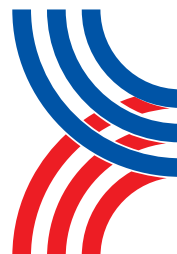


Rechenschaftsbericht



2014



**MA
HSH**

Mediananstalt
Hamburg
Schleswig-Holstein

Impressum

Herausgeber

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

Redaktion

Simone Bielfeld
Geoffrey Warlies

Gestaltung

Britta Kussin, Hamburg

Druck

Druckerei Hitzegrad, Wuppertal

Alle Rechte vorbehalten
Norderstedt, im Juni 2015

Rechenschaftsbericht

Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

2014

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort	5
2 Auftrag	6
3 Organe	7
Direktor	7
Medienrat	8
Interview	12
4 Zulassung und Zuweisung	15
5 Programmaufsicht	28
6 Medienkompetenz	37
7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	41
Veranstaltungen	41
Publikationen	43
8 Finanzierungsgrundlagen	44
9 Themenbeiträge zu DVB-T2 und Jugendschutz	46
10 Aufbau und Organisation	54
Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten	54
Ansprechpartner	56
Organigramm	57

1 Vorwort

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

die Aufsicht über die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen ist und bleibt ein zentrales Aufgabengebiet der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH). Die Schwierigkeiten, die sich aufgrund der oftmals unklaren gesetzlichen Grundlage bezüglich der Verantwortlichkeiten im Internet ergeben, sind Gegenstand eines Themenbeitrags in diesem Rechenschaftsbericht (S. 51).

Gleichwohl wandelt sich die Arbeit der MA HSH. Von der klassischen Aufsicht über die Rundfunkprogramme verschiebt sich der Schwerpunkt der Tätigkeit hin zur Moderation von Konflikten zwischen Sendern und Plattformbetreibern. Die Schlichtung dieser Streitfragen wird in der Zukunft an Bedeutung weiter zunehmen.

Für die Lösung der Konflikte im digitalen Raum bedarf es einer Institution, die sowohl über die nötige Kompetenz verfügt wie auch durch behördliche Exekutivgewalt in der Lage ist, Entscheidungen im Zweifelsfall auch gegen die Plattformanbieter durchzusetzen. Darüber hinaus ist eine staatsferne Organisation zur Sicherung der Unabhängigkeit und eine plurale Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums unabdingbar.

Die Klärung, welche Institution in Zukunft die Schlichtung von Konflikten auf digitalen Plattformen übernimmt, sollte die Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz nicht vergessen.



Thomas Fuchs

Bei der Vorbereitung der 2016 beginnenden Umstellung von DVB-T auf DVB-T2 waren und sind die Medienanstalten und der Fachausschuss „Netze, Technik, Konvergenz“ im Rahmen eines gemeinsamen runden Tisches moderierend tätig. Den Fahrplan für die Umstellung sowie die Änderungen, welche sich dadurch für die Nutzer ergeben, werden im zweiten Themenbeitrag näher ausgeführt (S. 46).

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre dieses Berichts.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr

Thomas Fuchs

Direktor Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)

Norderstedt, Juni 2015

2 Auftrag

Vorrangige Aufgaben des Direktors:

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

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

Als Kompetenzzentrum für privaten Rundfunk und Telemedien gestaltet sie die Rahmenbedingungen der elektronischen Medien mit und berät Akteure und Nutzer im Bereich audiovisuelle Medien. Sie vertritt die Belange der Bürger gegenüber Programmanbietern und ist Sachwalterin der Interessen des privaten Rundfunks im dualen Rundfunksystem. Die MA HSH wirkt in der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein mit.

Als eine Form präventiven Jugendschutzes ist die Förderung von Medienkompetenz eine wichtige weitere Aufgabe der MA HSH. Hier konzentriert sie sich neben Fernsehen und Hörfunk auf das Internet und setzt unter anderem auf Aufklärung über Chancen und Risiken neuer Medien.

Wesentliche Rechtsgrundlagen

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

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland (Rundfunkänderungsstaatsvertrag – RStV) vom 31. August 1991 in der Fassung des Fünfzehnten Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 15./17./21. Dezember 2010 (HmbGVBl. S. 63, GVOBl. Schl.-H. S. 345), in Kraft getreten am 1. Januar 2013.

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

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

3 Organe

Direktor

Vita Thomas Fuchs

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

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

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

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

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

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

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

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

3 Organe

Medienrat

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

Jeweils sieben Mitglieder des Medienrats werden in Hamburg durch die Bürgerschaft und in Schleswig-Holstein durch den Landtag gewählt. Für die Wahl des Medienrats hat jede gesellschaftlich relevante Gruppe in Hamburg und Schleswig-Holstein ein Vorschlagsrecht. Der amtierende Medienrat der MA HSH konstituierte sich am 12. September 2012. Der Medienrat der MA HSH tagt regelmäßig, im Jahr 2014 acht Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

Mitglieder der Medienrats

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



Medienrat der MA HSH

Beschlüsse 2014

29. Januar

- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsstruktur der Regiocast GmbH & Co. KG als medienrechtlich unbedenklich.
- Ausschreibung des regionalen Fensterprogramms für Hamburg und Schleswig-Holstein im bundesweiten Fernsehvollprogramm RTL.

26. Februar

- Zuweisung einer terrestrischen UKW-Übertragungskapazität an die Antenne Sylt UG (haftungsbeschränkt) anlässlich der Ausstellung „Minderheiten in Schleswig-Holstein“ vom 14. Juli bis zum 12. August 2014.
- Ausschreibung des regionalen Fensterprogramms für Hamburg und Schleswig-Holstein im bundesweiten Fernsehvollprogramm Sat.1.

04. Juni

- Auswahl der RTL Nord GmbH als Veranstalterin für das Regionalfenster für Hamburg und Schleswig-Holstein im Fernsehprogramm RTL vorbehaltlich der Benennungsherstellung mit der KEK.

02. Juli

- Genehmigung des Jahresabschlusses 2013 der MA HSH und Entlastung des Direktors.
- Feststellung des Rechenschaftsberichts 2013 des Direktors.
- Ausschreibung von DAB+-Übertragungskapazitäten für die 24-stündige terrestrische Verbreitung von privaten Hörfunk- und Telemedienangeboten in Hamburg.
- Förderung des Medienkompetenzprojekts PIF – Projekttag für Internetfrischlinge (Schuljahr 2014/2015) mit 25.000 Euro.
- Fortführung der Trägerschaft des Hamburger Bürger- und Ausbildungskanals TIDE durch die Hamburg Media School.

Vorrangige Aufgaben des Medienrats:

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

3 Organe

Medienrat

17. September

- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsverhältnisse sowie der Umbenennung der TV Link new media GmbH in Sylt1 GmbH & Co. KG als medienrechtlich unbedenklich.
- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsstruktur der KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. als medienrechtlich unbedenklich.
- Verlängerung der Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für die täglich 24-stündige digital-terrestrische Verbreitung der Fernsehvollprogramme RTL, VOX, RTL II sowie SuperRTL in Kiel und Hamburg/Lübeck um zehn Jahre bis zum 7. November 2024.
- Erweiterung der Zulassung für das Hörfunkvollprogramm FSK der Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. auf das Bundesland Schleswig-Holstein.
- Feststellung der Benehmensherstellung mit der KEK hinsichtlich der Auswahl der RTL Nord GmbH für die Veranstaltung des Regionalfensters im bundesweiten Fernsehprogramm RTL und Bitte um Herstellung des Benehmens mit der KEK hinsichtlich der Finanzierung des Regionalfensterprogramms.
- Auswahl der Sat.1 Norddeutschland GmbH als Veranstalterin für das Regionalfenster für Hamburg und Schleswig-Holstein im Fernsehprogramm Sat.1 vorbehaltlich der Benehmensherstellung mit der KEK.

29. Oktober

- Feststellung des vom Direktor aufgestellten Haushaltsplans 2015.
- Bestellung eines Wirtschaftsprüfers für die Prüfung der Jahresabrechnung 2014.
- Zuweisung von DAB+-Übertragungskapazitäten für Hamburg an die Media Broadcast GmbH für die Dauer von zehn Jahren zur Aufnahme eines Plattformbetriebs.
- Erteilung einer Zulassung an die TV Media GmbH i. Gr. für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms Elbe1 in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.
- Erteilung einer Zulassung an die Evangelische Presseverband Norddeutschland GmbH für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms Radio Paradiso in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.
- Erteilung einer Zulassung an die Mega Radio GmbH für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms Mega Radio in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.
- Erteilung einer Zulassung an die Regiocast GmbH & Co. KG für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms 80s80s in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.
- Erteilung einer Zulassung an Alfred Heinrich Krandick für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms Radio VHR in Hamburg für die Dauer von zehn Jahren.
- Förderung von Medienkompetenzprojekten:
 - ElternMedienLotsen HH mit 28.000 Euro
 - ElternMedienLotsen SH mit 25.000 Euro
 - Medien machen Schule mit 25.200 Euro
 - Medienkompetenz für Hamburger Schülerinnen und Schüler mit 20.000 Euro
 - Schüler machen Medien – Schnappfisch-Media mit 15.000 Euro
 - Internet-ABC-Schule mit 15.000 Euro

3 Organe

Medienrat

- Ausbildung ElternMedienLotsen HH mit 9.000 Euro
- Kick-off-Konferenz und Vorstudie „Medienpädagogischer Forschungsverbund Nordost“ mit 8.400 Euro
- Flensburg Winter School mit 8.000 Euro
- Wissenschaftliche Vortragsreihe: Medienbildung in der Schule mit 3.700 Euro
- Medienscouts Gymnasium Allermöhe mit 2.660 Euro
- Ausschreibung eines Projekts zum Thema Jugendschutzprogramme – Tipps für Eltern
- Weiterführung des MA HSH-Medienkompetenzmagazins scout mit zwei Printausgaben in 2015 sowie Ausbau und Pflege des neu geschaffenen Online-Portals scout-magazin.de.

10. Dezember

- Zulassung der RTL Nord GmbH als Veranstalterin des regionalen Fensterprogramms für Hamburg und Schleswig-Holstein im Fernsehvollprogramm RTL sowie Zuweisung von digital-terrestrischen Übertragungskapazitäten in Kiel und Hamburg/Lübeck für die Dauer von zehn Jahren bis zum 28. Februar 2025.
- Zuweisung von digital-terrestrischen Übertragungskapazitäten für die Verbreitung des täglich 24-stündigen Fernsehspartenprogramms Pro Sieben MAXX in Kiel und Hamburg/Lübeck für die Dauer von zehn Jahren.
- Bestätigung einer Veränderung der Beteiligungsverhältnisse der delta radio GmbH & Co. KG als medienrechtlich unbedenklich.

Themen außerhalb der Beschlussregelung

- *Bereits 2013 hatte der Medienrat die Einführung einer einheitlichen und verpflichtenden Kennzeichnung von sogenannten Scripted-Reality-Formaten im Fernsehen gefordert. Nachdem der Landtag Schleswig-Holstein das Thema aufgegriffen hatte, konnte sich die Gremienvorsitzendenkonferenz im September 2014 mit den Privatsendern auf eine freiwillige Kennzeichnung einigen.*
- *Angesichts einer zunehmenden Zahl von jugendgefährdenden Inhalten, etwa Bilder und Videos von Exekutionen durch Mitglieder des sogenannten Islamischen Staats (IS), und deren leichter Auffindbarkeit, hat der Medienrat in einem Gespräch mit Vertretern von Google Deutschland auf eine rasche Löschung derartiger Inhalte hingewirkt.*
- *Auf Anregung des Medienrats, der sich bereits 2013 mit diesem Thema beschäftigt hatte, wurden Fragen des Datenschutzes bei SmartTV auch in den bundesweiten Gremien aufgenommen und auf einem Panel der Gremienvorsitzendenkonferenz im Rahmen der Medientage München diskutiert.*

3 Organe

Interview

Interview mit Thomas Fuchs, Direktor, und Lothar Hay, Medienratsvorsitzender der MA HSH



Lothar Hay und Thomas Fuchs

Herr Hay, im letzten Rechenschaftsbericht hatten Sie darauf verwiesen, dass sich die Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK) 2014 mit Vertretern der privaten Fernsehsender treffen werde, um die Kennzeichnung von Scripted Reality zu debattieren. Wie ist diese Diskussion verlaufen, gibt es inzwischen ein Ergebnis?

Lothar Hay: Ja, es gibt ein Ergebnis. Nachdem die GVK sich mehrmals mit Vertretern der Veranstalter getroffen hatte, konnte schließlich im September ein Kompromiss gefunden werden. Die Sender haben sich verpflichtet, eine einheitliche Formulierung bei der Kennzeichnung zu verwenden und alle neu produzierten Sendungen mit diesem Hinweis zu versehen. In mancher Hinsicht hätten wir uns als Medienrat aber auch mehr gewünscht, so ist etwa die Platzierung zu Beginn der Sendung nur optional und lediglich die Einblendung am Ende verpflichtend. Auch eine genauere Vorgabe zur grafischen Ausgestaltung hätten wir gerne gesehen. Dennoch ist es erfreulich, dass die Initiative, die wir Ende 2013 gestartet haben, auch zu einem Ergebnis geführt hat. Nicht zuletzt gab es eine recht breite Be-

richterstattung über die mögliche Kennzeichnung und damit auch über die problematischen Auswirkungen, die Scripted-Reality-Formate auf Kinder und Jugendliche haben können.

Ein Thema, mit dem sich der Medienrat in diesem Jahr auseinandergesetzt hat, war die unbeschränkte Zugänglichkeit von möglicherweise jugendgefährdenden Inhalten über Google und Youtube. Was war hierfür der Auslöser?

Lothar Hay: Konkret ging es hier um Bilder und Videos, die Mitglieder des Islamischen Staats (IS) zeigen, die Geiseln misshandeln und in einigen Fällen auch exekutieren. Diese grausamen und sicher nicht nur für Kinder sehr verstörenden Videos waren über eine ganz normale Videosuche bei Google auffindbar, Heranwachsende stießen sofort auf diese Bilder, wenn sie etwa den Begriff „IS“ bei Google eingaben. Bei der Verbreitung dieser Bilder und Videos ist es entscheidend, genau abzuwägen zwischen einer Verwendung im Zusammenhang mit einer Berichterstattung über aktuelle Ergebnisse, die als solche besonders vor Eingriffen geschützt ist, und dem Schutz von Kindern und Jugendlichen.

3 Organe

Interview

Wir haben dazu mit Vertretern von Google Deutschland diskutiert, die uns über die technischen Möglichkeiten informiert haben, mit denen versucht wird, solche Darstellungen zu entfernen oder zumindest nur Erwachsenen zugänglich zu machen. Inzwischen sind auch einige der betreffenden Videos gelöscht worden, allerdings wird uns dieses brisante Thema auch zukünftig noch beschäftigen.

Stimmt somit der Eindruck, dass die Arbeit des Medienrats zunehmend politischer wird?

Lothar Hay: Ja, diesen Eindruck habe ich durchaus auch. Die Arbeit geht etwa immer mehr dahin, mit den Veranstaltern und Anbietern zu reden und sie auf die Herausforderungen des Jugendschutzes aufmerksam zu machen. Oftmals treffen wir hier auf großes Verständnis und eine Bereitschaft zur Zusammenarbeit, auch unabhängig von rechtlichen Verpflichtungen.

