



# JAH R BUCH

der Medienanstalten

18

die  
medienanstalten



# Jahrbuch 2018

Herausgeberin ALM GbR

# Inhaltsverzeichnis

Editorial 4

Chronik 2018 6

## Privater Rundfunk und Telemedien – Arbeitsschwerpunkte der Landesmedienanstalten

- 1 **Regulierung und Aufsicht** 10
  - 1.1 Entwicklung der Rechtsgrundlagen in Deutschland und Europa 10
  - 1.2 Europäische Zusammenarbeit 12
  - 1.3 Zulassung bundesweiter Hörfunk- und Fernsehsender 13
  - 1.4 Programm- und Werbeaufsicht 14
  - 1.5 Aufsicht über Social-Media-Angebote und Telemedien 15
  - 1.6 Streaming und Rundfunk 16
  - 1.7 Staatsferne/Parlamentsrundfunk 17
  - 1.8 Barrierefreiheit/Inklusion 17
- 2 **Netze, Technik, Konvergenz** 19
  - 2.1 Forschung: Digitalisierungsberichte Video und Audio 19
  - 2.2 Analog/Digital-Umstieg im Kabel 22
  - 2.3 Einigung beim Verkauf der UKW-Infrastruktur 23
  - 2.4 Entscheidung zu Einspeiseentgelten: Tele Columbus AG muss private Free-TV-Anbieter gleichbehandeln 23
- 3 **Medienkompetenz und Bürgermedien** 25
  - 3.1 Medienkompetenzförderung 25
  - 3.2 Bürger- und Ausbildungsmedien 25
- 4 **Jugendmedienschutz** 27
  - 4.1 Lootboxen 27
  - 4.2 Direkte Kaufappelle an Kinder und Jugendliche in sozialen Medien 28
  - 4.3 Technischer Jugendmedienschutz 29
- 5 **Medienkonzentration und Meinungsvielfalt** 30
  - 5.1 Entwicklung des Medienkonzentrationsrechts 30
  - 5.2 Der MedienVielfaltsMonitor 32

## Die Medienanstalten – Daten und Fakten

- 1 **Organisationsstrukturen und Aufgaben** 36
  - 1.1 Aufbau, Finanzierung und Aufgaben der Landesmedienanstalten 37
  - 1.2 Länderübergreifende Zusammenarbeit 38
  - 1.3 Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)  
Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) 40
  - 1.4 Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) 44
  - 1.5 Gesamtkonferenz (GK) 45
  - 1.6 Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) 46
  - 1.7 Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) 48
  - 1.8 Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGS) 50
  
- 2 **Die Landesmedienanstalten** 52
  - Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg 52
  - Bayerische Landeszentrale für neue Medien 58
  - Medienanstalt Berlin-Brandenburg 64
  - Bremische Landesmedienanstalt 70
  - Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein 76
  - Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien 82
  - Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern 88
  - Niedersächsische Landesmedienanstalt 94
  - Landesanstalt für Medien NRW 100
  - medienanstalt rlp 106
  - Landesmedienanstalt Saarland 112
  - Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien 118
  - Medienanstalt Sachsen-Anhalt 124
  - Thüringer Landesmedienanstalt 130

# Editorial

**Liebe Leserinnen, liebe Leser,** in der temporeichen und schnelllebigen Medienbranche, die Weitblick erfordert, ständig progressiv denkt und in die Zukunft schaut, einen Jahresrückblick zu verfassen, erscheint auf den ersten Blick als ein müßiges Unterfangen. Trotz oder gerade wegen der spürbaren Dynamik unserer Medienwelten macht es Sinn, die Entwicklungen des letzten Jahres zu reflektieren, um daraus Erfahrungsschätze für die zukünftige Gestaltung der Medienordnung zu ziehen und die weiteren Entwicklungen klug gestalten zu können.

Und außerdem freuen wir uns an dieser Stelle, dass die Anstrengungen der Medienanstalten um die Anpassung der Regulierungsvorgaben an unsere neue Mediengesellschaft im letzten Jahr Früchte getragen haben: An gleicher Stelle haben im Vorjahr mein Vorgänger und Kollege Siegfried Schneider und ich als Ausblick für 2018 noch die Notwendigkeit entscheidender Modernisierungen im Rundfunkstaatsvertrag betont, um den Veränderungen durch verstärkten User Generated Content, algorithmenbasierte Inhalte und neue Distributionsformen Rechnung zu tragen.

Das Ergebnis: Die dringend notwendige Modernisierung durch den sogenannten Medienstaatsvertrag ist auf dem Weg. Wie schön, dass das zurückliegende Jahr nun endlich den angekündigten Schub gebracht hat! Aus dem Entwurf muss zügig ein Ergebnis werden, damit wir so bald wie möglich das Inkrafttreten eines modernen Medienstaatsvertrags verkünden können, der uns so auch regulatorisch in die digitale Welt bringt, in der wir schon so lange leben.

Die Medien verändern sich und wir uns mit ihnen – und deswegen bleibt weiterhin viel zu tun, was auch der vorliegende Rückblick belegt. Die Medienanstalten müssen sich umsichtig fortentwickeln, um ihrer Aufsichtsfunktion auch unter den veränderten medialen Lebenswelten und rechtlichen Rahmenbedingungen gerecht zu werden. So müssen wir uns auf neue Werbeformen und Benutzeroberflächen einstellen, den angemessenen Umgang mit Social Bots und Algorithmen diskutieren und Künstlicher Intelligenz mit Neugier statt Resignation begegnen. Gleichsam setzen wir uns für einen diskriminierungsfreien Zugang und diskriminierungsfreie Auffindbarkeit bei dem

schier unübersehbares Angebot von Content ein. Und nicht zuletzt beschäftigen wir uns mit Fragen des richtigen Umgangs mit Sprachassistenten und den sogenannten Medienintermediären wie Google, Facebook und Co., auf deren Regulierung wir uns bereits jetzt einstellen müssen. Um dabei gleichzeitig das Vertrauen in neue Medien zurückzuerobern, müssen wir moderne Regeln schaffen, die – im Sinne der Nutzer und im Sinne der Medien – für Fairness und Transparenz sorgen.

Zeitlos sind und bleiben indes die Grundprinzipien unserer Aufgaben: der Schutz der Menschenwürde und des Jugendschutzes, die Vielfaltssicherung und der Nutzerschutz. Von den Umsetzungsergebnissen werden Sie gewiss erfahren – Fortsetzung folgt im Jahrbuch 2019! Lassen Sie sich zunächst jedoch durch die Lektüre über das Jahr 2018 zu Ihren ganz persönlichen Ausblicken in die Zukunft inspirieren.

Berlin, im Februar 2018

**Cornelia Holsten**  
Vorsitzende der Direktorenkonferenz der  
Landesmedienanstalten (DLM)

# Chronik 2018

## 17. Januar 2018

Die mabb eröffnet das Media Policy Lab. Das Lab will Wissenschaft und Regulierung enger vernetzen und sich mit Rahmenbedingungen und Handlungsmöglichkeiten zur Vielfalts- und Qualitätssicherung im digitalen Zeitalter beschäftigen; erstes Thema sind Informationsintermediäre.

## 24. Januar 2018

Vor dem Hintergrund der Dachthemen Digitalisierung und Konvergenz, benennt die DLM vor allem Plattformregulierung und Künstliche Intelligenz als zentrale Themen des laufenden Jahres.

## 26. Februar 2018

Die ZAK stellt bei der Tele Columbus AG eine Ungleichbehandlung im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages fest und fordert den Kabelnetzbetreiber auf, die Gleichbehandlung privater Free-TV-Programmanbieter nachzuweisen. Tele Columbus hatte von einigen privaten Anbietern ein Entgelt für die Einspeisung ihrer Programme verlangt, andere hingegen ohne Entgelt verbreitet.

## 28. Februar 2018

Die Ergebnisse des Forschungsprojekts „#Datenspende: Google und die Bundestagswahl 2017“ im Auftrag von BLM, mabb, LPR Hessen, LMK, LMS und SLM belegen, dass die vielziertierte Filterblase geringer ist als angenommen.

## 13. März 2018

Die KEK stellt das Gutachten „Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen“ vor, das im Auftrag der KEK von Prof. Christoph Neuberger (LMU München) und Prof. Frank Lobigs (TU Dortmund) erstellt wurde. Das Gutachten konstatiert eine zunehmende Fragmentierung der Medienlandschaft und einen wachsenden Einfluss von Plattform-Konzernen wie Google, Facebook oder Amazon, die zu einer Erosion der Meinungsmacht klassischer Medienunternehmen führen.

## 15. März 2018

In einem Runden Tisch der Medienanstalten zum Thema UKW-Verbreitung einigen sich die Beteiligten auf eine Fortführung des Sendebetriebs über den 31. März 2018 hinaus, um die Verhandlungen nach dem Verkauf der Infrastruktur und dem Eigentumsübergang am 1. April zu einem erfolgreichen Ende zu führen. An der Diskussion beteiligt sind u. a. Antenneninvestoren, der Standortinhaber (DFMG), Sendernetzbetreiber und Vertreter der Privatradios sowie ARD und Deutschlandradio.

## 23. März 2018

Nach Auffassung der KJM sind Spielelemente wie Lootboxen in Online-Spielen unter dem Aspekt der Werbung jugendmedienschutzrechtlich relevant. In ihrer Stellungnahme betont die KJM die Unzulässigkeit, Lootboxen oder sonstige über In-Game-Käufe erhältliche Spielinhalte mit direkten Kaufappellen an Kinder und Jugendliche zu bewerben.

## 27. März 2018

Die ZAK veröffentlicht eine überarbeitete Version der Checkliste für Veranstalter von Web-TV, die sich der Frage widmet, ob Anbieter von Live-Streams eine Rundfunklizenz benötigen.

## 10. April 2018

Das 13. DLM-Symposium beschäftigt sich mit dem Einzug der Künstlichen Intelligenz (KI) in die Wertschöpfungskette der Medien. Für Politik und Medienaufsicht stellt sich die Frage, wie weitreichend der Einfluss von KI, Algorithmen und Big Data auf die Funktionsweise von Medien ist und ob eine Regulierung notwendig sein wird.

## 13. April 2018

Im Rahmen der gemeinsamen Konferenz der Medienanstalten mit der European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) unter dem Titel „Safeguarding European Core Values Online“ in Brüssel wird erörtert, wie der Schutz von Minderjährigen durch eine grenzübergreifende Zusammenarbeit der nationalen Regulierungsbehörden gewährleistet und welche gemeinsamen Maßnahmen gegen Hass und Hetze im Internet ergriffen werden können.

#### **18. April 2018**

Die ZAK stuft drei Livestreams der Bild-Zeitung „Bild live“, „Die richtigen Fragen“ und der „Bild Sport-Talk mit Thorsten Kinhöfer“ als zulassungspflichtigen Rundfunk ein, da sie regelmäßig anhand eines Sendeplans veranstaltet werden und auf zeitgleichen linearen Empfang ausgelegt sind.

#### **25. April 2018**

Die Ergebnisse des fünften Monitorings zur Barrierefreiheit bei den Sendergruppen ProSiebenSat.1 und RTL werden im aktuellen Content Bericht der Landesmedienanstalten veröffentlicht. Die Gesamtkonferenz der Medienanstalten sieht einen positiven Trend im Angebot einfacher und speziell für Hörgeschädigte erstellter Untertitel bei Unterhaltungsshow wie „The Voice of Germany“ und Serien wie „Big little lies“.

#### **27. April 2018**

Der Content Bericht 2017 der Landesmedienanstalten widmet sich der Frage, welche Webinhalte die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen erreichen können und wie diese aufbereitet sein müssen. Fünf renommierte GastautorInnen beleuchten die Frage „How to catch the millennials?“ aus verschiedenen Perspektiven.

#### **03. Mai 2018**

Die KJM und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) bewerten das Jugendschutzsystem der Spielekonsole „Nintendo Switch“ und die Altersbeschränkungen des Nintendo Account Systems als ein geeignetes Jugendschutzprogramm für geschlossene Systeme gemäß Jugendschutz-Staatsvertrag (JMStV).

#### **07. Mai 2018**

Die Medienanstalten formulieren vier Mindeststandards für die Regulierung von Informationsintermediären im Rundfunkstaatsvertrag: Transparenz im Hinblick auf die Selektion der Inhalte, keine Diskriminierung in der Auswahl meinungsrelevanter Inhalte, gesetzlich verpflichtendes Reporting von bevorzugter Behandlung und Vergütung für die Präsentation von Inhalten sowie die verpflichtende Angabe eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten.

#### **14. Juni 2018**

Die NLM hat Zulassungen für Drittsendezeiten im Programm von RTL an folgende Veranstalter erteilt: sagamedia Film- und Fernsehproduktion GmbH, dctp Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH, solisTV Film- und Fernsehproduktionen GmbH und Arriba Media GmbH. Zum ersten Mal, seitdem Dritt-

sendezeiten im Programm von RTL durch die NLM vergeben werden, wurden keine Klagen gegen die Zulassungen erhoben.

#### **20. Juni 2018**

Die Medienanstalten begrüßen die Einigung der Vertragsparteien im Streit um die UKW-Verbreitungskosten. Eine Vereinbarung über die vertragliche Regelung des UKW-Antennenzugangs wurde zwischen den Sendernetzbetreibern Uplink und Divicon sowie fünf der Antennenbesitzer unterzeichnet. Die Medienanstalten hatten die Verhandlungen vormodernisiert.

#### **22. Juni 2018**

Bei der „Trimediale 2018“ in Düsseldorf beraten die Medienanstalten mit Vertretern des Bundesamtes für Kommunikation der Schweiz (BAKOM), des österreichischen Rundfunks und der Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)/Medienbehörde KommAustria zu gemeinsamen Themen der Medienregulierung wie Fake News, der Marktmacht digitaler Sprachassistenten und der möglichen Regulierung von Videoplattformen wie z. B. YouTube.

#### **20. August 2018**

Der Vorsitzende der KEK, Prof. Dr. Georgios Gounalakis, kritisiert fehlende Ansätze zur Reform des Medienkonzentrationsrechts im Diskussionsentwurf des Medienstaatsvertrages, der von der Rundfunkkommission der Länder mit dem Aufruf zur Online-Beteiligung im Internet veröffentlicht wurde.

#### **03. September 2018**

Beim Digitalradiotag 2018 auf der IFA in Berlin werden von den Medienanstalten aktuelle Zahlen und Trends des digitalen Radioempfangs in Deutschland vorgestellt, die einen stabilen Wachstumskurs belegen. Die Daten werden im Auftrag von den Medienanstalten, ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast und Vodafone erhoben und erstmals im neuen Digitalisierungsbericht Audio 2018 veröffentlicht. Im Rahmen der Veranstaltung präsentieren mabb und BLM zudem den neuen Online-Audio-Monitor, der repräsentative Ergebnisse zur Webradio-, Streaming- und Podcast-Nutzung sowie zu Smart Speaker liefert. Demnach nutzen inzwischen rund 41 Millionen und damit fast 60 Prozent der Bevölkerung zumindest gelegentlich Online-Audio-Angebote.

