen. Die vier Programme von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 erzielten zusammen einen Marktanteil von nahezu 50 Prozent. ARD und ZDF behaupteten ihre Spitzenpositionen beim Gesamtpublikum, RTL dagegen lag mit einem Marktanteil von 16,9 Prozent bei den jüngeren Zielgruppen deutlich vorn.

TV-Marktanteile (in Prozent) im Tagesdurchschnitt 2000 bis 2009

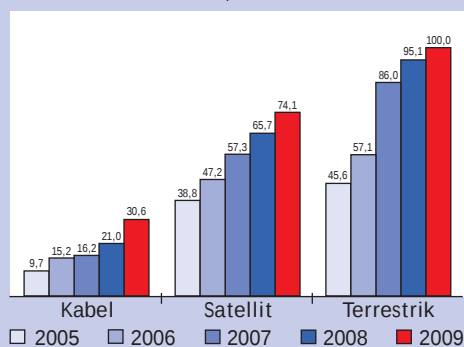
Mo – So, 3.00 – 3.00 Uhr, Basis: Zuschauer ab 3 Jahren, TV Gesamt: 212 Minuten

Sender	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ARD	14,3	13,9	14,2	14,0	13,9	13,5	14,2	13,4	13,4	12,7
ZDF	13,3	13,2	13,8	13,2	13,6	13,5	13,6	12,9	13,1	12,5
ARD 3	12,7	13,0	13,1	13,4	13,7	13,6	13,5	13,5	13,2	13,5
RTL	14,3	14,7	14,6	14,9	13,8	13,2	12,8	12,4	11,7	12,5
Sat.1	10,2	10,1	9,9	10,2	10,3	10,9	9,8	9,6	10,3	10,4
ProSieben	8,2	8,0	7,1	7,1	7,0	6,7	6,6	6,5	6,6	6,6
VOX	2,8	3,1	3,3	3,5	3,7	4,2	4,8	5,7	5,4	5,4
RTL 2	4,8	4,0	3,9	4,7	4,9	4,2	3,8	3,9	3,8	3,9
Kabel Eins	5,5	5,0	4,5	4,2	4,0	3,8	3,6	3,6	3,6	3,9
Super RTL	2,8	2,8	2,4	2,7	2,7	2,8	2,6	2,6	2,4	2,5
Kinderkanal	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2	1,3	1,4
DSF	1,2	1,0	0,9	1,1	1,1	1,2	1,0	1,1	0,9	0,9
3sat	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1
Eurosport	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9	0,9
n-tv	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9
arte	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,7	0,6	0,7
tm 3 / 9Live	1,0	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1

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

Digitalisierung der Übertragungswege

Digitalisierung der Übertragungswege Bundesweit 2005-2009; in Prozent



(Quelle: ALM-Digitalisierungsbericht 2009)

Abb. 1

Während die Fernsehnutzungszeiten sich im Jahr 2009 gegenüber dem Vorjahr geringfügig zum Positiven verändert haben, entwickelten sich die technischen Übertragungswege und Distributionsplattformen, über die die Fernsehprogramme in die Haushalte gelangen, beständig weiter. Mit IPTV und dem Internet stehen nicht nur neue Distributionswege und -plattformen zur Verfügung, HD-Angebote und HD-Programmplattformen sowie hybride Endgeräte zur Fernseh- und Internetnutzung bieten zunehmend Anreize für die Zuschauer, vom analogen auf den digitalen Fernsehempfang umzusteigen. Im Jahr 2009 haben sich diese Entwicklungen deutlich bemerkbar gemacht. So ist der Digitalisierungsgrad auch bei

den klassischen Distributionswegen Terrestrik, Kabel und Satellit erkennbar angestiegen (s. Abb. 1). Nutzten im Jahr 2008 46,7 Prozent aller deutschen Fernsehhaushalte einen digitalen Empfangsweg, so waren es im Jahr 2009 bereits 55 Prozent. In Hamburg und Schleswig-Holstein liegt der Digitalisierungsgrad sogar leicht überdurchschnittlich bei 56 Prozent. Besonderes Augenmerk verdient in Hamburg und Schleswig-Holstein die digital-terrestrische Programmverbreitung über DVB-T. Hier hat sich der Norden im Jahr 2009 im Bundesvergleich deutlich an die Spitze gesetzt. Der Blick auf die Verteilung der Übertragungswege zeigt, dass die DVB-T-Nutzung in Hamburg und Schleswig-Holstein mit 18,3 Prozent weit höher liegt als in allen anderen Regionen in Deutschland. Das hat seinen Grund auch im vergleichsweise umfangreichen DVB-T-Programmangebot, das in Hamburg in 2010 auf 28 TV-Programme erweitert werden konnte. Das Interesse an einer Hörfunkverbreitung über DVB-T hat sich dagegen als eher gering herausgestellt. Das gilt nach wie vor auch für eine digital-terrestrische Hörfunkverbreitung über DAB+ in Hamburg und Schleswig-Holstein.

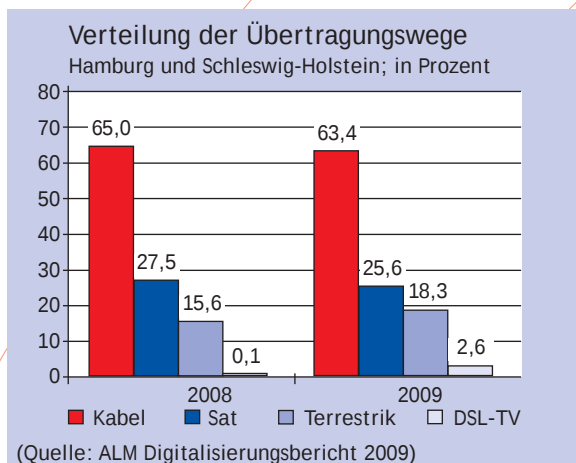


Abb. 2

Insgesamt wird die Programmverbreitung in Hamburg und Schleswig-Holstein mit 63 Prozent nach wie vor vom Kabel dominiert, aber auch IPTV erreicht mittlerweile einen nennenswerten Anteil von 2,6 Prozent (s. Abb. 2). Differenziert man zwischen Hamburg und Schleswig-Holstein, so ergibt sich laut Astra Monitor 2009 folgendes Bild: In Hamburg nutzen ca. 80 Prozent aller Haushalte das Kabel, in Schleswig-Holstein sind es dagegen nur knapp über 50 Prozent. Ein um-

gekehrtes Bild ergibt sich beim Satelliten: Hier sind es in Hamburg nur 8 Prozent, im Flächenland Schleswig-Holstein ca. 38 Prozent.

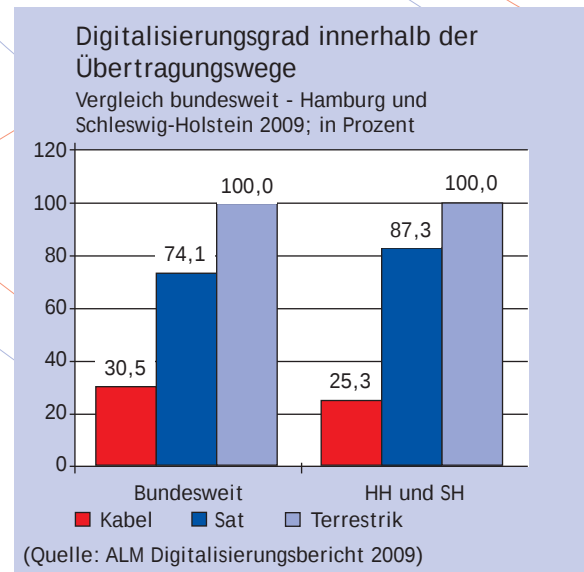


Abb. 3

Anders als bei DVB-T ist die Digitalisierung der Übertragungswege Kabel und Satellit noch lange nicht abgeschlossen. Das Kabel bleibt dabei weit hinter Satellit und Terrestrik zurück. Auch in Hamburg und Schleswig-Holstein hat das Kabel mit einem unterdurchschnittlichen Digitalisierungsgrad von ca. 25 Prozent bislang nicht die Umstellungsdynamik erreicht, die man bei Satellit und Terrestrik beobachten kann (s. Abb. 3). Das liegt auch daran, dass sich die Zuschauer beim Umstieg vom analogen auf den digitalen Kabelempfang anders als bei DVB-T bewusst für einen Wechsel entscheiden müssen.

Angesichts eines erhöhten Vermarktungsdrucks, eines kontinuierlichen Abschmelzens der analogen Kabelkanäle sowie der bevorstehenden Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung im Jahr 2012 ist jedoch zu erwarten, dass sich die Digitalisierungsgeschwindigkeit auch im Kabel zeitnah deutlich erhöhen wird.

Einer der Hauptanbieter im Bereich des breitbandigen Kabels in Hamburg und Schleswig-Holstein ist nach wie vor die Kabel Deutschland GmbH (KDG), aber auch Unternehmen wie wilhelm.tel und willy.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 2010):

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
2255live - Ihr Gewinn-Radio (Z)	2255 GmbH & Co. KG • KK Invest GmbH • Susanne Backmeister • Matthias Müller	60% 20% 20% Sp	Satellit	2006
Alster radio 106!8 rock'n pop (Z/ZW)	alster radio GmbH & Co. KG • NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG	100% 100% Vp	UKW Kabel analog	1991
Best Radio (Z)	George Appiah	Sp	geplant: Internet	noch offen
Byte.FM (Z)	Byte FM GmbH • Ruben Jonas Schnell • Günter Pilz • Dr. Klaus Pils	90% 5% 5% Sp	Internet Handy	2008
Delta Radio	delta radio GmbH & Co. KG • BIG-Anlagen Rundfunkbeteiligungs GmbH & Co. Fonds 60 KG • Frank Otto Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG • 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% Vp	UKW Kabel analog	1997
Deluxe Lounge Radio (Z)	Deluxe Television GmbH • Parlock Investments Ltd. • Remburg Investments Ltd. • Almeling Vermögensverwaltungs GmbH • Markus Langemann • Dr. Claus Martin • cosmo GmbH • Patrick Martin • Solid Caital Partners GmbH • Dominik Meissner	26,50% 26,50% 19,00% 9,80% 7,60% 5,60% 4,00% 0,70% 0,30% Sp	bundesweite digitale Verbreitung über Satellit; digital Verbreitung über Kabel BW	2005
ENERGY (Z)	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH	100% Sp	UKW bundesweite Verbreitung über Kabel analog, Satellit analog und digital Internet	noch offen
ENERGY Hamburg (Z/ZW)	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH	100% Vp	UKW Kabel analog	1995

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
FSK (Z/ZW)	Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. • Förderverein Radio Loretta e.V. 25% • projekt_r 20% • Uni Radio e.V. 15% • Arbeitsgemeinschaft der Stadteiltradios 10% • Radio St. Paula e.V. 5% • Landesverband Soziokultur Hamburg e.V. 5% • RockCity Hamburg e.V. 5% • Frauenmusikzentrum (fm:z) 5% • Flüchtlingsrat Hamburg 5% • vakant 5%	Sp	UKW Kabel analog	1998
Hamburger Lokalradio (Z/ZW)	Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. • Kulturradio e.V. 50% • Swinging Hamburg e.V. 20% • Kommunales Radio e.V. 10% • Stiftung Sammlung Rolf Italiaander / Hans Spegg-Museum - Radio am Schloss Reinbek 10% • Lola e.V. 5% • Pro Cultura e.V. 5%	Sp	UKW Kabel analog	1998
Klassik Radio (Z/ZW)	Klassik Radio GmbH & Co. KG • Euro Klassik GmbH 100%	Sp	UKW bundesweite Verbreitung über Kabel analog, Satellit analog und digital Internet	1990
NRJ Webradio (Z) • Rock • Pop • RnB • Dance • Hip Hop • Hit • Lounge • Mastermix • Special	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Dienstleistungs- und Vermarktungsgesellschaft Hamburg mbH 100%	Sp	Internet	2008
OBE Radio (Z)	OBE Radio GbR • Jacob Abaidoo 40% • Felix Kautsky 40% • Bernd Kwame Ampaw 20%	Sp		noch offen
Oldie 95 (Z/ZW)	Radio 95.0 GmbH & Co. KG • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 51,00% • Radio Hamburg GmbH & Co. KG 16,40% • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,30% • Regiocast GmbH & Co. KG 16,30%	Vp	UKW Kabel analog	1999
Pink Channel (Z/ZW)	Pink Channel e.V. • Größere Zahl von natürlichen Personen als Vereinsmitglieder bzw. Fördermitglieder 100%	Sp	UKW Kabel analog	2004
P.O.S. Radio (Z)	Radio Point of Sale GmbH • P.O.S. Medien Beteiligungs GmbH 99,835% • Oliver Beste 0,055% • Dietmar Otto 0,055% • Hajo Wussow 0,055%	Sp (Laden-funk)	bundesweit über Satellit	1993
QUU.FM (Z)	QUU.FM Medien GmbH • Harald König 100%	Sp	Internet Handy	2008

Programm	Veranstalter	Pro-gramm-art	Übertragungs-technik	Sende-start
Radio Hamburg (Z/ZW)	Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Ufa Film- und Fernseh-GmbH 33,60% • Heinrich Bauer Verlag KG 28,80% • Axel Springer Verlag AG 25,00% • Lüthmann Druck Gustav Schröter + Söhne GmbH & Co. 6,80% • Morgenpost Verlag GmbH 5,80%	Vp	UKW HH Kabel analog HH/SH	1986
Radio Hamburg (Z) • 80er • Jack • Lounge • Rock • TOP 40	Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Ufa Film- und Fernseh-GmbH 33,60% • Heinrich Bauer Verlag KG 28,80% • Axel Springer Verlag AG 25,00% • Lüthmann Druck Gustav Schröter + Söhne GmbH & Co. 6,80% • Morgenpost Verlag GmbH 5,80%	Sp	Internet	2007
Radio Nora (Z/ZW)	NORA NordOstseeRadio GmbH Co. KG • Radio Schleswig-Holstein KG - GmbH & Co. 25,42% • Ditting Media Beteiligungs GmbH & Co. KG 20,77% • Delta Radio GmbH & Co. KG 11,67% • Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 10,03% • Radio Hamburg GmbH & Co. KG 8,78% • Dr. Ulrich Ziegenbein 6,81% • G+D Grafik + Druck GmbH & Co. KG 4,90% • Eberhard Becker 3,40% • Radio Neptun Rundfunk-Verwaltungs GmbH 3,06% • Lutherische Verlagsgesellschaft Kiel mbH 2,04% • Bauernverband Schleswig-Holstein e.V. 1,02% • SG Flensburg Handewitt Handball-Bundesliga GmbH & Co. KG 1,02% • THW Kiel Handball-Bundesliga GmbH & Co. KG 0,51% • Dr. Erich Thiesen 0,26% • Lore Stoltenberg-Frick 0,10% • Helga Lange 0,10% • Helga Rommel 0,10%	Vp	UKW Kabel analog	1995
Radiopark (Z)	Radiopark GmbH & Co. KG • Arndt-Helge Grap 53,35% • Jens-Uwe Steffens 22,92% • Prof. Norbert Aust 6,25% • Wilfried Sorge 6,25% • Frank Otto 6,25% • Christian Thorge Schmidt 4,17% • Michael Conrad 0,82%	Pay- Internet- radio Pro- gramm- bouquet	geplant: bundesweit div. Übertragungs- wege	noch offen
Radio RZ 1 (Z)	Radio RZ 1 e.V. • 1. Vorsitzender: Roland Michels 100%	Vp	Internet	2009
R.SH - Radio Schleswig-Holstein (Z/ZW)	Radio Schleswig-Holstein Kommanditgesellschaft GmbH & Co. • Regiocast GmbH & Co. KG mit 51 Kommanditisten 100%	Vp	UKW Kabel analog HH/SH	1986
Schlager Radio (Z)	Radio 2000 Gesellschaft mbH • Radio NRJ Berlin und Brandenburg GmbH 100%	Sp	geplant: Satellit, Internet, Kabel und UKW	noch offen
Soundtrackfm (Z)	soundtrackfm GmbH & Co. KG • Manfred Friesinger 100%	Sp	geplant: Satellit	noch offen
Sylt Funk (Z)	Sylt Funk Mediengesellschaft mbH • Frank Otto 33,6% • Günter Drossat 33,2% • Stefan Hartmann 33,2%	Vp	Internet	2010

Z = Zulassung ZW = Zuweisung

Programm-art
Sp = Spartenprogramm Vp = Vollprogramm

Zuweisungen 2009

Am Standort Föhr soll mit einem Hörfunkprogramm ein Beitrag zur Förderung der friesischen Minderheitensprache geleistet werden. Dazu wies die MA HSH dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein (OKSH) für die Dauer von zehn Jahren eine UKW-Frequenz zu. Das Angebot soll als Bürgerfunk in das bestehende Programm des OK Westküste integriert werden und als Friesisches Alltagsradio seine Sendezeit langfristig auf bis zu sieben Stunden pro Tag ausweiten. Daneben sollen auch hochdeutsche Programmteile nicht-friesische Zuhörer ansprechen und bürgernah über die Aktivitäten der Friesen informieren.