Im letzten Jahr hat scout – das Medienkompetenzmagazin der MA HSH, einen neuen Internetauftritt erhalten. Ging es da nur um ein frisches Design?

Thomas Fuchs: Dem Relaunch von scout-magazin.de sind verschiedene Überlegungen vorausgegangen. Natürlich muss insbesondere ein Magazin zum Thema Medienkompetenz auch im Internet vertreten sein. Hinzu kam der Wunsch, endlich unsere umfangreichen Informationen zu Medienkompetenzprojekten und -materialien mit den Inhalten von scout zusammenzuführen. Außerdem können wir mit exklusiven Online-Artikeln, News, Blogbeiträgen oder auch Veranstaltungsankündigungen nun noch deutlich schneller aktuelle Entwicklungen aufgreifen. Besonders gefreut hat uns, dass der neue Online-Auftritt von scout schon im ersten Jahr mit einem „FOX Award“¹ ausgezeichnet wurde.

¹ Der renommierte, international vergebene FOX Award prämiert besonders gelungene Kommunikationskonzepte. Die Webseite scout-magazin.de und die Printausgabe wurden mit Gold für die grafische Gestaltung sowie Silber für das Gesamtkonzept ausgezeichnet.

Lothar Hay: Ich denke ich kann für den kompletten Medienrat sprechen, wenn ich sage, dass uns die Medienkompetenzförderung besonders wichtig ist. Ich bin deshalb froh, dass mit scout-magazin.de eine zentrale Anlaufstelle für die Fragen der Medienkompetenz im Norden geschaffen wurde. Wie der Fall mit Google, über den wir gerade gesprochen haben, zeigt, ist es heutzutage oft nicht mehr möglich, Kinder und Jugendliche vor allen möglicherweise verstörenden Inhalten zu schützen. Die Förderung von Medienkompetenz und die Aufklärung und Unterstützung von Eltern, Lehrern und außerschulischen Pädagogen sind daher umso wichtiger, damit Heranwachsende solche Erlebnisse einordnen und mit ihnen umgehen können.

Ende 2014 wurde der 5. Medienänderungsstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein (MÄStV HH/SH) unterzeichnet, der erstmals die Veranstaltung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein zulässt. Wie geht es nun hier weiter?

Thomas Fuchs: Der Gesetzgeber hat vorgegeben, dass Lokalfunk grundsätzlich in fünf Regionen Schleswig-Holsteins veranstaltet werden darf. Drei dieser Regionen sind für nichtkommerziellen Hörfunk vorgesehen, in zwei dürfen sich auch kommerzielle Veranstalter auf die Frequenzen bewerben.

Die MA HSH hat daraufhin einen Call for Interest gestartet und in einem zweiten Schritt die Versorgungsgebiete ausgeschrieben.

Lothar Hay: Ich begrüße die Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein ausdrücklich, aber leider wurden einige Vorschläge und Nachfragen, die der Medienrat im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens gemacht hat, nicht berücksichtigt. So haben wir für eine andere Aufteilung der Gebiete plädiert, und eine größere Flexibilität angeregt. Besonders problematisch ist unserer Ansicht nach aber die Finanzierung des nichtkommerziellen Rundfunks. Hier macht der Gesetzgeber leider keinerlei Angaben, wie diese umzusetzen ist, und auf welche Weise die nichtkommerziellen Veranstalter von Lokalfunk gefördert oder unterstützt werden sollen.

3 Organe

Interview

Vita Lothar Hay

Thomas Fuchs: Dem stimme ich zu, vor allem die Finanzierung der nichtkommerziellen Veranstalter von Lokalfunk in Schleswig-Holstein ist völlig ungeklärt. Dies wird das Vergabeverfahren belasten. Ohne Förderung kann nichtkommerzieller Lokalfunk das Versprechen einer größeren Vielfalt in der Medienlandschaft nicht einlösen.

Für Hamburg hat die MA HSH im letzten Jahr die Frequenzen für den ersten Privatrado-Multiplex im Digitalradio auf den Weg gebracht. Gleichzeitig wurde auch für DVB-T2 ein Plattformbetrieb beschlossen. Geht es bei den neuen Infrastrukturen nur noch über Plattformen?

Thomas Fuchs: Gerade bei der Einführung eines neuen Standards wie etwa DVB-T2 bietet der Plattformbetrieb entscheidende Vorteile. Die neue Technik muss erstmal als solche etabliert werden, und dies ist entschieden leichter zu realisieren, wenn ein Unternehmen die Vermarktung hierfür zentral übernehmen kann. Hinzu kommt eine größere Flexibilität in der Zusammensetzung des Programmangebots, auch wenn die Veranstalter natürlich immer noch eine Zulassung der zuständigen Landesmedienanstalt benötigen. Diese wachsende Relevanz bringt aber auch mit sich, dass der Bereich der Plattformregulierung deutlich an Bedeutung zunimmt. Es muss sichergestellt sein, dass es für alle Veranstalter einen freien und fairen Zugang zu den verschiedenen Plattformen gibt, und sie darauf auch diskriminierungsfrei aufgefunden werden können. Mit diesen Fragen haben wir uns im vergangenen Jahr im Fachausschuss „Netze, Technik, Konvergenz“ auf bundesweiter Ebene intensiv auseinandergesetzt. Auffällig ist, dass die Beschwerdeverfahren zunehmen, dass sich also die Veranstalter gegen Diskriminierung auch zu wehren versuchen. Das finde ich richtig, da kommt den Medienanstalten eine wichtige Schlichtungsfunktion zu.

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

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Die Zuweisung von DVB-T-Übertragungskapazitäten für Hamburg und Schleswig-Holstein zur Verbreitung der Vollprogramme RTL, VOX, RTL II und SuperRTL wurden vom Medienrat für die Dauer von zehn Jahren verlängert.

Neu erteilt wurde jeweils eine digital-terrestrische Zuweisung für die Verbreitung des Spartenprogramms ProSiebenMAXX in Schleswig-Holstein und in Hamburg.

Nach Beschlüssen des Medienrats bestätigte die MA HSH eine Beteiligungsveränderung bei der Veranstalterin von Hamburg 1, der KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. KG als unbedenklich. Die vorher von der TRIANGLE Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG gehaltenen Anteile gingen direkt auf die bereits an diesem Unternehmen beteiligten Gesellschafter Frank Otto, Nikolaus Broschek und Dr. Farhad Vladi über.

Ebenso bestätigt wurde eine Beteiligungsveränderung bei der Veranstalterin von Sylt 1, der TV Link new media GmbH & Co. KG sowie die Umbenennung in Sylt 1 GmbH & Co. KG. Die BbG Betriebsberatungs GmbH erhöhte ihre Anteile auf 50 Prozent.

Die MA HSH hat 2014 das regionale Fensterprogramm für Hamburg und Schleswig-Holstein im bundesweiten Vollprogramm RTL ausgeschrieben. Der Medienrat wählte unter den Bewerbern die RTL Nord GmbH als Veranstalterin des Regionalfensterprogramms aus. Nach der Bestätigung dieser Entscheidung als unbedenklich hinsichtlich der Meinungsvielfalt durch die KEK wurde der RTL Nord GmbH eine Zulassung zur Veranstaltung des Regionalfensterprogramms bis 2025 erteilt. Für den gleichen Zeitraum wurden RTL Nord digital-terrestrische Übertragungskapazitäten in Hamburg und Schleswig-Holstein zugewiesen. Zulassung und Zuweisung sind noch nicht rechtskräftig, da ein Mitbewerber Widerspruch hiergegen eingelegt hat. Der Medienrat hat daher den Sofortvollzug angeordnet.

Ebenfalls ausgeschrieben wurde das Regionalfenster für Hamburg und Schleswig-Holstein im bundesweiten Vollprogramm Sat.1. Das Vergabeverfahren wurde nach Zustimmung durch die KEK mit der Auswahl der Sat.1 Norddeutschland GmbH im April 2015 abgeschlossen.

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

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Zulassungen Fernsehen

Folgende private Fernsehveranstalter und Tele-shoppingsender verfügen über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH (Stand April 2015):

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
4-Seasons.TV	4-Seasons.TV Fernsehgesellschaft bR - Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH 50 % - Moving Adventures Medien GmbH 50 %	Zulassung als Spartenprogramm
Alster.TV	Magazin Verlag Hamburg HMW GmbH - Wolfgang E. Buss 50 % „Melan Initiativ“ Veranstaltungs GmbH 50 %	Zulassung als regionales Spartenprogramm
Bibel TV	Bibel TV Stiftung gGmbH - Rentrop-Stiftung 52,00 % - Astratel Radio- und Televisions-Beteiligungsgesellschaft mbH 12,75 % - EKD Media GmbH 12,75 % - ERF Medien e.V. 4 % - Campus für Christus e.V. 3 % - SCM Verlag GmbH & Co. KG 3 % 10 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 3 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung DVB-T HH/SH ¹
CTV	Coptic Television gGmbH Koptische Gemeinde Hamburg e.V. 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Disney Channel	The Walt Disney Company (Germany) GmbH The Walt Disney Company 100 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
Eurosport	Eurosport S.A.S. - Discovery Communications, Inc. 51 % - Télévision Francaise S.A. 49 %	Zuweisung DVB-T HH
Greencapital.TV	Greencapital.TV GmbH i.G. Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Hamburg 1	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. - Michel Medien Beteiligungs GmbH 52,92 % - Frank Otto 30,15 % - TRIANGLE Medien Beteiligungs GmbH 10,00 % - Nikolaus Broschek 3,78 % - AT Media GmbH 3,15 %	Zulassung als regionales Vollprogramm Zuweisung DVB-T HH

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

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

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
QVC	QVC Deutschland • QVC International Management LLC & Co. KG 99 % • QVC Deutschland GP, Inc. 1 %	Zuweisung DVB-T HH
RTL	RTL Television GmbH • Mediengruppe RTL Deutschland GmbH 100 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
RTL Nord	RTL Nord GmbH • RTL Television GmbH 100 %	Zulassung als Regionalprogramm Zuweisung DVB-T HH/SH
RTL2	RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG • Heinrich Bauer Verlag KG 31,5 % • Tele-München Fernsehen GmbH & Co. Medienbeteiligungs-KG 31,5 % • CLT-UFA S.A. 27,3 % • UFA Film und Fernseh GmbH 8,6 % • Burda GmbH 1,1 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
Sat.1	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH • ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm ² Zuweisung DVB-T HH/SH
Sat.1 Regional-fernsehen für Hamburg und Schleswig-Holstein	Sat.1 Norddeutschland GmbH • ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zulassung als Regionalprogramm Zuweisung DVB-T HH/SH
Sixx	Sat.1 Norddeutschland GmbH • ProSiebenSat.1 Media AG 100 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
Sky ³	Sky Fernsehen Deutschland GmbH & Co. KG • Sky Deutschland AG 100%	Zulassung als Spartenprogramm
Spiegel Geschichte	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG • Spiegel TV GmbH 51 % • Autentic GmbH 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Spiegel.TV	Spiegel TV GmbH • Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Fernsehen

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Spiegel TV Wissen	Spiegel TV Geschichte GmbH & Co. KG • Spiegel TV GmbH 51 % • Autentic GmbH 49 %	Zulassung als Spartenprogramm
Sportdigital	Sportdigital.TV Sende- und Produktions GmbH • Sportainment Medien GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Super RTL	RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG • CLT-UFA S.A. 50 % • Buena Vista International(BVI) Television Investments Inc. 50 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
Sylt 1	TV Link GmbH & Co. KG • bbg Betriebsberatungs GmbH 37,50 % • Heike Holst 31,25 % • Axel Link 31,25 %	Zulassung als Vollprogramm
Tele 5	TM-TV GmbH • Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft 100 %	Zuweisung DVB-T HH/SH
Vox	Vox Television GmbH • Vox Holding GmbH 99,7 % • DCTP Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH 0,3 %	Zuweisung DVB-T HH/SH

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

² Die Zulassung ist noch nicht bestandskräftig.

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

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Der MediaBroadcast wurden von der MA HSH Kapazitäten für die Veranstaltung der ersten Privatradioplattform in Hamburg über DAB+ zugewiesen. Die zur Verbreitung auf der Plattform vorgesehenen Hörfunkprogramme Radio VHR, Radio Paradiso, 80s80s, Mega Radio sowie Elbe 1 erhielten von der MA HSH die dafür benötigte Zulassung. Die Sender Freies Sender Kombinat (FSK) sowie Hamburger Lokalradio, die ebenfalls Teil des Programmangebots der Plattform sind, verfügten bereits über die erforderliche Zulassung.

Die Zulassung des Hörfunkprogramms Freies Sender Kombinat (FSK) wurde auf das Bundesland Schleswig-Holstein erweitert.

Als rundfunkrechtlich unbedenklich wurde eine Veränderung der Beteiligungsstruktur bei der Regiocast GmbH & Co. KG bestätigt, durch welche die Axel Springer SE als Teilhaberin ausschied.

Ebenso als vereinbar mit den Vorschriften des Medienstaatsvertrags HSH bestätigte die MA HSH eine Veränderung der Beteiligungsverhältnisse bei der delta radio GmbH & Co. KG. Vier Anteilseigner verkauften ihre Beteiligungen an die Frank Otto Medienbeteiligungs GmbH & Co. KG.

Der Antenne Sylt UG wurden für die im Juli und August auf der Insel Sylt stattfindende Ausstellung „Minderheiten in Schleswig-Holstein“ UKW-Übertragungskapazitäten für Veranstaltungsfunk zugewiesen.