#### **04. September 2018**

Im Rahmen der Präsentation des Digitalisierungsberichts Video diskutieren die Medienanstalten mit Programmachern von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern und Plattformen die



Entwicklung von Bewegtbild in Deutschland. Die Zahlen des aktuellen Berichts belegen einen deutlichen Anstieg der Nutzung von Video-on-Demand-Angeboten. Die Deutschen widmen gut zwei Drittel ihrer „Videozeit“ immer noch dem „klassischen“ Fernsehen, online haben die Fernsehsender aber zunehmend das Nachsehen gegenüber großen Streaming-Anbietern. Bereits heute nutzen mehr Menschen Angebote von Netflix, YouTube und Co. als Mediatheken von privaten Fernsehsendern.

### **13. September 2018**

Die Medienanstalten diskutieren bei einem Gespräch mit Vertretern von YouTube und Google, wie auf der Plattform YouTube des Google-Konzerns im Hinblick auf ihre algorithmisch gesteuerten Such- und Empfehlungsfunktionen im Sinne deutscher Regulierung Transparenz und Fairness gegenüber den Usern hergestellt werden kann. YouTube gilt als die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und ist in Deutschland die reichweitenstärkste Video-Sharing-Plattform.

### **26. September 2018**

Die Medienanstalten begrüßen, dass neben dem Verwaltungsgericht München auch das Verwaltungsgericht Berlin im Eilverfahren die Beschwerden der Sender Sport 1, kabel eins und ProSieben gegen Untersagungsverfügungen der BLM und der mabb im Aufsichtsfall „Lottoland.gratis“ zurückgewiesen hat. Die ZAK hatte die Ausstrahlung von TV-Werbepots für das „Lottoland.gratis“-Angebot der Luleka Ltd. in 187 Fällen in 17 bundesweiten TV-Programmen aufgrund von Verstößen gegen den Rundfunkstaatsvertrag und den Glücksspielstaatsvertrag beanstandet und deren weitere Ausstrahlung untersagt.

### **10. Oktober 2018**

Die Medienanstalten fordern in ihrer Stellung zum Entwurf eines neuen Medienstaatsvertrags insbesondere zügige Rundfunkzulassungen durch eine qualifizierte Anzeigepflicht, begrüßen die geplanten Regelungen zur Regulierung von Medienplattformen, Medienintermediären und Benutzeroberflächen und halten generell einen effektiveren Medienschutz durch zeitgemäße Regulierungsinstrumente in Form von Ordnungswidrigkeiten- und Bußgeldtatbeständen für zwingend notwendig. Die DLM-Vorsitzende Cornelia Holsten fordert dringend eine Anpassung der Medienregulierung an die moderne Medienlandschaft.

### **11. Oktober 2018**

Das US-amerikanische Unternehmen Netflix International B.V. bietet als erster Streamingdienst ein im Sinne des JMStV als geeignet beurteiltes Jugendschutzprogramm für geschlossene Systeme an.

### **23. Oktober 2018**

Ein im Auftrag der KJM erstelltes Gutachten der Hochschule der Medien verzeichnet in jedem zwölften Post eines Social-Media-Influencers mittlerer Reichweite direkte Kaufappelle an Kinder und Jugendliche, die durch den JMStV untersagt sind.

### **26. Oktober 2018**

Die Medienanstalten veröffentlichen ihren ersten Vielfaltsbericht, der die verschiedenen Aspekte der Medienvielfalt anhand aktueller Forschungsergebnisse darstellt. Er enthält u. a. die aktuellen Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie und des MedienVielfalts-Monitors der Medienanstalten.

### **15. November 2018**

Die Medienanstalten veröffentlichen ihren neuen Leitfaden „Werbekennzeichnungen bei Social-Media-Angeboten“ (FAQ 4.0). Die neue Werbekennzeichnungs-Matrix mit Erläuterungen bietet Hilfestellungen und Regelungen zu den Kennzeichnungs- und Trennungspflichten bei Werbung in Social-Media-Angeboten wie Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, Twitch und sonstigen Internetseiten.

### **23. November 2018**


Im Rahmen der Veranstaltung #watchdog18 zu Rechtssicherheit beim Influencer Marketing in Köln diskutieren die Medienanstalten mit Akteuren der Social-Media-Branche aktuelle Fragen der richtigen Kennzeichnung von Werbung und Product Placement bei YouTube, Instagram und Co. und stellen ihre neue Kennzeichnungsmatrix vor.

### **03. Dezember 2018**

Der gemeinnützige Berliner Verein Sozialhelden startet in Kooperation mit den Medienanstalten, ARD, ZDF und dem VAUNET das Inklusionsprojekt „TV für Alle“. Die neue Website [www.tvfueralle.de](http://www.tvfueralle.de) zeigt im elektronischen Programmführer eine Übersicht der barrierefreien TV-Angebote in Deutschland. „TV für Alle“ erleichtert so das Suchen und Finden von TV-Sendungen mit Untertiteln und Audiodeskription.

### **11. Dezember 2018**

Die KEK veröffentlicht ihren 6. Bericht über die Entwicklung der Konzentration und Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk in Deutschland. Der Bericht liefert Fakten und Analysen zu Medienmärkten und Veranstaltergruppen und zeigt den Reformbedarf des geltenden Medienkonzentrationsrechts auf.

An abstract graphic composed of numerous thin, overlapping lines in a light teal color, creating a sense of depth and movement. The lines form a shape that resembles a stylized letter 'A' or a similar geometric form, set against a solid teal background.

**WATER  
DRINK  
UND TELE-  
MEDIE**

—

# ARBEITS- SCHWER- PUNKTE

der Landesmedienanstalten

# 1 Regulierung und Aufsicht

## 1.1 Entwicklung der Rechtsgrundlagen in Deutschland und Europa

### **Koalitionsvertrag der Regierungsparteien im Bund**

Das Jahr 2018 setzte im Hinblick auf eine umfassende, von den Medienanstalten seit langem geforderte Neuordnung der Medienregulierung Maßstäbe. Auf Bundesebene gab es nach der langen Phase der Regierungsbildung einen Koalitionsvertrag, der auch Themen aus dem medien- und netzpolitischen Bereich aufgriff. Ungeachtet des Verfehlers des letzten Breitbandziels soll bis 2025 ein flächendeckender Ausbau mit Gigabit-Netzen erreicht werden. Hier sollen sich die Landesmedienanstalten mit der Bundesnetzagentur um die Netzneutralität kümmern und dabei Aspekte der Medienvielfalt einbeziehen. Darüber hinaus sollen u. a. der Jugendmedienschutz, das Digitalradio, der digitale Binnenmarkt in der EU, das Kartellrecht, die Medienfreiheit und Medienvielfalt vorangetrieben und gestärkt werden. Das umstrittene Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) soll nach dem Koalitionsvertrag im Wesentlichen beibehalten, jedoch im Hinblick auf die freiwillige Selbstregulierung weiterentwickelt werden. Die Gespräche hierzu dauern noch an. Damit haben die Koalitionsparteien auch auf die erneuerte, massive Kritik, die das NetzDG seit seinem

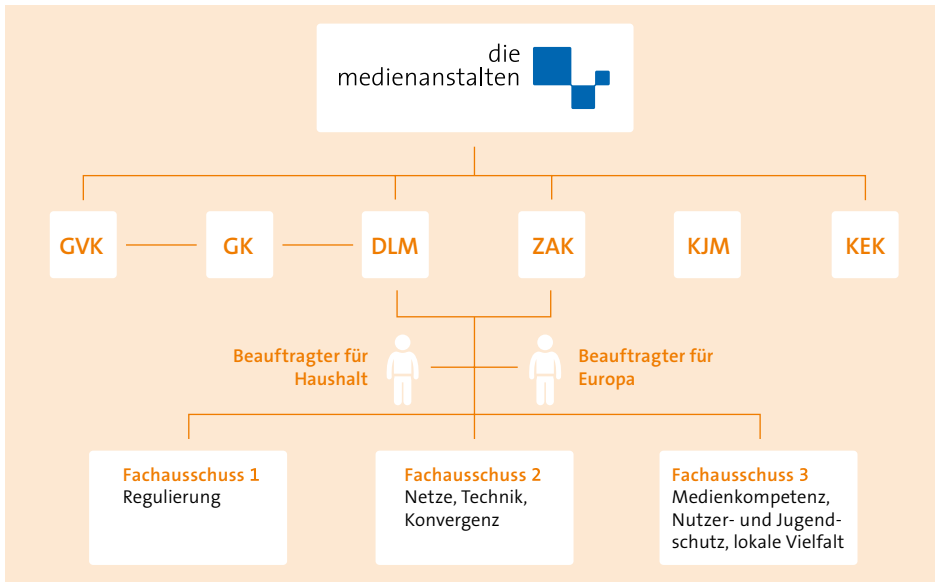
vollständigen Inkrafttreten am 1. Januar 2018 erfahren hat, reagiert. Ungeachtet dessen setzten die Medienanstalten ihren Austausch über die Umsetzung des Gesetzes mit dem zuständigen Bundesamt für Justiz fort.

### **Medienstaatsvertrag der Länder**

— Bedeutender für die Medienanstalten war jedoch die Diskussion um den sog. Medienstaatsvertrag der Länder. Im Sommer 2018 wurde ein Diskussionsentwurf vorgestellt, der im Sinne einer grundlegenden Modernisierung eine Abkehr aus der analogen Welt beschreibt und von einer umfangreichen öffentlichen Konsultation begleitet wurde. An diesem Anhörungsverfahren beteiligten sich auch die Landesmedienanstalten und gaben ihre Stellungnahme im September ab, die gemeinschaftlich von Direktoren- und Gremienvorsitzendenkonferenz erarbeitet wurde. Hier konnten die Kernforderungen der Medienanstalten formuliert werden.

Wichtig ist den Landesmedienanstalten ein schlankes und zügiges Verfahren zur Zulassung von Rundfunk durch eine qualifizierte Anzeigepflicht. Anders als die im Diskussionsentwurf vorgeschlagene Zulassungsfiktion regen die Medienanstalten an, die Zulassung durch eine qualifizierte Anzeigepflicht zu ersetzen und wiesen in ihrer Stellungnahme auf diesen Vorschlag erneut hin.

## Struktur der Medienaufsicht



Auch die geplanten Regelungen zur Regulierung von Medienplattformen, Medienintermediären und Benutzeroberflächen werden von den Medienanstalten ausdrücklich unterstützt. Angesichts der zunehmenden Marktdurchdringung können auch Sprachassistenten (wie Amazon Alexa oder Google Assistant) Einfluss auf die Auffindbarkeit von Rundfunkangeboten haben und je nach Art der konkreten Ausgestaltung Medienplattform, Medienintermediär oder Benutzeroberfläche sein, weswegen die Medienanstalten hier eine Klarstellung vorschlagen.

Die Intermediäre sind den Medienanstalten ein wichtiges Anliegen, da sie eine Doppelrolle einnehmen: Sie sind zugleich vielfaltsfördernd als auch potentiell vielfaltsgefährdend. Angesichts einer nicht überschaubaren Fülle von Inhalten und Angeboten im Internet haben sie eine ordnende und vermittelnde Funktion. Sie ermöglichen die Auffindbarkeit und stellen somit ein Zugangportal zu den Inhalten dar. Damit fördern sie den freien Informationszugang und die Informationsvielfalt. Gleichzeitig können Intermediäre aus dieser Position heraus den Informationszugang aber auch verengen sowie die Meinungsbil-

dung beeinflussen. Die Medienanstalten als unabhängige und neutrale Stelle beobachten daher mit ihrer Forschung grundsätzlich die Entwicklungen in der Mediennutzung. Außerdem unterstützen sie die Forderung nach Transparenz und einem Diskriminierungsverbot, die im aktuellen Entwurf des Medienstaatsvertrags enthalten ist. Dort sind die Medienanstalten für die Regulierung der sogenannten Medienintermediäre vorgesehen. Um diese neue Aufgabe effektiv zu erfüllen, haben sie sich intensiv mit der Bedeutung der Intermediäre für die Vielfalt auseinandergesetzt und eine Position zum Regulierungsbedarf von Intermediären erarbeitet. Weiterhin sind noch inhaltliche und strukturelle Aspekte zu klären, um allen Nutzern die bestmögliche Auswahl zu bieten und gleichzeitig für Inhalteanbieter einen diskriminierungsfreien Zugang sicherzustellen.

Schließlich fordern die Medienanstalten einen effektiven Medienschutz durch zeitgemäße Regulierungsinstrumente, die die Kernwerte der demokratischen Medienordnung „Menschenwürde, Vielfalt, Jugend- und Nutzerschutz“ gewährleisten. Um diesem Erfordernis Rechnung zu tragen, halten sie effektive und zeitgemäße Regulierungsinstrumente in Form von Ordnungswidrigkeiten- und Bußgeldtatbeständen für zwingend notwendig. Die gesamte Position der Medienanstalten zum Entwurf des Medienstaatsvertrags ist auf der Webseite der Medienanstalten veröffentlicht. Die Medienanstalten hoffen auf eine zügige Umsetzung der Reformen.

**AVMD-Richtlinie** — Ende 2018 hat die Europäische Union die lang diskutierte Revision der Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) abgeschlossen. Die Änderungsrichtlinie ist am 19. Dezember 2018 in Kraft getreten und gibt den EU-Mitgliedstaaten 21 Monate Zeit für die Umsetzung in nationales Recht.

Die Änderungen tragen der fortschreitenden Konvergenz der Medienlandschaft Rechnung und betreffen vor allem die Definition eines audiovisuellen Mediendienstes, die kommerzielle Kommunikation und den Jugendschutz sowie die Unabhängigkeit und Rolle der europäischen Regulierungsbehörden.

Ein weiterer Kernpunkt der Revision ist die Ausweitung des Anwendungsbereichs der Richtlinie auf Videoplattformdienste, die künftig bestimmte Mitwirkungspflichten für jugendgefährdende und zum Hass aufstachelnde Inhalte erhalten und Werbegrundsätze für selbst ausgespielte und vermarktete Werbung beachten müssen.

Die Medienanstalten begrüßen die Änderungen grundsätzlich und setzen sich für eine konsequente und zeitnahe Umsetzung durch die deutschen Gesetzgeber ein.