Veranstaltungszulassungen 2009

Anlässlich des Heavy-Metal-Festivals „Wacken Open Air 2009“ erteilte die MA HSH der ICS Festival Service GmbH in Schleswig-Holstein eine Zulassung für Wacken Open Air Radio und wies ihr für den Zeitraum vom 27. Juli bis zum 3. August 2009 eine UKW-Frequenz zu. Damit wurde das Festival bereits zum zweiten Mal mit einem eigenen Radioprogramm begleitet, das die Besucher neben dem Schwerpunkt Heavy Metal auch mit Event-Informationen, Musikerporträts, Interviews sowie mit Verkehrs- und Sicherheitsinformationen versorgte.

Eine weitere Zulassung für Veranstaltungsrundfunk erteilte die MA HSH der Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH für das Veranstaltungshörfunkprogramm Flux FM – ein Programm von Motor FM für Hamburg. Vom 12. September bis zum 11. Oktober 2009 wurde ihr dazu im Zusammenhang mit dem „Reeperbahnfestival 2009“ und dem „Kiezkongress für Musikwirtschaft 2009“ eine regional begrenzte UKW-Frequenz zugewiesen.

Zulassungsänderungen 2009

Bei der Radio 2255 Media GmbH & Co. KG, der bundesweiten Veranstalterin des Satellitenhörfunkprogramms 2255 live – Das Gewinnradio, bestätigte die MA HSH Inhaber- und Beteiligungsveränderungen als medienrechtlich unbedenklich. Gleichermaßen wurden auch Inhaber- und Beteiligungsveränderungen bei der Deluxe Entertainment GmbH, die das bundesweite

Hörfunkspartenprogramm Deluxe Lounge Radio verbreitet, als medienrechtlich unbedenklich eingestuft.

Zulassungsverlängerung 2009

Die Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH kann ihr Hörfunkvollprogramm Energy Hamburg für weitere zehn Jahre landesweit terrestrisch in Hamburg verbreiten. Die MA HSH verlängerte mit der Zulassung zugleich die Zuweisung der schon bisher genutzten analogen UKW-Frequenzen.

Die Zuweisung von Frequenzen für neue Hörfunkprogramme oder die Stärkung bestehender Hörfunkprogramme durch zusätzliche Frequenzen stellt sich in Hamburg nach wie vor schwierig dar, da derzeit kaum freie Frequenzen aufgetan werden können. Vor diesem Hintergrund ersuchte im Oktober 2009 die Hamburger Bürgerschaft den Hamburger Senat, den Frequenzstaatsvertrag zwischen Hamburg und Schleswig-Holstein zu kündigen, der schleswig-holsteinischen Hörfunkveranstaltern die Nutzung von Frequenzen in Hamburg ermöglicht. Das Ziel war, dadurch die terrestrische Verbreitung Hamburger Hörfunkprogramme in und um Hamburg zu verbessern. Die im Anschluss unter Moderation der MA HSH geführten Gespräche zwischen Hamburg und Schleswig-Holstein führten im Ergebnis dazu, dass der Staatsvertrag nicht gekündigt wurde. Auf der Grundlage eines bereits zuvor von der MA HSH in Auftrag gegebenen Frequenzgutachtens einigten sich die Länder darauf, zur Schließung von Versorgungslücken bei Hamburger Hörfunkprogrammen kleinere, noch verfügbare Frequenzen zu nutzen. Diese sollen der MA HSH durch den Vierten Medienänderungsstaatsvertrag HSH zugeordnet werden.

Marktanteile Hörfunk

Im Jahr 2009 wurden wie in den Jahren zuvor Reichweiten und Marktanteile der privaten und der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme in Hamburg, im Ballungsraum Hamburg und in Schleswig-Holstein untersucht. Dies geschah auf der Grundlage einer Aufstockung der Datenbasis für den Ballungsraum Hamburg und für Schleswig-Holstein sowie einer entsprechenden

Sonderauswertung der bundesweiten Media-Analysen. Die Aufstockung, durch die in zwei Erhebungswellen im Jahr 2009 in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt etwa 6.400 Hörerinnen und Hörer befragt werden konnten, wurde durch die finanzielle Unterstützung der MA HSH ermöglicht.

Nach den Ergebnissen der Media-Analyse 2010/ radio I, die die Entwicklungen auf dem Hörfunkmarkt im Jahr 2009 abbildet, betrug die Hördauer an einem durchschnittlichen Werktag in Hamburg 175 Minuten, in Schleswig-Holstein war sie mit 210 Minuten deutlich höher. Damit liegt das Radio im Vergleich zu den Nutzungszeiten anderer Massenmedien weiterhin relativ weit vorn, es zeichnet sich jedoch auch ab, dass das Radio jugendliche Zielgruppen im Alter von 10-29 Jahren weit unterdurchschnittlich erreicht. Hören an einem durchschnittlichen Werktag in Hamburg 70 Prozent der Bevölkerung Radio, schalten nur rund 46 Prozent der Jugendlichen täglich das Radio ein. Ein etwas weniger dramatisches Bild ergibt sich für Schleswig-Holstein. Hier hören 78,6 Prozent der Bevölkerung Radio, jedoch nur 66 Prozent der Jugendlichen.

Die Marktpositionen der privaten UKW-Programme und ihrer öffentlich-rechtlichen Konkurrenten in Hamburg und Schleswig-Holstein stellen sich nach den Ergebnissen der Media-Analyse für das Jahr 2009 wie folgt dar:

Marktanteile Hamburg

(Montag bis Freitag, Deutsche und EU-Ausländer ab 10 Jahre, ab ma 2010/I deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Hamburg	
	ma 2010/I	ma 2009/II
Radio Gesamt	100,0	100,0
Radio Hamburg	22,3	22,4
NDR 90,3	19,4	22,4
NDR 2	14,3	12,9
Oldie 95	8,0	7,6
Das NEUE Alster Radio 106!8 Rock'n Pop	7,4	8,2
NDR 1 Niedersachsen	5,7	2,9
ENERGY Hamburg	4,6	5,9

R.SH Radio Schleswig-Holstein	4,6	4,1
Delta Radio	4,0	3,5
Klassik Radio Gebiet Hamburg	4,0	3,5
NDR Info	4,0	4,1
N-Joy	3,4	2,9
NDR 1 Welle Nord	2,9	4,1
NDR Kultur	1,7	1,8
Hit-Radio Antenne	1,1	1,2
Radio ffn	1,1	1,8
Radio Nora	1,1	0,6
NDR 1 Radio MV	0,6	0,6
FSK	0,0	0,0
Tide 96.0	0,0	0,0

Marktanteile Schleswig-Holstein

(Montag bis Freitag, Deutsche und EU-Ausländer ab 10 Jahre, ab ma 2010/I deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre, Marktanteile in Prozent)

Programme	Marktanteile Schleswig-Holstein	
	ma 2010/I	ma 2009/II
Radio Gesamt	100,0	100,0
R.SH Radio Schleswig-Holstein	24,8	24,6
NDR 1 Welle Nord	22,9	23,6
NDR 2	17,1	14,8
Radio Nora	8,1	3,9
N-Joy	7,1	5,9
Das NEUE Alster Radio 106!8 Rock'n Pop	5,2	4,9
Radio Hamburg	5,2	4,9
Delta Radio	4,8	3,9
NDR 90,3	2,9	3,9
NDR 1 Niedersachsen	2,4	2,0
NDR Info	2,4	1,5
Radio ffn	2,4	1,0
Hit-Radio Antenne	1,9	1,0
ENERGY Hamburg	1,0	1,0
NDR Kultur	1,0	1,5
Oldie 95	1,0	2,0
Klassik Radio Gebiet Hamburg	0,5	0,5
NDR 1 Radio MV	0,0	0,0
FSK	-	-
Tide 96.0	0,0	-

Insgesamt zeigen die Daten für den Radio-markt in Hamburg und Schleswig-Holstein nur geringe Schwankungen, sieht man von den deutlichen Zugewinnen von Radio Nora in Schleswig-Holstein ab. Die höchsten Marktanteile erreichen in Hamburg seit Jahren Radio Hamburg und NDR 90,3. Ihnen folgt mit deut-

lichem Abstand NDR 2. Alle anderen Sender in Hamburg kommen auf Marktanteile, die unter 10 Prozent liegen. Noch 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 aufgrund des Metropolenbezugs auch hier Radio Hamburg Marktführer ist.

Insbesondere die Entwicklung und Bereitstellung von Programmformaten für jugendliche Zielgruppen ist aufgrund der zunehmenden Nutzung anderer Empfangsplattformen besonders schwierig. Wie sich die steigende Nutzung von Webradio-angeboten mit Hilfe von WLAN-Radios oder auch die Entwicklung von Hybrid-Radio-DNS auf den klassischen, terrestrisch verbreiteten Hörfunk auswirken werden, ist derzeit nur schwer zu prognostizieren. Generell ist nicht auszuschließen, dass die Zunahme von Bereitstellungsplattformen vom Computer bis zum Handy, die die klassischen Verbreitungswege ergänzen, Auswirkungen auch auf den klassischen UKW-Markt haben wird.

Telemedien

Die Anbieter von Telemedienangeboten können sich bei der MA HSH als der in Hamburg und Schleswig-Holstein zuständigen Landesmedienanstalt die medienrechtliche Unbedenklichkeit bestätigen lassen.

Unbedenklichkeitsbestätigungen 2009

Der Sky Deutschland GmbH & Co. KG wurde für das near-Video-on-Demand-Angebot Sky Select die Unbedenklichkeit bestätigt. Nach einer Änderung des Rundfunkbegriffs durch den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag waren diese Angebote als Telemedienangebot einzustufen, der Sky Deutschland GmbH & Co. KG war diesbezüglich eine Unbedenklichkeitsbestätigung zu erteilen.

Auch dem interaktiven Musik-Video-Angebot Q-Tom (vormals Flake) der TeraVolt GmbH bestätigte die MA HSH nach § 20 Abs. 2 RStV die medienrechtliche Unbedenklichkeit.

Programmaufsicht

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

Beobachtung und Beschwerden

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

Die MA HSH übt die Aufsicht über die von ihr lizenzierten Programme auf der Grundlage der Ergebnisse ihrer kontinuierlichen Programmbeobachtung aus. Dabei bemüht sie sich um einen offenen, ergebnisorientierten Austausch mit den Rundfunkveranstaltern. Dieses Vorgehen hat sich auch im vergangenen Jahr als erfolgreich erwiesen. Je nach Sachlage konnte in einer Vielzahl von Prüffällen eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielt werden. Diese zeigten sich, von der MA HSH auf problematische Bestandteile ihres Programms hingewiesen, häufig kooperativ und besserten die in Frage stehenden Inhalte nach. So musste nur bei einer geringen Anzahl von Programmverstößen ein Aufsichtsverfahren eingeleitet werden.

Immer wieder ließen sich Rundfunkveranstalter von der MA HSH im Vorwege einer Ausstrahlung bezüglich möglicherweise problematischer Inhalte oder Formate beraten. Hier zeigte sich,

dass die MA HSH von den Beteiligten als kompetente Ansprechpartnerin geschätzt und anerkannt wird und ihr fachlicher Rat gefragt ist.

Insgesamt wurden acht rundfunkbezogene Verfahren eingeleitet, von denen drei im Berichtsjahr zu einer förmlichen Beanstandung führten. Drei Verfahren konnten eingestellt werden, da die Prüfung keinen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen ergeben hatte, zwei Verfahren waren zum Jahresende noch offen. Daneben wurden vier aufsichtliche Verfahren aus dem Jahr 2008 mit förmlichen Beanstandungen abgeschlossen.

Aufsichtsschwerpunkte 2009: Werbekennzeichnung, Gewinnspielsendungen und Jugendschutz im Internet

Auch im Jahr 2009 lag ein Schwerpunkt der laufenden Programmebeobachtung auf der Einhaltung korrekter Werbekennzeichnung und der Trennung von Werbung und redaktionellem Programm. Die Programmebeobachtung ergab in diesem Bereich zahlreiche Auffälligkeiten, die zu entsprechenden Hinweisen an die Veranstalter führten.

Daneben bildeten Einzelgewinnspiele und Gewinnspielsendungen im Rundfunk einen weiteren Schwerpunkt der Beratungs- und Aufsichtstätigkeit der MA HSH. Zu diesem Thema gab es im Berichtszeitraum zahlreiche Beschwerden und einige problematische Fälle. Im Zusammenhang mit der im Februar 2009 in Kraft getretenen neuen Gewinnspielsatzung bestand zudem auf Seiten der Veranstalter ein erheblicher Beratungsbedarf. Aus diesem Anlass informierte die MA HSH die von ihr zugelassenen Rundfunkveranstalter im Rahmen eines Workshops über Hintergründe und Anwendung der Satzung.

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

Fernsehprogramme

Programmbeschwerden

Im Jahr 2009 erreichten die MA HSH insgesamt acht Programmbeschwerden, die von ihr zugelassene Fernsehveranstalter in Hamburg und Schleswig-Holstein betrafen. In vier Fällen ergab die nähere Prüfung keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die rundfunkrechtlichen Bestimmungen.

Die übrigen Fälle führten zu folgenden Ergebnissen:

- ✚ Vor dem Hintergrund jugendschutzrechtlicher Bedenken überprüfte die KJM die Ausstrahlung einer Doppelfolge der Serie „South Park“ im Programm von Nick. Da die Ausstrahlung im Programmblock „Comedy Central“ nach 20 Uhr erfolgt war, stellte die Kommission gemäß dem Vorschlag der MA HSH jedoch keinen Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Bestimmungen fest. Im Hinblick darauf, dass es sich bei Nick um ein dezidiert auf Kinder ausgerichtetes Programm handelt, nahm die MA HSH den Fall jedoch zum Anlass, den Sender im Februar 2010 erneut auf die Notwendigkeit einer sensibleren Programmgestaltung in der jugendschutzrelevanten Übergangszeit gegen 20 Uhr hinzuweisen.
- ✚ Eine weitere Beschwerde über das Programm von NICK bezog sich ebenfalls auf eine Sendung im Rahmen des Programmblocks „Comedy Central“. Kritisiert wurde die Ausstrahlung einer Folge der Serie „Kenny versus Spenny“ ab 21:15 Uhr aufgrund jugendschutzrechtlicher Bedenken. Die MA HSH leitete ein KJM-Prüfverfahren ein. Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.
- ✚ In einer Ausgabe der Sendung „Konspirative Küchenkonzerte“ im Programm des Hamburger Bürgerfernsehens TIDE TV ging eine Beschwerde ein, die mögliche Schleichwerbung sowie jugendbeeinträchtigende Darstellungen von Alkoholkonsum monierte. Die Prüfung ergab, dass kein Verstoß gegen das für TIDE TV

geltende Werbeverbot vorlag. Der Sender wurde dennoch auf die Jugendschutz-Problematik der Darstellung von Alkoholkonsum insbesondere im Tagesprogramm hingewiesen und sagte umfassende Nachbesserungen zu.

- Eine Beschwerde über die Ausstrahlung eines beängstigenden Musikclips im Tagesprogramm von TIDE TV legte die MA HSH der KJM zur gutachterlichen Stellungnahme vor. Diese stellte keinen Verstoß gegen die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) fest und stimmte damit der MA HSH-Beschlussempfehlung zu. Die MA HSH wies den Sender im Februar 2010 dennoch auf die problematischen Aspekte des Clips hin.

Darüber hinaus wurde die Prüfung von zwei Programmbeschwerden aus dem Jahr 2008 mit einer förmlichen Beanstandung abgeschlossen:

- Im Februar 2009 wurde die Ausstrahlung einer Folge der inzwischen eingestellten Gewinnspielsendung „Money Express“ im Juni 2008 im Nachtprogramm von Nick wegen Verstoßes gegen die Gewinnspielregelungen beanstandet.
- Im März 2009 erfolgte die förmliche Beanstandung einer Folge der Sendung „Late Knights“ im Programm von Giga Digital, da die Ausstrahlung der Sendung vor 22 Uhr wegen jugendbeeinträchtigender Äußerungen eines Moderators gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften verstoßen hatte.

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 Programm von Hamburg 1 fielen die Sendungen „Kuno's“, „Hamburg 1 Live“, „Trend News TV“ und „Rasant“ sowie die Teleshopping-Sendung „Channel21 Shop“ auf hinsichtlich Trennungs- und Kennzeichnungsdefiziten von Werbung, teilweise im Hinblick auf

Schleichwerbung, sowie unkorrekter Sponsorhinweise. Die MA HSH machte den Veranstalter auf diese Auffälligkeiten aufmerksam und bat um Korrektur sowie um künftige Beachtung der geltenden Werberichtlinien. Da es sich nicht um gravierende werberechtliche Probleme handelte und der Sender auf die Hinweise umgehend reagierte, konnte von einem medienrechtlichen Verfahren abgesehen werden.