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Zulassungen Hörfunk

Folgende private Hörfunkveranstalter und Teleshoppingssender verfügen über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH (Stand April 2015):

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
2255 Media	2255 GmbH & Co. KG • KK Invest GmbH 60 % • Susanne Backmeister 20 % • Matthias Müller 20 %	Zulassung als Spartenprogramm
80s80s¹	Regiocast GmbH & Co. KG • medien holding:nord gmbH 20,11 % • BO Beteiligungs GmbH 15,55 % • Lübecker Nachrichten GmbH 12,16 % • Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH & Co. Beteiligungs KG 11,21 % • MOIRA Rundfunk GmbH 10,45 % • Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH 4,92 % • Delta Radio GmbH & Co. KG 3,72 % • Nora Nordostsee Radio GmbH & Co. KG 3,45 % • sowie 21 weitere Kommanditisten mit jeweils unter 3%	Zulassung als Vollprogramm
Alster Radio 106!8 Rock'n Pop	Alster Radio GmbH & Co. KG • NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Antenne Sylt	Antenne Sylt UG (haftungsbeschränkt) • Hans-Peter Müller 55 % • HITL Verwaltungs GmbH 40 % • MK Wirtschaftsdienst GmbH 5 %	Zulassung als Vollprogramm
Byte.FM	ByteFM GmbH • Ruben Jonas Schnell 90 % • Günter Pilz 5 % • Dr. Klaus Pilz 5 %	Zulassung als Spartenprogramm
Delta Radio	Delta Radio GmbH & Co. KG • Frank Otto Medien Beteiligungs GmbH & Co. KG 58,89 % • Regiocast GmbH & Co. KG 17,17 % • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,12 % • Ditting Media Beteiligungs GmbH 7,82 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Elbe 1¹	TV-Media GmbH i.Gr. • Tobias Wacker 100 %	Zulassung als Vollprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Energy	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ- Hörfunk Beteiligungs GmbH 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Energy Hamburg	Radio 97.1 MHz Hamburg GmbH • NRJ-Hörfunk Beteiligungs GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
FSK	Anbieterinnengemeinschaft im FSK e.V. • Förderverein Radio Loretta e.V. 25 % • projekt_r 20 % • Uni Radio e.V. 15 % • Arbeitsgemeinschaft der 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 % • Jüdische Gemeinde Pinneberg e.V. 5 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Hamburg zwei	Radio 95.0 GmbH & Co. KG • Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG 51,0 % • Radio Hamburg GmbH & Co. KG 16,4 % • Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 16,3 % • Regiocast GmbH & Co. KG 16,3 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Hamburger Lokalradio	Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. • Kulturradio e.V. 50 % • Swinging Hamburg e.V. 20 % • Stiftung Sammlung Rolf Italiaander/ Hans Spegg-Museum Rade am Schloss Reinbek 10 % • Kommunales Radio e.V. 10 % • Lola e.V. 5 % • Pro Cultura 5 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Kiss National	Alpha 12 Digitalradio GmbH & Co. KG • NORFOM Medien GmbH & Co. KG 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Klassik Radio	Klassik Radio GmbH & Co. KG • Euro Klassik GmbH 100 %	Zulassung als Spartenprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Mega Radio ¹	Mega Radio GmbH • Peter Valentino Medien GmbH 100 %	Zulassung als Vollprogramm

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Pink Channel	Pink Channel e.V. Größere Zahl von natürlichen Personen als Vereinsmitglieder beziehungsweise Fördermitglieder 100 %	Zulassung als Spartenprogramm
Radio Bibel TV¹	Bibel TV Stiftung gGmbH - Rentrop-Stiftung 52,00 % - Astratel Radio- und Televisions-Beteiligungsgesellschaft mbH 1 12,75 % - EKD Media GmbH 12,75 % - ERF Medien e.V. 4 % - Campus für Christus e.V. 3 % - SCM Verlag GmbH & Co. KG 3 % 10 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 3 %	Zulassung als Spartenprogramm
Radio Hamburg	Radio Hamburg GmbH & Co. KG - Axel Springer Verlag AG 35,0 % - Ufa Film- und Fernsehen GmbH 29,2 % - Heinrich Bauer Verlag KG 25,0 % - Lüthmann Druck Harburger Zeitungs-GmbH & Co. KG 5,8 % - Morgenpost Verlag GmbH 5,0 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Radio Nora	Nora NordOstseeRadio GmbH Co. KG - Regiocast GmbH & Co. KG 25,68 % - Ditting Media Beteiligungs GmbH & Co. KG 20,98 % - Delta Radio GmbH & Co. KG 11,79 % - Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG 10,14 % - Radio Hamburg GmbH & Co. KG 8,87 % - Dr. Ulrich Ziegenbein 6,88 % - G+D Grafik + Druck GmbH & Co. KG 4,95 % - Eberhard Becker 3,43 % - Radio Neptun Rundfunk-Verwaltungs GmbH 3,10 % 7 weitere Gesellschafter mit jeweils unter 3 %	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW
Radiopark	Radiopark GmbH & Co. KG - Arndt-Helge Grap 53,35 % - Frank Otto 22,92 % - Jens-Uwe Steffens 6,25 % - Prof. Norbert Aust 6,25 % - Wilfried Sorge 6,25 % - Christian Thorge Schmidt 4,17 % - Michael Conrad 0,82 %	Zulassung als Spartenhörfunkprogramm-bouquet

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Name	Veranstalter	Zulassung / Zuweisung
Radio Paradiso¹	Evangelischer Presseverband Norddeutschland GmbH • Evangelisch-Lutherische Kirche in Norddeutschland 47,5 % • Evangelischer Presseverb. für Mecklenburg-Vorpommern e.V. 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Altholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Dithmarschen 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Hamburg-Ost 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis HH West-Südholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Lübeck-Lauenburg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Mecklenburg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Nordfriesland 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Ostholstein 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Plön-Segeberg 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Rantzau-Münsterdorf 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Rendsburg Eckernförde 3,7 % • Evangelisch-Lutherischer Kirchenkreis Schleswig-Flensburg 3,7 % • Pommerscher Evangelischer Kirchenkreis 3,7 %	Zulassung als Vollprogramm
Radio P.O.S.	Radio Point of Sale GmbH • P.O.S. Medien Beteiligungs GmbH 99,86 % • Dietmar Otto 0,09 % • Thomas Heilmann 0,05 %	Zulassung als Spartenprogramm (Ladenfunk)
Radio RZ 1	Radio RZ 1 Medien- und Veranstaltungs UG (haftungsbeschränkt) • Roland Michels 50 % • Anja Michels 50 %	Zulassung als Vollprogramm
R.SH Radio Schleswig-Holstein	Regiocast GmbH & Co.KG • medien holding:nord gmbH 20,11 % • BO Beteiligungs GmbH 15,55 % • Lübecker Nachrichten GmbH 12,16 % • Kieler Zeitung Verwaltungs GmbH & Co. Beteiligungs KG 11,21 % • MOIRA Rundfunk GmbH 10,45 % • Medien- und Beteiligungsgesellschaft mbH 4,92 % • Delta Radio GmbH & Co. KG 3,72 % • Nora Nordostsee Radio GmbH & Co. KG 3,45 % • sowie 21 weitere Kommanditisten mit jeweils unter 3%	Zulassung als Vollprogramm Zuweisung UKW-Frequenz
Radio VHR¹	Radio VHR • Alfred Krandick (Geschäftsführer)	Zulassung als Vollprogramm
Sylt Funk	Sylt Funk Mediengesellschaft mbH • Günter Drossart 50 % • Stefan Hartmann 50 %	Zulassung als Vollprogramm

¹ Sendestart noch offen.

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Marktanteile Hörfunk

Wie in den Jahren zuvor zeigten die auch im Jahr 2014 erhobenen Daten zum Radiomarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein insgesamt kaum Veränderungen im Vergleich zu den Vorjahren. Zwar lag Radio Hamburg bei den Tagesreichweiten in Hamburg deutlich vorn, musste allerdings, wenngleich es einen Marktanteil von etwas über 20 Prozent (20,1 %) erzielte, die Marktführerschaft an das NDR Programm 90,3 (21,8 %) abgeben. Abgesehen von NDR 2 (13,5 %) erreichten alle anderen Programme in Hamburg Tagesreichweiten und Marktanteile, die deutlich unter 10 Prozent liegen.

Ein durchaus ähnliches Bild ergab sich für Schleswig-Holstein. Auch hier konnte R.SH die größte Tagesreichweite vor den NDR Programmen NDR 2 und Welle Nord für sich verbuchen, bei den Marktanteilen dagegen lag die NDR Welle Nord (20,6 %) knapp vor R.SH (19 %).

Im Ballungsraum Hamburg überlappen sich beide Märkte teilweise, wobei aufgrund des Metropolenbezugs auch hier Radio Hamburg die Marktführerschaft reklamieren kann.

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

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Marktanteile Hamburg

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

Programme	ma 2015/I	ma 2014/II
Radio Gesamt	100	100
NDR 90,3	21,8	22,5
Radio Hamburg	20,1	19,3
NDR 2	13,5	12,5
alster radio	6,8	6,9
NDR Info	3,9	2,9
N-Joy	3,1	4,1
HAMBURG ZWEI*	3,0	2,9
R.SH Radio Schleswig-Holstein	3,0	1,5
Klassik Radio Gebiet HH/SH	2,5	3,0
NDR 1 Niedersachsen	2,4	2,6
ENERGY Hamburg	2,2	1,6
NDR 1 Welle Nord	1,6	2,3
NDR Kultur	1,6	1,6
delta radio	1,5	1,5
radio ffn	0,4	0,7
TIDE 96.0	0,4	0,2
Radio NORA	0,3	1,8
NDR 1 Radio MV	0,2	0,3
Antenne Niedersachsen	0,1	0,3
FSK	0,0	-

* Bis 15. Juli 2014 Oldie 95

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Erscheinungsdaten:
ma 2014/II: 15. Juli 2014
ma 2015/I: 04. März 2015

Marktanteile Schleswig-Holstein

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

Programme	ma 2015/I	ma 2014/II
Radio Gesamt	100	100
NDR 1 Welle Nord	20,6	19,8
R.SH Radio Schleswig-Holstein	19,0	17,9
NDR 2	18,5	22,6
N-Joy	7,6	6,7
Radio Hamburg	5,6	4,5
delta radio	4,2	3,5
NDR 90,3	3,4	4,2
NDR Info	3,4	2,5
Radio NORA	3,3	2,9
NDR Kultur	1,9	1,4
ENERGY Hamburg	1,5	1,7
NDR 1 Niedersachsen	1,2	0,9
Klassik Radio Gebiet HH/SH	1,0	0,9
alster radio	0,8	1,6
HAMBURG ZWEI*	0,5	0,4
NDR 1 Radio MV	0,3	0,4
Antenne Niedersachsen	0,2	0,2
radio ffn	0,1	0,1
TIDE 96.0	0,0	0,0
FSK	-	-

* Bis 15. Juli 2014 Oldie 95

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Erscheinungsdaten:
ma 2014/II: 15. Juli 2014
ma 2015/I: 06. März 2015

4 Zulassung und Zuweisung

Hörfunk

Tagesreichweite Hamburg

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

Programme	ma 2015/I	ma 2014/II
Radio Gesamt	65,8	71,4
Radio Hamburg	19,9	21,6
NDR 2	15,3	16,0
NDR 90,3	14,6	16,1
alster radio	8,1	9,5
N-Joy	6,8	8,6
NDR Info	5,4	5,2
HAMBURG ZWEI*	5,1	6,2
delta radio	3,8	4,6
ENERGY Hamburg	3,3	4,3
R.SH Radio Schleswig-Holstein	3,3	3,8
Klassik Radio Gebiet HH/SH	3,0	3,2
NDR Kultur	2,4	1,9
NDR 1 Niedersachsen	1,9	2,2
NDR 1 Welle Nord	1,7	2,7
radio ffn	1,2	1,9
TIDE 96.0	0,6	0,6
Radio NORA	0,5	1,4
Antenne Niedersachsen	0,3	0,8
NDR 1 Radio MV	0,3	0,4
FSK	0,1	-

Bis zum 15. Juli 2014 Oldie 95

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Erscheinungsdaten:
ma 2014/II: 15. Juli 2014
ma 2015/I: 06. März 2015

Tagesreichweite Schleswig-Holstein

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

Programme	ma 2015/I	ma 2014/II
Radio Gesamt	79,5	80,6
R.SH Radio Schleswig-Holstein	23,9	24,4
NDR 2	23,6	26,6
NDR 1 Welle Nord	19,6	19,7
N-Joy	12,6	12,4
Radio Hamburg	7,7	8,0
delta radio	7,6	8,2
NDR Info	6,3	6,3
Radio NORA	5,4	5,3
NDR 90,3	3,7	4,2
ENERGY Hamburg	2,1	1,1
NDR Kultur	2,0	1,9
Klassik Radio Gebiet HH/SH	1,5	1,7
alster radio	1,3	1,9
HAMBURG ZWEI	1,2	1,0
NDR 1 Niedersachsen	1,1	1,0
radio ffn	0,6	0,4
NDR 1 Radio MV	0,6	0,4
Antenne Niedersachsen	0,4	0,6
TIDE 96.0	0,0	0,0
FSK	-	-

Bis zum 15. Juli 2014 Oldie 95

Erstellt von MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH
Erscheinungsdaten:
ma 2014/II: 15. Juli 2014
ma 2015/I: 06. März 2015

5 Programmaufsicht

Neben Zulassung und Zuweisung steht die Aufsicht über die von ihr zugelassenen Fernseh- und Radioprogramme 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 auch spezielle Lizenzauflagen im Blick.

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

Der von der MA HSH angestrebte offene und ergebnisorientierte Austausch mit den Rundfunkveranstaltern hat sich auch im vergangenen Jahr als erfolgreich erwiesen. Je nach Sachlage konnte sie in einer Vielzahl von Prüffällen eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen und musste nur bei einer geringen Anzahl von Programmverstößen ein Aufsichtsverfahren einleiten. Auch bereits im Vorwege einer Ausstrahlung ließen sich Rundfunkveranstalter immer wieder von der MA HSH 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.

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

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

5 Programmaufsicht

Telemedien

Jugendschutzprogramme

Die MA HSH setzte sich auch 2014 weiter für die Etablierung und fortlaufende Verbesserung von Jugendschutzprogrammen ein. Die KJM hat bislang vier Jugendschutzprogramme anerkannt: Das JusProg-Jugendschutzprogramm, die Kinderschutz-Software der Deutschen Telekom AG sowie die Programme SURF SITTER Plug & Play und SURF SITTER PC (Vollversion) der Cybits AG. Es wurden zudem bereits Lösungen für mobile Endgeräte entwickelt, die der KJM zur Anerkennung vorgelegt wurden: Die App „vodafone Child Protect“ von JusProg/Vodafone sowie die „Surfgarten“-App der Telekom.

Jugendschutzprogramme basieren auf Filtersystemen und klassifizieren jugendschutzrelevante Inhalte nach Altersstufen. Dabei werden auch ausländische Internetangebote berücksichtigt.

Der MA HSH ist die weitere Verbreitung und Verbesserung der Jugendschutzprogramme ein vordringliches Anliegen. Sie sorgt dafür, dass in den von ihr geförderten Medienkompetenzprojekten mit der Zielgruppe Eltern über Ziele und Handhabbarkeit von Jugendschutzprogrammen informiert wird. Deswegen fördert sie u. a. das Projekt „Jugendschutzsoftware – Tipps für Eltern“ des Bildungskontors Hamburg der Hamburger Volkshochschule (VHS), das in Kooperation mit den Bücherhallen Hamburg (HÖB) durchgeführt wird.

Inhalteanbieter können anerkannte Jugendschutzprogramme als Jugendschutzmaßnahme bei der Verbreitung von entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten im Internet einsetzen. Sie müssen dafür ihre Angebote altersgerecht klassifizieren und die Klassifizierung für die anerkannten Jugendschutzprogramme auslesbar machen. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, können die Inhalte verbreitet werden, ohne dass rechtsaufsichtliche Maßnahmen durch KJM und Landesmedienanstalten zu befürchten sind.

Mit den von der KJM anerkannten Programmen haben Eltern die Möglichkeit, Kindern und Jugendlichen je nach Altersstufe geeignete Internetangebote freizuschalten und ungeeignete zu blockieren. Sie können die Software auf dem heimischen Rechner beziehungsweise im Heimnetzwerk installieren und anschließend festlegen, für welche Altersstufe die Internet-Seiten gefiltert werden sollen. Ergänzend können sie auch selbst Websites auf eine persönliche Filterliste setzen.

Aufsichtstätigkeit

Die MA HSH überwachte auch im Jahr 2014 die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen durch die in Hamburg und Schleswig-Holstein ansässigen Telemedienanbieter und bearbeitete die in diesem Zusammenhang anfallenden Prüffälle.