## 1.2 Europäische Zusammenarbeit

Auch 2018 haben die Medienanstalten aktiv am medienregulatorischen Austausch auf europäischer Ebene teilgenommen. Sowohl innerhalb der EPRA (European Platform of Regulatory Authorities) als auch der ERGA (European Regulators Group for Audiovisual

## Sendestart bundesweiter Programme

In Deutschland von Landesmedienanstalten zugelassene Angebote

Programmname	Empfangsart	Sendestart	Inhalt
<b>Fernsehen</b>			
WRC plus	Internet	24. 01. 2018	Spartenprogramm
Kalimbo	Satellit	01. 02. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
mothergrid.de	Internet	01. 02. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung / Bildung
Gronkh TV	Internet	13. 02. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung / Gaming
RTL NOW US	Internet	21. 03. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
BVB total!	Internet	27. 03. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
domradio.de	Internet	26. 06. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
Nicer Dicer TV	Satellit	01. 07. 2018	Teleshopping
Quipp	Internet	08. 10. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
Rewinside	Internet	16. 10. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung
83metoo & oli	Internet	19. 12. 2018	Spartenprogramm Unterhaltung

Quelle: Landesmedienanstalten.

Media Services) hat sich der Europabeauftragte der Medienanstalten für eine konsequente und europaweite Sicherung der fundamentalen Schutzgüter in den Medien eingesetzt.

In seiner Rolle als Vize-Vorsitzender der ERGA war es dem Europabeauftragten insbesondere ein Anliegen, gemeinsam mit den Regulierungsbehörden aus den EU-Mitgliedstaaten, eine möglichst konsistente Anwendung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste in der EU sicherzustellen. Anreize für Medienunternehmen, das Herkunftslandprinzip des Europäischen Binnenmarkts auszunutzen, sollen dadurch verringert werden.

Daneben haben die Medienanstalten ihren bi- und multilateralen Austausch mit benachbarten Regulierungsbehörden fortgesetzt. Etabliert haben sich hier insbesondere das jährliche Tripartite-Meeting mit dem französischen CSA und der britischen Ofcom sowie die ebenfalls jährlich stattfindende Konferenz Trimediale mit der österreichischen KommAustria und dem schweizerischen Bakom.

### 1.3 Zulassung bundesweiter Hörfunk- und Fernsehsender

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) entschied im Berichtszeitraum über die Neuzulassung von acht bundesweiten

Hörfunk- und 19 bundesweiten Fernsehprogrammen. Vier Zulassungen wurden verlängert. In 33 Fällen wurde über Veränderungen der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse von lizenzierten Veranstaltern (inkl. Veränderungen der Geschäftsführung) durch die ZAK entschieden.

Die Zahl der Zulassungen und Zulassungsverlängerungs-Verfahren blieb damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (34). Die Zahl der Änderungsanzeigen von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen lag im Vorjahr bei 30.

2018 bezogen sich etwa die Hälfte der Neuzulassungen auf Angebote, die ausschließlich im Internet verbreitet werden sollen.

#### 1.4 Programm- und Werbeaufsicht

Im Rahmen ihrer rundfunkrechtlichen Programm- und Werbeaufsicht stellte die ZAK im Jahr 2018 insgesamt 41 Verstöße bei bundesweiten TV-Programmen fest. In 34 Fällen wurden Beanstandungen und in sieben Fällen aufsichtliche Hinweise ausgesprochen.

Die Aufsichtsverfahren bezogen sich überwiegend (35 Fälle) auf Verletzungen der Werbebestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) bzw. des Glücksspielstaatsvertrages.

**Werbung für Lottoland** – In parallel geführten Verfahren beanstandete die ZAK im Berichtszeitraum die Ausstrahlung von TV-Werbespots für das „Lottoland.gratis“-Angebot der Luleka Ltd. in 187 Fällen bei 17 bundesweiten TV-Programmen (ProSieben,

DMAX, n-tv, Sat.1, ProSieben MAXX, RTL, RTL II, RTL nitro, kabel eins, kabel eins Doku, sixx, Eurosport, N 24, Sport 1, Tele 5, Sky und VIVA). Mit der Beanstandung der unzulässigen Ausstrahlung dieser Spots wurde zugleich deren weitere Ausstrahlung untersagt und der Sofortvollzug dieser Untersagung angeordnet. Die dagegen eingelegten Rechtsmittel einiger betroffener TV-Veranstalter hatten in Eilverfahren vor verschiedenen Verwaltungsgerichten in erster und in einem Fall auch in der zweiten Instanz keinen Erfolg.

Der Glücksspielanbieter Lottoland Ltd. mit Sitz in Gibraltar bot zuvor in Deutschland unerlaubt diverse Zweitlotterien an, die von den deutschen Glücksspielaufsichtsbehörden wiederholt untersagt wurden, so dass TV-Werbespots für Lottoland.com im deutschen Fernsehen mittlerweile nicht mehr ausgestrahlt werden. Stattdessen verbreitete die Luleka Ltd. Werbespots für das Gratis-Angebot „Lottoland.gratis“.

Die Glücksspielaufsichtsbehörden und die Medienanstalten gingen auch hiergegen wegen unzulässiger Werbung für Glücksspiel im Fernsehen vor, da die Werbung für Lottoland.gratis zugleich auch mittelbar Werbung für das entgeltliche und unerlaubte Glücksspiel „Lottoland“ machte.

Die Medienanstalten legten bei diesen Aufsichtsverfahren besonderen Wert auf eine enge Abstimmung mit den Glücksspielaufsichtsbehörden, die in gleicher Weise auch der (Gratis-) Glücksspielanbieterin die TV-Werbung untersagte.

**Beschwerdeportal** — Das Portal [www.programmbeschwerde.de](http://www.programmbeschwerde.de) der Medienanstalten erfuhr im Jahr 2018 den höchsten Zuspruch seit Bestehen. Das bei der Landesmedienanstalt Saarland angesiedelte Team bearbeitete insgesamt 2.122 Fälle, 2017 waren es noch 1.185.

Im Einzelnen betrafen 500 Eingaben Programme privater Fernseh- und Radiosender, 196 bezogen sich auf Online-Inhalte insbesondere bei Instagram und YouTube, 146 übergreifende Fragen wurden direkt beantwortet. Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen werden an die zuständigen Medienanstalten in den Ländern weitergeleitet, reine Programmkritik direkt an die Redaktionen der privaten Sender. Dominierende Themen waren die politische Berichterstattung, die Werbepaxis der privaten Fernsehveranstalter und Fragen zum Jugendschutz.

Die Aufsicht im dualen System und Programminhalte öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten waren Gegenstand von 1.101 Zuschriften. Beschwerden zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden an die Rundfunkanstalten weitergeleitet, da die Medienanstalten nur für den privaten Rundfunk zuständig sind. Häufig werden auch Fragen zum Ordnungsrahmen gestellt oder Informationen zu medienrechtlichen Grundlagen und Zuständigkeiten gewünscht. Diesbezüglich wurden 179 Korrespondenzen geführt.

Das Portal wurde 2018 grafisch und funktional überarbeitet und bietet neben dem Beschwerdetool auch übersichtlich aufbereitete Informationen zu Regulierung und Aufsicht.

## 1.5 Aufsicht über Social-Media-Angebote und Telemedien

Die allgemeine Aufsicht über die Telemedien (außerhalb des Jugendmedienschutzes) fällt in den meisten Bundesländern in die Zuständigkeit der dortigen Medienanstalten (mit Ausnahme von Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Sachsen). Sie bezieht sich vor allem auf die Einhaltung der Impressumspflichten des § 55 RStV und § 5 Telemediengesetz (TMG) sowie der werberechtlichen Vorgaben des § 58 RStV.

Mit dem gemeinsamen Ziel einer möglichst einheitlichen Aufsichtspraxis standen die Medienanstalten auch im Berichtszeitraum in einem engen Austausch. Sie stimmten sich dafür regelmäßig in regulatorischen Fragen ab und entwickelten eine gemeinsame Spruchpraxis bei der rechtlichen Bewertung von Social-Media-Angeboten.

Die zuständigen Medienanstalten gingen im Berichtszeitraum zahlreichen Beschwerden von Usern nach und nahmen den Kontakt zu Anbietern von Social-Media-Angeboten auf, um bei Bedarf Fragen zur Impressumspflicht oder zur richtigen Werbekennzeichnung zu klären und sachdienliche Auskünfte zu geben.

**Werberegulierung im Social-Media-Bereich** — Ein Schwerpunkt der Aufsichtstätigkeit der Medienanstalten im Telemedienbereich lag 2018 wieder im Bereich der Werberegulierung bei Social-Media-Angeboten. Angesichts der Zunahme von „Influencer Marketing“ und vergleichbarer Online-Werbeformen standen der Nutzerschutz und



die gebotene Transparenz zwischen kommerzieller Kommunikation und redaktioneller Leistung bei der Regulierung im Vordergrund.

Der von den Medienanstalten im Oktober 2015 erstmals veröffentlichte FAQ-Leitfaden zur richtigen Kennzeichnung von Werbung und Produktplatzierung in den Sozialen Medien wurde zu einer neuen Werbekennzeichnungs-Matrix weiterentwickelt und im November 2018 veröffentlicht. Die in der Praxis relevanten Fallgestaltungen wurden aktualisiert und der Anwendungsbereich um weitere Social-Media-Plattformen erweitert. Neben YouTube, Instagram, Twitter und Facebook sind nunmehr alle Social-Media-Plattformen erfasst, die entweder Video-, Standbild/Text-Angebote oder Blogs veröffentlichen. Die neue Version der FAQs öffnet den Anwendungsbereich und bezieht nun u. a. auch Twitch, Tik Tok, Flickr, Tumblr, Pinterest und Blogs mit ein.

In der neuen Darstellungsform einer Matrix werden die aktuell relevanten Erscheinungsformen vertikal aufgelistet. Auf der horizontalen Ebene der Matrix wird sodann aufgeführt „ob“ und ggf. „wie“ und „wo“ Werbung und Produktplatzierung in den Videos und Posts gekennzeichnet werden muss. Dabei wird zwischen Bewegtbild-, Standbild/Text-Angeboten und Blogs unterschieden.

In diversen wettbewerbsrechtlichen Abmahnverfahren und Entscheidungen von Wettbewerbsgerichten wurde eine Werbekennzeichnung auch in Fällen verlangt, in denen die Social-Media-Anbieter die gezeigten Produkte selbst gekauft hatten und keine Kooperationen mit den Unternehmen

bestand, auf die „vertaggt“ wurde. Die Medienanstalten machten die Social-Media-Branche auf die Unterschiede zwischen ihrer medienrechtlichen Aufsichtspraxis und diesen wettbewerbsrechtlichen Entscheidungen aufmerksam und setzten sich auch kritisch mit dieser Rechtsprechung auseinander. Dabei wurden die unterschiedlichen Regulierungsziele des Wettbewerbsrechts (dort Lauterkeit und Mitbewerberschutz) und des Medienrechts (dort Inhalte- und Nutzerschutz) betont.

Die Werbepaxis erfolgreicher YouTube- und Social-Media-Anbieter wurde im Rahmen von Monitorings auch im Berichtszeitraum werberechtlich untersucht. Werberechtliche Auffälligkeiten konnten dabei in der Regel im Austausch mit den Anbietern geklärt werden.

Mit der Veranstaltung „#watchdog18 – Recht(s)sicher durch die Welt des Influencer Marketings“ im November 2018 in Köln wurde die Social-Media-Veranstaltungsreihe der Medienanstalten erfolgreich fortgesetzt. Erneut nahmen zahlreiche Vertreter der Social-Media-Branche an der Fachveranstaltung teil und diskutierten diesmal über die werberechtlichen Differenzen zwischen Medien- und Wettbewerbsrecht. Zugleich wurde dort die neue Werbekennzeichnungs-Matrix vorgestellt und diskutiert.

## 1.6 Streaming und Rundfunk

Bewegtbildinhalte im Internet sind so beliebt wie nie zuvor. Je nach Einzelfall und konkreter Ausgestaltung kann es sich hier-

bei um zulassungspflichtigen Rundfunk handeln. Als erste Orientierung bieten die Medienanstalten seit 2011 eine Checkliste für Veranstalter von Web-TV an, die Ende März 2018 durch eine inhaltlich überarbeitete und neu gestaltete Checkliste zur Einordnung von Streaming-Angeboten im Internet ersetzt wurde.

Auch im Jahr 2018 sind die Medienanstalten gegen Angebote im Internet vorgegangen, die Rundfunk ohne eine erforderliche Zulassung verbreitet haben. So wurden im Juni drei Formate der BILD-Zeitung („BILD live“, „Die richtigen Fragen“ und der „Bild Sport-Talk mit Thorsten Kinhöfer“) als zulassungspflichtiger Rundfunk eingestuft und von der ZAK wegen Verstoßes gegen die Zulassungspflicht beanstandet.

## 1.7 Staatsferne/Parlamentsrundfunk

Schon im Jahr 1961 hat das Bundesverfassungsgericht festgestellt, dass der Rundfunk weder dem Staat noch einer gesellschaftlichen Gruppe ausgeliefert werden dürfe. Der Rundfunkstaatsvertrag enthält aus diesem Grund ein Zulassungsverbot für juristische Personen des öffentlichen Rechts sowie für politische Parteien und Wählervereinigungen. Ausnahmen sind lediglich für Kirchen und Hochschulen vorgesehen. Die Anwendung dieser Vorschriften wurde im Jahr 2018 im Zusammenhang mit den Aktivitäten staatlicher Stellen im Internet diskutiert. Beispielsweise können die regelmäßigen Übertragungen von Parlamentsdebatten dem Rundfunkbegriff

des Rundfunkstaatsvertrages unterfallen. Aufgrund des Zulassungsverbotes kann etwa staatlichen Verwaltungen für diese Angebote keine Rundfunkzulassung erteilt werden. Die Medienanstalten haben diesbezüglich gegenüber dem Gesetzgeber angeregt, für solche Konstellationen eine Ausnahmeregelung zu schaffen. Sie haben sich im Übrigen für entsprechende Telemedienangebote des Staates auf eine gemeinsame Haltung verständigt.

## 1.8 Barrierefreiheit/Inklusion

Für die Medienanstalten hat das Thema Barrierefreiheit einen sehr hohen Stellenwert und soll auch weiterhin gezielt vorangebracht werden. Aktuelle Planungen können dabei an das erfolgreiche Engagement der letzten Jahre anknüpfen und es weiterführen.

Dies bedeutet konkret, dass die seit 2013 regelmäßig durchgeführten Monitorings zur Entwicklung der Barrierefreiheit im Privatfernsehen fortgesetzt werden. Auch die Ergebnisse des nunmehr sechsten Monitorings dieser Art bestätigen den positiven Trend der letzten Jahre. Neben der systematischen Beobachtung und Erfassung der Entwicklungen auf Seite der Medienangebote und der Mediennutzung liegt den Medienanstalten auch der intensive Austausch mit all jenen Akteuren am Herzen, die zu mehr medialer Teilhabe beitragen können. Das sind TV-Veranstalter ebenso wie Betroffenenverbände, Vereine und natürlich auch die Politik.