- Im Programm des regionalen Fernsehsenders NOA 4 fielen unter der Bezeichnung „Klaus & Klar“ verschiedene Spots auf, die politische Inhalte zum Gegenstand hatten. Platziert in den Werbeblöcken, widmeten sie sich politischen Begriffen und aktuellen Sachverhalten, die von einem FDP-Direktkandidaten für die Bundestagswahl 2009 erklärt und kommentiert wurden. Wegen Verstoßes gegen das Verbot politischer Werbung sprach der Medienrat eine förmliche Beanstandung aus und verhängte ein Bußgeld gegen den Sender.

- Im Rahmen der laufenden Programmebeobachtung von NOA 4 fiel zudem auf, dass der Sender ein Programm für den Raum Hamburg ausstrahlte, das einer gesonderten Zulassung bedurfte. Nach einem entsprechenden Hinweis der MA HSH stellte der Sender einen Zulassungsantrag, dem der Medienrat der MA HSH zustimmte.

- Das bereits im Jahr 2008 eingeleitete KJM-Prüfverfahren wegen nicht gesetzeskonformer Programmankündigungen im Programm von Premiere (jetzt: Sky) wurde gegen Ende des Berichtszeitraums abgeschlossen. Die Programmankündigungen hatten im Tagesprogramm mit Bewegtbildern für Filme geworben, die wegen der Altersgrenzen erst nach 22 Uhr gezeigt werden dürfen. Zwei Trailer zu den Filmen „Stirb Langsam“ und „Zimmer 1408“ wurden nach Abschluss des KJM-Prüfverfahrens von der MA HSH förmlich beanstandet.

- Das Programm des Senders Sky wurde im Berichtszeitraum erneut im Hinblick auf die gesetzeskonforme Gestaltung von Programmankündigungen beobachtet. Die Beobach-

tungsergebnisse wurden in einem Beratungsgespräch mit dem Sender erörtert.

Beratung von Fernsehveranstaltern

In zwei Fällen haben sich Fernsehveranstalter zu den im Rahmen der Programmbeobachtung aufgefallenen Problemen zusätzlich ausführlich beraten lassen:

- Der Sender NOA 4 wurde von der MA HSH im Jahr 2009 intensiv zum Thema „Wahlsendezeiten für politische Parteien“ beraten.

- Mit Sky führte die MA HSH mehrfach Gespräche zur gesetzeskonformen Gestaltung von Programmankündigungen, in die ergänzend Ergebnisse der laufenden Programmbeobachtung eingingen.

Darüber hinaus wurden diverse Beratungsanfragen von Fernsehveranstaltern und Programmzulieferern zu werbe- und jugendschutzrechtlichen Fragen beantwortet. Themen waren unter anderem:

- die Unzulässigkeit von Werbung für pornografische Internet-Angebote
- die jugendschutzrechtliche Bewertung eines geplanten Fernsehformats
- die werberechtlich korrekte Gestaltung von Splitscreen-Werbung
- die Abgrenzung zwischen Werbung und Hinweisen auf Begleitmaterialien
- die Unzulässigkeit von Sendebeiträgen staatlicher Stellen im regionalen Bürgerfunk

Hörfunkprogramme

Programmbeschwerden

Im Berichtsjahr befassten sich die zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der MA HSH mit 16 Hinweisen und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Problemen in von ihr zugelassenen Hörfunkprogrammen. In zwei Fällen ergab die nähere Prüfung keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen. Die übrigen Fälle führten zu folgenden Ergebnissen:

- Vier Beschwerden bezogen sich auf die Gewinnspielsendung „High Noon“ im Programm von Alster Radio 106!8 rock 'n pop. Moniert wurden diverse mögliche Verstöße gegen die Gewinnspielsatzung. Drei Beschwerden erwiesen sich als unbegründet. Es wurden jedoch ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot und mehrere Verstöße gegen die Regelungen zur Gestaltung des Spielablaufs festgestellt. Diese Verstöße wurden vom Medienrat am 11. November 2009 förmlich beanstandet.

- Zur Sendung „Schnackline“ im Programm von Alster Radio 106!8 rock 'n pop ging eine Hörerbeschwerde ein, die vermeintlich diskriminierende Äußerungen unter anderem über Politiker, Arbeitslose oder Behinderte kritisierte. Die Prüfung ergab keinen Anhaltspunkt für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen, da die Schwelle zur Diskriminierung nicht überschritten wurde. Dem Veranstalter wurde dennoch in einem Gespräch signalisiert, dass es wünschenswert wäre, wenn der Moderator künftig auf eine angemessenere Wortwahl bei den Anrufern hinwirken würde.

- Eine Programmbeschwerde betraf eine Falschmeldung bezüglich eines Unterrichtsausfalls in Schleswig-Holstein im Programm von R.SH. Da der Veranstalter den Fehler eingestand, sich bei der betroffenen Schule entschuldigte und darüber hinaus künftig zusätzliche Maßnahmen einsetzen wird, um Wiederholungsfälle zu vermeiden, wurde von einem aufsichtlichen Verfahren abgesehen.

- Eine bei der MA HSH eingereichte Beschwerde bezog sich auf die Sendung „Aggression als Chance“ im Programm des Internetradiosenders Byte FM. Sie richtete sich gegen eine vermeintliche Rechtfertigung von Aggression und Gewaltanwendung, die bei näherer Prüfung jedoch nicht festgestellt werden konnte.
- Eine Hörerbeschwerde über die Mitmach-Aktion „Wer macht's mit Max?“ im Programm des Senders Energy 97.1 wurde zur Prüfung an die KJM herangetragen. Bei der monierten Aktion hatte eine Hörerin in der Öffentlichkeit mehrfach einen Orgasmus simuliert. Die Aktion war jedoch deutlich als Scherz und Simulation erkennbar, so dass eine sozial-ethische Desorientierung von unter 12-jährigen Hörern nicht zu befürchten stand. Die KJM stellte entsprechend der MA HSH-Beschlussvorlage keinen Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) fest. Gleichwohl machte die MA HSH dem Sender gegenüber deutlich, dass die Gestaltung der Sendung kritikwürdig war.
- Zwei weitere Beschwerden betrafen ein Einzelgewinnspiel im Programm von Klassik Radio. Die Kritik bezog sich dabei unter anderem auf die nicht zeitnahe Auflösung des Gewinnspiels sowie auf die unzureichende Erfüllung der Hinweispflichten zu Teilnahmemöglichkeiten. Da Klassik Radio die Vorwürfe entkräften konnte und die bisher mangelhafte Erfüllung der Hinweispflichten umgehend nachbesserte, wurde von einem Aufsichtsverfahren abgesehen.
- Mit Blick auf mögliche jugendschutzrechtliche Verstöße im Programm von Radio Hamburg richteten sich zwei Hörerbeschwerden gegen die Aktion „Kohle oder Kneifen“. Ein Beschwerdeführer befürchtete eine Verletzung der Menschenwürde. Im Ergebnis stellte sich die Höreraktion in einzelnen Punkten zwar als medienethisch kritikwürdig heraus, in der Gesamtbewertung lag jedoch kein Verstoß gegen die medienrechtlichen Bestimmungen vor. Der Sender sicherte zudem zu, die medienethischen Überlegungen bei weiteren Planungen zu berücksichtigen.
- Bezüglich einer möglichen Verletzung von werberechtlichen Bestimmungen befasste sich eine Beschwerde mit einer Sendung im Programm von TIDE 96.0. Moniert wurde die Ausstrahlung einer zweistündigen werblichen Sendung anlässlich der Schiffstaupe des Kreuzfahrtdampfers „Mein Schiff“ der Firma TUI Cruises. Der Sender hatte unter anderem große Teile des TUI Cruises-Bühnenprogramms im Vorfeld der Schiffstaupe live übernommen. Insgesamt wurde das Kreuzfahrtschiff mit seinen Vorzügen und Dienstleistungsmerkmalen in der Sendung ausführlich und umfassend werbend erwähnt und dargestellt. Da der Bürger- und Ausbildungskanal TIDE 96,0 einem generellen Werbeverbot unterliegt, erfolgte eine förmliche Beanstandung durch den Medienrat.
- Im Nachgang zu einer Beschwerde aus dem Jahr 2008 bezüglich mehrerer nicht gekennzeichneten Werbebeiträge für eine Krankenkasse im Programm von Delta Radio wurde von einem Aufsichtsverfahren abgesehen. Der Veranstalter sagte in seiner Stellungnahme sowie in einem persönlichen Gespräch eine umgehende Nachbesserung bei der Werbekennzeichnung zu.
- Darüber hinaus wurde das im Vorjahr eingeleitete Prüfverfahren gegen die „Morning-Show“ im Programm von Alster Radio 106!8 rock 'n pop abgeschlossen. Im Raum stand hier der Vorwurf der Verbreitung von diskriminierenden Witzen über Türken. Nach gutachterlicher Befassung durch die KJM beschloss der Medienrat, eine förmliche Beanstandung auszusprechen.

Laufende Programmbeobachtung

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

- Im Programm von Alster Radio 106!8 rock 'n pop kam es zu einer unzulässigen Vermischung von Sponsoring und Werbung. Diese Problema-

tik wurde in einem Gespräch mit dem Sender thematisiert. Da am Ende des Berichtsjahres wiederholt werberechtlich unzulässige Spots geschaltet wurden, konnte das Verfahren noch nicht abgeschlossen werden.

Im Rahmen zweier Morgensendungen von Alster Radio 106!8 rock 'n pop wurden werbenahe Moderationen zur Neueröffnung einer „Hornbach“-Filiale in Hamburg festgestellt. Da die Moderation über das übliche Maß der Information hinausging, wurde zumindest teilweise die Grenze zur Schleichwerbung überschritten. In einem Gespräch wurde festgehalten, dass im Fall einer Wiederholung ein Aufsichtsverfahren eingeleitet werden wird.

In der „Morning Show“ von Alster Radio 106!8 rock 'n pop kam es zu einer teils expliziten Thematisierung von sexuellen Handlungen und jugendschutzrechtlich bedenklichen Äußerungen der Moderatoren. Wenngleich diese Beiträge nicht als rechtlich unzulässig zu werten waren, wurde der Veranstalter mit Blick auf Kinder und jugendliche Zuhörer um einen sensiblen Umgang mit diesem Thema gebeten.

Im Programm des Senders Oldie 95 wurde ein Beitrag für die Singlebörse „Parship“ beobachtet, der Merkmale von Schleichwerbung aufwies. Aufgrund der eher als gering einzuschätzenden werblichen Intensität wurde allerdings von einem Verfahren Abstand genommen. Oldie 95 wurde in einem Schreiben aufgefordert, Beiträge dieser Art künftig deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

Innerhalb des Programms von Pink Channel fiel auf, dass bei der Auslobung von Gewinnspielen nicht auf die möglichen anfallenden Kosten und die allgemeinen Teilnahmebedingungen hingewiesen wurde. Nach einem Hinweis der MA HSH erfolgte eine umgehende Nachbesserung der Moderation. Der Sender veröffentlichte darüber hinaus die Teilnahmebedingungen für Gewinnspiele auf seiner Homepage.

In einer Pressemitteilung eines Radiovermarkters wurde über eine redaktionell ein-

gebundene Kampagne der Deutschen Bahn im Programm von Radio Hamburg informiert. Eine Beobachtung dieser Radiopromotion ergab Anhaltspunkte für eine unzulässige Einflussnahme von Werbetreibenden auf das redaktionell gestaltete Programm. Der Veranstalter wurde aufgefordert, künftig besondere Sorgfalt bezüglich der Einhaltung des Verbots der Programmbeeinflussung sowie des Gebots der Trennung von Werbung und Programm walten zu lassen.

Im Programm des via Internet und Satellit ausgestrahlten Senders 2255live wurden bei zwei Gewinnspielsendungen mehrere mögliche Verstöße gegen die Vorgaben der Gewinnspielsatzung beobachtet. Da es sich bei 2255live um ein bundesweit ausgestrahltes Rundfunkangebot handelt, wurde der Fall zur abschließenden Prüfung an die ZAK geleitet. Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen

Beratung von Hörfunkveranstaltern

Der Schwerpunkt der Beratungstätigkeit lag bei der Klärung zahlreicher Fragen zu den rechtlichen Anforderungen an die Gestaltung von Einzelgewinnspielen und Gewinnspielen im Hörfunk.

Nach dem Inkrafttreten der Gewinnspielsatzung veranstaltete die MA HSH einen Workshop für die von ihr zugelassenen Rundfunkveranstalter, um über Hintergründe und Anwendung der Satzung zu informieren. Neben der Klärung praktischer Fragen wurden die rechtlichen Anforderungen bei der Auslobung von Gewinnspielen im Hörfunk thematisiert und insbesondere die Pflichten der Veranstalter im Hinblick auf den Jugend- und Verbraucherschutz, das Irreführungs- und Manipulationsverbot, die Anforderungen an Spielablauf, -gestaltung und -auflösung, die Höhe der Teilnahmegebühr, die Informationspflichten und die Auskunfts- und Offenlegungspflichten erläutert.

Aus Anlass einer Anfrage zur Zulässigkeit einer geplanten Gewinnspielsendung führte die MA HSH

ein Beratungsgespräch mit einem Veranstalter und gab rechtliche Hinweise zur praktischen Umsetzung der Gewinnspielsatzung.

- Eine weitere Anfrage bezog sich auf die geplante Veröffentlichung von Teilnahmebedingungen für unentgeltliche Gewinnspiele auf der Homepage eines Hörfunkveranstalters.

Darüber hinaus wurden zahlreiche weitere Beratungsanfragen von Hörfunkveranstaltern und Programmzulieferern beantwortet. Themen waren unter anderem:

- Die Zulässigkeit eines Sponsorhinweises eines Online-Erotikshops. Die Prüfung ergab zum einen die unzulässige Vermischung von Werbung und Sponsoring und zum anderen, dass eine Ausstrahlung aus jugendschutzrechtlichen Gründen nicht vor 22 Uhr möglich wäre. Eine Platzierung des Spots fand daher nicht statt.
- Die Zulässigkeit eines Werbespots für einen Fernsehsender, der sich auf die Ausstrahlung von Action- und Horrorfilmen spezialisiert hat. Der Spot war zwar als soziokulturell grenzwertig zu werten, medienrechtlich allerdings nicht zu beanstanden. Der Sender entschied sich aus Jugendschutzgründen für eine Ausstrahlung nach 22 Uhr.
- Die Sendefähigkeit einer werbewirksamen Rubrik für eine Elektromarktkette. Die Rubrik wurde als sendefähig bewertet unter der Voraussetzung, dass sie als Dauerwerbesendung gekennzeichnet wird. Da diese Rubrik in einer Sendestunde in das Programm genommen wird, ist der Sendezeitraum als Dauerwerbesendung zu kennzeichnen.
- Die rechtliche Ausgestaltung und Vollständigkeit von zu erteilenden Hinweisen bei der Veranstaltung von kostenpflichtigen Gewinnspielen (zum Beispiel innerhalb vorproduzierter Gewinnspielclaims).
- Die Zulässigkeit eines Spots in einem Werblock, der der Probandenakquise für eine klinische Studie diene. Die Anzeige zur Pro-

bandensuche stellte zwar keine Werbung im eigentlichen Sinne dar, verfolgte jedoch mittelbar eine kommerzielle Intention. Daher war die Ausstrahlung solcher Spots innerhalb eines Werbeblocks als zulässig einzustufen.

- Die Zulässigkeit eines Spots, der eine Unterschriftensammelaktion für eine anvisierte Parteigründung bewerben sollte. Da es sich um politische Werbung handelte, wurde die Ausstrahlung als unzulässig gewertet.

Telemedien

Jugendmedienschutz

Neben den Fernseh- und Radioprogrammen in ihrem Zuständigkeitsbereich überwacht die MA HSH auch die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter. Grundlage hierfür ist der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). 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 unterscheidet sich hinsichtlich Struktur und Organisation deutlich vom Rundfunkbereich. Bei der Wahrnehmung aufsichtlicher Aufgaben ist zu beachten, dass die im Internet häufigsten Rechtsverstöße nicht nur medienrechtlich, sondern oft zugleich strafrechtlich relevant sind. So gestalten sich auch die Verfahren bis hin zur Kooperation mit den jeweiligen Staatsanwaltschaften anders als im Rundfunkbereich. Bei den Fällen aus dem Bereich des Internets handelt es sich überwiegend um pornografische Angebote ohne einen ausreichenden Zugangsschutz sowie um entwicklungsbeeinträchtigende Angebote. Daneben geht es auch um rechtsextreme und andere indizierte Inhalte.

Im Jahr 2009 bearbeitete die MA HSH insgesamt 96 Prüffälle jugendschutzrelevanter Telemedienangebote. Die vergleichsweise hohe Zahl der

Prüffälle ergibt sich unter anderem dadurch, dass allein ein Anbieter für insgesamt 38 weitgehend übereinstimmende Angebote verantwortlich war, für die Prüfverfahren eingeleitet werden mussten. Die Mehrzahl der Prüffälle wurde von jugendschutz.net aufgegriffen und an die MA HSH weitergegeben. Daneben führte die MA HSH auch eigene Recherchen durch und prüfte ferner Beschwerden von Internetnutzern oder ging Hinweisen von Fachstellen oder anderen Landesmedienanstalten nach. Neun der 96 im Jahr 2009 bearbeiteten Telemedienfälle gehen auf solche Hinweise und Beschwerden zurück.