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

Stellt die Prüfgruppe einen möglichen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften fest, führt die MA HSH die Anhörung des Anbieters durch und ist dabei auch für die rechtliche Bewertung von Anbieterstellungnahmen, für die routinemäßige Überprüfung

5 Programmaufsicht

der Angebote und bei anhaltenden Verstößen für die Dokumentation des Sachstands verantwortlich. Nach erfolgter Anhörung leitet die MA HSH die Fälle erneut an die KJM zur abschließenden Beschlussfassung weiter und setzt die Entscheidungen der KJM um.

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

Darüber hinaus steht die MA HSH auch Telemedienanbietern für Beratungsgespräche zur Verfügung.

Aufsichtsfälle

Bezogen auf das Internet bearbeitete die MA HSH im Jahr 2014 insgesamt 89 Prüffälle. Es handelte sich dabei vorwiegend um Angebote mit sexualthematischen Inhalten, die in der Regel gleich gegen mehrere Normen des JMStV verstießen. Sie enthielten beispielsweise frei zugängliche oder unzureichend geschützte pornografische Darstellungen. Als pornografisch ist eine Darstellung anzusehen, wenn sie unter Ausklammerung aller sonstigen menschlichen Bezüge sexuelle Vorgänge in grob aufdringlicher Weise in den Vordergrund rückt und ihre Gesamttendenz ausschließlich oder überwiegend auf das lüsterne Interesse des Betrachters an sexuellen Dingen abzielt. Pornografische Darstellungen sind jugendgefährdend und im Internet nur zulässig, wenn sie nur Erwachsenen innerhalb sogenannter „geschlossener Benutzergruppen“ zugänglich sind.

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

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

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

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

53 der 89 Fälle waren bereits in den Vorjahren aufgegriffen und 2014 von der MA HSH weiter betrieben worden. 36 Fälle kamen 2014 neu hinzu. Davon wurden elf Fälle nach Hinweisschreiben umgehend nachgebessert. In 15 Fällen wurde wegen nicht erfolgter Nachbesserungen ein KJM-Verfahren eingeleitet.

Die MA HSH führte 2014 in 14 Fällen die Anhörung des Anbieters durch.

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

5 Programmaufsicht

Nach abschließender Beschlussfassung durch die KJM erließ die MA HSH im Berichtszeitraum zwei Beanstandungsbescheide und eine Untersagungsverfügung. Die Untersagungsverfügung betraf ein offensichtlich schwer jugendgefährdendes Angebot, das u. a. Darstellungen von Fäkalsex enthielt, ohne dass der Anbieter durch ein verlässliches Altersverifikationssystem sicherstellte, dass diese nur Erwachsenen zugänglich waren. In vier Fällen wurden Bußgelder verhängt. Dabei handelte es sich um Angebote mit pornografischen Inhalten, die von der MA HSH aufgegriffen worden waren. 14 Fälle konnten nach Entscheidung der KJM eingestellt werden, da die Angebote im Zuge der Anhörung des Anbieters nachgebessert worden waren.

Viele Fälle blieben aber auch nach erfolgter Beanstandung, Untersagung und/oder Verhängung eines Bußgelds noch im förmlichen Verfahren der MA HSH, weil Vollstreckungsverfahren eingeleitet werden mussten oder die Anbieter Rechtsbehelfe gegen die erlassenen Bescheide eingelegt hatten. In 16 Fällen standen im Berichtszeitraum noch Gerichtsentscheidungen aus.

Anbieterkennzeichnung

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

Art und Umfang der Pflichtangaben über den Anbieter ergeben sich aus dem jeweiligen Angebot. Angebote ohne wirtschaftliche Relevanz, wie Informationsangebote von Vereinen, die nicht auf Gewinn abzielen, unterliegen i.d.R. den eingeschränkteren Vorgaben nach § 55 RStV. Zu diesen Angaben gehören zumindest der Name und die Anschrift des Anbieters.

Für geschäftsmäßige Telemedien, die in der Regel gegen Entgelt angeboten werden, kommen die Regelungen des § 5 TMG zur Anwendung. Zusätzlich zum Namen und der Anschrift sind insbesondere die Angabe einer E-Mail-Adresse sowie eine zweite Kontaktmöglichkeit wie Telefon- oder Faxnummer verpflichtend. Darüber hinaus können im Einzelfall weitere Angaben erforderlich sein. Für Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten gilt, dass sie überdies einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen müssen (§ 55 RStV).

Für den aktuellen Berichtszeitraum ist eine weitere Zunahme von Fällen unzureichender Anbieterkennzeichnungen (Impressumsangaben) von Internetangeboten zu verzeichnen. Die Mitteilungen über die 88 neuen Fälle erfolgten überwiegend von anderen Behörden, Privatpersonen oder offenbaren Konkurrenten – einige wenige Anzeigen erfolgten auch anonym. Die Mehrzahl der Anbieter haben ihr Impressum nach Hinweisen der MA HSH nachgebessert. Bei den anderen stehen Nachbesserungen noch aus beziehungsweise die Einleitung eines Ordnungswidrigkeitenverfahrens durch die MA HSH an. 13 Fälle wurden zuständigkeitshalber an andere Institutionen abgegeben, weil diese örtlich zuständig waren beziehungsweise sich diese im Laufe des jeweiligen Verfahrens geändert hat. In einem Fall wurde das Verfahren seitens der MA HSH eingestellt, weil der Anbieter nicht deutschem Recht unterfiel.

Die stetig zunehmende Zahl von Internetangeboten, die Impressumspflichten für Angebote in sozialen Netzwerken und sonstigen Plattformen gepaart mit der Sensibilisierung für die Bedeutung der Impressumsangaben in der Nutzergemeinde lässt die Annahme zu, dass auch zukünftig nicht mit einem Rückgang von sogenannten Impressumsfällen zu rechnen ist.

5 Programmaufsicht

Fernsehprogramme

Programmbeschwerden

Im Jahr 2014 erreichten die MA HSH elf Programmbeschwerden, die von ihr beaufsichtigte Fernsehveranstalter betrafen. Die Prüfung der Fälle führte zu folgenden Ergebnissen:

- Eine Jugendschutzbeschwerde richtete sich gegen Programmhinweise für die erste Folge der Sendereihe Popoz, die nach 22 Uhr bei Nickelodeon zu sehen waren. Aufgrund der späten Sendezeit lag in diesen Fällen kein Verstoß gegen die Jugendschutzbestimmungen vor. Im Sendezeitraum zwischen 20 und 22 Uhr fielen dagegen andere Trailer für die Folge auf, die wegen der darin eingesetzten Bewegtbilder als Rechtsverstoß zu bewerten waren. Da die angekündigte Sendung erst nach 22 Uhr ausgestrahlt werden darf, dürfen diesbezügliche Programmhinweise vor 22 Uhr keine Bewegtbilder enthalten. Die MA HSH sprach eine förmliche Beanstandung aus. Da es sich um einen Wiederholungsfall handelte, wurde zusätzlich ein Bußgeld gegen den Veranstalter verhängt.
- Die vierte Folge der Sendereihe Popoz war Gegenstand einer anderen Beschwerde über das Programm von Nickelodeon. Die Beschwerdeführerin monierte die Darstellung eines sexuellen Übergriffs im Rahmen einer Polizeikontrolle. Die Prüfung ergab, dass die Sendung für Jugendliche unter 16 Jahren nicht geeignet ist. Da sie erst nach 22 Uhr zu sehen war, lag jedoch kein Verstoß gegen die jugendschutzrechtlichen Regelungen vor.
- Eine weitere Beschwerde über Nickelodeon bezog sich auf eine Folge der satirischen Zeichentrickserie Southpark, die im Programmfenster Comedy Central zu sehen war. Aufgrund der Sendezeit nach 20 Uhr war auch in diesem Fall kein Rechtsverstoß festzustellen.
- Ein Werbespot im Tagesprogramm von Nickelodeon war Thema einer weiteren Programmbeschwerde. Die Beschwerdeführerin monierte eine anzügliche Bemerkung, die in dem Spot zu hören war. Die Prüfung ergab, dass der Spot im Rahmen eines Kinderprogramms unangemessen und deplatziert wirkte. Anhaltspunkte für entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung ergaben sich jedoch nicht. Der Sender wurde über die Kritik der Zuschauerin informiert.
- Vier Beschwerden bezogen sich auf einen eigenwerblichen Clip des Pay-TV-Senders Sky. Der Spot zeigte einen Familienvater, der aus Langeweile einen erotisierten Dialog zwischen den Barbie-Puppen seiner Tochter inszeniert. Die Beschwerdeführer empfanden dies als deutliche Grenzüberschreitung und befürchteten eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf zuschauende Kinder. Die Prüfung des erkennbar ironisch gemeinten Spots ergab keine Anhaltspunkte für einen Rechtsverstoß. Der Sender wurde über die Kritik der Zuschauer informiert.
- Eine andere Beschwerde richtete sich gegen einen bei Hamburg 1 gesendeten Beitrag über den „Hamburger Ferienpass“. Die dort gezeigten Kinder seien ohne Einwilligung ihrer Eltern beziehungsweise Sorgeberechtigten gefilmt worden. Hamburg 1 argumentierte zunächst mit besonderen Rechtfertigungsgründen für dieses Vorgehen, sicherte dann aber zu, bei der Aufnahme von Kindern künftig mehr Vorsicht walten zu lassen. Da Hamburg 1 diesen Vorgang zum Anlass nahm, die redaktionellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für dieses Thema zu sensibilisieren, wurde die Angelegenheit nicht weiter verfolgt.

5 Programmaufsicht

- Ein Beschwerdeführer monierte, dass er in einem TV-Sendebeitrag bei Noa 4 namentlich als Beteiligter an einer Straftat genannt worden sei. Eine Überprüfung des Sachverhalts bestätigte diesen Vorwurf. Der Sender bedauerte den Vorfall und legte glaubhaft dar, diesbezüglich zukünftig besondere Sorgfalt an den Tag legen zu wollen. Aufgrund der Einsicht des Veranstalters sowie mit Blick auf das laufende zivilrechtliche Verfahren zwischen Noa 4 und dem Beschwerdeführer erschienen weitergehende aufsichtliche Maßnahmen entbehrlich.
- Eine Beschwerdeführerin hatte außerdem die Ausstrahlung eines Programmhinweises mit Bewegtbildern für die Serienfolge 110 in der Zeit zwischen 20 und 22 Uhr moniert. Auch dieser Fall wurde nach Befassung der KJM gegenüber Nickelodeon förmlich beanstandet.
- Eine weitere Beschwerde aus dem Jahr 2013 hatte sich gegen das Teleshopping-Fenster Astro TV Shop im Programm von Hamburg 1 gerichtet. In der Sendung war ein sogenanntes „Aura-Spray“ mit Aussagen über dessen angeblich gesundheitsfördernde Wirkung beworben worden. Das Teleshopping-Fenster Astro TV Shop ist Bestandteil des von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) zugelassenen Rundfunkprogramms Astro TV, das von Hamburg 1 zu bestimmten Sendezeiten als Programmmulieferung übernommen wurde. Nach Einschaltung des Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) sprach dieser gegenüber dem Programmverantwortlichen von Astro TV wegen verschiedener Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze eine Abmahnung aus. Vor dem Hintergrund dieser wettbewerbsrechtlichen Abmahnung wurde die Angelegenheit medienrechtlich nicht weiter verfolgt. Mittlerweile wird Astro TV Shop bei Hamburg 1 nicht mehr ausgestrahlt.

Im Berichtszeitraum wurde darüber hinaus die Prüfung mehrerer Programmbeschwerden aus dem Vorjahr abgeschlossen. Es handelte sich um folgende Fälle:

- Der Sender Nickelodeon hatte im Jahr 2013 die Fernsehserie „Reality Show“ nach 22 Uhr im Programmfenster Comedy Central gesendet. Zu den Folgen Folgen 109 und 110 gingen verschiedene Programmbeschwerden ein. Da in beiden Fällen Freigaben der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) für diese Sendezeit vorlagen, waren die Ausstrahlungen nicht zu beanstanden, auch wenn die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) in Bezug auf die Folge 110 zu einer höheren Alterseinstufung kam. In beiden Fällen wurden jedoch förmliche Beanstandungen ausgesprochen, da die Folgen ohne die erforderliche Ungeeignetheitsansage für Zuschauer unter 16 Jahren gesendet worden waren.

5 Programmaufsicht

Laufende Programmbeobachtung

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

- Im Programm von Sky Cinema HD wurde innerhalb eines Werbeblocks ein als „SKY Action Tipp“ deklarierter Werbespot für einen Freizeitpark ausgestrahlt. Durch die im Senderdesign gestaltete bildliche und verbale Ankündigung als „Sky Action Tipp“ war die Werbung als solche nicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt nicht unterscheidbar. Die MA HSH legte den Fall der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) vor und sprach eine förmliche Beanstandung gegen den Sender aus.
- Im Programm von Nickelodeon fiel bereits vor Eingang der oben genannten Programmbeschwerde ein weiterer Programmhinweis mit Bewegtbildern für die erste Folge der Sendereihe Popoz auf, der in der Zeit zwischen 20 und 22 Uhr zu sehen war. Da die angekündigte Sendung erst nach 22 Uhr ausgestrahlt werden darf, dürfen diesbezügliche Programmhinweise vor 22 Uhr keine Bewegtbilder enthalten. Der Verstoß wurde nach Befassung der KJM förmlich beanstandet.
- Im Rahmen einer unter Federführung der MA HSH bundesweit koordinierten Programmanalyse der Landesmedienanstalten fielen drei Filme mit FSK-12-Freigaben auf, die ohne Vor-sperre im Tagesprogramm von Sky Cinema HD zu sehen waren. Bei der Wahl der Sendezeit für solche Sendungen muss der Veranstalter dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung tragen. Die nähere Prüfung der Fälle ergab keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Regelungen.
- Im TV-Programm von Sylt 1 fielen verschiedene werberechtliche Problemlagen auf, die insbesondere die Nichtkennzeichnung von Werbung betrafen. Die MA HSH wies den Veranstalter darauf hin, der umgehend nachbesserte.