Durch die Beauftragung von Forschungsprojekten in diesem Bereich können zudem Bedarfe noch besser erkannt und entsprechende Maßnahmen abgeleitet werden. So haben die Ergebnisse der gemeinsam mit der Aktion Mensch auf den Weg gebrachten Studie zur Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen u. a. deutlich gemacht, dass nach wie vor ein großes Problem darin besteht, sich einen Überblick über das barrierefrei zugängliche Programm zu verschaffen. Defizite und Probleme bei der Auffindbarkeit barrierefreier Angebote werden als eine wesentliche Zugangsbarriere herausgestellt. An diesem Punkt setzt das im Jahr 2018 umgesetzte Inklusionsprojekt „TV für Alle“ des Vereins Sozialhelden

an, das die Medienanstalten als Kooperationspartner aktiv unterstützt haben. Die App und Website zeigen im elektronischen Programmführer (EPG) eine Übersicht aller barrierefreien TV-Angebote in Deutschland. „TV für Alle“ ([www.tvfueralle.de](http://www.tvfueralle.de)) erleichtert so das Suchen und Finden von TV-Sendungen mit Untertiteln und Audiodeskription. Auf Initiative und unter Moderation der Medienanstalten konnten auch ARD, ZDF und VAUNET als weitere Partner zur Unterstützung des Projekts gewonnen werden. Diese Konstellation ist bislang einzigartig. „TV für Alle“ wurde im Rahmen eines Panels auf den Münchner Medientagen 2018 öffentlich vorgestellt.

## 2 Netze, Technik, Konvergenz

### 2.1 Forschung: Digitalisierungsberichte Video und Audio

Zum vierzehnten Mal in Folge haben die Medienanstalten 2018 im Rahmen des Digitalisierungsberichts den Grad der Digitalisierung der Rundfunkverbreitungswege und damit verbundene Änderungen des Nutzungsverhaltens untersucht. Im Mittelpunkt des jährlich veröffentlichten Digitalisierungsberichts stehen die Daten und Fakten zur Digitalisierung der Fernsehnutzung in Deutschland – seit 2013 auch der Radionutzung. Der aktuelle Stand der Digitalisierung wird jeweils von Kantar TNS Media Research mittels einer bevölkerungsrepräsentativen Studie erhoben. Neben den federführenden Medienanstalten beteiligen sich zahlreiche Partner aus der Medienbranche an der Studie. 2018 waren dies SES, Vodafone Kabel Deutschland, Unitymedia, Media Broadcast, Sky, ARD und Deutschlandradio.

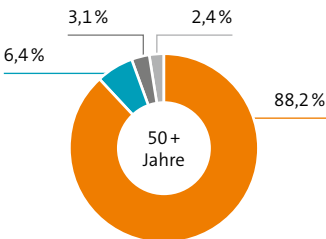
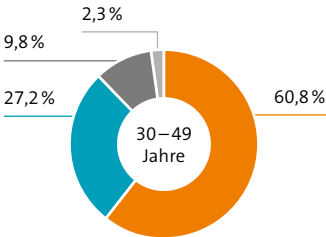
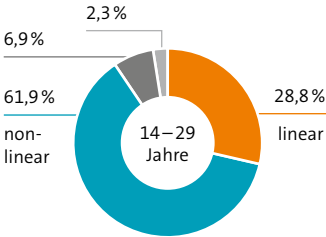
Inzwischen liefert die Studie nicht nur Fakten zur Digitalisierung und Verteilung der TV-Übertragungswege, sondern auch umfangreiche Daten zum Besitz von Bildschirm-Geräten und zur non-linearen Videonutzung in Deutschland. Neu ist, dass 2018 sowohl die Erhebung als auch die Publikation der Ergebnisse nach Video und Audio getrennt wurden. Dadurch konnte sowohl in der Forschung als auch in den Berichten

mehr Raum für Neues gewonnen und detaillierter auf neue Trends und Entwicklungen eingegangen werden. Die Ergebnisse der Forschung zeigen im Trend deutlich, dass sich mit der Digitalisierung der Übertragungswege auch die Nutzungsmuster für Video- und Audioinhalte verändern.

Alle im Folgenden dargestellten Ergebnisse des Digitalisierungsberichts Video wie auch des Digitalisierungsberichts Audio geben den Stand im Erhebungszeitraum Mai bis Juni 2018 wieder.

**Digitalisierungsbericht Video** – Die Digitalisierung der Fernsehübertragungswege ist so gut wie abgeschlossen. Gut 97 Prozent der Fernsehhaushalte sehen Fernsehen in digitaler Qualität, lediglich noch etwa 1,216 Mio. Haushalte empfangen Mitte 2018 ausschließlich analoges Kabelfernsehen. Die meisten Fernsehhaushalte beziehen ihr TV-Signal über Kabel oder Satellit (jeweils 45 Prozent), 6,4 Prozent über terrestrische Anlagen (DVB-T), 7,9 Prozent nutzen (managed) IPTV. Erstmals wurden im Jahr 2018 auch Haushalte erfasst, die Fernsehprogramme ausschließlich über das offene Internet beziehen. Ihre Zahl liegt mit 0,5 Prozent der Haushalte noch recht niedrig, könnte angesichts der sich verändernden Nutzungsgewohnheiten aber zukünftig steigen.

## Lineare vs. nichtlineare Bewegtbildnutzung nach Alterskohorte (in Prozent)



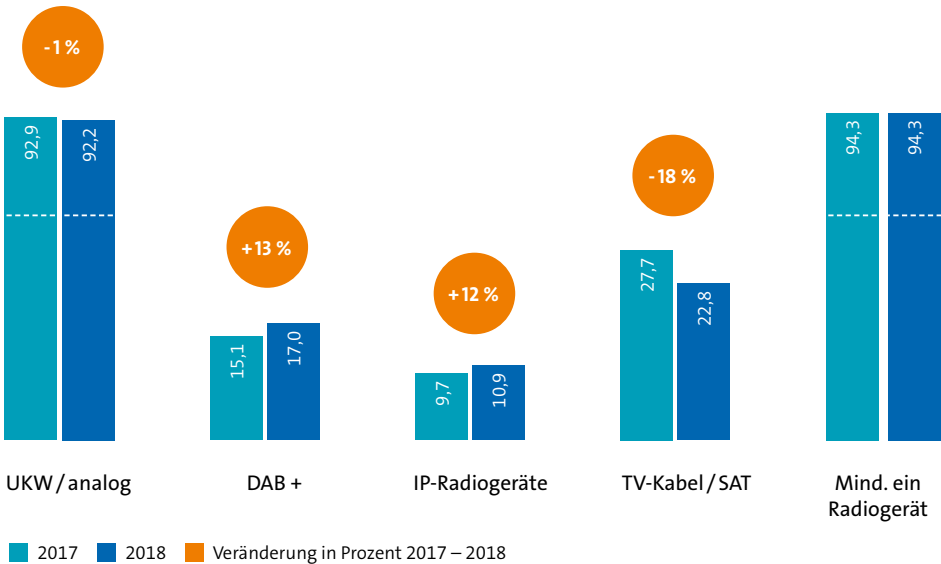
- Linear (Live über Broadcast und / oder Livestream)
- Non-linear (selbst aufgezeichnete Sendungen oder VoD)
- Beides gleich häufig
- Nichts davon genutzt

Quelle: die medienanstalten Digitalisierungsbericht Video 2018 (Kantar TNS); Basis: 14,580 Mio. Pers. im Alter von 14–29 Jahren; 21,016 Mio. Pers. im Alter von 30–49 Jahren; 34,498 Mio. Pers. über 50 Jahre.

Neben der Digitalisierung der Übertragungswege spielt auch die Vernetzung der Bildschirmgeräte eine immer wichtigere Rolle. Gut 20 Mio. Haushalte verfügen über mindestens einen Smart TV, knapp die Hälfte der TV-Haushalte hat ihr Gerät entweder direkt oder über externe Hardware an das Internet angeschlossen. Gleichzeitig greifen immer mehr Nutzer auch über ihr Smartphone oder andere konvergente Endgeräte auf Videos im Internet zu.

Die wachsende Konnektivität der Endgeräte spiegelt sich auch in der Entwicklung des Videokonsums. Insbesondere nicht-lineare Bewegtbildangebote gewinnen sowohl bei den jüngeren, aber vermehrt auch in den mittleren Alterssegmenten rasant an Bedeutung. Bezogen auf das aufgewendete Zeitbudget für Videonutzung, kann das „klassische Fernsehschauen“ nach wie vor den Löwenanteil von rund 65 Prozent für sich reklamieren. Dabei gibt es aber erhebliche Altersunterschiede: Bei den 14- bis 29-Jährigen nimmt VoD mittlerweile mit 56 Prozent mehr als die Hälfte der gesamten Videozeit ein, wohingegen die lineare Fernsehnutzung nur noch 29 Prozent des Videozeitbudgets abdeckt. Auch die 30- bis 49-Jährigen bringen anteilig immer weniger Zeit für die klassische Fernsehnutzung auf und greifen zunehmend auf Online-Inhalte zum Abruf zurück. Dem „klassischen“ Fernsehen am treuesten sind nach wie vor die ab 40-Jährigen, die in der Altersklasse 40 bis 49 Jahre zwei Drittel, bei den 50- bis 59-Jährigen gut drei Viertel ihrer Videozeit mit linearem Fernsehschauen verbringen. Der Fernseh-

## Haushaltsausstattung Radiogeräte im Trend (in Prozent)



Quelle: die medienanstalten Digitalisierungsbericht Audio 2018 (Kantar TNS); Basis 2017: 39,672 Mio. Haushalte in Deutschland; Basis 2018: 40,219 Mio. Haushalte in Deutschland, jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt

anteil steigt mit dem Alter quasi linear an und erreicht über 90 Prozent bei den ab 70-Jährigen.

Diese Entwicklung bedeutet nicht, dass das Programmangebot der Fernsehveranstalter obsolet wird, es wird aber vermehrt über andere Ausspielwege und auf anderen Endgeräten konsumiert. Im VoD-Bereich dominiert dabei derzeit YouTube. Die Video-plattform wird von etwas mehr als einem Drittel der Bevölkerung über 14 Jahre in Deutschland genutzt. Aber auch die Media-thenken der Fernsehsender haben in diesem

Jahr erstmals die 20 Mio.-Marke geknackt und erreichen mit ihren Angeboten gut 31,2 Prozent der Bevölkerung. Fast jeder Dritte (29,3 Prozent) nutzt die Angebote von einem Video-Streamingdienst wie Amazon (Prime) Video, Netflix oder Maxdome.

**Digitalisierungsbericht Audio** – Auch bei Audio schreitet die Digitalisierung voran. Hier dominiert derzeit allerdings noch eindeutig die analoge Übertragung über UKW. Gut 92 Prozent der Haushalte in Deutschland verfügen, bei leicht rückläufiger Tendenz, über

mindestens ein analoges UKW-Radiogerät im Haushalt. Die Ausstattung mit digitalen Endgeräten nimmt aber gleichzeitig zu. In mehr als einem Drittel (35,1 Prozent) der Haushalte steht mindestens ein Radiogerät mit digitalem Empfang (DAB+, IP oder Empfang über digitales Kabel/Satellit) zur Verfügung. Vor allem die Anzahl der Haushalte mit DAB-fähigen Endgeräten ist im Vergleich zum Vorjahr um eine knappe Million auf insgesamt 6,86 Mio. gestiegen, ein Wachstum von 13 Prozent. Somit haben 12,7 Mio. Personen Zugang zu einem DAB+ Gerät. Auch die Zahl der IP-Radiogeräte wächst weiter, gut jeder neunte Haushalt verfügt über ein IP-Radioempfangsgerät (11 Prozent). Der IP-basierte Radioempfang nimmt vor allem weiter über konvergente Endgeräte zu. Rund ein Fünftel der Bevölkerung verwendet das Smartphone, jeder Achte bis Neunte seinen Laptop und etwa jeder Zehnte nutzt zumindest gelegentlich seinen PC zum Empfang von über das Internet verbreiteten Radioprogrammen. Auch sogenannte Smart-Speaker gewinnen rasant an Bedeutung. Obwohl erst knapp zwei Jahre im deutschen Markt erhältlich, werden die Geräte bereits von 2,8 Prozent der Bevölkerung zumindest gelegentlich zum Hören von Radioprogrammen genutzt. Die im Rahmen der Erhebung zur digitalen Radionutzung gewonnenen Erkenntnisse wurden im Jahr 2018 erstmalig ergänzt durch den von mehreren Landesmedienanstalten in Zusammenarbeit mit privatwirtschaftlichen Verbänden veröffentlichten Online Audio Monitor. Dessen Ergebnisse sind mit in die Publikation des Digitalisierungsbericht Audio eingeflossen.

## 2.2 Analog/Digital-Umstieg im Kabel

Nachdem der Digitalisierungsgrad im Kabel 89 Prozent erreicht hatte, hatte Unitymedia bereits im Juni 2017 als erster großer Netzbetreiber in den Ländern Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen die analoge Ausstrahlung der Fernsehprogramme in seinen Kabelnetzen beendet. Die Abschaltung des analogen Signals ermöglicht die Verbreitung von mehr Programmen im Kabel in besserer Qualität, wie HD und UHD. In den Ländern Bayern und Sachsen war zudem eine gesetzliche Vorgabe für den Umstieg auf eine rein digitale Verbreitung bis Ende 2018 zu beachten.

Seit Sommer 2018 läuft in vielen weiteren Regionen Deutschlands der Kabelumstieg von analog auf digital. In Bayern, Bremen und Sachsen wurde die Umstellung Ende 2018 abgeschlossen, in einigen anderen Bundesländern werden die Umstellungen noch bis Mitte 2019 andauern.

Um für die Verbraucher einen reibungslosen Umstellungsprozess auf digitalen Kabelempfang sicherzustellen, hatte sich 2017 die Initiative Digitales Kabel gegründet. Ihr gehören die Medienanstalten, ANGA Verband deutscher Kabelnetzbetreiber, Telekom Deutschland, PÿUR und Vodafone, der VAUNET – Verband Privater Medien sowie die Programmanbieter ARD, Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 Media SE an. Ein gemeinsames Projektbüro wurde November 2017 eingerichtet. Das Projektbüro ist für die Umsetzung der regionalen Abstimmungs- und Kommunikationsmaßnahmen

zuständig und informiert die Öffentlichkeit über die Website [www.digitales-kabel.de](http://www.digitales-kabel.de) über Newsletter und Laufbänder im Programm.