Die MA HSH leitet in der Regel sowohl die von ihr selbst aufgegriffenen Fälle als auch die eingegangenen Beschwerden nach Vorprüfung an jugendschutz.net weiter. jugendschutz.net weist den Anbieter dann auf die möglichen Verstöße hin. In einigen Fällen wendet sich die MA HSH auch direkt an den Anbieter. Bessert ein Anbieter nach entsprechenden Hinweisen durch jugendschutz.net beziehungsweise die MA HSH das problematische Angebot nach, kann auf eine weitere Verfolgung des Falls verzichtet werden. Erfolgt keine Nachbesserung, wird ein KJM-Prüfverfahren eingeleitet. Im Jahr 2009 hat sich die MA HSH in zwei Fällen wegen möglicher Verstöße direkt an die Anbieter gewandt und um Nachbesserung gebeten, die daraufhin auch erfolgte.

Stellt die KJM bei diesen Prüfungen einen möglichen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften fest, führt die MA HSH die Anhörung des Anbieters durch. Dies war 2009 sieben Mal der Fall. Dabei ist sie auch für die Überprüfung der Angebote und bei anhaltenden Verstößen für die Dokumentation des Sachstandes verantwortlich. Nach erfolgter Anhörung leitet die MA HSH die Fälle zur abschließenden Beschlussfassung erneut an die KJM und setzt abschließend die Entscheidung der KJM um. 2009 sprach die MA HSH in insgesamt zwölf Prüffällen eine Beanstandung aus. In vier Fällen wurde zusätzlich ein Bußgeld verhängt.

In Fällen, in denen die KJM zusätzlich einen möglichen Verstoß gegen das Strafgesetzbuch

(StGB) festgestellt hat, wie 2009 zwölf Mal geschehen, gibt die MA HSH den Vorgang zunächst an die zuständige Staatsanwaltschaft ab.

Insgesamt neun KJM-Prüffälle konnten im Jahr 2009 abgeschlossen werden, davon zwei Fälle nach Beanstandung und Eingang der Verwaltungsgebühr. Sieben Fälle wurden nach Beschluss der KJM eingestellt, da sie im Zuge des Anhörungsverfahrens nachgebessert worden waren. In zwei Fällen konnte zwar das Verfahren gegen den ursprünglichen Anbieter nach Eingang der Gebühr und Zahlung des Bußgelds abgeschlossen werden, die Fälle blieben aber weiter im Verfahren der MA HSH, da sie unverändert im Netz aufrufbar sind und ein neuer Anbieter mit Hamburger Adresse für das Angebot verantwortlich ist. Viele Fälle blieben auch nach erfolgter Beanstandung beziehungsweise Verhängung eines Bußgeldes im förmlichen Verfahren der MA HSH, weil die Anbieter Rechtsbehelfe gegen die erlassenen Bescheide eingelegt hatten beziehungsweise ein Vollstreckungsverfahren eingeleitet werden musste.

Die MA HSH steht auch den Anbietern von Telemedien für Beratungsgespräche zur Verfügung. Diese beziehen sich nicht nur auf Inhalte sondern auch auf die unterschiedlichen Jugendschutzfilter und Zugangssperren sowie Verfahrensfragen. Im Berichtszeitraum wurde so nach intensiver Beratung durch die MA HSH und Befassung durch jugendschutz.net beispielsweise ein Angebot nachgebessert, zu dem mehrere Beschwerden eingegangen waren.

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

Die 2009 im förmlichen Verfahren der MA HSH befindlichen Angebote wurden im Hinblick auf folgende Rechtsnormen geprüft, wobei zahl-

reiche Angebote gleich gegen mehrere Rechtsnormen verstießen:

Unzulässige Angebote nach § 4 JMStV:

- Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen: fünf Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2)
- Holocaustleugnung: ein Fall (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4)
- Minderjährige in unnatürlich geschlechtsbetonten Posen: zwei Fälle (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9)
- Pornografische Angebote außerhalb einer geschlossenen Benutzergruppe: 76 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)

Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote nach § 5 JMStV: 13 Fälle

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

Anbieterkennzeichnung

In den Bereich der Telemedienaufsicht fällt auch die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten. Nach § 55 des Staatsvertrags für Rundfunk und Telemedien (RStV) und nach § 5 des Telemediengesetzes (TMG) müssen Telemedienangebote Informationen über den Anbieter bereitstellen. Diese so genannte Anbieterkennzeichnung muss der Nutzer leicht erkennen und ständig und unmittelbar erreichen können.

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

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

Im Berichtsjahr prüfte die MA HSH zwanzig Telemedienangebote im Hinblick auf die erforderliche Anbieterkennzeichnung. In einem Fall bestand kein Anlass für eine rechtliche Beanstandung der Angaben, in elf Fällen konnte erreicht werden, dass die Anbieter ihre Angebote nachbesserten. In einem dieser Fälle handelte es sich um einen Teilnehmer an einem sogenannten „Domainparking“-Programm, der nach einem Hinweis der MA HSH sowohl die Anbieterkennzeichnung des ursprünglich aufgefallenen Angebots als auch die seiner über 1.000 weiteren Domains nachbesserte. Drei Angebote wurden im Lauf des Verfahrens durch die Anbieter gelöscht. Fünf Verfahren waren zum Jahresende noch nicht abgeschlossen.

Zusätzlich wurden vier Beschwerden wegen mangelhafter Anbieterkennzeichnungen aus Zuständigkeitsgründen an andere Stellen weitergeleitet.

5 Medienforschung

Gegenstand der Medienforschung sind Phänomene aus dem Bereich der Programmentwicklung, der Medienwirtschaft und der Medientechnik. Ergebnisse ihrer Analysen helfen beim Erschließen von Wirkungszusammenhängen, dem Aufdecken von Fehlentwicklungen und der Entwicklung von Strategien zur Vermeidung von Risiken. Die Erkenntnisse der Medienforschung liefern zudem wichtige Impulse für den öffentlichen Dialog über medienrelevante Themen und zeigen den verschiedenen Beteiligten Optimierungspotenziale auf. 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 2009 ein Forschungsprojekt zur Medienkompetenz realisiert:

netzdurchblick.de - Internetratgeber für Schüler

Im Zentrum dieses Projekts, das an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) durchgeführt wird, stand im Jahr 2009 die Konzipierung und Gestaltung der Website „netzdurchblick.de“. Die Seite soll Kindern und Jugendlichen im Alter von 12 bis 16 Jahren dabei helfen, spielerisch die Nutzung des Internets zu erlernen, ihnen Tipps für das richtige Online-Verhalten vermitteln und dabei auf Risiken und Gefährdungen aufmerksam machen.

Die im Sommersemester 2009 entwickelte Webseite wurde im Laufe des Wintersemesters 2009/2010 im Rahmen einer HAW-Lehrveranstaltung überprüft und ergänzt. Sie wurde in verschiedenen situativen Kontexten (Schulen, Bibliothek, Jugendzentren) bei der jugendlichen Zielgruppe getestet und nach den gewonnenen Erkenntnissen und erhobenen Hinweisen neu gestaltet.

Im Sommersemester 2010 werden Modellkonzepte zur Multiplikation und didaktischen Vermittlung der Website entwickelt und erprobt, die sich an die Zielgruppe der 12- bis 16-Jährigen selbst, aber auch an ihre Lehr- bzw. Be-

treuungskräfte in den genannten Paxisfeldern richten.

Ziel ist, das Studienprojekt nach Abschluss der letzten Projektphase in die Hände eines Trägers zu überführen, der den Internetratgeber für Jugendliche weiterhin betreut, aktualisiert und in verschiedenen Bildungsmaßnahmen umsetzt.

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 (IM•GÖ - Institut für Medienforschung Köln Göttingen).

6 Medienkompetenz

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 Aufgabe der MA HSH.

Die größten Lücken in der Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein bestehen derzeit im Bereich der Online-Nutzung durch 6- bis 13-Jährige. Dies ist das Ergebnis einer im Auftrag der MA HSH durchgeführten Bestandsaufnahme des Institut für Medienforschung IM•GÖ unter der Leitung von Prof. Dr. Helmut Volpers im Jahr 2008. Vor diesem Hintergrund konzentriert sich die MA HSH bei der Förderung von Medienkompetenz auf die Risiken der Internetnutzung, denen sich junge Leute ausgesetzt sehen, ohne dabei die alten Medien Fernsehen und Hörfunk aus den Augen zu verlieren.

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. In Kapitel 11 können Sie dazu mehr erfahren.

Im Rahmen ihrer Kontrollaufgabe über die Inhalte elektronischer Medien wirkt die MA HSH unter Aspekten des Jugendmedienschutzes darauf hin, Beeinträchtigungen von jungen Menschen zu verhindern. Gerade beim Internet stößt die repressive Kontrolle jedoch schnell an ihre Grenzen. Dagegen ist der präventive Jugendmedienschutz, wie er durch die Vermittlung von Medienkompetenz befördert wird, insbesondere bei der Nutzung des Internets von entscheidender Bedeutung. Potenzielle Gefährdungen sollen durch Aufklärung und Qualifizierung von Kindern, Jugendlichen, Eltern und Pädagogen reduziert werden.

Im Jahr 2009 hat die MA HSH eine Reihe vielfältiger Medienkompetenzprojekte initiiert und gefördert, die sich an Kinder und Jugendliche wie auch an Eltern, Lehrer und Multiplikatoren rich-

ten. Gleichzeitig engagierte sie sich im Bereich der Medienkompetenzforschung und baute ihre Rolle als zentrale Ansprechpartnerin für die Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter aus. So konnte ein enges kommunikatives Netzwerk zwischen der MA HSH und den relevanten Behörden, Ämtern, Instituten, Einrichtungen, Vereinen und den medienpädagogischen Szenen in Hamburg und Schleswig-Holstein aufgebaut werden.

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

Kinder und Jugendliche

Schnappfisch-Media - Schüler machen Medien

Der Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal TIDE setzte im Jahr 2009 das Projekt Schnappfisch-Media – Schüler machen Medien fort. Die Förderung erfolgt in Zusammenarbeit mit der Hamburger Behörde für Schule und Berufsbildung (BSB). Im Rahmen des Projekts werden Kinder und Jugendliche bei der Produktion eines regelmäßig ausgestrahlten Radio- und Fernsehmagazins sowie einer Website angeleitet und unterstützt.

Kinderredaktion Radiofuchse

Unter medienpädagogischer Betreuung erstellen Kinder im Alter zwischen 8 und 14 Jahren bei den Radiofuchsen 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. Im Jahr 2008 wurde das interkulturelle Projekt mit dem Dieter Baacke Preis ausgezeichnet.

Das Projekt verfügt zudem über eine auditive Internetpräsenz, auf der die Radiofuchse ihre Themen bundesweit und unabhängig von Sendezeiten veröffentlichen können. Dank interaktiver Elemente haben sie zusätzlich die Möglichkeit, direkt mit ihren Hörern in Kontakt zu treten. Das aktuelle Angebot wird im Jahr 2010 um weitere Funktionen wie einen Chat, eine Vorlese-Funktion und die Möglichkeit, sich die Sendungen als Pod-

casts herunter zu laden, erweitert. Schon im Mai 2009 wurde die Seite in die Arbeitsgemeinschaft vernetzter Kinderseiten Seitenstark (www.seitenstark.de) aufgenommen.

PIF! PC- und Internetführerschein

PC und Internet sind zunehmend auch Teil der Lebenswelt von Kindern. Um diese Medien sinnvoll und mit Freude zu nutzen und dabei den Aspekt der Sicherheit nicht außer Acht zu lassen, bedarf es Kompetenzen, die von Beginn an ausgebildet werden müssen. Seit Herbst 2009 können sich Kindertageseinrichtungen (Hortgruppen) sowie weitere Einrichtungen der außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit für die kostenlose Durchführung des von der MA HSH geförderten PIF! anmelden. Teilnehmen können Kinder im Alter von 8 bis 12 Jahren. Eine Begleitung der Aktionen durch Mitarbeiterinnen der Einrichtung ist Teil des Konzepts.

Nach Absolvierung der drei angebotenen Aktionen zu den Themen „Surfen wie die Profis – Sicher unterwegs im Netz!“, „Chatten, E-Mails und ICQ – Tippst du schon oder redest du noch?“ und „Das Web 2.0, das Internet als Mitmach-Medium. Was ist möglich und was ist erlaubt?“ sind die teilnehmenden Kinder und die begleitende Betreuungsperson fit fürs Internet!

MediaScouts

In Zusammenarbeit mit der Aktion Kinder- und Jugendschutz Landesarbeitsstelle Schleswig-Holstein (AKJS-SH), dem Kreis Dithmarschen, der Stadt Neumünster sowie dem Kreis Schleswig-Flensburg startete der Verein Schnittpunkt e.V. aus Heide ein neues Pilotprojekt in den genannten Regionen. Nach einer externen Evaluierung der Pilotphase soll das Projekt flächendeckend in Schleswig-Holstein und Hamburg angeboten werden. Ziel des Projekts ist die Qualifizierung von Jugendlichen durch Jugendliche (peers) in den Bereichen Internet/Web 2.0, Computer-/Onlinespiele und Handy. Die Projektergebnisse werden gesammelt und redaktionell bearbeitet als Handreichung auf DVD veröffentlicht.

www.juuuport.de

www.juuuport.de ist ein web-2.0-basiertes Selbsthilfe-Angebot von Jugendlichen für Jugendliche. Die Plattform bietet ihnen die Möglichkeit, selbständig und gemeinsam Lösungsstrategien für ihre Probleme im Web zu erarbeiten und dort (eigen)initiativ und kreativ ihre Rechte durchzusetzen. Dabei werden sie von Gleichaltrigen unterstützt, die von Experten zu Scouts ausgebildet wurden und ehrenamtlich arbeiten. Die Initiative für juuuport ging von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) aus, die die Entstehung der Plattform gemeinsam mit anderen Förderern finanziert hat. Die MA HSH fördert insbesondere die dem Projekt angegliederte Begleitforschung.

Eltern, Lehrer und Multiplikatoren

Newsletter MEiER

Der Verein Schnittpunkt e.V., Heide, erhielt 2009 für das Projekt MEiER – Medieninformationsdienst für alle Erziehenden schon im zweiten Jahr einen Förderungsbetrag von der MA HSH. Der 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 Angeboten und Anfragen aus der Bevölkerung und bietet Möglichkeiten zum Austausch zwischen den Medieneinrichtungen. Die Zuwendung der MA HSH ist vorgesehen für den Ausbau und die redaktionelle Betreuung des Internetportals www.mediennetz-hamburg.de.

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 ist auch im Internet unter www.flimmo.de verfügbar.

Internet ABC e.V.

Die MA HSH ist Fördermitglied im Verein Internet ABC e.V., der unter www.internet-abc.de zahlreiche Informationen für den kompetenten und sicheren Umgang mit dem Internet für Kinder, Eltern und Pädagogen bereit hält. Zum weiteren Angebot des Vereins gehören eine Handreichung für Lehrerinnen und Lehrer und eine CD-Rom, die mit Informationen und Übungsmaterial Eltern, Lehrer und Kinder beim gemeinsamen Einstieg ins Internet unterstützt.

Aktion Sicheres Internet

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

ElternMedienLotsen

Was machen Kinder im Internet? Welche Inhalte tauschen sie auf ihren Handys aus? Wie gefährlich sind die Spiele, die sie auf ihren Computern haben?

Viele Eltern stehen den neuen Medien mit all ihren Gefahren und Möglichkeiten ratlos gegen-

über. Eltern-Medien-Lotsen helfen, diese Wissenslücken zu schließen. Sie beraten auf Elternabenden oder in Sprechstunden an Schulen und geben Erwachsenen Hilfestellung bei der Orientierung im virtuellen Dschungel. Im Rahmen der Initiative Eltern@Medien werden in Schleswig-Holstein und Hamburg Eltern-Medien-Lotsen ausgebildet und kostenlos vermittelt. Das Projekt wird in Schleswig-Holstein vom Offenen Kanal Schleswig-Holstein (OKSH) und in Hamburg vom Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal TIDE organisiert.



7 Beteiligungen

Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

Die MA HSH ist Mitgesellschafterin der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein. Die Medienstiftung fördert die Aus- und Weiterbildung junger Menschen im Medienbereich und verwirklicht gemeinsame Projekte von Medienausbildungsstätten in Schleswig-Holstein und Hamburg. Weiterhin gehört die Förderung der technischen Infrastruktur und neuartiger Rundfunkübertragungstechniken zu ihren Aufgaben. Die Gesellschafterversammlung der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein tagte im Berichtszeitraum viermal. Die MA HSH wird dort durch den Direktor vertreten. Im Berichtszeitraum wurden 41 Projekte mit insgesamt 833.556,66 Euro gefördert.

8 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen 2009

Auch im Jahr 2009 hat die MA HSH eine Reihe von Veranstaltungen organisiert und sich in Kooperation mit verschiedenen Institutionen an der Durchführung weiterer Fachveranstaltungen beteiligt.