5 Programmaufsicht

Hörfunkprogramme

Programmbeschwerden

Im Berichtsjahr erreichten die MA HSH sieben Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Problemen, die von ihr zu beaufsichtigende Hörfunkprogramme betrafen. Die Prüfung der Fälle führte zu folgenden Ergebnissen:

- Ein Hinweis auf eine mutmaßlich schleichwerbliche Moderation im Programm von Radio Hamburg erwies sich nach Prüfung des Sachverhalts als haltlos.
- Eine Programmbeschwerde richtete sich gegen die bei Radio Hamburg ausgestrahlte Comedy-Reihe „Jesus – Das Comeback des Jahrtausends“. Eine Hörerin sah sich durch diese Comedy in ihrer Religiosität verletzt und ihren Glauben öffentlich ins Lächerliche gezogen. Im Ergebnis einer genauen Prüfung und Bewertung zahlreicher Episoden der Comedy-Reihe wurde mit diesem Format nicht gegen rundfunkrechtliche Bestimmungen verstoßen. Es wurde weder die Menschenwürde von Kirchenvertretern oder gläubiger Christen verletzt noch wurden die religiösen Überzeugungen anderer missachtet.
- Gegenstand einer weiteren Programmbeschwerde war die Sendung „Merhaba Hamburg“ im Programm von Tide 96.0, in der nach Eindruck eines Hörers unter anderem durch Sponsoring einzelne Unternehmen beworben würden. Die Prüfung des Sachverhalts ergab, dass die im Zusammenhang mit der Sendung platzierten Sponsorhinweise neutral und nicht werblich gestaltet waren und insgesamt den rundfunkrechtlichen Anforderungen entsprachen.
- Thema einer Programmbeschwerde über das Programm von Klassik Radio war eine vermeintlich einseitige Berichterstattung über den Streik bei der Deutschen Bahn im Zusammenhang mit einer Presseschau. Die Prüfung ergab jedoch, dass die anerkannten journalistischen Grundsätze nicht verletzt wurden.
- Zwei Programmbeschwerden richteten sich gegen die mehrstündige Aktion „Raus aus der Kirche – rein ins Wochenende“, die im Rahmen der Morningshow von Alster Radio anlässlich des Reformationstages gesendet wurde. Die Aktion war als Gegenprogramm zu dem allgegenwärtigen Halloween-Thema bei anderen Sendern gedacht. Alster Radio bot darin die Erstattung der Kosten für Kirchenaustrittswillige an. Nach eingehender Prüfung, unter anderem ob religiöse Überzeugungen missachtet wurden, konnte kein medienrechtlicher Verstoß festgestellt werden. Allerdings räumte der Sender ein, dass die Aktion misslungen sei, und entschuldigte sich bei seinen Hörern.
- Eine weitere Beschwerde bezog sich auf die Programmaktion „Der 10.000-Euro-Anruf“ im Programm von Radio Schleswig-Holstein. Bei dieser Aktion konnten Hörer 10.000 Euro gewinnen, wenn sie sich bei einem Anruf des Senders mit „Hallo, R.SH“ meldeten. Der Beschwerdeführer war der Meinung, dass die nicht erfolgreichen Teilnehmer durch die Aktion seelisch unter Druck gesetzt und gequält würden. Die Prüfung des Sachverhalts ergab jedoch keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen die medienrechtlichen Vorschriften.

5 Programmaufsicht

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:

- Bei Alster Radio wurde innerhalb eines Werbeblocks ein Programmhinweis auf eine Sendung des Radioveranstalters ausgestrahlt. Mit Blick auf das gesetzliche Werbetrennungsgebot, wonach Werbung und redaktionelle Inhalte unterscheidbar sein müssen, wurde Alster Radio darauf hingewiesen, dass Programmhinweise innerhalb eines Werbeblocks unzulässig sind. Der Veranstalter hat umgehend reagiert, so dass von einem medienrechtlichen Verfahren abgesehen werden konnte.
- Im Abendprogramm von Alster Radio fiel zudem ein Werbespot für ein Prostitutionsportal auf, der kurz vor 22 Uhr gesendet wurde. Die Prüfung ergab, dass der Spot aufgrund seiner Gestaltung nicht grundsätzlich unzulässig ist, eine jugendbeeinträchtigende Wirkung auf Zuhörer unter 16 Jahren aber nicht ausgeschlossen werden kann. Alster Radio wurde aufgefordert, den Spot künftig nicht mehr vor 22 Uhr auszustrahlen. Da der Sender umgehend reagierte, wurde der Fall nicht weiter verfolgt.
- Im Tagesprogramm von Energy Hamburg wurden Werbespots für einen Hamburger Sexshop gesendet, die aufgrund ihrer Gestaltung erst nach 20 Uhr angemessen gewesen wären. Der Sender räumte den Fehler ein und korrigierte die Ausstrahlungszeit.

6 Medienkompetenz

Projekte

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

Inhaltlich konzentriert sich die MA HSH bei der Medienkompetenzförderung auf die Internetkompetenz von Acht- bis 14-Jährigen sowie auf deren Eltern, Lehrkräfte und Pädagogen. Ziel ist es, über Chancen und Risiken der Internetnutzung aufzuklären. Neben problematischen Aspekten wie Cybermobbing und Fragen des Urheber- und Persönlichkeitsrechts sowie des Verbraucherschutzes hat die MA HSH auch die kommunikativen und kreativen Möglichkeiten des Internetgebrauchs für junge Leute im Blick. Mit ihrer Medienkompetenzförderung unterstützt sie eine positive Mediennutzung und wirkt auf eine Teilhabe an den partizipativen und bildenden Potenzialen des Internets hin. Folgende Projekte wurden im Jahr 2014 von der MA HSH gefördert:

Projekte für Schüler und Lehrkräfte

Internet-ABC-Schulen Hamburg

Das gemeinsam von der MA HSH und dem Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI Hamburg) getragene Projekt hat sich etabliert. Im Berichtsjahr nahmen Lehrkräfte von 18 Hamburger Grundschulen an den Fortbildungsveranstaltungen des LI Hamburg teil. Zahlreiche Eltern wurden durch die von der MA HSH organisierten Elternabende zum Thema „Medienerziehung in der Familie“ erreicht. Im Zentrum des Projekts stehen die vier Internet-ABC-Module, die an die Schüler der 3. und 4. Klasse vermittelt werden: Die Schüler lernen, wie das Internet funktioniert, wo die Gefahren im Netz lauern, sie erkunden unterschiedliche Medien und erproben, wie man diese selbst aktiv nutzt. Im Februar 2015 erhielten die teilnehmenden 18 Schulen das Siegel „Internet-ABC-Schule Hamburg“, da sie das Internet-ABC systematisch und verbindlich im Schulunterricht verankern.

Internet-ABC-Schulen Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein wird das landesweite Angebot des Projekts vorbereitet. Dazu wurden 2014 die ersten wichtigen Schritte geleistet: Im Landkreis Stormarn haben sich fünf „Internet-ABC-Schulen“ engagiert und erhielten die ersten Zertifikate. Nach einer Auftaktveranstaltung in Lübeck im Oktober 2014 werden im Frühjahr 2015 neun Lübecker Grundschulen als Pilotschulen für Schleswig-Holstein starten. Das Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH) wird die Pilotphase begleiten und für die landesweite Ausweitung evaluieren. Die Aktivitäten in Lübeck sind Teil der engen Kooperation im Bereich der Medienkompetenzförderung zwischen MA HSH und der Hansestadt, die weitere Projekte und Veranstaltungen einschließt.

6 Medienkompetenz

PIF! – Projekttag für Internetfrischlinge

Das MA-HSH-geförderte und vom Verein Blickwechsel e.V. getragene Projekt „PIF! Projekttag für Internetfrischlinge“ wendet sich an 3. und 4. Klassen in Grundschulen. Inhalte und Ziele der fünfstündigen Workshops sind: Informationen im Netz suchen und finden, Internetseiten bewerten, Urheber- und Persönlichkeitsrechte kennen, persönliche Daten schützen und sozialverträgliches Verhalten im Web einüben. In Hamburg werden in Kooperation mit dem LI Hamburg im Anschluss an die Workshops Reflexionsgespräche mit den Lehrkräften durchgeführt, um die Umsetzung des Erlernten in den Schul- und Unterrichtsalltag zu erleichtern. Eine vergleichbare Kooperation mit dem IQSH ist beabsichtigt.



Medienzentrum am Gymnasium Eckhorst Bargteheide

Medienkompetenzförderung am Gymnasium Eckhorst, Bargteheide

Am Gymnasium Eckhorst wird die Medienbildung in den Unterricht der Klassen 5 bis 13 verankert. Zudem werden Veranstaltungen für Lehrkräfte und Eltern angeboten. Der Schulanbau mit integriertem Lern- und Medienzentrum verdeutlicht den hohen Stellenwert der Medienkompetenzförderung an der Schule. In eigenen Arbeitsräumen werden Schülerfilme produziert und bearbeitet. Betreut wird das Medienzentrum durch einen Bundesfreiwilligendienst-Leistenden (Kultur). Das Gymnasium Eckhorst kooperiert eng mit anderen Medienkompetenzprojekten der MA HSH.

Schnappfisch-Media – Schüler machen Medien

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

Medien machen Schule

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

Auftaktveranstaltung war in Schleswig-Holstein ein Aktionstag an der Kieler Max-Planck-Schule zum Safer Internet Day 2014. Hamburg startete das Projekt ebenfalls mit einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung am 19. November 2014 im Bramfelder Johannes-Brahms-Gymnasium.

6 Medienkompetenz

Projekte für Jugendliche und Jugendleiter

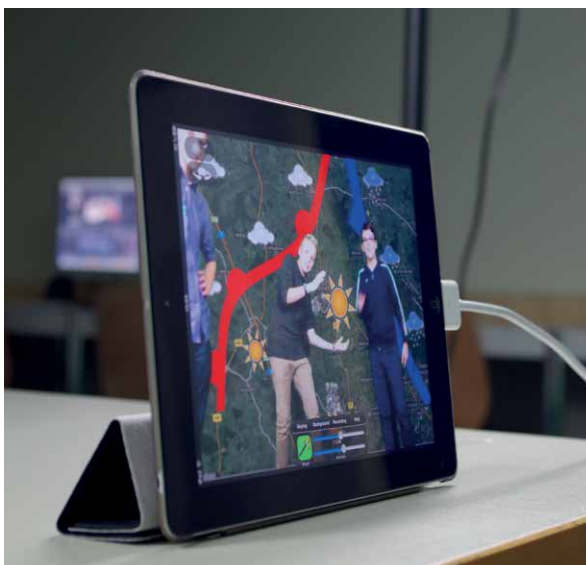
MedienScouts Hamburg

Zum Schuljahr 2014/2015 wurde das vormalig von der MA HSH geförderte Projekt „MedienScouts Hamburg“ in enger Kooperation mit dem LI Hamburg zu einem Fortbildungsprojekt für Lehrkräfte weiterentwickelt. Das Fortbildungsprojekt qualifiziert die teilnehmenden Lehrkräfte für die Ausbildung jugendlicher MedienScouts. Grundlage hierfür ist die Lehrerhandreichung „MedienScout – eine Anregung für Lehrkräfte zur Anleitung und Betreuung!“, die von der MA HSH finanziert wurde.

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

MedienScouts am Gymnasium Allermöhe

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



Medienzentrum am Gymnasium Eckhorst Bargteheide

MEDI-leica – Medienpädagogische Fortbildung für Jugendleiter

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

Onlineratgeber netzdurchblick.de

12- bis 16-Jährige finden auf der Plattform netzdurchblick.de Tipps und Tricks für den kompetenten Umgang mit dem Internet. Es geht beispielsweise um den Schutz vor Viren und Datenschutzfallen, um Urheber- und Persönlichkeitsrechte, aber auch um die Frage, wie man sich bei Online-Konflikten richtig verhält. Die Themen werden auch in einem eigenen YouTube-Kanal aufgearbeitet. Zudem zeigt netzdurchblick.de viele Möglichkeiten, das Netz auch kreativ zu nutzen. Nicht zuletzt MedienScouts und Jugendleiter finden hier aktuelle Infos. Im Jahr 2014 erfolgten monatlich ca. 5.000 Zugriffe auf den Onlineratgeber. Das Projekt wird als Forschungs- und Lehrprojekt an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg betrieben und erhält darüber laufend neuen Input.

6 Medienkompetenz

Projekte für Eltern, Pädagogen und Multiplikatoren

ElternMedienLotsen – Medienpädagogische Elternabende

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

Fachtagung „Frühe Kindheit und Medien“

Am 20. Juni 2014 trafen sich mehr als 100 Studierende und Berufstätige aus dem sozial- und medienpädagogischen Bereich in der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) zur Tagung „Frühe Kindheit und Medien“. Die Tagung wurde von einem Team des Departments „Soziale Arbeit“ der Fakultät „Wirtschaft und Soziales“ organisiert. Profilierte Forscher und Praktiker aus der bundesdeutschen Medienkompetenz-Szene hielten Vorträge und boten Workshops an. Die MA HSH hatte die jährliche Tagung finanziell und fachlich unterstützt und möchte diese Kooperation fortsetzen.



Flensburg Winter School

Fachveranstaltungen und Wissenschaft

Flensburg Winter School 2014

Die Universität Flensburg bietet mit dieser Veranstaltungsreihe ein jährliches Forum für schulische Medienbildung in Schleswig-Holstein. Die dreitägige Veranstaltung im November 2014 stand unter der Überschrift „Medienbildung als Schulentwicklung“ und bot neben Vorträgen zu aktuellen Fragen der Medienbildung auch Praxis-Workshops. Vorrangiges Ziel der Veranstaltung war die medienpädagogische Qualifizierung angehender und bereits im Schuldienst befindlicher Lehrkräfte. Präsentiert wurden auch erste Ergebnisse der MA-HSH-geförderten Studie „Media matters! – Integrale Medienbildung in Schul- und Unterrichtskontexten Schleswig-Holsteins“. Ein Ziel der Tagung ist die Verbesserung der Kooperation zwischen Schule, Hochschule und außerschulischen Akteuren der Medienbildung.

Studie „Media matters!“

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

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen

5. Februar

Anlässlich des bundesweiten Safer Internet Day gab die MA HSH mit ihren Kooperationspartnern den Startschuss für das Projekt „Medien machen Schule“. Das von der MA HSH geförderte Projekt wird von der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein gemeinsam mit dem Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH), dem Landespolizeiamt (LPA) und dem Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) durchgeführt. Das Projekt bietet Informationsveranstaltungen für Eltern, Themen- und Projekttage für Schüler sowie Fortbildungen für Lehrkräfte an.



Vorstellung des Projekts „Medien machen Schule“ am Safer Internet Day 2014

18. Februar

Erstmals war die MA HSH 2014 mit einer eigenen Veranstaltung auf der Social Media Week in Hamburg vertreten. Gemeinsam mit dem Büro für Suchtprävention der Hamburgischen Landesstelle für Suchtfragen e.V. diskutierten Wissenschaftler und Experten mit Jugendlichen zum Thema „Jugendliche und Soziale Medien – Kommunikation im Wandel“. Über einhundert Gäste konnten begrüßt werden und nahmen vor Ort an der Debatte teil.



Gesprächsrunde im Rahmen des Hamburger Mediensymposiums

11. Juni

Auf großen Zuspruch stieß das Fünfte Hamburger Mediensymposium, das die MA HSH im Juni gemeinsam mit dem Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und der Handelskammer Hamburg veranstaltete. Die Fragestellung „Wie informiert sich die Gesellschaft? Aktuelle Befunde und Perspektiven“ führte das Thema des Hamburger Mediendialogs „Freiheit, Verantwortung, Klarheit: Koordinaten einer digitalen Medienordnung“ inhaltlich fort. Über 300 Experten tauschten sich in den Räumen der Handelskammer über die Einflüsse der neuen Medien auf das Informations- und Kommunikationsverhalten der Gesellschaft aus.



Empfang auf der Dachterasse der Handelskammer

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen

20. Juni

Im Hotel Kieler Kaufmann begrüßten die MA HSH und die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (FFHSH) Abgeordnete aus beiden Länderparlamenten sowie zahlreiche weitere Gäste zum Sechsten Parlamentarischen Abend. Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH betonte die Notwendigkeit einer klaren Regelung der Finanzierung von nichtkommerziellen Lokalfunkprogrammen. Im Anschluss an die Grußworte konnten die Gäste schon vor dem Kinostart einen Blick auf den Film „Wacken 3D“ werfen.



Sechster Parlamentarischer Abend in Kiel



Ein Ausblick auf „Wacken 3D“

30. September

Über einen großen Besucherandrang konnten sich die Veranstalter des Fünften Medienkompetenztags Schleswig-Holstein freuen, auf dem die MA HSH als einer der Organisatoren wieder mit einem Informationsstand vertreten war. Die über 750 Gäste konnten sich in einer Vielzahl von Vorträgen und Workshops zu vielen relevanten Themen der Medienkompetenz weiterbilden. Eine ganztägige Messe mit über 40 Ausstellern rundete die Veranstaltung ab.