Auf der Kabel-Messe ANGA COM waren das Projektbüro sowie die Medienanstalten mit Informationsbeiträgen vertreten. Weitere regionale Veranstaltungen mit Beteiligung der örtlichen Landesmedienanstalt wurden in Leipzig und Hamburg durchgeführt.

### 2.3 Einigung beim Verkauf der UKW-Infrastruktur

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast hatte bereits im Dezember 2017 den erfolgreichen Verkauf aller seiner UKW-Antennen verkündet. Bei der Auktion wurden knapp 700 Antennen, das entspricht insgesamt zwei Drittel des Gesamtvolumens, von fünf verschiedenen Investoren gekauft.

Aussagen der Antenneninvestoren, die UKW-Verbreitung zum 1. April 2018 einzustellen, falls bis dahin die Vertragsverhandlungen zur Anmietung der Antennen nicht erfolgreich abgeschlossen seien, veranlassen die Medienanstalten, die verschiedenen Marktteilnehmer der UKW-Verbreitung (Erwerber, neue und alte Sendernetzbetreiber) zu einem Runden Tisch einzuladen, um die offenen Fragen im Rahmen der Vertragsverhandlungen zu klären. In den Gesprächen wurde deutlich, dass es unterschiedliche Vorstellungen über die Mietkosten und Preisstruktur der Antennen gab, und dass eine erhebliche Kostensteigerung an einzelnen Antennenstandorten zu befürchten war. Die

Medienanstalten konnten als Zwischenlösung darauf hinwirken, dass das Um- und drohende Abschaltdatum bis Ende Juni 2018 nach hinten verlegt wurde.

Schließlich regte im Mai 2018 die Beschlusskammer der Bundesnetzagentur unmittelbare Gespräche zwischen den Beteiligten an. Im Juni 2018 fanden dann unter der Moderation von Bundesminister a. D. Friedrich Bohl und der Beschlusskammer Gespräche über den Abschluss eines Memorandums of Understanding als Grundlage für eine Einigung statt. Diese führten dann erfreulicherweise im Juli 2018 zum Abschluss der Verträge über die Mitbenutzung von analogen UKW-Infrastrukturen zwischen den fünf Antennennenerwerbern und den Sendernetzbetreibern Divicon und Uplink. Die zwischenzeitlich drohende Abschaltung konnte somit abgewendet werden.

### 2.4 Entscheidung zu Einspeiseentgelten: Tele Columbus AG muss private Free-TV-Anbieter gleichbehandeln

Plattformbetreiber sind zwar grundsätzlich berechtigt, neue Verträge und damit neue Geschäftsmodelle einzuführen. Es darf aber keine Übergangsphase geben, in der einige private Rundfunkanbieter schon für die Verbreitung ihrer Programme durch den Plattformbetreiber bezahlen müssen und andere nicht. Dies stellte die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) mit einer Entscheidung im Februar 2018 klar. Im konkreten Fall ging es um den Kabelnetzbetreiber Tele Columbus AG. Laut Rundfunk-



staatsvertrag müssen Anbieter von Programmen chancengleich behandelt und dürfen nicht „ohne sachlich gerechtfertigten Grund“ diskriminiert werden. Plattformanbieter, also etwa Kabelnetzbetreiber wie Tele Columbus, dürfen demnach ihre Entgelte und Tarife für gleichartige Anbieter nicht unterschiedlich ausgestalten. Tele Columbus hingegen hat Entgelte bei einigen privaten Free-TV-Anbietern erhoben und bei anderen Anbietern wiederum nicht. Nach Ansicht der ZAK liegt bei dem Unternehmen

dafür kein sachlich rechtfertigender Grund im Sinne der Meinungsvielfalt vor. Dies ist eine nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung im Sinne des Rundfunkstaatsvertrags und sei demnach als Verstoß zu werten, entschied die ZAK. Sie forderte daraufhin die Tele Columbus AG auf, die Ungleichbehandlung bei ihren Einspeiseverträgen zu beheben und die Gleichbehandlung der privaten Free-TV-Programmanbieter gegenüber der zuständigen Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) nachzuweisen.

# 3 Medienkompetenz und Bürgermedien

## 3.1 Medienkompetenzförderung

Digitale Medien sind in allen Lebensbereichen von zentraler Bedeutung. Medienkompetenz ist deshalb mehr denn je eine Schlüsselkompetenz in unserer Gesellschaft. Die Landesmedienanstalten messen daher ihrer gesetzlich vorgegebenen Aufgabe, die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger zu fördern, einen hohen Stellenwert bei.

Mit ihren Medienbildungsaktivitäten verfolgen die Landesmedienanstalten das Ziel, Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen den Zugang zu den Potenzialen der Medien zu eröffnen und sie in die Lage zu versetzen, Medien reflektiert zu nutzen und Risiken zu vermeiden. Mit ihren richtungsweisenden Projekten leisten sie einen wichtigen Beitrag zum präventiven Jugendmedienschutz, zur Herausbildung von Demokratiekompetenz und zum Mediennutzerschutz.

Kern der Arbeit der Landesmedienanstalten ist die Initiierung von Medienkompetenzaktivitäten vor Ort. Sie greifen lokale und regionale Bedarfe auf, initiieren Angebote und vernetzen sich mit Akteuren. Auch sind die Landesmedienanstalten wichtige Partner der zuständigen Ministerien sowie weiterer Träger, wie Jugendhilfe, Verbraucherschutz und Familienhilfe in den Ländern.

Eine Reihe von Projekten und Aktivitäten mit übergeordneter Relevanz wird bundes-

weit bzw. länderübergreifend realisiert. Die Landesmedienanstalten präsentierten diese Projekte und Aktivitäten auf der Bildungsmesse „didacta“ vom 20. bis 24. Februar 2018 in Hannover.

Eine umfassende Übersicht zu den Themenfeldern Hass, Mobbing und Extremismus bietet auch der im Februar 2019 unter dem Titel „Der Ton wird härter“ erschienene Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht der Landesmedienanstalten. Der Bericht stellt u. a. Maßnahmen und Initiativen vor, die die Landesmedienanstalten gemeinsam und in eigener Verantwortung vor Ort leisten, um eine aufgeklärte und kompetente Mediennutzung in jeder Hinsicht und für jeden Menschen zu erreichen (s. a. Seite 27).

## 3.2 Bürger- und Ausbildungsmedien

Seit 35 Jahren sind die Landesmedienanstalten auch für nichtkommerzielle, lokale Bürgermedien zuständig. Bundesweit sind derzeit 180 Radio- und TV-Stationen in unterschiedlichen Bürgermedientypen als Offene Kanäle (OK), Nichtkommerzielle Lokalradios (NKL), Bürgerradios, Bürgerfernsehen, Campusradios, Uni-Fernsehsender und Ausbildungs- bzw. Erprobungskanäle auf Sendung.

Bürgermedien leisten einen wichtigen Beitrag zur demokratischen Bildung. Als

Institutionen, die prinzipiell auf Beteiligung angelegt sind, ermöglichen sie unmittelbar gesellschaftliche Teilhabe in der Zivilgesellschaft.

Darüber hinaus tragen sie bei zur lokalen Information, zur Förderung der Medienkompetenz sowie zur Aus- und Fortbildung der Medienschaffenden. Die Landesmedienanstalten haben 2018 Mittel in Höhe von ca. 25 Mio. Euro für die Förderung und den Betrieb von Bürgermedien aufgewendet.

**Programminhalte** – Die Bürgermedien in Deutschland haben konsequent programmliche Alleinstellungsmerkmale erarbeitet, die sie von öffentlich-rechtlichen wie auch privat-kommerziellen Angeboten abheben. Lokalität, Authentizität, Direktheit, Betroffenheit, Aktualität, Stärkung des dokumentarischen wie des experimentellen Charakters, kulturelle Offenheit und Vielfalt sowie Zielgruppenorientierung jenseits des Mainstreams sind nur einige Stichworte, die bürgermedienspezifische Programmleistungen kennzeichnen. Die Berichterstattung zeichnet sich durch eine große Formenvielfalt, ein vielfältiges Themenspektrum, einen ausgeprägten Lokalbezug sowie eine hohe Zahl von Studiogesprächen, Interviews und O-Tönen aus. In 2018 wurde die aktuelle Programmanalyse für die Niedersächsischen Bürgersender präsentiert.

**Reichweiten** – Bei der Bewertung der Leistungsfähigkeit der Bürgermedien ist auch die Relevanz entscheidend, welche die Sender für die Bürger haben. Derzeit belegen mehrere Reichweitenuntersuchungen einzel-

ner Landesmedienanstalten den hohen Stellenwert der Bürgermedien. In 2018 wurden aktuelle Zahlen für Thüringen vorgestellt.

**Aus- und Fortbildung** – Für zahlreiche Radio- und Fernsehmacher sind die Bürgermedien eine Talentschmiede. Praktikanten suchen dort ihre erste Berufsorientierung, und eine steigende Zahl von Auszubildenden wählt bewusst Bürgermedien als Ausgangspunkt der beruflichen Karriere.

**Medienkompetenz** – Die offene Programmproduktion als das zentrale Merkmal der Bürgermedien ist mit der Vermittlung von Medienkompetenz untrennbar verbunden. Gerade auch in den vielfältigen Kooperationen mit Dritten sind Bürgermedien heute oft als praxisorientierte Medienkompetenzzentren profiliert.

**Vernetzung** – Auf Bundesebene waren 2018 zwei Verbände zur Interessensvertretung aktiv: der Bundesverband Bürgermedien (BVBM) und der Bundesverband Freier Radios (BFR). Sie sind im Community Media Forum Europe (CMFE) organisiert. Beide Verbände organisierten bundesweite Veranstaltungen zu Themen wie beispielsweise „Neue Wege für neue Köpfe? Digitalisierung und Ausbildung in Bürgermedien“, „Der Paritätische und Bürgermedien – Stimmen der Gesellschaft“ sowie die Zukunftswerkstatt Community Media 2018.

## 4 Jugendmedienschutz

Das Jahr 2018 war geprägt von öffentlichen Debatten über Hass und Hetze in unserer (digitalen) Gesellschaft. Auch im Jugendmedienschutz richteten die Medienanstalten und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) einen entsprechenden Fokus auf dieses Thema. Die Medienanstalten erarbeiteten erstmals einen gemeinsamen Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht, der im Februar 2019 unter dem Titel „Der Ton wird härter – Hass, Mobbing und Extremismus“ erschienen ist. Neben einer gesellschaftspolitischen Einordnung und beispielhaften Maßnahmen der Landesmedienanstalten im Bereich der Medienkompetenz liegt ein Schwerpunkt der Publikation auf der Auseinandersetzung mit medienrechtlichen Fragestellungen rund um Hassrede und Erfahrungsberichten einzelner Medienanstalten aus ihrer täglichen Aufsichtstätigkeit.

Ein Ergebnis dieser Tätigkeit sind Prüffälle, mit denen sich die KJM befasst. Im Rahmen von Prüfverfahren hat die KJM seit ihrem Bestehen mehr als 9.500 Entscheidungen getroffen, davon etwa 1.250 im Bereich des Rundfunks. Mehr als 8.250 Entscheidungen fällte sie im Bereich Telemedien – einschließlich Indizierungsanträgen und Stellungnahmen zu Indizierungsanträgen. Seit 2016 ist die KJM zudem für die Bestätigung von Altersbewertungen der anerkannt-

ten Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle zuständig und hat bis Ende des Jahres 2018 mehr als 250 Entscheidungen in diesem Bereich getroffen.

### 4.1 Lootboxen

Online-Spiele erhielten im Jahr 2018 zwar weniger breite öffentliche Aufmerksamkeit als das Thema Hass und Hetze, die Games-Branche diskutierte jedoch intensiv und ebenfalls öffentlich die Ausgestaltung von Spielelementen wie Lootboxen in Online-Spielen. Games sind ein wichtiger Teil der Lebenswirklichkeit von Kindern und Jugendlichen, weshalb das Thema Online-Spiele und Werbung für Online-Spiele auch für die KJM hoch relevant ist. Sie hat sich deshalb ausführlich mit Lootboxen auseinandergesetzt und auf Anfrage des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration eine Stellungnahme verfasst.

Jugendmedienschutzrechtlich relevant sind Lootboxen in erster Linie unter dem Aspekt der unzulässigen Werbung. So ist es unzulässig, Lootboxen oder sonstige über In-Game-Käufe erhältliche Spielinhalte mit direkten Kaufappellen an Kinder und Jugendliche zu bewerben. Außerdem darf die Werbung nicht die Unerfahrenheit von

Kindern und Jugendlichen ausnutzen oder sie irreführen. Es wäre zum Beispiel denkbar, dass die Unerfahrenheit von Kindern in kindaffinen Apps ausgenutzt wird, indem entsprechende Werbeelemente so gestaltet sind, dass für den Kauf relevante Informationen (z. B. Kaufbedingungen) in den Hintergrund treten. Die Werbung wäre auch unzulässig, wenn sie Minderjährigen einen unrealistischen Zusammenhang zwischen Einkauf und Spielvorteilen vermittelt. Ob die In-Game-Werbung für Lootboxen die Grenze des Zulässigen überschreitet, hängt immer von der Art und Weise der präsentierten Lootboxen sowie der angesprochenen Zielgruppe ab und ist folglich einzelfallabhängig.

Im Rahmen der Medientage München hat die KJM im Oktober 2018 zu einer Podiumsdiskussion zum Thema Online-Spiele eingeladen. Neben Lootboxen und anderen Geschäftsmodellen in Online-Spielen diskutierten Experten unter dem Motto „Unboxing the Loot“, wie neue Trends Online-Gaming verändern und welche Herausforderungen sich für den Jugendmedienschutz ergeben.

#### 4.2 Direkte Kaufappelle an Kinder und Jugendliche in sozialen Medien

Ein weiterer Fokus im Jugendmedienschutz lag 2018 auf Influencern und deren Wirkung auf Kinder und Jugendliche. Die KJM hat ein Gutachten zu direkten Kaufappelle an Kinder und Jugendliche in sozialen Medien veröffentlicht, das sie 2017 bei der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) in

Auftrag gegeben hatte. Ziel des Gutachtens war eine Bestandsaufnahme über die Kommerzialisierung in den sozialen Medien in Bezug auf Kinder und Jugendliche als Grundlage für die weitere Aufsichtspraxis der Medienanstalten. Die Autoren und Autorin der Studie untersuchten über 1.600 Posts von 25 Influencern mittlerer Reichweite. Die forschungsleitende Fragestellung lautete, wie verbreitet direkte Kaufappelle an Kinder und Jugendliche in den für sie relevanten sozialen Netzwerken sind und in welcher Form diese Kaufappelle erfolgen. Das Gutachten wurde im September 2018 auf einem Fachtag zum Thema Kinder und Influencing vorgestellt, den die KJM gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk ausgerichtet hat.