25. Februar

Gemeinsam mit der Dr. Hans Hoch Stiftung und dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein hat die MA HSH im Theater in der Stadthalle Neumünster vor rund 300 Gästen zum fünften Mal den „Medienpreis Schleswig-Holstein“ verliehen. Mit ihm werden die Werke junger Medienschaffender prämiert, die im Wettbewerb ihre kreativen Fähigkeiten im Umgang mit den neuen Medien unter Beweis gestellt haben.



25. März

Im Rahmen einer Pressekonferenz in Berlin hat die MA HSH die gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten in Auftrag gegebene interdisziplinäre Studie „Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen – Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen“ präsentiert. Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter „Publikationen 2009“ in diesem Kapitel.



9. Juni

Gemeinsam mit dem Hans-Bredow-Institut und der Alcatel-Lucent Stiftung hat die MA HSH eine Tagung zum Thema „Finanzierung von Qualitätscontent - Neue Werbeformen, neue Finanzierungsstrategien und ihr Einfluss auf Programminhalte und journalistische Qualität“ ausgerichtet. Hochkarätige Vertreter aus der Praxis - von Rundfunkveranstaltern über Produktionsfirmen bis zur werbetreibenden Wirtschaft - aber auch aus der Medienwissenschaft erörterten Chancen und Risiken und diskutierten diese mit dem Fachpublikum. Das Thema des Internationalen Mediendialogs Hamburg „Wege aus der Krise“ vom Vortag wurde auf diese Weise vertieft und fortentwickelt.



18. Juni

Eine positive Bilanz ihrer länderübergreifenden Arbeit haben die MA HSH und die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein in Kiel gezogen und den Parlamentariern beider Länder auf dem zum zweiten Mal gemeinsam organisierten Parlamentarischen Abend Gelegenheit zum Austausch über die Medien im allgemeinen und den Film im besonderen geboten.



Zeitgleich stellte die MA HSH ihren überarbeiteten, serviceorientierten Internetauftritt www.ma-hsh.de online. Einen neuen Schwerpunkt bildet die Medienkompetenz mit vielen praktischen Informationen.

1. September

Zum ersten Mal nach drei Jahren hat die MA HSH wieder einen Jahresempfang in Hamburg veranstaltet, mit 500 Gästen aus Medien, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Unter ihnen war auch Hamburgs Erster Bürgermeister Ole von Beust, der in seinem Grußwort erklärte, dass sich die MA HSH als starker Partner für die Medienwirtschaft etabliert habe und ein gefragter Berater geworden sei. Er sei sich sicher, dass sie auch in Zukunft ein kompetenter Ansprechpartner im Norden sein werde.



24. September

Die MA HSH hat sich am zweiten, von der Media Business Academy ins Leben gerufenen, „Media Convergence Summit“ zum Thema „Kreativität im Zeitalter medialer Konvergenz“ beteiligt, der sich mit Wirtschaftlichkeit und Wachstumschancen der digitalen Märkte befasste.



16. - 19. November

Bereits zum neunten Mal haben die gemeinsam von der MA HSH, der IHK Kiel, der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein und dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein organisierten und koordinierten Mediatage Nord in Kiel stattgefunden. Mit 25 Veranstaltungen zum Thema „Digital leben“ boten die Akteure den Besuchern erneut ein umfangreiches Programm, das den digitalen Alltag aus den Blickwinkeln von Wirtschaft, Innovation, Audiovisuellem und Medienkompetenz beleuchtete.

17. November

Auf der MA HSH-Veranstaltung „Schöne neue Welt? Kindheit im digitalen Zeitalter“ im Rahmen der Mediatage Nord hat Prof. Dr. Michael Schulte-Markwort, Direktor der Poliklinik für Kinder- und Jugendpsychiatrie des Universitätsklinikums Hamburg-Eppendorf, betont, dass es bei der Medienkompetenz sinnvoll sei, die Aufmerksamkeit auf Risikogruppen zu fokussieren und finanzielle Mittel dort zu bündeln. Die stellvertretende Vorsitzende des Medienrats der MA HSH, Frauke Hamann, kündigte an, dass sich die MA HSH künftig noch stärker der Medienkompetenzvermittlung widmen werde.



Publikationen 2009

Studie „Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen – Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen“

Die Studie „Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen – Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen“ wurde im März 2009 im Rahmen einer Pressekonferenz öffentlich vorgestellt. Die unter der Federführung der MA HSH gemeinsam mit sieben weiteren Landesmedienanstalten in Auftrag gegebene interdisziplinäre Studie hat Neuland betreten. In ihrem kommunikations- und rechtswissenschaftlichen Teil haben die Autoren Prof. Dr. Helmut Volpers, Leiter des Instituts für Medienforschung Göttingen & Köln GmbH (IM•GÖ), und Prof. Dr. Bernd Holznagel, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Leiter des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, erstmals untersucht, woran Zuschauer TV-Werbung als solche erkennen und welche Regulierungsoptionen sich hieraus ergeben. Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse hält der Gutachter im rechtlichen Teil der Studie die Einführung von Produktplatzierung mit einem klaren Rechtsrahmen für möglich.

Die Studie ist als Band 2 der MA HSH-Schriftenreihe erschienen.

Weitere Publikationen gemeinsam mit verschiedenen Partnern

- MEiER – Medieninformationsdienst für alle Erziehenden, in Zusammenarbeit mit Schnittpunkt e.V.
- Flimmo, herausgegeben von Programmberatung für Eltern e.V.
- Faltblatt „Chatten ohne Risiko? Was Eltern und Pädagogen wissen sollten“, in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net
- Faltblatt „Wollen wir chatten?“ „Ja, sicher!“, in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net
- Faltblatt „Surfen. Kinder sicher online“, in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net

MEiER – Medieninformationsdienst für alle Erziehenden, in Zusammenarbeit mit Schnittpunkt e.V.

Weitere Informationen finden Sie in Kapitel 6.

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

9 Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)

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

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

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

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

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

beschlossen wurde. Eine wesentliche Änderung betrifft die Einrichtung einer Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) für die ALM und nach § 35 Abs. 7 RStV für die ZAK und die GVK als Organen der Landesmedienanstalten nach § 35 Abs. 2 RStV sowie deren nähere Ausgestaltung. Die GGS mit Sitz in Berlin, die im April 2010 ihre Arbeit aufgenommen hat, organisiert und koordiniert unter Geschäftsführung des ALM-Vorsitzenden die Aufgaben für die ZAK, die GVK und die ALM.

Die Geschäftsführung der ALM liegt 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 der ALM, seit dem 1. September 2008 auch Vorsitzender der ZAK. Seine Amtszeiten wurden mit Beschluss vom 18. November 2009 um jeweils ein weiteres Jahr verlängert.

Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

Mitglieder der DLM sind die gesetzlichen Vertreter der 14 Landesmedienanstalten. Die DLM unterhält den Informations- und Meinungsaustausch mit Rundfunkveranstaltern, gestaltet gemeinsame Angelegenheiten im Bereich der audiovisuellen Medien und holt Gutachten zu Fragen mit grundsätzlicher Bedeutung für die Mitgliedsanstalten ein. Sie stimmt Satzungen und Richtlinien ab und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung. Aus ihrem Kreis haben die Direktoren für die Arbeitsbereiche Europa, Bürgermedien, Hörfunk, Recht und Verwaltung je einen Beauftragten gewählt, wobei die Berufung der Beauftragten nach dem geänderten ALM-Statut künftig der Gesamtkonferenz obliegt. Darüber hinaus erörtern die Mitglieder der Technischen Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM) technische und planerische Fragen. Die DLM wählte bislang zudem die Vertreter der Landesmedienanstalten in KEK und KJM, wobei die Wahl der Zustimmung der GVK bedurfte. Die DLM trat 2009 zu zehn Sitzungen zusammen.

Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

GVK sind die Vorsitzenden der Beschlussgremien aller Landesmedienanstalten. Mit Inkrafttreten des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags erweiterte sich ihr Zuständigkeitsbereich, der nun unter anderem Auswahlentscheidungen bei der Zuweisung von Übertragungskapazitäten und die Entscheidung über die Belegung von Plattformen einschließt. In der GVK werden auch Fragen aus dem Bereich der Medienpolitik und der Medienethik beraten und die Qualität der Programme thematisiert. Die GVK kam 2009 zu fünf Sitzungen zusammen.

Gesamtkonferenz (GK)

GK ist der Zusammenschluss von DLM und GVK. Hier werden Angelegenheiten beraten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Nach dem geänderten ALM-Statut wählt die GK auf Vorschlag der DLM den ALM-Vorsitzenden und beruft auf Vorschlag der DLM die seitens der Landesmedienanstalten in die KEK und die KJM zu entsendenden Mitglieder, die ZAK-Beauftragten und den Vorsitzenden der TKLM. Zudem vermittelt die GK bei Kompetenzstreitigkeiten unter den Kommissionen. In 2009 fanden zwei Sitzungen der GK statt.

Kommissionen

Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

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

Der Beauftragte für Programm und Werbung (BPW) bereitet die Entscheidungen der ZAK über Zulassung und Programmaufsicht bei bundesweiten Rundfunkangeboten, über Anträge auf Bestätigung der medienrechtlichen Unbedenklichkeit von Telemedienangeboten sowie über Verstöße gegen Werbe- und Sponsoringverstöße vor. BPW war in 2009 Prof. Dr. Norbert Schneider, Direktor der LfM. Seine Nachfolge trat am 1. April 2010

Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH, an.

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

Einen Schwerpunkt in der Tätigkeit des BPW bildete im Berichtszeitraum die Überarbeitung der gemeinsamen Werberichtlinien der Landesmedienanstalten, die an die Neuregelungen im 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (13. RÄStV) angepasst wurden. Ein wesentliches Element des 13. RÄStV, der die Europäische Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste in deutsches Recht umsetzt, ist, dass Produktplatzierung unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt wird. Zu diesem Thema hatte sich die MA HSH mit einem Positionspapier frühzeitig zu Wort gemeldet und konkrete Anforderungen an eine zulässige Produktplatzierung formuliert. Die Werberichtlinien wurden im März 2010 von der GK beschlossen.

Einen weiteren Schwerpunkt bildete die unter der Federführung des BPW und unter Mitwirkung der MA HSH erarbeitete gemeinsame Satzung der Landesmedienanstalten über die Gewinnspiel-sendungen und Gewinnspiele (Gewinnspielsatzung), die nach umfänglichen Vorarbeiten und Anhörungsverfahren und nach Zustimmung aller Landesmedienanstalten im Februar 2010 in Kraft getreten ist.

Ergänzend zum BPW nimmt der Beauftragte für Plattformregulierung und Digitalen Zugang (BPDZ) den zweiten Aufgabenschwerpunkt der ZAK wahr. Er begleitet die Digitalisierung und bereitet in Kooperation mit den zuständigen Mitarbeitern innerhalb der Landesmedienanstalten die Entscheidungen der ZAK etwa zu Fragen der Zugangsoffenheit von Plattformen, Navigatoren oder Verschlüsselungssystemen vor. BPDZ war im Jahr 2009 Dr. Hans Hege, Direktor der mabb. Im Berichtszeitraum befasste er sich schwerpunktmäßig mit der Umsetzung der durch den 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eingeführten techno-

logieneutralen Plattformregulierung. Dies betraf einerseits die notwendige Identifizierung aller in Deutschland aktiven Plattformen und die Aufforderung an die Betreiber, ihrer Anzeigepflicht nach § 52 Abs. 3 RStV nachzukommen. Andererseits betraf die Umsetzung die Schaffung der nach § 53 RStV vorgesehenen gemeinsamen Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten und zur Plattformregulierung (Zugangs- und Plattformsatzung), die im März 2009 in Kraft getreten ist. Weitere Themen waren unter anderem die Nutzerfreundlichkeit von Navigatoren und EPGs, die Beschleunigung des Analog-Digital-Umstiegs im Kabel und die Sicherung der Interoperabilität von Set-Top-Boxen. Zudem veröffentlichten die Landesmedienanstalten auch 2009 ihren unter der Federführung des BPDZ erstellten Digitalisierungsbericht.

Im Rahmen der bundesweiten Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten war die MA HSH im Bereich der Programmaufsicht an zehn Prüfgruppen der ZAK beteiligt. In einem Großteil der Fälle ging es um die Einhaltung der Bestimmungen der Gewinnspielsatzung, insbesondere wurden Verstöße gegen die Hinweispflichten und Verstöße gegen das Irreführungsverbot festgestellt und beanstandet. Zwei Prüfgruppen widmeten sich werberechtlichen Problematiken, in beiden Fällen konnte von einer Beanstandung abgesehen werden.

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

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Die KEK ist zuständig für die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Bevor ein Fernsehprogramm zugelassen wird oder bei Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse an Fernsehveranstaltern beurteilt die KEK, ob die Gefahr besteht, dass ein Unternehmen vorherrschende Meinungsmacht erlangen könnte. Dabei wird die

KEK jeweils für die Landesmedienanstalt tätig, bei der die Sendelizenz erteilt beziehungsweise beantragt worden ist. Die KEK besteht aus sechs von den Ministerpräsidenten der Länder berufenen Sachverständigen und sechs Direktoren der Landesmedienanstalten.

Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

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

Die KJM besteht aus zwölf Mitgliedern, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten, zu denen seit dem 15. Januar 2008 auch der Direktor der MA HSH zählt.

Die Landesmedienanstalten tragen Aufsichtsfälle aus ihrem Zuständigkeitsbereich an die KJM heran. Diese entscheidet anschließend, ob ein Verstoß gegen die gesetzlichen Bestimmungen vorliegt und beschließt gegebenenfalls Aufsichtsmaßnahmen. Die MA HSH ist an allen Prüfungsvorgängen beteiligt. Vier ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden als KJM-Prüfer berufen. Im Berichtsjahr waren sie in dieser Funktion an insgesamt sechs KJM-Prüfgruppen beteiligt. Darüber hinaus finden rund alle acht Wochen Sitzungen von KJM-Prüfgruppen unter Leitung eines MA HSH-Mitarbeiters in Norderstedt statt. Zudem engagiert sich die MA HSH in verschiedenen KJM-Arbeitsgruppen.

Einnahmestruktur

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

Zur Erfüllung ihrer Aufgaben standen ihr im Jahr 2009 Einnahmen in Höhe von rund 3,1 Mio. Euro zur Verfügung.

Die Einnahmen der MA HSH setzten sich 2009 im Einzelnen wie folgt zusammen:

Anteil aus der Rundfunkgebühr einschließlich der Nachzahlung aus 2008	1.995 T€
Rundfunkabgabe der Hörfunk- und Fernsehveranstalter	768 T€
Verwaltungsgebühren	95 T€
Sonstige Einnahmen	79 T€
Entnahmen aus Rücklagen	156 T€

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

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

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

Im Übrigen stehen Einnahmen aus Verwaltungsgebühren, Bußgeldern, Zinsen und anderen Ein-

nahmen zur Verfügung. Regelmäßig werden für Pensionszahlungen Beiträge aus den dafür angelegten Rücklagen entnommen.

Ausgabenstruktur

Die Personal-, Sach- und Fachausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 2009 in Höhe von insgesamt rund 3,1 Mio. Euro gliedern sich schwerpunktmäßig wie folgt:

Personalausgaben	1.392 T€
Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte	303 T€
Sachausgaben einschließlich Investitionen und Rücklagen	755 T€
Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und Projekte	273 T€
Gemeinsame Aufgaben der Landesmedienanstalten	304 T€
Medienrat	64 T€

Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2009 insgesamt 23 Stellen umfasste. In den Personalausgaben sind Ausgaben für Fortbildungen, Beihilfeversicherung, Aus Hilfskräfte, 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. 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. Im Ergebnis schließt die Jahresabrechnung mit einem Überschuss von insgesamt 112.908,72 Euro ab, der satzungsgemäß an die Anbieter im Verhältnis zu ihren geleisteten Abgaben zurückgeführt wird.