7 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Publikationen



scout – das Magazin für Medienkompetenz

Zwei weitere Ausgaben von scout, dem Medienkompetenzmagazin der MA HSH, erschienen im April und im September. Seit 2011 bietet das Magazin einer stetig steigenden Leserschaft Orientierung und Service: Es zeigt die Funktionsweise der digitalen Medien und ihre Bedeutung für Kinder und Jugendliche auf und erklärt, warum es so wichtig ist, ihren medialen Alltag zu verstehen.

Was bedeutet das Aufwachsen mit Smartphone und Tablet für die Kleinsten? Ab wann und in welcher Form sollen Kinder mit Medien umgehen lernen und was taugen sogenannte Kinder-Apps? Diese Fragen wurden in Ausgabe 1_2014 unter der Überschrift „Kleinkinder und Medien“ diskutiert und beantwortet.

Die Ausgabe 2_2014 befasste sich schwerpunktmäßig mit dem Themenfeld Big Data. Unter dem Titel „Gib Data – Medienbildung und Big Data“ wurde dargestellt, was die massenhafte Aufzeichnung von Nutzerdaten für Jugendliche, Familien aber auch Institutionen wie Schulen bedeutet. Sparsamkeit bei der Freigabe der eigenen Daten erscheint angesichts dieser Entwicklungen wichtiger denn je.

scout-magazin.de in neuem Gewand und mit vielfältigen Funktionen

Seit April 2014 präsentiert sich der Online-Auftritt von scout in einem neuen Design und mit umfassenden Verbesserungen. Unter www.scout-magazin.de finden sich nunmehr nicht nur alle Artikel aus den bisher erschienenen Ausgaben, sondern auch umfangreiche Informationen über Medienkompetenzprojekte im Norden, aktuelle News, Veranstaltungen zum Thema sowie empfehlenswerte Materialien. Durch die Kombination dieser vorher getrennten Angebote wurde eine zentrale Anlaufstelle für alle Fragen der Medienkompetenz im Norden geschaffen. Ergänzt wird die Seite durch exklusive Online-Artikel, Veranstaltungsdokumentationen sowie einen Blog und eine Kolumne, die einen persönlichen Blick auf die Herausforderung medienbegeisterter Kinder gibt.

Durch eine Verschlagwortung und Kategorisierung der Inhalte bietet die Seite trotz des großen Informationsumfangs einen raschen und einfachen Einstieg für jeden Nutzer.

Auch in 2015 wird www.scout-magazin.de weiter ausgebaut und ergänzt werden.

8 Finanzierungsgrundlagen

Einnahmestruktur

Die MA HSH deckt ihren Finanzbedarf durch einen Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag sowie durch Rundfunkabgaben und Verwaltungsgebühren. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben standen ihr im Jahr 2014 Einnahmen in Höhe von rund 3,2 Mio. Euro zur Verfügung. Diese Einnahmen setzten sich 2014 im Einzelnen wie folgt zusammen:

<i>Anteil aus dem Rundfunkbeitrag</i>	<i>1.921 T€</i>
<i>Rundfunkabgabe der Hörfunk- und Fernsehveranstalter</i>	<i>908 T€</i>
<i>Einnahmen zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter</i>	<i>183 T€</i>
<i>Sonstige Einnahmen</i>	<i>127 T€</i>
<i>Verwaltungsgebühren</i>	<i>84 T€</i>

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

Eine weitere wesentliche Einnahmequelle sind die Rundfunkabgaben, die gemäß § 48 Abs. 3 MStV HSH von den Fernseh- und Hörfunkveranstaltern zu entrichten sind, die über eine Zulassung oder Zuweisung der MA HSH verfügen. Die Abgabe wird nach dem zugelassenen Sendeumfang unter Berücksichtigung der Einnahmen des Anbieters aus Werbung, Entgelten und Spenden und dem ihnen entsprechenden Wert anderer wirtschaftlicher Vorteile bemessen. Näheres über die Erhebung und Höhe von Gebühren und Abgaben ist in der Gebühren- und Abgabensatzung (GAS) der MA HSH geregelt. Im Übrigen stehen Einnahmen aus Verwaltungsgebühren, Bußgeldern, Zinsen, Mitteln zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter und andere Einnahmen zur Verfügung.

Ausgabenstruktur

Die Personal-, Sach- und Fachausgaben der MA HSH im Haushaltsjahr 2014 in Höhe von insgesamt rund 3,2 Mio. Euro gliederten sich schwerpunktmäßig wie folgt:

<i>Personalausgaben</i>	<i>1.398 T€</i>
<i>Sachausgaben, einschließlich Investitionen und Rücklagen</i>	<i>507 T€</i>
<i>Leistungen an die Filmförderung HH/SH</i>	<i>400 T€</i>
<i>Mittel zur Förderung der Medienkompetenz</i>	<i>334 T€</i>
<i>Gemeinsame Aufgaben der Medienanstalten</i>	<i>261 T€</i>
<i>Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, Projekte</i>	<i>137 T€</i>
<i>Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte</i>	<i>125 T€</i>
<i>Medienrat</i>	<i>51 T€</i>

Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2014 insgesamt 21 Stellen umfasste. In den Personalausgaben sind Ausgaben für Fortbildungen, Beihilfeversicherung, Aushilfskräfte, Praktikanten und die Beiträge für die betriebliche Altersversorgung der Angestellten enthalten. Die Versorgungsausgaben für Beamte und ehemalige Beamte werden gesondert ausgewiesen. Die Sachausgaben setzen sich im Wesentlichen zusammen aus den Ausgaben für den Geschäftsbedarf, EDV, Telefonie, Mieten und Mietnebenkosten, Kosten für Dienstreisen, sämtliche Versicherungen und Ähnliches. Die Fachveranstaltungen, Projekte der Medienkompetenz und Öffentlichkeitsarbeit sind in den Kapiteln sechs und sieben dieses Rechenschaftsberichts näher erläutert. Die gemeinsamen Aufgaben der Medienanstalten werden in Kapitel zehn beschrieben. Die Ausgaben für den Medienrat umfassen die Sitzungsgelder, Ausgaben für die Ausstattung der Sitzungen sowie Dienstreisen der Medienräte. Zudem muss die Medienanstalt seit 2013 aufgrund gesetzlicher Vorgabe den Betrag von jährlich 400.000 Euro an die Filmförderung Hamburg/Schleswig-Holstein entrichten (§55 Abs. 2 MStV HSH). Im Ergebnis schließt die Jahresabrechnung 2014 mit einem Überschuss von 10.060,33 Euro ab, der sich aus Restmitteln für beendete Zwecke zusammensetzt. Dieser Betrag wird satzungsgemäß an die Anbieter im Verhältnis zu ihren geleisteten Abgaben zurückgeführt.

8 Finanzierungsgrundlagen

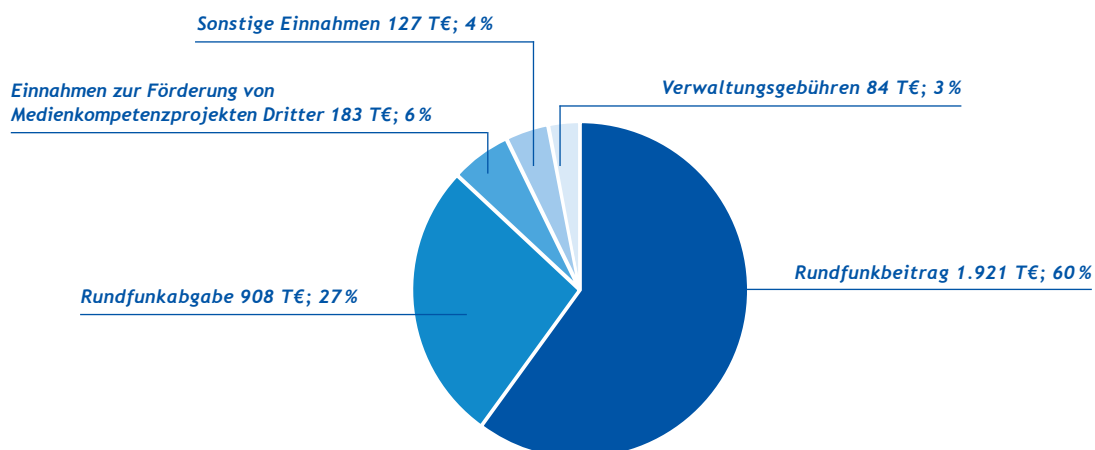
Haushaltsplan

Einnahmen und Ausgaben der MA HSH werden im Haushaltsplan der MA HSH jährlich dargestellt. Der Haushaltsplan 2014 schloss in Einnahmen und Ausgaben ausgeglichen ab. Die finanziellen Schwerpunkte des Haushaltsjahrs 2014 sind in den nachstehenden Diagrammen dargestellt:

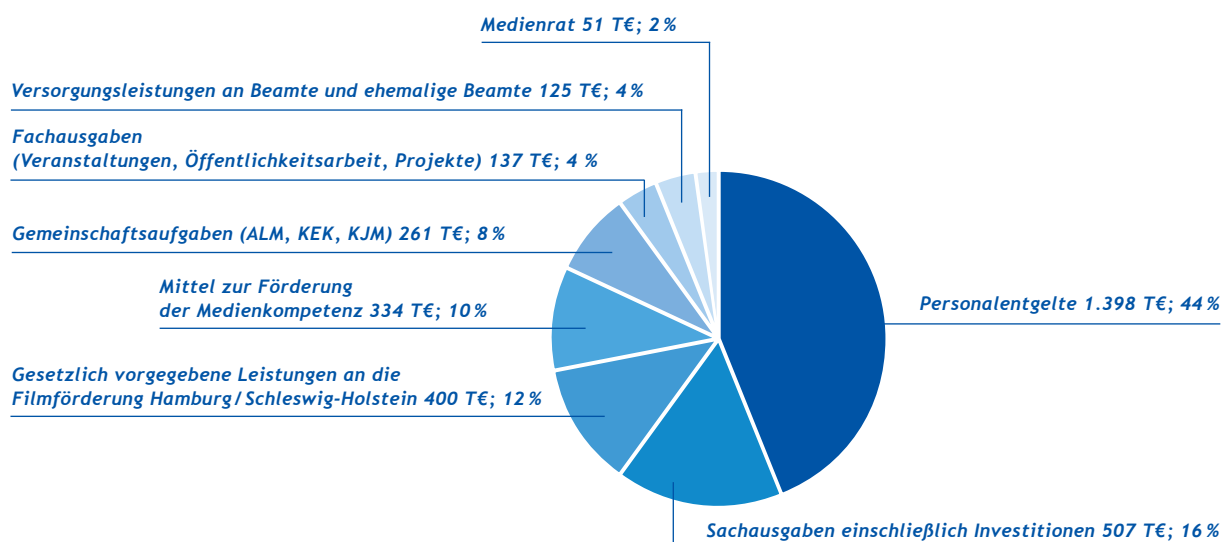
Jahresabrechnung

Im Berichtszeitraum des Haushaltsjahrs 2014 wurde der Jahresabschluss erstellt. Die Jahresabrechnung des Haushaltsjahrs 2014, 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 2014 formell und materiell ordnungsgemäß war.

Übersicht über die Einnahmen der MA HSH im Haushaltsjahr 1. Januar bis 31. Dezember 2014



Übersicht über die Ausgaben der MA HS im Haushaltsjahr 1. Januar bis 31. Dezember 2014



9 Themenbeiträge

zu DVB-T2 und Jugendschutz

DVB-T2 kommt!

Dr. Tilman Lang

Die digital-terrestrische Fernsehverbreitung der zweiten Generation startet 2017

Die Zeiten, in denen Medientechnologien Jahrzehnte überdauerten, sind lange vorbei. Immer kürzer werden die technischen Innovationszyklen auch bei Fernsehtechnologien. Und so ist es denn auch nicht weiter überraschend, dass ab dem Frühjahr 2017 das bisherige, seit 2003 laufende digital-terrestrische System zur Fernsehverbreitung DVB-T sukzessive durch die Nachfolgetechnologie DVB-T2 abgelöst werden soll. In den vergangenen zwei Jahren hatte sich abgezeichnet, dass ohne einen kräftigen Innovationsschub die terrestrische Fernsehverbreitung zu einem Auslaufmodell werden würde. Und dennoch, dass die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten (ZAK) im März 2015 der Media Broadcast Übertragungskapazitäten für die Verbreitung einer bundesweiten Programmplattform über DVB-T2 zugewiesen hat, ist in mancherlei Hinsicht wegweisend:

Erstmals sind terrestrische Übertragungskapazitäten nicht einzelnen Programmveranstaltern für bestimmte Länder oder Regionen zugewiesen worden, sondern dem Betreiber einer bundesweiten Programmplattform, der über die programmliche Füllung seiner Plattform unter Einhaltung einiger Vorgaben überwiegend selbst entscheiden kann. Zudem trägt die Entscheidung der ZAK der Tatsache Rechnung, dass Plattformen als Zugangsportale zu Inhalten das der digitalen Welt strukturell angemessene Modell sind.

Warum DVB-T2?

Im Vergleich zum Auslaufmodell DVB-T hat DVB-T2 eine Vielzahl technischer, aber auch wirtschaftlicher Vorteile. Der sichtbarste Vorteil von DVB-T2 besteht darin, dass über DVB-T2 HD-Programme verbreitet werden können und das System in puncto Bildqualität mit Kabel und Satellit gleichziehen kann. Aber nicht nur eine verbesserte Bildqualität spricht für T2. Insgesamt ist die verfügbare Datenrate je nach

Parameterwahl in Verbindung mit dem neuen Codierverfahren HEVC (High Efficiency Video Coding) nahezu viermal so groß wie bei DVB-T. Somit können in einem Kanal statt wie bisher 4 SD-Programme in Zukunft bis zu 16 SD-Programme verbreitet werden. Alternativ können je nach Wahl der Parameter über DVB-T2 bis zu 7 HD Programme oder beispielsweise 5 HD-Programme und 5 SD-Programme übertragen werden. Da die benötigten Datenraten pro Programm erheblich geringer sind als bei DVB-T, sind entsprechend auch die Kosten für die Programmverbreitung deutlich geringer. Und weil sowohl für den Betrieb einer bundesweiten Programmplattform für private Veranstalter als auch für die Programme von ARD/ZDF jeweils drei Kanäle zur Verfügung stehen, werden die Programmvietalt und die technische Qualität gegenüber DVB-T erheblich steigen.

So ist der Stand der Dinge...

Zugunsten einer Einführung von DVB-T2 wurden die Medienanstalten gebeten, den Prozess der Einführung umfassend zu moderieren. Federführend war hier der Koordinator des Fachausschusses Netze, Technik, Konvergenz der Medienanstalten und Direktor der MA HSH, Thomas Fuchs. Der daraufhin Mitte 2014 von den Medienanstalten ins Leben gerufene Runde Tisch, an dem Programmveranstalter, Netzbetreiber und die Länder versammelt wurden, hatte die Aufgabe, die Interessenslagen aller Beteiligten zu koordinieren und damit einen gemeinsamen Start von DVB-T2 mit privaten und öffentlich-rechtlichen Programmen zu garantieren.