Der hohe Anteil an Beiträgen mit kommerziellen Inhalten sowie an medienrechtlich bedenklichen Beiträgen in der Untersuchung belegt, dass Influencer ein großes Vermarktungspotenzial haben und der Bereich zwingend der medienrechtlichen Aufsicht bedarf. Influencer adressieren und erreichen besonders jüngere Zielgruppen, die kommerzielle Inhalte zwar scheinbar problemlos identifizieren können. Eine kritische Reflexion der werblichen Beiträge sowie der ihnen zugrunde liegenden Mechanismen kann und darf jedoch nicht vorausgesetzt werden. Ebenso gibt es Indikatoren dafür, dass sich Kinder und Jugendliche unter Umständen zwar der Tatsache bewusst sind, beeinflusst zu werden – dies jedoch gegebenenfalls willentlich geschehen lassen.

Für den Jugendmedienschutz ergeben sich aus dem Gutachten folgende Erkenntnisse:

– *Verstöße ahnden:*

Aufgrund der großen Relevanz sozialer Medien und von Influencern für Kinder und Jugendliche ist es unerlässlich, Verstöße gegen die Werbebestimmungen konsequent zu ahnden und Akteuren im Influencer Marketing dadurch ihre Verantwortung aufzuzeigen. Der Regulierungsrahmen ist ausreichend, um Anbieter, die sich nicht gesetzeskonform verhalten, zur Rechenschaft zu ziehen – auch im neuen Feld des Influencer Marketings.

– *Werbekompetenz fördern:*

Vor allem jüngere Kinder müssen frühzeitig für die Mechanismen des Influencings sensibilisiert und darüber aufgeklärt werden, dass es sich bei einer großen Zahl der Beiträge nicht um objektive und unabhängige Produktpräsentationen handelt. Dafür setzen sich die Medienanstalten mit zahlreichen Medienkompetenzprojekten ein.

– *Verantwortungsbewusstsein stärken:*

Der Dialog der Medienanstalten und der KJM mit den Akteuren im Influencer Marketing ist wichtig, um Aufklärungsarbeit über gesetzliche Vorschriften zu leisten und das Verantwortungsbewusstsein zu stärken. Deshalb wurden auch 2018 – ergänzend zur hoheitlichen Aufsichtstätigkeit – wieder verschiedene Angebote wie Leitfäden oder Fachver-

staltungen an die Anbieter und Produzenten herangetragen.

### 4.3 Technischer Jugendmedienschutz

Im technischen Jugendmedienschutz waren 2018 positive Entwicklungen zu verzeichnen: Erstmals haben zwei Anbieter Jugendschutz bereits in die Produktentwicklung einbezogen und dessen Wirksamkeit gemäß den Anforderungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) überprüfen lassen. Die Nintendo Europe AG hat das Jugendschutzsystem der Spielekonsole „Nintendo Switch“ und die Altersbeschränkungen des Nintendo Account Systems bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Dienstanbieter e.V. (FSM) zur Prüfung vorgelegt. Auch Netflix International B.V. hat – als erster Streamingdienst – seine accountbezogene Schutzfunktion (Jugendschutz-PIN) bei der FSM eingereicht, die wie die Programme von Nintendo als geeignet beurteilt wurde. Die KJM hat die Rechtmäßigkeit der FSM-Entscheidungen überprüft und keine Überschreitung des Beurteilungsspielraums festgestellt.

Gerade in Anbetracht der Tatsache, dass das derzeit einzige anerkannte übergreifende Jugendschutzprogramm im Social Web, in Apps und bei mobiler Internetnutzung Schutzlücken aufweist, begrüßt die KJM diese technische Entwicklung sehr. Mit Jugendschutzprogrammen für geschlossene Systeme übernehmen die Anbieter Verantwortung und sind Förderer eines praktikablen, zukunftsfähigen Jugendmedienschutzes.

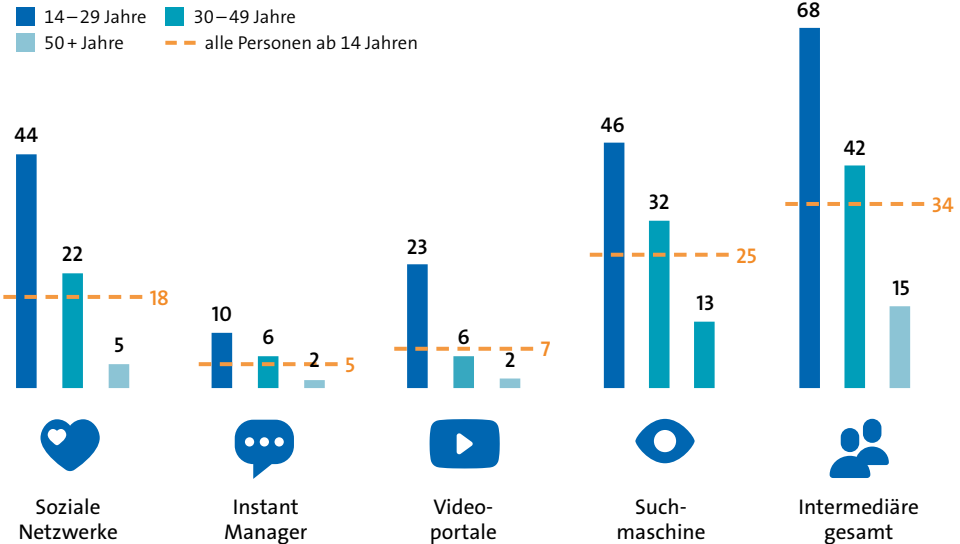
# 5 Medienkonzentration und Meinungsvielfalt

## 5.1 Entwicklung des Medienkonzentrationsrechts

Mit der Digitalisierung einhergehende Entwicklungen haben die Medienwelt verändert. Hierzu gehören auf der Anbieterseite die steigende Zahl an Zusammenschlüssen oder Übernahmen, sowohl auf internationaler wie auf nationaler Ebene, die Substi-

tution linearer Rundfunkprogramme durch Abruf- oder Streaming-Dienste, die Popularität sozialer Medien, die außerhalb medienrechtlicher Kontrolle stehende Zugänge zur Meinungsbeeinflussung eröffnen, und nicht zuletzt die Erfolgsmodelle von Intermediären, wie Suchmaschinen, Video- und Werbe-Plattformen, Video-on-Demand-Diensten oder App-Marktplätzen.

### Anteil der Bevölkerung, der sich täglich bei Facebook, Google & Co. informiert



Tagesreichweite (Nutzung gestern) in Prozent; Quelle: die medienanstalten: Mediengewichtungsstudie 2018-I (Kantar TNS); Basis: 70,094 Mio. Personen ab 14 Jahren in Deutschland, n = 4.399; 14,441 Mio. 14–29 Jahre, n = 491; 21,100 Mio. 30–49 Jahre, n = 1376; 34,553 Mio. 50+ Jahre, n = 2.532

Beim Mediennutzungsverhalten ist vor allem bei der jüngeren Generation verstärkt die Abwendung von den klassischen meinungsbildenden Presse- und Rundfunkmedien hin zu Kommunikationsformen im Internet zu beobachten. Dieser Trend schlägt sich nieder im Auflagenrückgang von Tageszeitungen und auch im verringerten Interesse an journalistischen Beiträgen im Hörfunk und im Fernsehen. In den sozialen Netzwerken werden bisherige Rezipienten zu Inhalteanbietern. Meinungsbildung spielt sich zunehmend auch in privaten Chatgruppen ab.

Die im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) formulierten Vorschriften und Regulierungsansätze zur Gewährleistung der Meinungsvielfalt haben mit diesen umwälzenden Veränderungen nicht Schritt gehalten. Gesetzliche Vorschriften und Eingriffsermächtigungen finden sich dort allenfalls sporadisch. Die Defizite sind auffällig und offenkundig. Sie beschränken sich bei der Medienkonzentrationskontrolle auf der Grundlage des § 26 RStV auf die defensive negative Vielfaltssicherung. Einer notwendigen und verfassungsrechtlich gebotenen positiven Vielfaltssicherung sind allenfalls die Gebote zur Einräumung von Sendezeiten an unabhängige Dritte oder zur Aufnahme regionaler Fensterprogramme zuzurechnen. Konvergenten Medienangeboten werden diese auf das traditionelle lineare Fernsehen fokussierten Vorschriften längst nicht mehr gerecht. Dazu kommt, dass selbst diese nur rudimentären Kontrollansätze für das Medium Fernsehen durch die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts seit Anfang 2014 jeder praktikablen Anwendung entzogen sind.

Die klassischen Regulierungsziele der Medienkonzentrationskontrolle und der Vielfaltssicherung sind vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungen jedoch nicht obsolet geworden. Eine beschränkte Orientierung am Zuschauermarkt des privaten Fernsehens ist überholt. Allein eine Betrachtung des Gesamtmedienmarktes vermag allen meinungsbildenden Faktoren Genüge zu tun. Erst dies ermöglicht die adäquate Erfassung und Bewertung von Verflechtungen zwischen zum Beispiel algorithmensbasierten Intermediären und publizistischen Inhalteanbietern. Für die Zukunft kann nicht ausgeschlossen werden, dass solche Verflechtungen zunehmen. Das Recht sollte hierauf vorbereitet sein.

Aus Sicht der für die Medienkonzentrationskontrolle zuständigen Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) können Normadressaten damit nicht länger (allein) die privaten Rundfunkveranstalter sein. Meinungsrelevanter Einfluss geht von allen publizistisch ausgerichteten Unternehmen und ebenso von den nur auf Verbreitung fremder Verlautbarungen ausgerichteten Intermediären aus. Letztere stellen eine der wesentlichen künftigen Herausforderungen für die mediale Vielfaltssicherung im Allgemeinen und die Medienkonzentrationskontrolle im Besonderen dar.

Der bisherige Ansatz zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht im bundesweiten Fernsehen greift deshalb zu kurz. Zur Fortentwicklung des Medienkonzentrationsrechts regt die KEK deshalb gegenüber den Ländern ein neues Konzept zur Vielfaltssicherung an, das fernsehunabhängig als



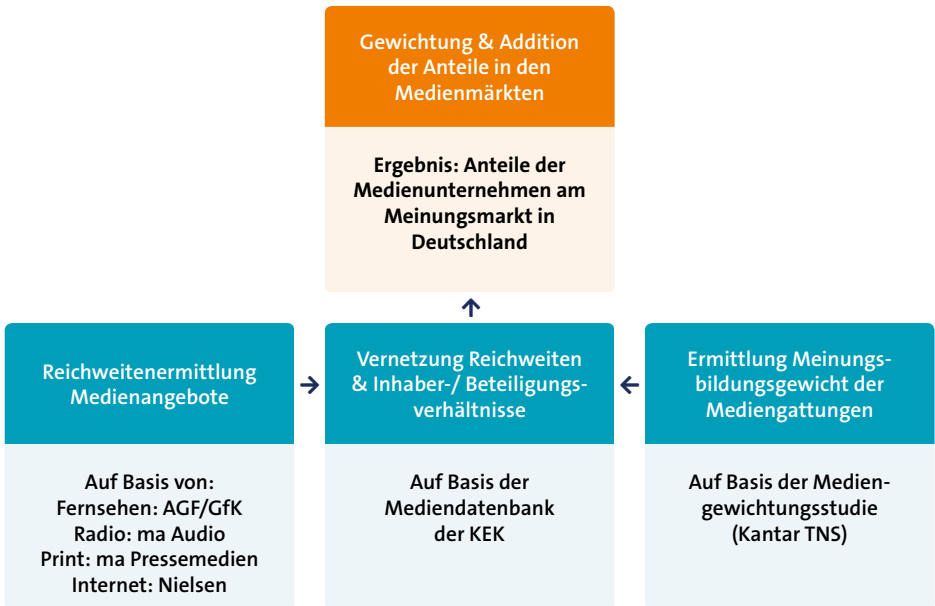
Gesamtmarktmodell unter Einschluss aller meinungsbildenden Medienmärkte konzipiert werden muss.

Hierbei wird die Ermittlung der Anteile auf dem Gesamtmedienmarkt zur besonderen Aufgabe der Aufsicht durch die Landesmedienanstalten und die KEK. Der dazu geschaffene MedienVielfaltsMonitor verdient deshalb fortentwickelt und regulatorisch anerkannt und abgesichert zu werden.

## 5.2 Der MedienVielfaltsMonitor

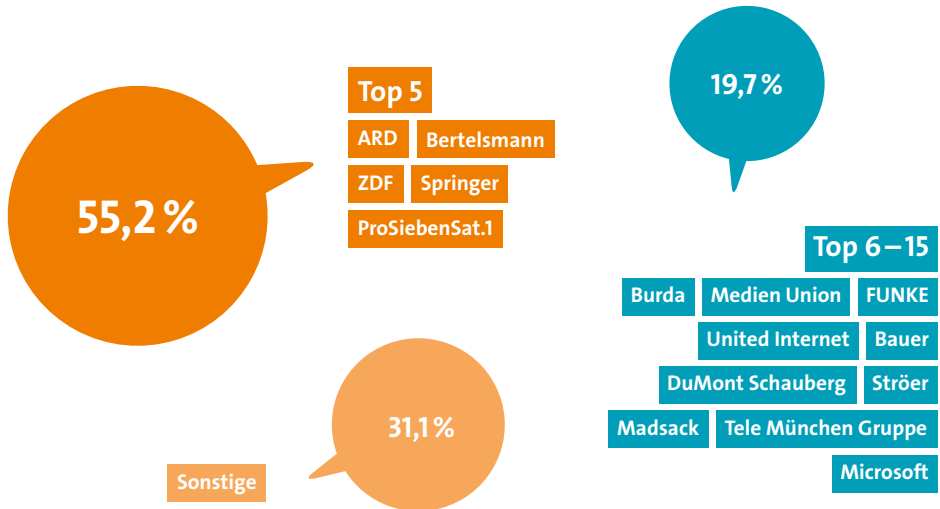
Der MedienVielfaltsMonitor vereint die Ergebnisse verschiedener Teilprojekte der Medienanstalten: den von der BLM entwickelten MedienVielfaltsMonitor inkl. Mediengewichtungsstudie, Schwerpunktstudien sowie die Mediendatenbank der KEK.

### Vorgehen – das 4-Stufen-Modell des MedienVielfaltsMonitors



Quelle: die medienanstalten: Vielfaltsbericht 2018

## Verteilung der Meinungsmacht im Gesamtmarkt



Quelle: BLM: MedienVielfaltsMonitor 2018-I

Eine Überschreitung von 100% ergibt sich daraus, dass Beteiligungs-Anteile von mehr als 25% und mehr einem Unternehmen voll zugerechnet werden.