Haushaltsplan

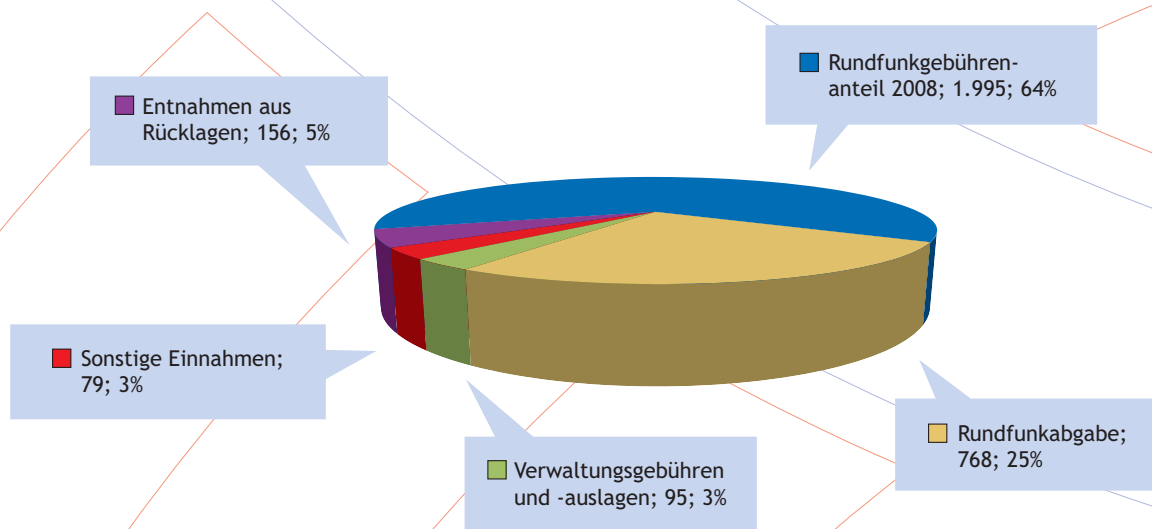
Einnahmen und Ausgaben der MA HSH werden im Haushaltsplan der MA HSH jährlich dargestellt. Der Haushaltsplan 2009 in der Fassung des Nachtragshaushaltsplans schloss in Einnahmen und Ausgaben mit einem Volumen von 3.093 T€ ab. Die finanziellen Schwerpunkte des Haushaltsjahrs 2009 sind in den nachstehenden Diagrammen dargestellt:

Jahresabrechnung 2009

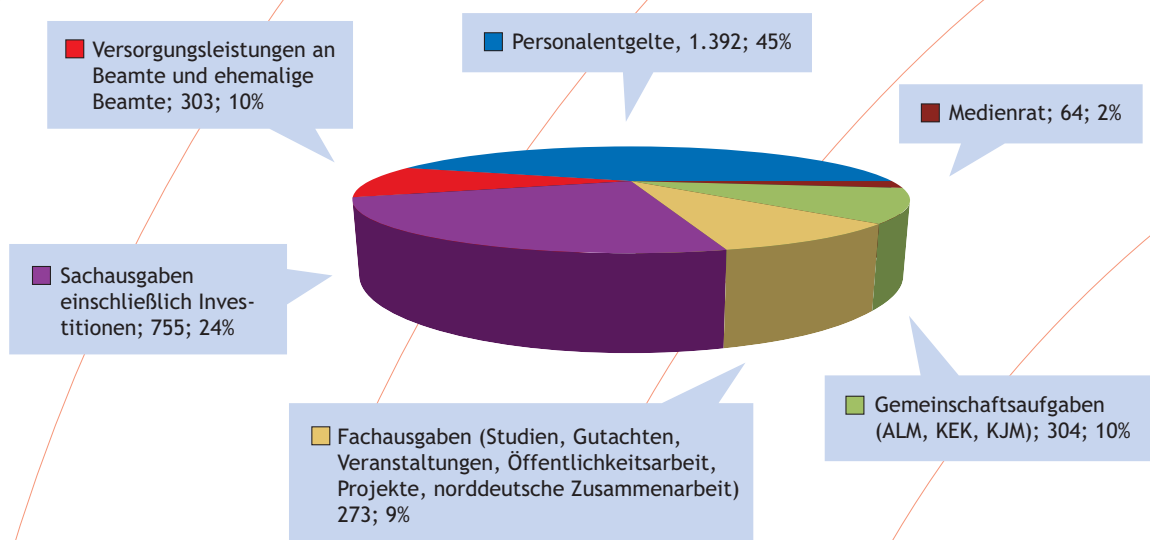
Im Berichtszeitraum des Haushaltsjahrs 2009 wurde der Jahresabschluss erstellt.

Die Jahresabrechnung des Haushaltsjahrs 2009, die entsprechend der Landeshaushaltsordnung (LHO) des Landes Schleswig-Holstein aufzustellen ist, ist von den beauftragten Wirtschaftsprüfern geprüft worden. Der Prüfungsbericht bescheinigt der MA HSH, dass die Haushalts- und Kassenführung im Rechnungsjahr 2009 formell und materiell ordnungsgemäß war.

Übersicht über die Einnahmen der MA HSH im Haushaltsjahr 01.01. bis 31.12.2009 (in T€)



Übersicht über die Ausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 01.01. bis 31.12.2009 (in T€)



Die Zulässigkeit von Produktplatzierungen im deutschen Rundfunk

von Torsten Giebel

Einer der wichtigsten Grundsätze des Medienrechts ist die Trennung von Programm und Werbung. Die Zuschauer sollen zu jeder Zeit wissen, ob sie redaktionelle Inhalte oder kommerzielle Werbung in einem Programm sehen.

Die Werberegeln des Rundfunkstaatsvertrages sehen daher für die privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme strikte Trennungs- und Kennzeichnungsgebote vor. Schleichwerbung, also die Erwähnung oder Darstellung von Waren und Dienstleistungen zu Werbezwecken in Sendungen, ist generell unzulässig. Die Zuschauer dürfen in Bezug auf die eigentlichen Werbe- bzw. Verkaufszwecke dieser Erwähnung oder Darstellung nicht irregeführt werden. Jede Form von Produktplatzierung im Programm war insoweit bislang unzulässig.

Mit Inkrafttreten des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages zum 1. April 2010 hat sich dies nun geändert. Im Zuge der Umsetzung der Regelungen der EU-Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste vom 11. Dezember 2007 wurde mit den neuen §§ 2, 7, 15 und 44 RStV erstmals die Platzierung von Produkten und Dienstleistungen in redaktionellen Programmen unter bestimmten Voraussetzungen für zulässig erklärt. Werbetreibende können nunmehr unter bestimmten Voraussetzungen Waren, Dienstleistungen, Namen und Marken gegen Entgelt in Rundfunksendungen mit der Absicht der Absatzförderung erwähnen oder darstellen.

Zur Konkretisierung dieser Anforderungen an die Produktplatzierung im Rundfunkstaatsvertrag haben die Landesmedienanstalten - soweit die Regelungen private Rundfunkveranstalter betreffen - im Frühjahr 2010 gemeinsame Werberichtlinien für das Fernsehen beschlossen. ARD und ZDF haben in ihren Werberichtlinien vergleichbare Anforderungen aufgenommen. Ins-

besondere hinsichtlich der Kennzeichnung von Produktplatzierung haben sie sich dabei mit den Landesmedienanstalten abgestimmt.

Voraussetzungen für zulässige Produktplatzierungen

Die Neuregelungen gehen weiterhin von einem Verbot von Schleichwerbung und Themenplatzierung aus. Produktplatzierung ist nach § 7 Abs. 7 Satz 2 RStV jedoch im Rahmen der Vorgaben der §§ 15 und 44 RStV für privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk nunmehr erlaubt.

Im privaten Rundfunk ist Produktplatzierung nach § 44 RStV zulässig

- ✚ in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, sofern es sich nicht um Sendungen für Kinder handelt, oder
- ✚ wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen und Preise, im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung kostenlos bereitgestellt werden, sofern es sich nicht um Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Sendungen für Kinder oder Übertragungen von Gottesdiensten handelt.

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gilt nach § 15 RStV Ähnliches.

Die Platzierung von Produkten in den oben genannten Sendungen setzt ferner nach § 7 Abs. 7 Satz 2 RStV voraus, dass

- ✚ die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit hinsichtlich Inhalt und Sendeplatz unbeeinträchtigt bleiben muss,
- ✚ die Platzierung nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern darf, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, und
- ✚ das Produkt nicht zu stark herausgestellt werden darf; dies gilt auch für kostenlos zur Verfügung gestellte geringwertige Güter.

Nach Ziff. 4 Nr. 6 WerbeRL muss eine Produktplatzierung redaktionell gerechtfertigt sein.

Dies ist der Fall, wenn das Produkt aus überwiegend programmlich-dramaturgischen Gründen in die Handlung oder den Ablauf integriert wird oder die Verwendung oder Darstellung des Produkts als Information zur Verdeutlichung des Inhalts der Sendung notwendig ist.

Dem Produkt darf bei seiner Platzierung keine auffällige Stellung im Sendungsverlauf eingeräumt werden.

Verbot von Themenplatzierung

Neben der Schleichwerbung ist nach § 7 Abs. 7 Satz 1 RStV auch Themenplatzierung generell unzulässig. Themenplatzierung ist die Programmintegration werblicher Aussagen bezüglich bestimmter Produkt- oder Dienstleistungsgattungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung (Ziff. 1 Abs. 3 WerbeRL). Daneben ist auch die Themenplatzierung wirtschaftlicher, politischer, religiöser oder weltanschaulicher Art unzulässig.

Kennzeichnungspflicht

Auf eine Produktplatzierung muss nach § 7 Abs. 2 Satz 3 RStV eindeutig hingewiesen werden. Sie ist zu Beginn und zum Ende einer Sendung sowie bei deren Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung oder im Hörfunk durch einen gleichwertigen Hinweis angemessen zu kennzeichnen. Dies geschieht dann, wenn die Kennzeichnung für die Dauer von mindestens drei Sekunden die Abkürzung „P“ als senderübergreifendes Logo für Produktplatzierungen enthält und durch Einblendung eines erläuternden Hinweises ergänzt wird. Die Nennung des Produktplatzierers beziehungsweise des platzierten Produkts ist bei der Kennzeichnung ausdrücklich nicht vorgesehen.

Fremdproduktionen

Auch Produktplatzierungen in Sendungen, die der Veranstalter nicht selbst produziert hat, müssen gekennzeichnet werden. Die Kennzeichnungspflicht entfällt bei diesen Fremdproduktionen nach § 7 Abs. 2 Satz 4 RStV nur dann, wenn nicht mit zumutbarem Aufwand ermittelbar ist, ob Produktplatzierung enthalten ist. Hierauf hat der Veranstalter ebenfalls hinzuweisen.

Unentgeltliche Produktionshilfen, Preise und Produktbeistellungen

Von der entgeltlichen Platzierung von Produkten in Sendungen sind so genannte unentgeltliche Produktionshilfen beziehungsweise Produktbeistellungen zu unterscheiden. Sie sind nach § 2 Abs. 2 Nr. 11 RStV nur dann rechtlich als Produktplatzierung zu behandeln und somit kennzeichnungspflichtig, wenn die betreffende Ware oder Dienstleistung von bedeutendem Wert ist. Dies gilt auch für Preise, die der Veranstalter für Gewinnspiele im Programm von Dritten gestellt bekommt.

Für die Ermittlung, ob eine kostenlos bereit gestellte Ware oder Dienstleistung für die Produktion von bedeutendem Wert ist, haben die Landesmedienanstalten in Ziff. 1 Abs. 2 WerbeRL Bewertungsgrundsätze aufgestellt.

Produktplatzierung im Hörfunk

Auch im Hörfunk ist nach dem Rundfunkstaatsvertrag die Platzierung von Produkten und Dienstleistungen möglich. In den Werberichtlinien Hörfunk der Landesmedienanstalten sind derzeit noch keine konkretisierenden Regelungen zur Produktplatzierung aufgenommen worden, da die praktische Relevanz dieser Sonderwerbeform für den Hörfunk noch nicht absehbar ist. Im Hörfunk sind allenfalls verbale Platzierungen von Produkten und Dienstleistungen möglich. Es hängt von der Hörfunkpraxis ab, ob es hier noch einer Erweiterung der Werberichtlinie Hörfunk bedarf.

Ausblick

Die Zukunft wird zeigen, ob die Möglichkeit der Platzierung von Produkten und Dienstleistungen von der werbetreibenden Wirtschaft genutzt und auf diese Weise ein signifikanter Beitrag zur Refinanzierung der Rundfunkprogramme geleistet werden wird. Das gilt auch für die Frage, wer letzten Endes tatsächlich davon profitieren wird. Es bleibt ferner abzuwarten, wie Produktplatzierungen von den Zuschauern angenommen werden.

Die Landesmedienanstalten wollen die Regelungen zur Produktplatzierung in den Werberichtlinien bis zum 31. März 2011 überprüfen. Eine Expertise soll hierfür die praktizierte Produktplatzierung im Fernsehen untersuchen.

Ein Jahr Gewinnspielsatzung - eine Zwischenbilanz

von Dr. Ingo Ullmann

Mit dem Inkrafttreten der Satzung der Landesmedienanstalten über die Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele (Gewinnspielsatzung) wurde Ende Februar 2009 eine neue Aufsichtsqualität geschaffen.

Notwendigkeit, Inhalt und Zielsetzung

Die Gewinnspielsatzung legt schärfere und auch neue Regeln für Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele im privaten Radio und Fernsehen fest. Ihr Ziel ist die Durchsetzung des „Fairplay“-Grundsatzes, indem sie Täuschungen ausschließt und die Transparenz der Spielabläufe erhöht.

Gesetzliche Grundlage der Gewinnspielsatzung ist der Zehnte Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag – 10. RÄStV), genauer § 8a i.V.m. §§ 46 Abs. 1 Satz 1, 58 Abs. 4 des Staatsvertrages über Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV). Erforderlich geworden war eine solche Satzung, da die ZAK eine zunehmende Anzahl von Verstößen gegen den „Fairplay“-Grundsatz zu beanstanden hatte, aufgrund der Gesetzeslage jedoch keine Bußgelder verhängen oder andere wirksame Maßnahmen treffen konnte. Auch hatten sich die Selbstverpflichtungserklärungen der Veranstalter als nicht zielführend erwiesen, so dass einmal mehr die Verhängung empfindlicher Sanktionen notwendig und durch die Gewinnspielsatzung erstmals möglich wurde.

Dem Wortlaut nach erstreckt sich der Geltungs- und Anwendungsbereich der Gewinnspielsatzung in der einen Richtung sowohl auf den Rundfunk als auch auf vergleichbare Telemedien und in der anderen Richtung sowohl auf Gewinnspiele als auch auf Gewinnspielsendungen. Für letztere gelten jeweils unterschiedliche Regeln, insbesondere dürfen an entgeltlichen Gewinnspielen Jugendliche bereits ab 14 Jahren teilnehmen, während die Teilnahme bei Gewinnspielsendungen erst ab 18 Jahren erlaubt ist. Sowohl für die Teilnahme an Gewinnspielen als auch für

die an Gewinnspielsendungen darf – wie schon in § 8a Abs. 1 Satz 6, 1. Halbsatz RStV geregelt – ein Entgelt von insgesamt höchstens 50 Cent verlangt werden. Dies gilt vor allem für Anrufe aus dem deutschen Festnetz oder aus einem Mobilfunknetz.

Zudem enthält die Satzung verschiedene Bestimmungen, die im Interesse der Spielteilnehmer für Transparenz und Fairness sorgen sollen: So dürfen Gewinnspielsendungen nicht länger als drei Stunden dauern und müssen nach klaren, für die Nutzer nachvollziehbaren und verständlichen Regeln ablaufen, Irreführung ist untersagt. Die Teilnahmebedingungen sind alle 15 Minuten einzublenden, mindestens alle 30 Minuten ist ein Anrufer durchzustellen. Die Lösungen haben in einem jedermann leicht zugänglichen Nachschlagewerk einsehbar zu sein, bei Missachtung der Vorschriften drohen den Veranstaltern Bußgelder in Höhe von bis zu 500.000 Euro.

Ein der Gewinnspielsatzung entsprechendes Regelwerk für die öffentlich-rechtlichen Sender gibt es noch nicht, seine zügige Schaffung erscheint jedoch im Sinne der Gleichbehandlung von Programmveranstaltern geboten. Tatsächlich enthalten die neu gefassten ARD- und ZDF-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfen vom 12. März 2010 zumindest einige wesentliche Regelungsaspekte der Gewinnspielsatzung, wie insbesondere die Gebote der Transparenz und des Teilnehmer-schutzes.

Anwendungsschwerpunkte, Entwicklung und Problemfelder

Die Landesmedienanstalten haben seit dem Inkrafttreten der Gewinnspielsatzung bundesweit bereits dutzende Verfahren gegen verschiedene Rundfunkveranstalter im TV-Bereich wegen Verstößen gegen die Satzung eingeleitet. Die mit Abstand am häufigsten missachtete Vorschrift war und ist hier § 6 Abs. 1 Gewinnspielsatzung, in der das so genannte Irreführungsverbot geregelt ist. Demnach handelt es sich um Irreführung, wenn Veranstalter regelmäßig Aussagen tätigen, „die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind, insbesondere über

die Spieldauer, den Gewinn, die Lösungslogik der Aufgabe, die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer, den Schwierigkeitsgrad eines Spiels sowie über die allgemeinen Teilnahmebedingungen und das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer, einschließlich der Möglichkeit, ausgewählt zu werden“, was unzulässig ist (Satz 1). Zudem täuschen sie oft einen nicht bestehenden Zeitdruck vor, was ebenfalls unzulässig ist (Satz 2).