Im Frühjahr 2013 hatte die RTL-Gruppe zunächst angekündigt, aus wirtschaftlichen Gründen und wegen mangelnder frequenztechnischer Planungssicherheit ihre Programmverbreitung über DVB-T nicht über das Ende des Jahres 2014 fortsetzen zu wollen. Im Zuge einer Grundsatzentscheidung verständigten sich in der Folgezeit alle Marktbeteiligten jedoch darauf, die Nachfolgetechnologie DVB-T2 einzuführen.

9 Themenbeiträge

zu DVB-T2 und Jugendschutz

In Abstimmung mit den Ländern wurde festgelegt, dass die private Programmplattform zukünftig nicht nur in den Ballungsräumen, sondern auch in den sogenannten Mittelzentren verbreitet werden solle. Die Koordinierungsarbeit des Runden Tisches reichte von der Erstellung eines frequenztechnischen Bedarfskonzepts über die Festlegung technischer Systemparameter (HEVC) bis hin zur Verständigung über einen gemeinsamen Startzeitpunkt, so dass im Herbst 2014 die Ausschreibung für einen bundesweiten Plattformbetrieb und im März 2015 die Zuweisung der Übertragungskapazitäten für den Plattformbetrieb an die Media Broadcast erfolgen konnten. Zwischen der Media Broadcast und den Medienunternehmen RTL sowie ProSiebenSat.1 wurden bereits verbindliche Verträge geschlossen. Der nächste Schritt ist nun der Abschluss der Frequenzplanungen und die Konkretisierung des Umstiegsplans.

...und so ist der Plan!

Aus frequenztechnischen und organisatorischen Gründen kann der Umstieg von DVB-T auf DVB-T2 nicht auf einen Schlag und überall gleichzeitig erfolgen. Er wird sich schrittweise in mehreren Phasen zwischen dem Frühjahr des Jahres 2017 und der Mitte des Jahres 2019 vollziehen.

Die Einführungsphase wird im Juni 2016 zur Fußball-europameisterschaft mit einer Pilotausstrahlung in den großen Ballungsräumen beginnen. Dabei wird ein DVB-T2 Programmpaket (Multiplex) mit den wichtigsten öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen in HD-Qualität und unverschlüsselt verbreitet werden.

Die erste Umstellungsphase ist für den Zeitraum von März 2017 bis Jahresende 2017 geplant. In dieser Zeit soll in allen Ballungsräumen von DVB-T auf die DVB-T2 Verbreitung umgestellt werden. Dann werden in diesen Regionen sechs DVB-T2 Multiplexe,

davon drei öffentlich-rechtliche und drei Multiplexe mit privaten Programmen, empfangbar sein. Parallel dazu wird in dieser Zeit noch ein DVB-T Multiplex mit öffentlich-rechtlichen Programmen ausgestrahlt (Simulcast). Für die privaten Programme ist ein solcher Simulcast nicht vorgesehen. In einer zweiten Phase, die Ende 2017 beginnen wird, wird die Einführung von DVB-T2 in den sogenannten Mittelzentren folgen, in einer dritten Phase ab Herbst 2018 werden ARD und ZDF die noch ausstehenden Flächenregionen auf DVB-T2 umstellen. Zur Mitte des Jahres 2019 soll der Umstellungsprozess dann endgültig abgeschlossen sein.

So weit so schön...!

Doch keine technischen Innovationen ohne kleine Wermutstropfen: Zumeist nämlich sind solche Innovationen verbunden mit der Notwendigkeit technischer Aufrüstung – so auch bei DVB-T2. Bisherige DVB-T-Empfänger sind nicht in der Lage, DVB-T2 zu empfangen. Die in ihnen integrierten Chips sind nicht für das neue Codiervorgehen HEVC ausgelegt und auch nicht leistungsfähig genug, um über ein Software-Update DVB-T2-tauglich gemacht werden zu können. Die Anschaffung eines DVB-T2-Empfängers ist also unvermeidlich.

Auch die „Free-to-Air“ Zeit ist bei DVB-T2 vorbei. Zwar bleiben die öffentlich-rechtlichen Programme weiterhin unverschlüsselt und entsprechend kostenfrei. Der Zugang zur Programmplattform und damit zu den privaten Programmen, insbesondere den HD-Programmen, wird, wie man dies von anderen Verbreitungssystemen kennt, mit einem „Zugangs-entgelt“ verbunden sein. Auch auf der Ebene der Geschäftsmodelle zeigt sich also, wie Plattformen die Strukturen der digitalen Welt prägen.

9 Themenbeiträge

Digitalisierung der Übertragungswege

Fernsehen und Bewegtbild

Das Jahr 2014 war nicht nur geprägt von einer stetigen Optimierung der technischen Übertragungswege und der Diskussion um eine Einführung von DVB-T2 in den Jahren 2017 bis 2019, sondern insbesondere auch von der Entwicklung und Bereitstellung immer neuer Distributionsplattformen, über die die Fernsehprogramme und andere Bewegtbildangebote in die bundesdeutschen Haushalte gelangen.

Neben den klassischen Übertragungswegen wie Breitbandkabel, Satellit und Terrestrik stehen mit IPTV und dem Internet ausschließlich digitale Distributionswege zur Verfügung, über die neben linearen Fernsehangeboten vor allem auch Video-On-Demand-Dienste verbreitet werden. Insbesondere die via Internet zugänglichen Fernseh- und Video-Angebote sind im Zusammenhang mit der zunehmenden Verbreitung von Smart-TV-Geräten ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt. Insgesamt erweitert Smart TV das lineare Fernsehen in vielfältiger Weise um nicht-lineare Bewegtbildinhalte wie Mediatheken, Video-On-Demand-Angebote, sowie HbbTV-basierte Dienste. Bereits seit dem Sommer 2013 wird in Hamburg und Schleswig-Holstein das HbbTV-Portal „Multithek“, das den Zugang zu einer Vielzahl an internetbasierten Spartenprogrammen ermöglicht, über DVB-T angeboten. Mittlerweile findet sich in fast 50 Prozent aller Fernsehhaushalte in Deutschland ein internettaugliches Fernsehgerät, in 20 Prozent aller Haushalte sind diese Geräte tatsächlich ans Internet angeschlossen und dienen der Nutzung netzbasierter Angebote.

Der einzige Weg, über den heute noch ein analoges Programmangebot verbreitet wird, ist das klassische Kabelnetz. Vor dem Hintergrund der im Jahr 2014 weiter angestiegenen Digitalisierung in den TV-Haushalten steht das Thema einer Volldigitalisierung der Kabelnetze immer häufiger auf der Agenda.

Bundesweit stieg der prozentuale Anteil der Haushalte, die einen digitalen Empfangsweg nutzen, von 81 auf knapp 84 Prozent (vgl. Grafik 1), nur noch etwa 6 Mio. Haushalte empfangen ihre Fernsehprogramme ausschließlich analog. Während in Hamburg die Digitalisierung der TV-Haushalte unterdurchschnittlich ausfällt, liegt sie in Schleswig-Holstein etwa auf dem Niveau des bundesweiten Durchschnitts.

Ein vergleichender Blick auf die Verteilung der Übertragungswege zeigt, dass die DVB-T-Nutzung im Jahr 2014 in Hamburg und Schleswig-Holstein mit knapp 15 Prozent deutlich über dem Durchschnitt von bundesweit 10 Prozent liegt. Dass der Anteil in Hamburg bei etwa 20 Prozent liegt, zeigt einmal mehr, dass es sich bei DVB-T um einen Distributionsweg handelt, der seine Nutzungsschwerpunkte in Metropolregionen hat: In Berlin liegt die Nutzung beispielsweise bei 24,5 Prozent, in Bremen sogar noch darüber. Gleichwohl wurden im Jahr 2014 die Weichen für eine Einführung von DVB-T2 gestellt, da nur eine solche Umstellung die Möglichkeiten zur Erweiterung des Programmangebots und der Übertragung von HD-Programmen bietet.

9 Themenbeiträge

Digitalisierung der Übertragungswege

Während bei der bundesweiten Verteilung der Übertragungswege Kabel- und Satellitenverbreitung gleichzeitig bei einem Anteil von ca. 46 Prozent liegen, wird die Programmverbreitung in Hamburg vom Kabel mit einem Anteil von über 70 Prozent dominiert. Im Flächenland Schleswig-Holstein fällt der Anteil des Kabels mit etwas unter 50 Prozent erwartungsgemäß geringer aus, ist damit aber noch immer höher als der Anteil des Satelliten. Nennenswert ist mittlerweile auch der Anteil, den DSL-Netze an der Verbreitung von TV-Programmen haben. In Hamburg und Schleswig-Holstein erreicht IPTV (DSL-TV) einen Marktanteil von immerhin 5,1 Prozent.

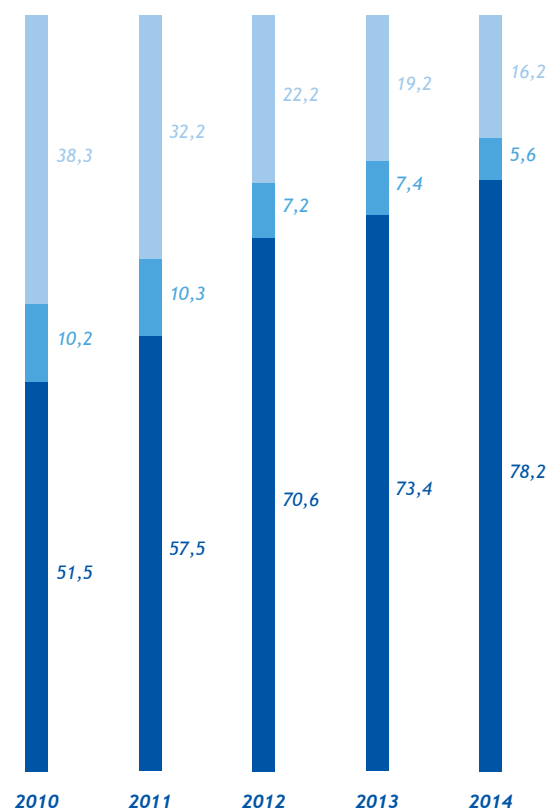
Zwar ist der Digitalisierungsgrad im Kabel inzwischen bundesweit auf 63 Prozent und in Hamburg und Schleswig-Holstein auf 65 Prozent angestiegen, von einer Volldigitalisierung ist dieser Übertragungsweg aber immer noch ein Stückweit entfernt. Angesichts der Tatsache jedoch, dass die großen Kabelnetzbetreiber wie Kabel Deutschland und Unitymedia im Jahr 2013 auf Weisung des Kartellamts die Grundverschlüsselung von Programmen im SD-Format aufgehoben haben, hätte man einen noch deutlicheren Anstieg erwarten können.

In Hamburg und Schleswig-Holstein ist einer der Hauptanbieter im Bereich des breitbandigen Kabels nach wie vor die Kabel Deutschland GmbH (KD), aber auch Unternehmen wie wilhelm.tel und willy.tel versorgen hier mittlerweile mehrere hunderttausend Haushalte mit TV-Programmen.

Stand der Digitalisierung in den bundesweiten TV-Haushalten*

in Prozent

- Ausschließlich analoger Empfang
- Digitaler und analoger Empfang
- Ausschließlich digitaler Empfang



Grafik 1

Quelle: ALM Digitalisierungsbericht 2014 / TNS Infratest

*Basis: 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

9 Themenbeiträge

Digitalisierung der Übertragungswege

Hörfunk

Wenngleich noch auf niedrigem Niveau, so hat die Digitalisierung auch der Hörfunknutzung erkennbar Fahrt aufgenommen. Das gilt für die IP-basierte Hörfunkverbreitung und den Empfang über WLAN-Radios, Notebooks, Tablets und Smartphones, insbesondere aber auch für die digital-terrestrische Verbreitung über DAB+. Etwa 10 Prozent aller Haushalte verfügen mittlerweile über ein DAB+ Radio.

In der zweiten Hälfte des Jahres 2014 hat die MA HSH die Weichen für die digital-terrestrische Verbreitung privater Hörfunkprogramme in Hamburg gestellt. Sie hat erstmals eine Zuweisung für die Verbreitung einer privaten DAB+ Programmplattform an die Media Broadcast GmbH erteilt.

Zudem ist in den letzten Monaten die Diskussion über eine mittelfristige Digitalisierung des Hörfunks insgesamt aufgekeimt. In enger Abstimmung mit allen Marktbeteiligten wird derzeit auf Bundesebene an einem tragfähigen Konzept für eine solche Digitalisierung gearbeitet.

9 Themenbeiträge

Jugendschutz im Telemedienbereich

Dr. Ingo Ullmann

Die MA HSH kämpft, aber was macht eigentlich der Gesetzgeber?

„Jugendmedienschutz im Telemedienbereich“ – hatte ich zu diesem Themenfeld nicht bereits in einigen Rechenschaftsberichten der Vorjahre etwas geschrieben? Ja, hatte ich! Sollte ich mich daher wirklich nochmals dazu äußern? Ja, sollte ich! Gibt es einen (guten) Grund dafür? Ja, gibt es! Denn Wiederholung ruft die Sache ins Gedächtnis zurück, macht anschaulich und betont die Problematik. Oder sagen wir besser: Das Dilemma...

Im Rechenschaftsbericht 2008 haben Sie einige interessante – und auch leidvolle – Aspekte aus dem „Alltag eines juristischen Sachbearbeiters“ im genannten Themenbereich kennen gelernt, im Rechenschaftsbericht 2012 wurde die bereits vier Jahre zuvor erwähnte „admin-c-Problematik“, die mittlerweile eine rechtliche Klärung durch das Verwaltungsgericht Hamburg erfahren hatte, näher beleuchtet und in ihren Auswirkungen bewertet. Das aktuelle Recht hielt für diese wichtige jugendmedienschutzrechtliche Problematik keine Lösung bereit.

Und diese Problematik hat sich inzwischen sogar noch verschärft! Denn es steht zu befürchten, dass – trotz des grundsätzlichen Ausgangspunkts des weiten Anbieterbegriffs – in nicht allzu ferner Zukunft auch die Domaininhaberschaft (allein) zur Begründung der Anbietereigenschaft nicht mehr ausreichend sein wird. Darauf deuten die Äußerungen verschiedener Gerichte, u.a. auch des Amtsgerichts Norderstedt (in einem hiesigen Ordnungswidrigkeitenverfahren), hin. Könnten sich die Medienanstalten weder an den admin-c noch an den Domaininhaber als Anbieter wenden, sähe es düster für den Jugendmedienschutz in Deutschland aus. Der Nachweis der Anbietereigenschaft würde nochmals deutlich schwieriger.

Zwar haben Hausdurchsuchungen bei Beschuldigten in der Vergangenheit regelmäßig zu Erfolgen geführt, weshalb die MA HSH diese Maßnahme erforderlichenfalls auch in Zukunft wieder ergreifen wird. Ist dies in schweren Fällen im Pornografie- oder Rechtsradikalismusbereich sicherlich auch gerechtfertigt, ist es in den vielen „kleineren“ Fällen der Verbreitung einfacher Pornografie im Hinblick auf Häufigkeit, Umfang und Angemessenheit kaum sinnvoll. Das spezielle Ermittlungsinstrument der Hausdurchsuchung bei kleineren Telemedienanbietern kann nicht zum regelmäßigen Standardrepertoire einer Medienanstalt im Rahmen ihrer medienrechtlichen Verfahren gehören, sondern sollte gern dem Bereich der Staatsanwaltschaft vorbehalten bleiben.