Der MedienVielfaltsMonitor zeigt das Gewicht der Medien für die Informations- und Meinungsbildung auf und gibt Aufschluss über die (quantitative) Meinungsmacht der Medienkonzerne. Er basiert auf neutral erhobenen Reichweitendaten im Rahmen der im Medienmarkt anerkannten und regelmäßig durchgeführten Studien von agma, AGF/GfK, Nielsen sowie einer empirischen Studie zum Meinungsbildungsgewicht der Mediengattungen von Kantar TNS. Unter Verwendung der Mediendatenbank der KEK werden die ermittelten Reichweiten der

Angebote innerhalb der Gattungen mit Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen vernetzt. Abschließend werden die Daten auf Grundlage der Mediengewichtungsstudie mit den jeweiligen Meinungsbildungsgewichten der Gattungen multipliziert. Somit werden die Nutzungsvorgänge der verschiedenen Mediengattungen gewichtet, zueinander in Bezug gesetzt und vergleichbar. Der MedienVielfaltsMonitor stellt ein konvergentes Verfahren zur Bestimmung der Anteile der Medienunternehmen am Meinungsmarkt in Deutschland dar. Seine Ergebnisse machen

deutlich, dass der Meinungsmarkt in Deutschland von fünf Medienanbietern geprägt wird, auf die insgesamt mehr als 55 Prozent der Anteile im Meinungsmarkt entfallen. ARD und ZDF erzielen mit all ihren Medienangeboten in den Bereichen Fernsehen, Radio und Online zusammengenommen einen Meinungsmarktanteil von fast 30 Prozent.

Im Rahmen der von Kantar TNS durchgeführten repräsentativen Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ (Mediengewichtungsstudie) wird das Meinungsbildungsgewicht der Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen, Zeitschriften und Internet ermittelt. Im Zeitverlauf wird deutlich, wie sich die Bedeutung der Medien verändert. Während das Internet zunehmend wichtiger wird, verlieren das Fernsehen und vor allem Tageszeitungen stetig an Bedeutung. Zur Ermittlung der individuellen Meinungsbildungsgewichte werden zum einen die Tagesreichweiten erhoben, die auf informative Zwecke entfallen, zum anderen die subjektive Wichtigkeit der einzelnen Mediengattungen als Informationsquelle zum Zeitgeschehen. Zwischenzeitlich wurde die Studie um den Fragenkomplex zur unterhaltenden Nutzung sowie das Thema Intermediäre und ihr Gewicht in Meinungsbildungsprozessen erweitert. Die Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie sind repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Nutzung von Intermediären wie Suchmaschinen, Facebook und Twitter und ihres

vermuteten Einflusses auf Prozesse der Meinungsbildung haben die Medienanstalten das Hans-Bredow-Institut mit einer qualitativ angelegten Schwerpunktstudie beauftragt. Das Ziel dieser Studie war die Eruiierung der Relevanz von Intermediären für die Information über gesellschaftlich relevante Fragen und ihre Bedeutung für die Meinungsbildung. Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse wurde die Mediengewichtungsstudie um den Fragenkomplex zum Thema „Meinungsbildungsrelevanz von Intermediären“ erweitert.

Die Mediendatenbank der KEK enthält Informationen zu Beteiligungen von Unternehmen in den Bereichen bundesweites Fernsehen, Hörfunk, Presse und Online. Die Daten zum Fernsehbereich sind den bei der KEK geführten Verfahren und den Auskünften der Veranstalter im Rahmen der jährlichen Abfrage für die Programmliste der KEK gemäß § 26 Abs. 7 RStV entnommen. Die Daten zum Hörfunk und Lokal-TV werden von den Landesmedienanstalten und die zum Presse- und Onlinebereich von externen Dienstleistern zugeliefert.

### **Vielfaltsbericht der Medienanstalten** –

Mit dem 2018 erstmals erschienenen Vielfaltsbericht haben die Landesmedienanstalten eine jährliche Publikation zum Thema Medien- und damit Meinungsvielfalt begründet. Durch die gebündelte Darstellung aktueller Forschungsergebnisse und Diskussionsbeiträge soll die Debatte zur Novellierung der Medienregulierung vorangetrieben werden.

An abstract graphic consisting of a cube-like shape formed by multiple, slightly offset, wavy lines. The lines are colored in a gradient from light orange to dark orange, creating a sense of depth and movement. The background is a solid, vibrant orange color.

# **DIE MEDIEN- ANSTALTEN**

---

**DATEN  
UND  
FAKTEN**

# 1 Organisationsstrukturen und Aufgaben



## Aufgaben der Medienanstalten

---

Lizenzierung von privaten TV- und Hörfunksendern

---

Sicherung der Meinungsvielfalt

---

Programmaufsicht

---

Jugendschutz (auch für Telemedien)

---

Erlass von Richtlinien und Satzungen für die Durchführung der Gesetze

---

Förderung des technischen Ausbaus des privaten Rundfunks

---

Planung und Organisation von Pilotprojekten neuartiger Rundfunkübertragungstechniken

---

Förderung von Aus- und Fortbildungsmaßnahmen im privaten Rundfunkbereich

---

Medienforschung

---

Organisation von Bürgermedien, soweit landesgesetzlich vorgesehen

---

Genehmigung der Einspeisung außereuropäischer Rundfunkprogramme in Kabelnetze

---

Projektförderung im Bereich Medienerziehung und Medienpädagogik

---

Förderung der Medienkompetenz

---

Sicherung des diskriminierungsfreien Zugangs zu digitalen Fernsehen und zu digitalen Diensten

---

## 1.1 Aufbau, Finanzierung und Aufgaben der Landesmedienanstalten

Die Landesmedienanstalten sind die Lizenzierungs- und Aufsichtsbehörden des privaten Rundfunks. Sie sind mit dem Recht auf Selbstverwaltung ausgestattete staatsferne Einrichtungen und als rechtsfähige Anstalten des öffentlichen Rechts organisiert. Jede der Anstalten besitzt zumeist zwei Organe: ein mit den maßgeblichen gesellschaftlichen Kräften des jeweiligen Landes besetztes Gremium oder Expertenrat (Versammlung, Medienausschuss, Medienkommission oder Medienrat) und ein Exekutivorgan (Präsident oder Direktor). In manchen Landesmedienanstalten ist für die laufende Verwaltung ein Geschäftsführer eingesetzt, einige verfügen auch über einen für die wirtschaftlichen Angelegenheiten zuständigen Verwaltungsrat.

Kernaufgaben der Landesmedienanstalten sind die Zulassung und Beaufsichtigung privater Rundfunkveranstalter. Sie überwachen die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen von Rundfunkstaatsvertrag (RStV), Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) und den jeweiligen Landesmediengesetzen. Zur Konkretisierung der gesetzlichen Vorgaben können die Medienanstalten Richtlinien und Satzungen erlassen. Ihre Aufsichtsmittel reichen von der Beanstandung über Bußgeldbescheide und dem Verbot einzelner Sendungen bis hin zum Entzug der Sendeerlaubnis. Alle Medienanstalten haben Beschwerdestellen eingerichtet und beraten Zuschauer und Veranstalter.

Bei Zulassung und Aufsicht, Vielfaltsicherung und Begleitung der technischen Entwicklung bringen die Medienanstalten ihre Erfahrungen ein. Audiovisuelle Medien/Endgeräte vereinen heute klassische TV-Inhalte, zahlreiche nichtlineare Angebote und das Internet. Die Medienanstalten beteiligen sich daher intensiv an der Diskussion zur konvergenten Medienregulierung.

Zur Erledigung ihrer Aufgaben brauchen die Medienanstalten finanzielle Unabhängigkeit, daher erhalten sie einen Anteil von annähernd zwei Prozent aus den Rundfunkbeiträgen (Haushaltsabgabe). § 40 RStV und die §§ 10 und 11 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag legen die Finanzierungsgrundlage der Medienanstalten fest. Besonderheiten regeln die einzelnen Landesmediengesetze, etwa Regelungen zu Vorwegabzügen, von denen die meisten Medienanstalten betroffen sind. Die Finanzierung der länderübergreifenden Aufgaben und der Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) erfolgt über die 14 Medienanstalten. Die Höhe des jeweiligen Beitrags bemisst sich nach dem Gemeinschaftshaushalt und einem Kostenverteilungsschlüssel. Weitere Einnahmen werden z. B. aus Verwaltungsgebühren für Amtshandlungen erzielt.

## 1.2 Länderübergreifende Zusammenarbeit



---

### die medienanstalten – ALM GbR

---

#### Vorsitzende

Cornelia Holsten | [brema](#)

---

#### Kontakt

---

##### ZAK/DLM, GVK und GK

[info@die-medienanstalten.de](mailto:info@die-medienanstalten.de)  
[www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)

---

##### Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

[kjm@die-medienanstalten.de](mailto:kjm@die-medienanstalten.de)  
[www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de)

---

##### Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

[kek@die-medienanstalten.de](mailto:kek@die-medienanstalten.de)  
[www.kek-online.de](http://www.kek-online.de)

---

##### die medienanstalten – Gemeinsame Geschäftsstelle

Friedrichstraße 60 | 10117 Berlin  
Tel.: 030/20646900 | Fax: 030/206469099  
[info@die-medienanstalten.de](mailto:info@die-medienanstalten.de)  
[www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)

---

Die 14 Landesmedienanstalten arbeiten bei der Zulassung und Kontrolle sowie beim Aufbau und der Fortentwicklung des privaten Rundfunks in grundsätzlichen, länderübergreifenden Angelegenheiten zusammen. Diese Zusammenarbeit ist im ALM-Statut geregelt, welches mit der Einführung bundesweiter Aufgaben und der Einrichtung der Gemeinsamen Geschäftsstelle (s. a. Seite 50 f.) auch als GbR-Vertrag formuliert worden ist. In der Präambel des ALM-Statuts wird betont, dass die Medienanstalten insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Gleichbehandlung privater Veranstalter und der besseren Durchsetzbarkeit von Entscheidungen effektiv zusammenarbeiten wollen.

Diese Zusammenarbeit erfolgt über ihre Kommissionen ZAK, KJM, KEK sowie die Direktorenkonferenz, Gremienvorsitzendenkonferenz und Gesamtkonferenz.

Im Berichtsjahr 2018 führte Cornelia Holsten, Direktorin der brema, den Vorsitz über die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Zum Ende des Jahres 2017 hatte die Gesamtkonferenz ein neues Personaltableau beschlossen, mit dem zu Beginn des Jahres 2018 Cornelia Holsten, Direktorin der brema, neue Vorsitzende geworden war. Die in diesem Abschnitt genannten Personen und Funktionsträger entsprechen dem Stand 1. Januar 2019.

## Organisationsstrukturen

<b>ZAK</b> Kommission für Zulassung und Aufsicht	<b>gesetzliche Aufgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zulassung bundesweiter Veranstalter und Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe</li> <li>– Prüfung der Anzeige des Plattformbetriebs einschließlich der Aufsicht über Plattformen</li> <li>– Regionalfensterprogramme und Drittsendezeiten</li> </ul>
14 Direktoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufsichtsmaßnahmen gegenüber bundesweiten Veranstaltern, insbesondere Werbung, Sponsoring und Gewinnspiele</li> <li>– Abgrenzung Rundfunk/Telemedien</li> <li>– Beschwerden gegenüber Landesmedienanstalten in sonstigen Angelegenheiten nach § 38 Abs. 1 RStV</li> </ul>
<b>DLM</b> Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten	<b>Aufgaben gem. ALM-Statut</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– allgemeine und besondere Aufgaben der ALM</li> <li>– Wahrnehmung der Interessen der Mitgliedsanstalten auf dem Gebiet des Rundfunks auf nationaler und internationaler Ebene</li> </ul>
14 Direktoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informations- und Meinungsaustausch mit Rundfunkveranstaltern</li> <li>– gemeinsame Angelegenheiten im Bereich der audiovisuellen Medien, insbesondere Programm, Recht, Technik, Forschung, Medienkompetenz und Verwaltung</li> </ul>
<b>GVK</b> Gremiovorsitzendenkonferenz	<b>gesetzliche Aufgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Auswahlentscheidungen bei Zuweisungen von Übertragungskapazitäten</li> <li>– Entscheidung über die Belegung von Plattformen gem. § 36 Abs. 3 Satz 1 RStV</li> </ul>
14 Gremiovorsitzende	<b>Aufgaben gem. ALM-Statut</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Angelegenheiten, die in der Medienpolitik und für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten von Bedeutung sind, insbesondere auch Fragen der Programmentwicklung und -analyse</li> </ul>
<b>KJM</b> Kommission für Jugendmedienschutz	<b>gesetzliche Aufgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Prüfung und Bewertung möglicher Verstöße gegen den JMStV</li> <li>– Anerkennung von Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle</li> <li>– Bestätigung von Altersbewertungen von Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle</li> </ul>
6 Direktoren und 6 Sachverständige aus Bund und Ländern	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Festlegung von Sendezeiten</li> <li>– Prüfung und Genehmigung von Verschlüsselungs- und Vorsperrungstechnik</li> <li>– Erlass von Kriterien für Jugendschutzprogramme</li> <li>– Indizierungsanträge für Angebote im Internet bei der BPjM und Stellungnahme zu Indizierungsanträgen der BPjM</li> </ul>
<b>KEK</b> Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich	<b>gesetzliche Aufgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Beurteilung medienkonzentrationsrechtlicher Fragen gem. §§ 36 Abs. 4, 25 ff. RStV</li> </ul>
6 Direktoren und 6 externe Sachverständige	
<b>GK</b> Gesamtkonferenz	<b>Aufgaben gem. ALM-Statut</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Angelegenheiten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind</li> </ul>
14 Direktoren und 14 Gremiovorsitzende	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufgaben der Gesellschafterversammlung der ALM GbR</li> <li>– Wahl des Vorsitzenden, Personaltableau</li> </ul>



## 1.3 Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

---

### ZAK /DLM

---

#### Vorsitzende

Cornelia Holsten | [brema](#)

#### Stv. Vorsitzende

Joachim Becker | [LPR Hessen](#)

Thomas Fuchs | [MA HSH](#)

Jochen Fasco | [TLM](#)

---

#### Mitglieder sind die Direktoren bzw. gesetzlichen Vertreter der Landesmedienanstalten

---

Dr. Wolfgang Kreißig | [LFK](#)

Siegfried Schneider | [BLM](#)

Dr. Anja Zimmer | [mabb](#)

Cornelia Holsten | [brema](#)

Thomas Fuchs | [MA HSH](#)

Joachim Becker | [LPR Hessen](#)

Bert Lingnau | [MMV](#)

Andreas Fischer | [NLM](#)

Dr. Tobias Schmid | [Medienanstalt NRW](#)

Dr. Marc Jan Eumann | [medienanstalt rlp](#)

Uwe Conradt | [LMS](#)

Michael Sagurna | [SLM](#)

Martin Heine | [MSA](#)

Jochen Fasco | [TLM](#)

---

Stand: Januar 2019

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) sind personenidentisch und bestehen aus den Direktoren und Präsidenten der Landesmedienanstalten.