Weitere Normen der Gewinnspielsatzung, gegen die von den Veranstaltern oft verstoßen wurde und wird, sind § 10 Abs. 2 (Informationspflichten zum Auswahlverfahren bei Gewinnspielsendungen vor der Teilnahme) sowie § 11 Abs. 1 (Informationspflichten zu diversen in § 10 genannten Aspekten bei Gewinnspielsendungen im Fernsehen während der Teilnahme). Zudem lagen einzelne Verstöße vor gegen § 7 (Manipulationsverbot, das heißt keine Änderungen in laufenden Gewinnspiel(sendungen) und § 9 (Regelungen zu Spielablauf, -gestaltung und -auflösung), hier Abs. 6 und 8 (Auflösungserfordernis nach Ablauf, Höchstdauer von drei Stunden bei Gewinnspielsendungen).

Bislang sind in den Verfahren fast immer Bußgelder verhängt worden, sie lagen stets zwischen 5.000 Euro und 25.000 Euro. Zahlreiche Bescheide sind jedoch noch nicht rechtskräftig, da Rechtsmittel gegen sie eingelegt worden sind.

Im Bereich des Hörfunks ist die Gewinnspiel(sendungs)problematik nicht derart virulent. Die Ausgestaltung der – entgeltlichen wie unentgeltlichen – Gewinnspiele ist größtenteils satzungsgemäß, verbesserungswürdig ist jedoch teilweise die Erfüllung der Informationspflichten. So fehlt bei entgeltlichen Gewinnspielen häufig insbesondere der Hinweis darauf, dass Gewinne nicht an Minderjährige bzw. Minderjährige unter 14 Jahren ausgeschüttet werden. Ferner werden oftmals weitere Informationspflichten, vor allem im Rahmen der Teilnahmebedingungen und des Auswahlverfahrens, vernachlässigt. In diesem Zusammenhang kam und kommt es nicht nur zu potenziell irreführenden Aussagen, sondern auch zu Widersprüchen zwischen „On-Air“-Aussagen und schriftlichen Angaben im dazugehörigen Telemedienangebot.

Weitere wichtige Erkenntnisse lieferte das Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs (BayVGH) vom 28. Oktober 2009, der die Gewinnspielsatzung nur zum Teil für rechtswidrig erklärte überwiegend bestätigte und damit einem Normenkontrollantrag eines in Bayern ansässigen Veranstalters teilweise stattgab.

Im Einzelnen ist der BayVGH der Ansicht, dass die Satzung grundsätzlich auf einer wirksamen Ermächtigungsgrundlage beruhe. Allerdings gelte diese jedenfalls in Bayern nicht für Gewinnspielangebote in vergleichbaren Telemedien. Auch punktuelle Vorschriften zu Transparenzanforderungen (Protokollierungs- und Nachweispflichten), zur Mehrfachteilnahme und zu zeitlichen Beschränkungen des Spielablaufs seien unzulässig. Demgegenüber beanstandete das Gericht die Gewinnspielsatzung in ihren wesentlichen Teilen nicht, so zum Beispiel die Bestimmungen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen, zur Transparenz der Spielgestaltung, zum Verbot der Irreführung und zu den Informationspflichten während des Spielverlaufs.

Die Entscheidung ist nicht rechtskräftig. Der klagende Veranstalter hat Revision beim Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) eingelegt, der sich die beklagte Landesmedienanstalt angeschlossen hat. Eine Entscheidung des BVerwG, die grundlegende Bedeutung für das Gewinnspielrecht haben wird, steht noch aus. Einig sind sich die Landesmedienanstalten jedoch insoweit, die formal nur für Bayern geltenden Aussagen des Urteils bundesweit zu beachten, um ein einheitliches Vorgehen in diesem Bereich zu gewährleisten.

Digitale Rundfunkwelt 2009 - Hybrid TV und HbbTV

von Dr. Tilman Lang

Noch vor wenigen Jahren erschien der Begriff der Medienkonvergenz vornehmlich als eine Beschwörungsformel. Mehr und mehr hat sich ihm die Medienwirklichkeit inzwischen angenähert. Dies gilt in ganz besonderem Maße für eine Entwicklung, die gemeinsam mit HDTV einen prägenden Einfluss auf die digitale Rundfunklandschaft ausgeübt hat: Hybrid TV.

Eine parallele Nutzung von Internetinhalten und Fernsehangeboten war bislang nur am PC oder Notebook möglich, und auch für die Nutzung von Catch-Up-TV-Angeboten wie Mediatheken gab es keine Alternative. Mit Hybrid TV zeichnete sich 2009 eine Entwicklung ab, die verspricht, die Konvergenz von Rundfunk und Internet auf dem Fernsehgerät nach mehreren gescheiterten Versuchen der vergangenen Jahre Realität werden zu lassen.

Nahezu jeder Hersteller von Endgeräten stattet mittlerweile seine Flatscreens mit einem Internetzugang aus und bietet dem Zuschauer so die Möglichkeit, Zusatzinformationen aus dem Internet abzurufen. Bereits im Jahr 2009 wurden rund 800.000 Hybrid-TV-Geräte verkauft, bis Ende des Jahres 2010 rechnet die Gesellschaft für Konsumforschung mit etwa 2 Mio. Geräten in den Haushalten.

Während eine Reihe von Anbietern heute schon auf die Verwendung des offenen Internetstandards CE-HTML setzen, bieten die meisten Hersteller so genannte Widget-Lösungen an, eine Art Videotext von Drittanbietern, bei denen per Fernbedienung ausgewählte und speziell aufbereitete Internetinhalte wie Wetterinformationen, Nachrichten, Börsenkurse, Musik oder Videoclips abgerufen werden können. Ein freier Zugang zum Internet ist dabei zumeist nicht vorgesehen.

Diesen bislang noch zumeist proprietären Lösungen vieler Gerätehersteller setzt das HbbTV-Konsortium (Hybrid Broadcast Broadband TV)

eine standardisierte und offene Hybrid-TV-Lösung entgegen. Einheitliche und offene Schnittstellen zwischen Internet und Fernseher in Verbindung mit einem standardisierten Browser sollen nicht nur einen freien Internetzugang gewährleisten, sondern auch zu einem offenen Gerätemarkt führen. Anders als proprietäre Systeme ermöglicht HbbTV insbesondere auch die Nutzung von Catch-Up-TV, von der zeitsouveränen Nutzung von Mediatheken bis hin zu einer Vielzahl von Web-TV-Angeboten. Derzeit befindet sich die HbbTV-Lösung im Prozess der Standardisierung beim europäischen Standardisierungsinstitut (ETSI). Einiges deutet darauf hin, dass sich dieser offene Standard durchsetzen wird.

Auch die Internetwirtschaft hat Hybrid-TV als Geschäftsfeld entdeckt. So will etwa Google mit „Google TV“ eine eigene Software-Plattform auf den Markt bringen, die das Web ins Fernsehen bringen und auch die bislang für das Handy konzipierten „Apps“ auf dem Fernseher verfügbar machen soll. Wie diese Entwicklung die Geschäftsmodelle und auch die Wertschöpfungsketten auf dem Informations- und Unterhaltungssektor verändern und welche Auswirkungen eine breite Akzeptanz von Hybrid TV auf die Rundfunklandschaft haben wird, ist heute noch nicht abzusehen. Nur eines ist sicher: Auch hier werden so genannte Intermediäre, also Unternehmen, die Inhalte suchen, auswerten und aggregieren, eine zentrale Rolle spielen.

Die verschiedenen Hybrid-TV-Lösungen werfen allerdings auch eine Reihe von medien-, urheber- und leistungsschutzrechtlichen Fragen auf. Sind die Anbieter von Widgets oder von Portalen, über die Internetinhalte auf dem Fernsehgerät zugänglich gemacht werden, als Plattformbetreiber zu betrachten? Auch die Frage, ob auch bei Hybrid-TV-Angeboten die im Rundfunkstaatsvertrag festgelegten Anforderungen an den Navigator, der durch das Angebot führt, erfüllt werden müssen, ist noch keineswegs abschließend beantwortet. Darüber hinaus zählen die Bildschirmhoheit und das Recht auf die Integrität des Fernsehbildes zu den viel diskutierten Themen. Denn fraglos liegt es im Interesse gerade der Fernsehveranstalter, zum Beispiel

die Möglichkeit der Einblendung fremder Inhalte als Overlays über dem eigenen Fernsehbild und damit die Beeinträchtigung der Zuschauer Aufmerksamkeit zu beschränken. Vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion stellt sich die Frage, ob ein erweitertes Leistungsschutzrecht, wie es die Verlagswirtschaft für sich reklamiert, auch für den Rundfunk notwendig ist.

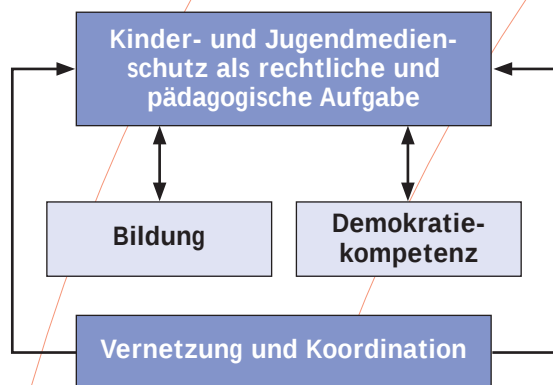
Medienkompetenzförderung der MA HSH - Konzept, Ziele und Handlungsfelder

von Dr. Thomas Voß

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

Konzept

Im Zentrum Medienkompetenzförderung durch die MA HSH steht der Kinder- und Jugendmedienschutz. Gerade beim Internet stößt die medienrechtliche Kontrollaufgabe der MA HSH schnell an ihre Grenzen. Mehr noch als bei anderen Medien ist daher bei der Nutzung des Internets die Vermittlung von Medienkompetenz als



präventiver Jugendmedienschutz von entscheidender Bedeutung.

Lernen ist in unserer modernen Wissensgesellschaft ohne die kompetente Nutzung auch der Online-Medien kaum noch vorstellbar. Zugleich sollen junge Leute schon früh Medien nicht nur kritisch rezipieren, sondern sich auch aktiv und partizipierend an unserer Mediengesellschaft beteiligen. Die etablierten Bildungsträger werden dieser Herausforderung derzeit noch nicht hinreichend gerecht.

So stellte eine von der MA HSH in Auftrag gegebene Studie fest, dass im Bereich der Online-Nutzung von 6- bis 13-jährigen Kindern derzeit in Hamburg und Schleswig-Holstein das größte Förderungsdefizit besteht. Darüber hinaus wurde ein großer Bedarf an Koordination, Bündelung und Verstärkung der Aktivitäten zur Förderung der Medienkompetenz festgestellt und für die Wahrnehmung dieser Aufgaben die Einrichtung einer zentralen Institution empfohlen. Zur Verbesserung wurde unter anderem eine weitergehende Verzahnung der außerschulischen medienpädagogischen Initiativen mit der schulischen Unterrichtspraxis vorgeschlagen. Hierzu sei es allerdings notwendig, die außerschulische Medienkompetenzförderung systematischer und verlässlicher finanziell zu sichern, den Transfer von außerschulischer Medienkompetenz also zu koordinieren.

Ziele und Handlungsfelder

Angeichts der derzeit drängenden Jugendschutzprobleme durch die Online-Nutzung von Kindern und Jugendlichen konzentriert die MA HSH ihre Aktivitäten zunächst auf die Förderung der Internetkompetenz von Kindern und Jugendlichen: Jedes Kind beziehungsweise jeder Jugendliche im Alter von 8 bis 14 Jahren in Hamburg und Schleswig-Holstein soll bis spätestens Ende 2013 durch mindestens ein qualifiziertes pädagogisches Angebot erreicht werden und die Möglichkeit erhalten, Grundkompetenzen für die jugendschutzkonforme Internet-Nutzung zu erwerben. Die Förderung soll Kinder und Jugendliche unmittelbar und/oder mittelbar in Form von Eltern, Lehrer- und Erzieherinnenqualifizierung erreichen.

Der Weg dahin führt über eine enge Zusammenarbeit mit den öffentlichen Lernorten (Schulen, Jugendverbände, Kitas, Bibliotheken). Eine systematische Integration von Medienkompetenzvermittlung beispielsweise in die Lehrerbildung, den schulischen Unterricht oder in die Ausbildung zum Jugendgruppenleiter ist wünschenswert und würde einen nachvollziehbaren Erfolg bei der Förderung der Internetkompetenz von Kindern und Jugendlichen markieren.

Die wichtigsten Handlungsfelder sind:

- 🌀 Öffentlichkeitsarbeit und Beratung: In der Öffentlichkeit, bei Eltern und Lehrern ist das Thema zwar von herausragender Bedeutung. Gleichzeitig fühlen sich viele Erwachsene aber gegenüber dem Eintauchen ihrer Kinder in digitale Medienwelten überfordert und benötigen Information, Beratung und Unterstützung.
- 🌀 Forschung: Forschungsprojekte in Zusammenarbeit mit den Hochschulen sind erforderlich, um die Integration der Medienkompetenzvermittlung in den Unterricht vorzubereiten und die Lernerfolge zu evaluieren.
- 🌀 Unterstützung der Infrastruktur: Da die Schulen und ihre Lehrkräfte Medienkompetenz allein schon kapazitär nicht flächendeckend vermitteln können, sind außerschulische Pädagogen und Multiplikatoren medienpädagogisch weiterzubilden. Diese können dann als Referenten und Dozenten für medienpädagogische Elternabende in Schulen und Kitas sowie für Lernangebote in Projektform für Kinder und Jugendliche eingesetzt werden. Die MA HSH will eine außerschulische Infrastruktur für die Medienkompetenzvermittlung schaffen, auf die die öffentlichen Lernorte und Kommunikationszentren (Stadtteil- und Jugendzentren, Bibliotheken, Schulen, Kitas) im Bedarfsfall zugreifen können. Dies schließt auch die Bereitstellung von Materialien ein.

Vor diesem Hintergrund hat die MA HSH im Jahre 2009 eine ganze Reihe von Medienkompetenzprojekten für Kinder und Jugendliche initiiert

und gefördert. Auch Projekte der Eltern- und Pädagogenqualifizierung wurden erfolgreich auf den Weg gebracht. Eine Übersicht liefert Kapitel 6.

Daneben engagiert sich die MA HSH für eine Verbesserung der Vernetzung und Infrastruktur der Medienkompetenzförderung. In Hamburg münden diese Aktivitäten unter anderem in ein maßgeblich von der MA HSH unterstütztes „Rahmenkonzept Medienkompetenzförderung“, das noch vor der Sommerpause 2010 Gegenstand einer Senatsdrucksache werden soll. Das Rahmenkonzept soll den aktuellen Stand, den Bedarf und das Entwicklungspotenzial für die Medienkompetenzförderung in Hamburg darstellen und somit die Grundlage für eine Strukturplanung in diesem Feld für die nächsten Jahre bilden. Die MA HSH nimmt hier ihre Rolle als Koordinatorin der verschiedenen Angebote und Bedarfe wahr.

Die MA HSH wird die Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter vorantreiben. Die vom Gesetzgeber ab 2010 zusätzlich bereitgestellten Mittel verstehen wir als Ansporn für die Wahrnehmung dieser wichtigen Aufgabe.

Fernsehen und Radio in Hamburg und Schleswig-Holstein

(Stand Juni 2010)

Die nachfolgende Darstellung der Kabelbelegung beschränkt sich auf das Angebot in den Kabelnetzen der Kabel Deutschland GmbH (KDG), dem mit rund 495.572 angeschlossenen Haushalten in Hamburg beziehungsweise rund 615.040 Haushalten in Schleswig-Holstein mit Abstand größten Kabelnetzbetreiber in beiden Ländern (Stand jeweils Ende 2009). Das Angebot anderer Kabelnetzbetreiber in Hamburg und Schleswig-Holstein finden Sie unter www.ma-hsh.de.