Neu ist auch, dass das Verwaltungsgericht Hamburg in einem Urteil aus dem Jahre 2014 – mit leider guten Argumenten – die Zulässigkeit der nachträglichen Beanstandung eines Telemedienangebots, also nach seiner Entfernung aus dem Internet oder dem Herstellen eines rechtmäßigen Zustands, verneint hat. Das schränkt den Handlungsspielraum der MA HSH erneut empfindlich ein, denn diese verwaltungsrechtliche Maßnahme ist aufgrund ihrer Warnfunktion sinnvoll und häufig genug im Nachhinein doch auch noch effektiv gewesen.

9 Themenbeiträge

Jugendschutz im Telemedienbereich

Bemerkenswert ist schließlich, dass auch ein älteres, seit Jahren bekanntes „kleineres“ Problem, das jedoch enorme Auswirkungen hat, noch andauert. Seit einem Urteil des Verwaltungsgerichts Oldenburg aus dem August 2011 steht fest, dass es für die KJM bzw. die Medienanstalten in RStV und JMStV keine belastbare Rechtsgrundlage für die Erhebung von Gebühren in verwaltungsrechtlichen Verfahren im Telemedienbereich gibt. Hiervon haben die Medienanstalten den Gesetzgeber damals zügig in Kenntnis gesetzt. Es geht um Hunderte Euro. Pro Fall. Geld, das in den Haushalten der Medienanstalten eingeplant ist.

An meiner damaligen Auffassung, dass es an der Politik, sprich den Ländern als Staatsvertragsgeber des JMStV, ist, die o.g. Probleme anzugehen und zu beseitigen, halte ich fest. Es sollten dringend gerichts-feste gesetzliche Grundlagen – und die sind kein Zauberwerk – dafür geschaffen werden, dass sich die Medienanstalten sowohl an den Domaininhaber als auch an den admin-c als Anbieter im Sinne des Jugendmedienschutzrechts wenden können, dass ihnen für die zu ergreifenden Maßnahmen ein breites Instrumentarium zur Verfügung steht und – last but not least – dass sie für ihre Arbeit im Rahmen der Verwaltungsverfahren auch Gebühren verlangen dürfen.

Hat sich an diesen entscheidenden Stellen etwas getan, etwas zum Guten verändert? Hat sich im System des rechtlichen Jugendmedienschutzes ganz allgemein etwas getan, sind Verbesserungen zu erkennen? Nein, eher im Gegenteil.

Nun mahlen die Mühlen der Gesetzgebung bekanntermaßen ja eher langsam, auf der staatsvertraglich-föderalen Ebene im Vergleich zur Bundesebene umso mehr. Deshalb ist man diesbezüglich von vornherein schon eher nachsichtig, doch im Bereich des öffentlichen Medienrechts braucht man definitiv sehr viel Geduld! Das zeigt nicht zuletzt die Geschichte der Novellierung des JMStV.

Dieser Staatsvertrag – in Kraft getreten zum April 2003 (!) – bedurfte der dringenden Überarbeitung, um insbesondere den Medienanstalten verlässliche Rechtsgrundlagen auf der Höhe der Zeit und ein angemessenes taugliches Handlungsinstrumentarium an die Hand zu geben. Nach jahrelangen schwierigen und intensiven Vorarbeiten scheiterte die in der Sache eigentlich unentbehrliche Novellierung des Gesetzeswerks Ende 2010 im nordrhein-westfälischen Landtag, woraufhin der schleswig-holsteinische Landtag die Abstimmung hierüber von der Tagesordnung nahm.

Zwar sind die Verhandlungen hinsichtlich einer „novellierten Novelle“ mittlerweile von allen Beteiligten – nach jahrelangem Stillstand nach dem Schock des Scheiterns – wieder aufgenommen worden und zum aktuellen Zeitpunkt auch schon recht weit gediehen. Jedoch bleibt abzuwarten – und das aufgrund der spezifischen Erfahrungswerte mit nur allzu berechtigter Skepsis –, ob und wann ein überarbeiteter JMStV auch wirklich alle Länderparlamente erfolgreich passieren wird.

9 Themenbeiträge

Jugendschutz im Telemedienbereich

Und was ist mit den anderen seit so vielen JAHREN bekannten medienpolitischen/medienrechtlichen Baustellen?! Die werden „diskutiert“. Ich gebe gern zu, dass der „große Wurf“ in diesem Bereich schwer zu erreichen ist. Nur dass nicht einmal ansatzweise zu erkennen ist, dass daran konkret gearbeitet wird und dass er wirklich einmal kommen könnte. Daran vermag auch die Einrichtung der Bund-Länder-Medienkommission nicht wirklich etwas zu ändern. Vom „großen Wurf“ im Bereich Medienpolitik/Medienrecht ist man in Deutschland leider so weit entfernt wie – der ein oder andere möge mir diesen Vergleich verzeihen – der Hamburger SV von der Deutschen Fußball-Meisterschaft.

Aber geht es in der Gesetzgebung – auch auf der föderalen Ebene – nicht auch anders?! Oh doch, das tut es! Abzulesen ist dies wunderbar am 16. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der sich vor allem mit der Absenkung des Rundfunkbeitrags beschäftigt. Innerhalb einer vergleichsweise sehr kurzen Zeitspanne haben sich alle Bundesländer inhaltlich geeinigt sowie sämtliche Formalitäten und organisatorischen Notwendigkeiten erledigt, so dass das Vertragswerk zum April 2015 in Kraft treten konnte. Chapeau! Nur schade, dass es in erster Linie lediglich um eine relative Belanglosigkeit, nämlich die Absenkung des Rundfunkbeitrags um monatlich 48 Cent von ehemals 17,98 € auf nun 17,50 €, ging. Macht 5,76 €. Pro Jahr. Ein Paradebeispiel für Symbol(medien)politik.

So bleibt mir nur festzuhalten, dass ich Ihnen – und mir – nicht allzu viel Hoffnung machen kann. Was ich demgegenüber allerdings tun kann, ist, Ihnen zu versichern, dass die MA HSH in Sachen Jugendmedienschutz auch zukünftig – in dem ihr gegebenen Rahmen mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln – nach Kräften versuchen wird, die ihr übertragene wichtige Aufgabe weiter mit Leidenschaft zu erfüllen.

10 Aufbau und Organisation

Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten

Kommissionen und Gremien

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

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

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

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

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

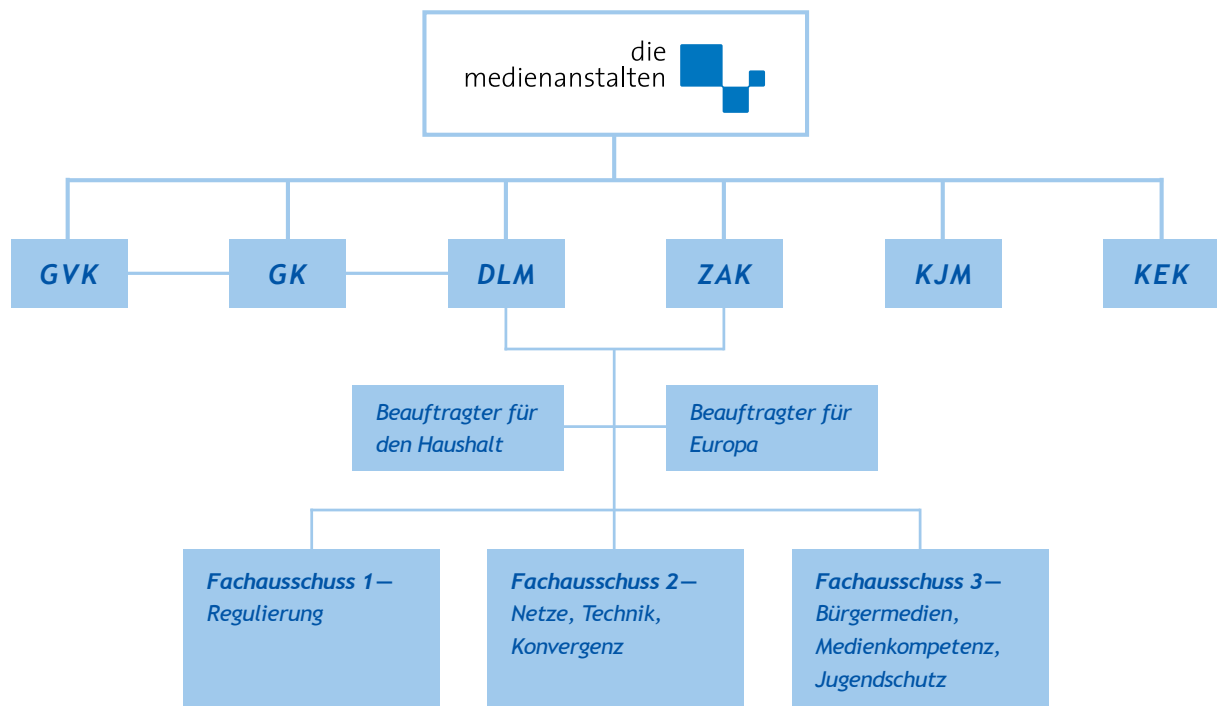
Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die sich aus den Vorsitzenden der jeweiligen Beschlussgremien aller Medienanstalten zusammensetzt, fällt bundesweite Zuweisungsentscheidungen und beschäftigt sich mit Fragen der Medienpolitik, der Medienethik sowie der Programmqualität.

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

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

10 Aufbau und Organisation

Bundesweite Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten



© die medienanstalten

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

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

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

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

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

10 Aufbau und Organisation

Ansprechpartner



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



Recht, Verwaltung, Technik
Leiter

Dr. Wolfgang Bauchrowitz (5. v. l.)
040 / 36 90 05 - 11
bauchrowitz@ma-hsh.de



Programm, Medienkompetenz
Leiter

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



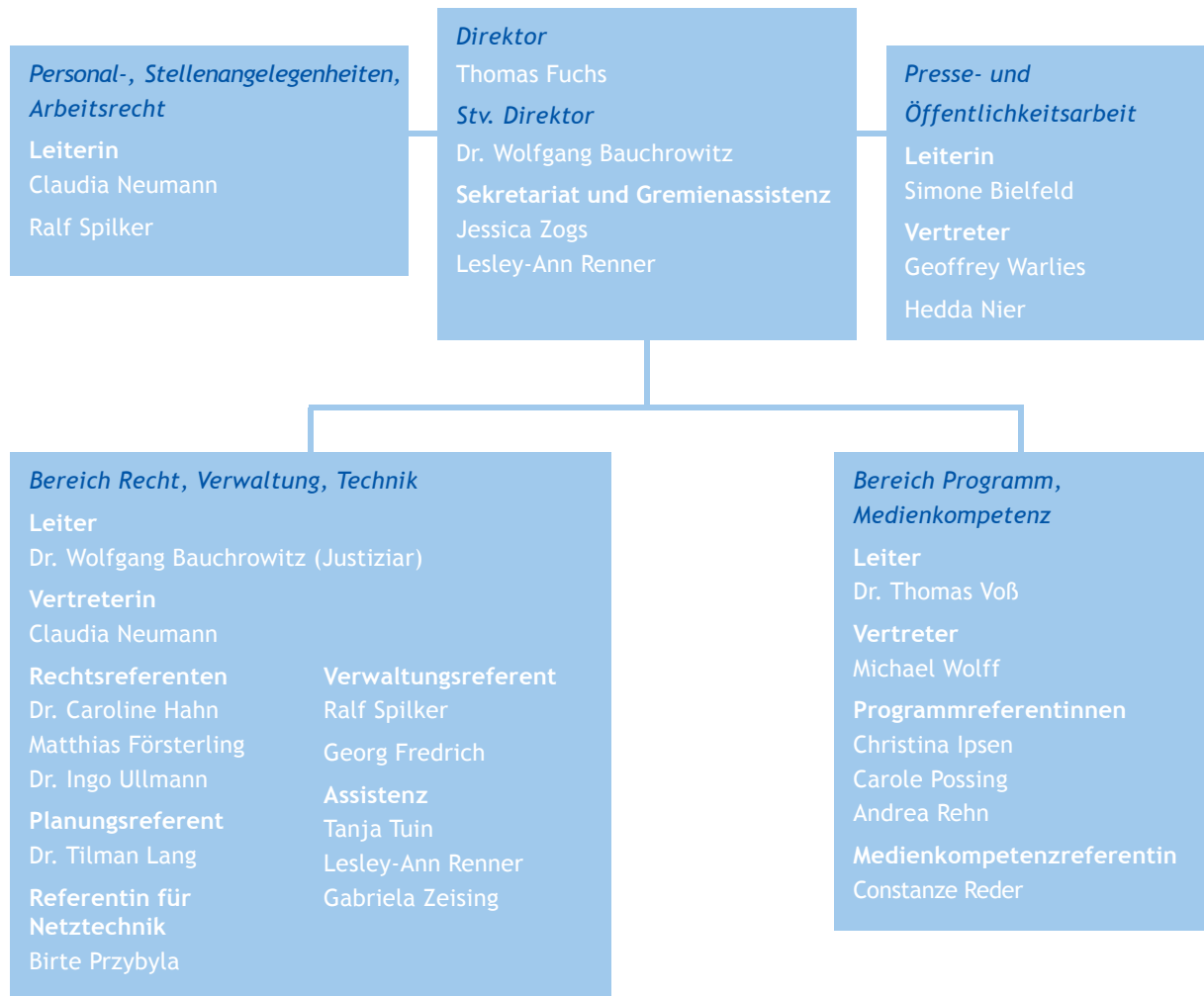
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Leiterin

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

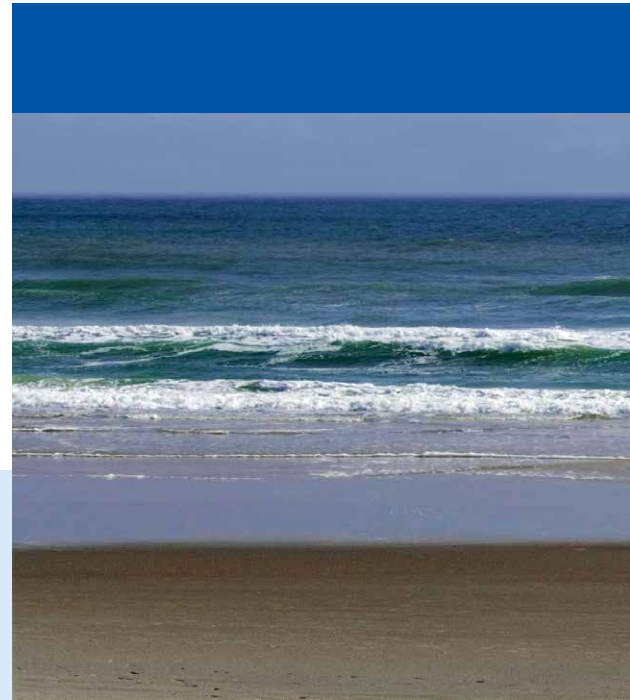
Stand: 15.03.2014

10 Aufbau und Organisation

Organigramm







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**