In Hamburg empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	K11
9Live		46	K22
ARD		33	K10
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	33	—
BBC WORLD NEWS	Mo. - Sa. 2.00 - 12.00 Uhr	—	S21
Bibel TV	3.00 - 14.00 Uhr	46	—
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	54	—
Channel 21	9.00 - 22.00 Uhr und 0.00 - 6.00 Uhr	—	S12
CNN International		36	—
CNN International		—	K23
Das Vierte		36	S23
DMAX	21.00 - 6.00 Uhr	—	S09
EinsExtra		33	—
Euronews	6.00 - 9.00 Uhr und 22.00 - 0.00 Uhr 6.00 - 14.00 Uhr	36	—
Euronews		—	S13
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	46	—
Eurosport		—	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	—
mdr		—	S06
MTV		—	S07
N24		30	S22
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	54	K07
Nickelodeon		—	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	36	—
QVC		—	S04
RTL	mit Regionalprogramm „Guten Abend RTL“	40	K05
RTL 2		40	S08
Sat.1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat.1 Regional“	30	K06
Sport 1		—	S19
Super RTL		40	S11
Tele 5	14.00 - 6.00 Uhr	36	—
Tele 5		—	S13
Tide TV	Mo. - So. 12.00 - 24.00 Uhr Sa. u. So. 0.00 - 2.00 Uhr	—	K21
TV5MONDE	20.00 - 8.00 Uhr	—	S04
Viva	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	—	S18
VOX		40	S10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	54	—
WDR		—	S17
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

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

In Schleswig-Holstein empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

In Eutin und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		21	S11
9Live		—	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
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	S20
Das Vierte		—	S04
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S23
EinsExtra		47	—
Euronews	6.00 - 10.00 Uhr und 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 Sat.1 Regional“	—	K10
Sport 1		—	S13
Super RTL		—	K04
Tele 5		—	S05
TV 2		58 ²	S19
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Viva		—	S12
VOX		—	S10

WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	39	— S18
ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	—
ZDF Infokanal		21	—

In Flensburg und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
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 ²
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S22
DR 1		37	K21 ³
EinsExtra		47	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr und 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 Sat.1 Regional“	—	S09
Sport 1		—	K07
Super RTL		—	S23
Tele 5		—	S05
TV 2		37	K22 ³
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Viva		—	S12
VOX		—	K10
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	39	—
		—	S18
ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	—
ZDF Infokanal		21	—

mdr	mit NDR-Regionalprogrammen Mecklenburg-Vorpommern	26	—
		—	S19
MTV		—	K11
N24		—	S20
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 Sat.1 Regional“	—	S05
Sport 1		—	S13
Super RTL		—	S22
Tele 5		—	K21
TV 2		37	K23
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Viva		—	S12
VOX		—	S09
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	26	—
		—	S18
ZDF		31	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	31	—
ZDF Infokanal		31	—

In Heide und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ 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		37	K22
Das Vierte		—	S23
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S21
EinsExtra		60	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K07
Eurosport		—	S14
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	—	S21
Kabel Digital Info	12.00 - 24.00 Uhr	—	S15
Kabel Eins		—	S10
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	31	S16

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

In Kiel und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ 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
Bibel TV	ca. 1.30 - 8.30 Uhr	57	— S21
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Hamburg	39	— S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K05
Das Vierte		57	K22
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S22
DR 1		37	K21
EinsExtra		47	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K05
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	—	S21
HSE 24	3.00 - 15.00 Uhr	—	S22
Kabel Eins		35	S09
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	21	S16
mdr	NDR-Regionalpro- grammen Mecklen- burg- Vorpommern	39	— S15
MTV		—	S07
N24		35	S14
NDR	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein	39	K07
n-tv		—	K10
Kiel TV (Offener Kanal Kiel)		—	K09
Phoenix		47	S08
ProSieben		35	K11
QVC		—	S35
RTL	mit Regional- programm „Guten Abend RTL“	45	S04
RTL 2		45	K12
Sat.1	mit Regional- programm „17:30 Sat.1 Regional“	35	S05
Sport 1		—	S13
Super RTL		45	S23
Tele 5		57	K23
TV 2		37	S19
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16

Viva		—	S12
VOX		45	S10
WDR	mit NDR-Regional- programmen Niedersachsen	39	— S18
ZDF		21	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	21	—
ZDF Infokanal		21	—

In Lübeck und Umgebung empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live		59	K12
ARD		33	K06
Arte	14.00 - 3.00 Uhr	33	— K09
BBC World News		—	S08
Bibel TV	3.00 - 15.00 Uhr	59	— S22
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regional- programmen Hamburg	28	— S17
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K21 ²
Das Vierte		59	S21
DMAX	15.00 - 3.00 Uhr	—	S22
EinsExtra		33	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K21 ²
Eurosport		—	S14
HSE 24		—	S23
Kabel Eins		30	S10
KI.KA	6.00 - 21.00 Uhr	23	S15
mdr	mit NDR-Regionalpro- grammen Mecklen- burg-Vorpommern	28	K10
MTV		—	S07
N24		30	K22 ²
NDR	mit NDR-Regional- programmen Schleswig-Holstein	28	K05
Nickelodeon	3.00 - 14.00 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“	40	S04
RTL 2		40	S06
Sat.1	mit Regionalprogramm „17:30 Sat.1 Regional“	30	S05
Sport 1		—	S13
Super RTL		40	S19
Tele 5		59	K23 ²
TV5MONDE		—	S16
Viva		—	S12
VOX		40	S09
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	28	—
		—	S18
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

In Süd-Holstein empfangbare Fernsehprogramme und Teleshoppingsender

Programm		DVB-T ¹ Kanal	Kabel analog Kanal
3sat		23	S11
9Live		59 46	K12
ARD		33	K06
Arte		33	K09
BBC World News		—	S23
Bibel TV		59 ⁴	—
BR Bayerisches Fernsehen	mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein	28 ³ 54 ⁴ —	— — S18
Channel 21	0.00 - 6.00 Uhr und 10.00 - 21.00 Uhr	—	K23
Das Vierte		59 ³	S20
DMAX	17.00 - 24.00 Uhr 15.00 - 3.00 Uhr	— —	— S22
EinsExtra		33	—
EuroNews	6.00 - 10.00 Uhr und 21.00 - 24.00 Uhr	—	K23
Eurosport	8.30 - ca. 1.30 Uhr	46 ⁴ —	— S14
Hamburg 1		46 ⁴	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 ³ 54 ⁴ —	— — K10
MTV		—	S07
N24		30	S15
NDR	mit NDR-Regionalprogrammen Schleswig-Holstein mit NDR-Regionalprogrammen Hamburg	28 ³ 54 ⁴	K05 —
Nickelodeon		—	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 Sat.1 Regional“	30	S05
Sport 1		—	S13
Super RTL		40	S21
Tele 5		59 ³	K21
TV5MONDE	21.00 - 6.00 Uhr	—	S16
Viva		—	S12
VOX		40	S09
WDR	mit NDR-Regionalprogrammen Niedersachsen	28 ³ 54 ⁴ —	— — S17
ZDF		23	K08
ZDF Neo	21.00 - 6.00 Uhr	23	—
ZDF Infokanal		23	—

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

² In einigen Kabelanlagen wird Channel 21/EuroNews im Kanal K02 eingespeist, N24 im Kanal K03 und Tele 5 im Kanal K04.

³ Nur im Empfangsgebiet Lübeck

⁴ Nur im Empfangsgebiet Hamburg

In Hamburg empfangbare Radioprogramme

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

¹ Im Raum Neuwerk/Cuxhaven: 93,6 MHz

² Ausstrahlung erfolgt von Standorten außerhalb dieser Region, die Empfangsqualität kann daher teilweise eingeschränkt sein.

³ Im Raum Bergedorf: 107,7 MHz

⁴ Im Raum Bergedorf: 100,9 MHz

⁵ Im Raum Bergedorf: 88,1 MHz

⁶ Im Raum Neuwerk/Cuxhaven: 88,5 MHz

⁷ Im Raum Bergedorf: 102,0 MHz

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

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

In Schleswig-Holstein empfangbare Radioprogramme

In Eutin und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
Alster radio 106!8 rock`n pop	106,8 ¹	105,20
Antenne Mecklenburg-Vorpommern	101,3 ¹	107,60
Danmarks Radio 1	94,8 ¹	95,55
Danmarks Radio 3	99,6 ¹	95,95
Delta Radio	104,1	88,80
Deutschlandfunk	101,9	93,25
Deutschlandradio Kultur	95,3 ¹	99,15
Klassik Radio	97,2	88,30
NDR 1 Radio MV	92,8 ¹	97,45
NDR 2	91,9	90,40
NDR 90,3	90,3 ¹	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 ¹	94,05
Radio ffn	100,6 ¹	98,00
Radio Hamburg	103,6 ¹	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 ¹	99,60
Danmarks Radio 2	102,1 ¹	103,65
Danmarks Radio 3	97,2 ¹	100,70
Danmarks Radio 4	99,9 ¹	100,30
Delta Radio	105,6	87,95
Deutschlandfunk	103,3	97,50
Deutschlandradio Kultur	92,1 ²	88,75
Klassik Radio	106,5 ²	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 ²	98,50
Radio Mojn (dänisch)	107,6 ¹	102,50
Radio Nora	88,5 ²	94,35
Radio Paloma	—	90,55
R.SH Radio Schleswig-Holstein - Nord	101,4	93,95
RTL Radio	—	95,45
Sunshine live	—	96,35

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

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

In Heide und Umgebung empfangbare Radioprogramme

Programm	UKW (terr.) MHz	Kabel analog MHz
Alster radio 106!8 rock'n pop	106,8 ¹	94,75
Bremen Eins	89,3 ¹	91,80
Bremen Vier	100,8 ¹	89,70
Danmarks Radio 1	95,1 ¹	106,95
Danmarks Radio 3	97,2 ¹	88,95
Danmarks Radio 4	99,9 ¹	106,05
Delta Radio	100,4	92,30
Deutschlandfunk	104,4	88,40
Deutschlandradio Kultur	92,2 ²	87,60
Hit Radio Antenne Niedersachsen	104,6 ¹	97,55
Klassik Radio	91,7	97,95
NDR 1 Welle Nord - West	90,5	107,75
NDR 2	96,3	103,55
NDR Info Spezial	—	97,25
NDR 90,3	90,3 ¹	99,25
NDR Info	87,9	95,85
NDR Kultur	99,4	104,20
N-Joy	94,9 ²	92,70
Offener Kanal Westküste	105,2 ²	107,45
Radio Hamburg	103,6 ¹	96,45
Radio Nora	96,9 ²	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
Alster radio 106!8 rock'n pop	106,8 ¹	103,15
Bremen Eins	93,8 ¹	99,50
Danmarks Radio 1	89,0 ¹	93,90
Danmarks Radio 3	92,6 ¹	97,10
Danmarks Radio 4	99,9 ¹	103,90
Delta Radio	105,9	95,90
Deutschlandfunk	101,9 ¹	104,35
Deutschlandradio Kultur	104,7 ²	107,55
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1 ¹	100,90
Klassik Radio	97,4 ²	92,30
NDR 1 Radio MV	92,8 ¹	102,00
NDR 1 Welle Nord	91,3 ¹	88,00
NDR 2	98,3	88,45
NDR 90,3	90,3 ¹	89,05
NDR Info	99,7 ¹	97,55
NDR Kultur	95,7	91,55
N-Joy	94,5 ¹	97,90
Nordwestradio	88,3 ¹	96,55
Kiel FM (Offener Kanal Kiel)	101,2	—
Radio ffn	100,6 ¹	98,90
Radio Hamburg	103,6 ¹	90,05
Radio Nora	97,0 ²	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
Alster radio 106!8 rock´n pop	106,8 ¹	107,15
Delta Radio	107,9	103,30
Deutschlandfunk	101,9 ¹	94,40
Deutschlandradio Kultur	95,3 ¹	92,45
Hit Radio Antenne Niedersachsen	105,1 ¹	98,30
Klassik Radio	93,6	87,75
NDR 1 Niedersachsen - Nordost	103,2 ¹	90,85
NDR 1 Radio MV	92,8 ¹	88,80
NDR 1 Welle Nord - Ost	93,1	102,15
NDR 2	90,7	88,15
NDR 90,3	90,3 ¹	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	106,50
Ostseewelle Hit-Radio Mecklenburg-Vorpommern	107,3 ¹	104,95
Radio ffn	100,6 ¹	96,05
Radio Hamburg	103,6 ¹	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
Alster radio 106!8 rock´n pop	106,8 ¹	96,75
BBC World Service	—	100,70
BFBS Radio	97,6 ¹	107,00
Bremen Eins	93,8 ¹	97,55
Bremen Vier	101,2 ¹	107,80
Delta Radio	107,4 ²	103,75
Deutschlandfunk	88,7	102,30
Deutschlandradio Kultur	89,1 ²	88,50
Energy Hamburg	97,1 ¹	99,65
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 ¹	102,75
Klassik Radio	98,1	93,55
NDR 1 Radio MV	92,8 ¹	100,25
NDR 1 Niedersachsen - Nordost	103,2 ¹	89,25
NDR 1 Welle Nord - Ost	104,5 ¹	101,40
NDR 1 Welle Nord - Süd	89,5 ¹	89,85
NDR 2	87,6	94,65
NDR Info Spezial	—	90,15
NDR 90,3	90,3 ¹	93,20
NDR Info	92,3	94,05
NDR Kultur	99,2	95,75
N-Joy	94,2	90,55
Nordwestradio	88,3 ¹	101,70
Oldie 95	95,0	97,25
Radio ffn	100,6 ¹	99,35
Radio Hamburg	103,6 ¹	88,05
Radio Hamburg mit City-Frequenz	104,0 ¹	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 ¹	95,45

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

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

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

Ansprechpartner



Direktor

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



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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



Recht, Grundsatzangelegenheiten, Technik

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

Stellvertretende Justiziarin und
überregionale Zusammenarbeit

Claudia Neumann
040 / 36 90 05-21
neumann@ma-hsh.de



Programm und Medienkompetenz

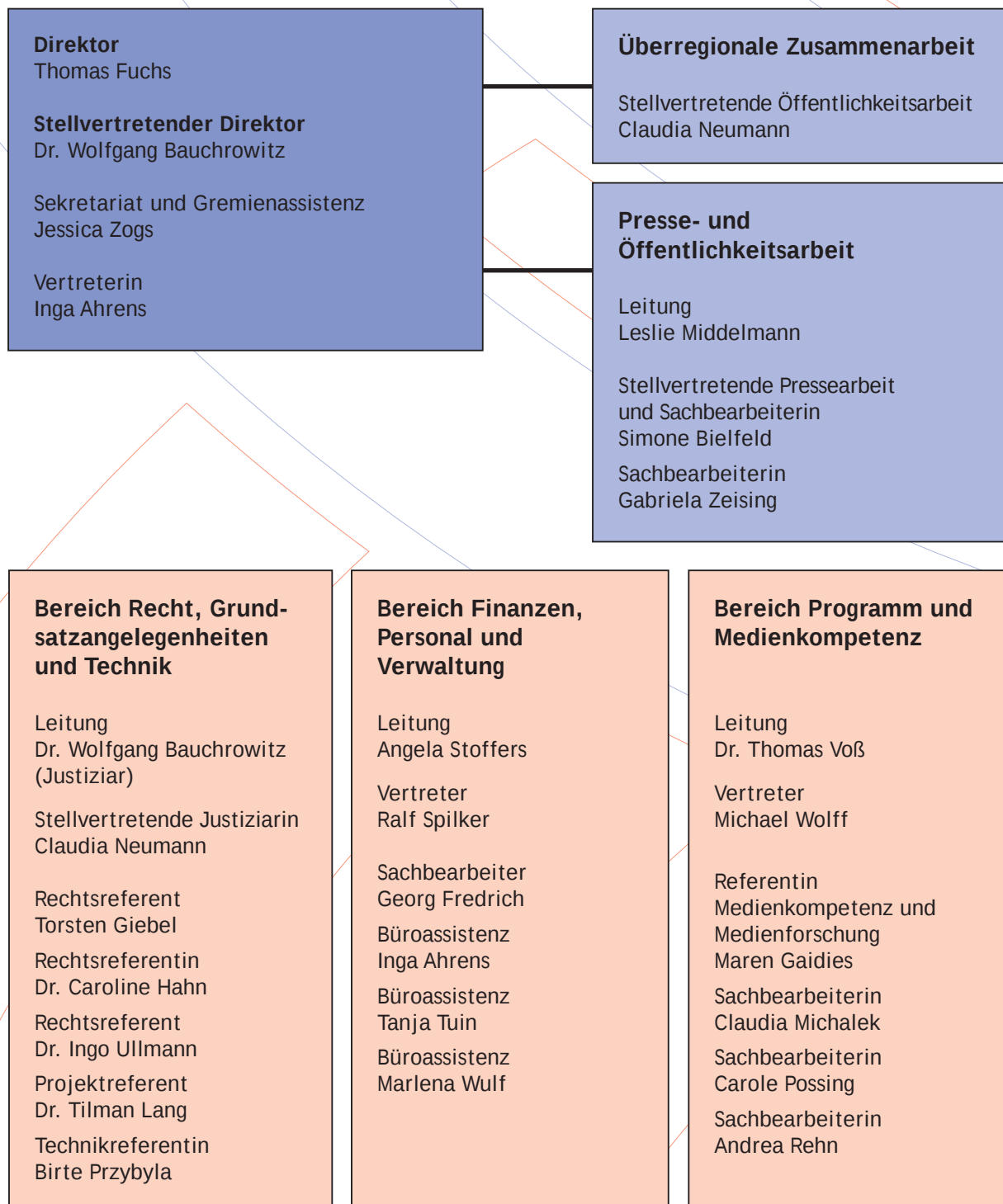
Leitung
Dr. Thomas Voß
040 / 36 90 05-40
voss@ma-hsh.de



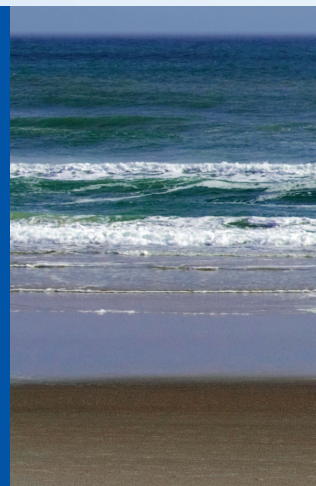
Finanzen, Personal und Verwaltung

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

Organigramm



(Stand Juni 2010)



Medienanstalt
Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

Rathausallee 72 - 76
22846 Norderstedt

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

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