Die ZAK hat der Staatsvertragsgeber mit Wirkung vom 1. September 2008 eingerichtet, um bundesweite Angelegenheiten zentral und verbindlich zu entscheiden. Sie bearbeitet die Angelegenheiten der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstalter, der Plattformregulierung sowie der Entwicklung des digitalen Rundfunks. In ihrer Organfunktion trifft sie dabei verbindlich die Entscheidungen in Zulassungs- und Aufsichtsfragen für die einzelne Medienanstalt. Die Aufgaben sind in § 36 Abs. 2 RStV geregelt.

Die DLM ist dagegen ein Gremium, das sich auf ihr Selbstorganisationsrecht stützt und heute im Wesentlichen die aktuellen medienrelevanten Fragen grundsätzlich aufarbeitet. Sie konstituierte sich bereits am 31. Mai 1985, damals noch mit den Direktoren der früheren Bundesrepublik als „Konferenz der Direktoren der unabhängigen Landesanstalten für Rundfunk und neue Medien“, um – mangels einer Verbindlichkeit – eine bessere Abstimmung in länderübergreifenden Fragen und Aufgaben herbeizuführen. Heute nimmt sie die Interessen der Mitgliedsanstalten auf dem Gebiet des Rundfunks auf nationaler und internationaler Ebene wahr und unterhält den Informations- und Meinungs-austausch mit Rundfunkveranstaltern und technischen Dienstleistern. Sie behandelt gemeinsame Angelegenheiten außerhalb der Zulassungs- und Aufsichtsaufgaben im Bereich der audiovisuellen Medien,

holt Gutachten zu Fragen ein, die für die Aufgaben der Mitgliedsanstalten von grundsätzlicher Bedeutung sind und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung.

ZAK und DLM ergänzen sich mit ihren Aufgaben aus dem Rundfunkstaatsvertrag und dem ALM-Statut. Ihre Sitzungen fallen wegen der gleichen Besetzung und der Themennähe regelmäßig zusammen und seit 2014 unterscheiden sie auch nicht mehr in ihren Arbeitsstrukturen.

Seit 2014 gibt es drei Fachausschüsse zu den Bereichen „Regulierung“, „Netze, Technik, Konvergenz“ und „Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt“, die beiden Gremien zuarbeiten. Diese Maßnahme schafft Synergien, nutzt die Expertise der Direktoren und Fachleute der Medienanstalten und beschleunigt konsensorientierte Entscheidungen der ZAK und der DLM (s. a. Seite 42 f.).

ZAK und DLM unterrichten die GVK darüber hinaus fortlaufend über ihre Tätigkeit und beziehen sie in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei der Erstellung von Satzungs- und Richtlinienentwürfen, in ihre Arbeit ein. Die ZAK/DLM tagt ca. zehn Mal im Jahr.

## Beauftragte der Landesmedienanstalten

Die Medienanstalten haben zur Erfüllung besonderer Aufgaben derzeit zwei Beauftragte benannt:

**Beauftragter für Europa** — Europabeauftragter ist seit dem 1. Januar 2017 der Direktor der Medienanstalt NRW Dr. Tobias Schmid. Dieser nimmt die Interessen der Mitgliedsanstalten auf dem Gebiet des Rundfunks auf europäischer Ebene wahr. Um die Einhaltung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) und des europäischen Übereinkommens zum grenzüberschreitenden Fernsehen zu gewährleisten und sich frühzeitig in Gesetzgebungsverfahren auf EU-Ebene einzubringen, arbeitet er mit europäischen Regulierungsbehörden und Institutionen der Europäischen Union und des Europarats zusammen. Er hält Kontakt zu europäischen Regulierungsbehörden über deren Dachorganisation EPRA und mit Hilfe der sog. Tripartite-Treffen mit Ofcom, Großbritannien, und CSA, Frankreich. Seit April 2014 ist der Europabeauftragte der deutsche Vertreter in der ERGA, dem offiziellen Zusammenschluss der Medienregulierer in der europäischen Gemeinschaft. Seit 2017 gehört er dem Vorstand der ERGA an.

**Beauftragter für den Haushalt** — Haushaltsbeauftragter der Gemeinschaft ist seit dem 1. Januar 2016 Martin Heine, Direktor der MSA. Zu seinen Aufgaben gehören die Planung, Aufstellung und Abwicklung des Gemeinschaftshaushaltes.

---

## Fachausschuss 1: Regulierung

---

### Koordinator

Joachim Becker | [LPR Hessen](#)

---

Martin Heine | [MSA](#)

Dr. Wolfgang Kreißig | [LFK](#)

Dr. Tobias Schmid | [Medienanstalt NRW](#)

---

## Fachausschuss 2: Netze, Technik, Konvergenz

---

### Koordinator

Thomas Fuchs | [MA HSH](#)

---

Andreas Fischer | [NLM](#)

Siegfried Schneider | [BLM](#)

Dr. Anja Zimmer | [mabb](#)

N.N. | [SLM](#)

---

## Fachausschuss 3: Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt

---

### Koordinator

Jochen Fasco | [TLM](#)

---

Uwe Conradt | [LMS](#)

Dr. Marc Jan Eumann | [medienanstalt rlp](#)

Bert Lingnau | [MMV](#)

---

Stand: Januar 2019

Seit Anfang 2014 werden die Entscheidungen der DLM und ZAK in drei Fachausschüssen vorbereitet, deren Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten stammen.

## Fachausschuss 1: Regulierung

Der Fachausschuss Regulierung bereitet die Entscheidungen der ZAK wie auch der DLM in den Bereichen Zulassung sowie Programm- und Werbeaufsicht vor. Dabei geht es vor allem um die Klärung grundsätzlicher medienrechtlicher Fragen im Kontext der Digitalisierung des Rundfunks und der Konvergenz von Rundfunk und Internet. Für die Prüfung in Zulassungs- und Aufsichtsfragen steht der ZAK/dem Fachausschuss die Expertise der sachverständigen Fachreferenten der einzelnen Landesmedienanstalten zur Verfügung, die in fünfköpfigen Prüfgruppen die Entscheidungen konkreter Einzelfälle vorbereiten und schließlich Empfehlungen aussprechen, auf deren Grundlage die ZAK abschließend verbindlich entscheidet.

## Aufgaben

- Vorbereitung der ZAK/DLM-Entscheidungen
- Herausgabe des jährlichen Content-Berichts
- rechtliche Prüfung von Aufsichtsmaßnahmen gegenüber bundesweit verbreiteten Programmen des privaten Rundfunks
- Kontrolle der Einhaltung der allgemeinen Programmgrundsätze
- Kontrolle der Einhaltung der Anforderungen an Gewinnspiele, Werbung (auch für Glücksspiel), Sponsoring und Produktplatzierungen
- Einordnung neuer Werbeformen
- Weiterentwicklung der programm- und werberechtlichen Rahmenbedingungen unterhalb des Rundfunkstaatsvertrages

## Fachausschuss 2: Netze, Technik, Konvergenz

Der Fachausschuss behandelt sämtliche Themen der Digitalisierung des Rundfunks und der Entwicklung der Rundfunkübertragungswege Kabel, Satellit, Terrestrik und IPTV. Die Zugänge zu ihnen sind chancengleich und diskriminierungsfrei zu gestalten. Daher befasst sich der Fachausschuss etwa mit dem Umstieg auf den neuen Standard im Antennenfernsehen DVB-T2 HD, Fragen der Plattformregulierung oder der Netzneutralität. Veranstalter können sich im Diskriminierungsfall an die Medienanstalten wenden.

In der Technischen Kommission der Landesmedienanstalten (TKLM) arbeiten die technischen Leiter der Landesmedienanstalten medientechnische Fragen auf und bereiten so Grundsatzentscheidungen für den Fachausschuss vor. Dafür stehen sie in Kontakt mit Netzbetreibern, Bundesnetzagentur, Programmveranstaltern und deren Verbänden. Dazu gehört die Begleitung konkreter Gesetzesvorhaben sowie frequenztechnischer Untersuchungen.

### Aufgaben

- Vorbereitung der ZAK/DLM-Entscheidungen
- Herausgabe des jährlichen Digitalisierungsberichts (Stand der digitalen Rundfunkübertragung sowie der Nutzung der Infrastrukturen)
- Digitalisierung des Hörfunks begleiten und vorantreiben
- rechtliche Prüfung von Plattformanzeigen
- Behandlung von Veranstalterbeschwerden in Diskriminierungsfällen
- Weiterentwicklung der Plattformregulierung

## Fachausschuss 3: Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt

Der Fachausschuss Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt soll Grundsatzfragen aus diesen Fachgebieten verstärkt behandeln. Ziele des Fachausschusses 3 sind insbesondere die Förderung von Medienkompetenz sowie der Erhalt und Ausbau lokaler Vielfalt.

### Aufgaben

- Förderung der bundesweiten Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten
- Unterstützung gemeinsamer Forschungsvorhaben
- Förderung der Medienkompetenz
- Stärkung gemeinsamer Projekte
- Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit

Da es hinsichtlich des Bereiches Nutzer- und Jugendschutz zu Überschneidungen mit den Aufgaben der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) kommen kann, erfolgt diesbezüglich eine enge Abstimmung mit dem Vorsitzenden der KJM. Die Beförderung der Kompetenzen unter Vermeidung des Aufbaus von Doppelstrukturen hat dabei oberste Priorität. Für die Erfüllung seiner Aufgaben steht dem Fachausschuss Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt die Expertise der sachverständigen zuständigen Referenten der einzelnen Landesmedienanstalten zur Verfügung. Darüber hinaus können die vier Ausschussmitglieder Fachreferenten ihrer Häuser in die Sitzungen einbeziehen.

## 1.4 Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

---

### GVK

---

#### Vorsitzender

Prof. Dr. Werner Schwaderlapp | [Medienanstalt NRW](#)

---

#### Mitglieder sind die Vorsitzenden der Beschlussgremien der Landesmedienanstalten

---

Dr. Wolfgang Epp | [LFK](#)

Walter Keilbart | [BLM](#)

Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer | [mabb](#)

Dr. Robert Hodonyi | [brema](#)

Lothar Hay | [MA HSH](#)

Winfried Engel | [LPR Hessen](#)

Marleen Janew | [MMV](#)

Elisabeth Harries | [NLM](#)

Prof. Dr. Werner Schwaderlapp | [Medienanstalt NRW](#)

Albrecht Bähr | [medienanstalt rlp](#)

Prof. Dr. Stephan Ory | [LMS](#)

Grit Wißkirchen | [SLM](#)

Markus Kurze | [MSA](#)

Johannes Haak | [TLM](#)

---

Stand: Januar 2019

In der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) arbeiten die Vorsitzenden der jeweiligen Beschlussgremien (Versammlung, Medienrat, Medienkommission, etc.) der 14 Landesmedienanstalten zusammen. Zu ihren Aufgaben gehört die Auswahl privater Anbieter für drahtlose bundesweite Übertragungskapazitäten sowie für die Belegung von Plattformen.

Neben diesen Aufgaben, die in § 36 Abs. 3 RStV festgeschrieben sind, werden in der GVK Angelegenheiten beraten, die in der (Medien-)Gesellschaft, in der Medienpolitik und für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten von Bedeutung sind, insbesondere Fragen der Vielfaltssicherung, Programmqualität und Programmethik sowie der Medienpädagogik und Medienkompetenz.

Die GVK-Mitglieder tagen im Schnitt drei- bis viermal pro Jahr. Zudem treffen sie sich regelmäßig einmal im Jahr mit der Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD zu einem gemeinsamen Gespräch über systemübergreifende Themen. Darüber hinaus ist die GVK im Rahmen der Medientage München seit sieben Jahren mit einem eigenen Panel vertreten, das aktuelle medienpolitische Themen aufgreift. 2018 beschloss die GVK, im Juni 2019 erstmals ein internes GVK-Symposium durchzuführen.

## 1.5 Gesamtkonferenz (GK)

Die Gesamtkonferenz (GK) besteht aus den Mitgliedern der Direktorenkonferenz und der Gremiovorsitzendenkonferenz. In der GK werden gemäß ALM-Statut die Angelegenheiten beschlossen, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Dazu gehören insbesondere Fragen der Programmentwicklung des privaten Rundfunks, aber auch grundsätzliche medienpolitische Fragestellungen. Traditionell werden daher zu den regulären Sitzungen der GK auch Medienpolitiker eingeladen und aktuelle medienpolitische Themen diskutiert. Die GK besitzt außerdem das Haushaltsrecht und wählt den Vorsitzenden der Gemeinschaft. Dieser führt mit Unterstützung der Gemeinsamen Geschäftsstelle die Geschäfte. Gleichzeitig steht er der DLM und der ZAK vor.

Zum Ende der Amtszeit wird eine Gesamtkonferenz einberufen, auf der ein Schlussbericht über die Geschäftsführung vorgelegt wird und die Geschäfte an den neuen Vorsitzenden übergeben werden. Die jeweiligen Schlussberichte sind dem Internetauftritt der Medienanstalten zu entnehmen. Die Gesamtkonferenz trifft sich zweimal jährlich zu ordentlichen Sitzungen, im Bedarfsfall können außerplanmäßige Sitzungen anberaumt werden.

## 1.6 Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

---

### KJM

---

#### Vorsitzender

Dr. Wolfgang Kreißig | LFK

#### stv. Vorsitzende

Dr. Marc Jan Eumann | [medienanstalt rlp](#)  
Thomas Krüger | [Bundeszentrale für politische Bildung \(bpb\)](#)

---

#### Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten

---

Jochen Fasco | [TLM](#)  
*Stellvertreterin* Cornelia Holsten | [brema](#)

---

Thomas Fuchs | [MA HSH](#)  
*Stellvertreter* Andreas Fischer | [NLM](#)

---

Martin Heine | [MSA](#)  
*Stellvertreter* Michael Sagurna | [SLM](#)

---

Bert Lingnau | [MMV](#)  
*Stellvertreter* Uwe Conradt | [LMS](#)

---

Dr. Wolfgang Kreißig | [LFK](#)  
*Stellvertreter* Siegfried Schneider | [BLM](#)

---

Dr. Marc Jan Eumann | [medienanstalt rlp](#)  
*Stellvertreter* Dr. Tobias Schmid | [Medienanstalt NRW](#)

---

---

#### Von der für den Jugendschutz zuständigen Obersten Bundesbehörde benannte Mitglieder

---

Thomas Krüger | [bpb](#)  
*Stellvertreter* Dr. Christian Lüders | [Deutsches Jugendinstitut](#)

---

Martina Hannak-Meinke | [BPjM](#)  
*Stellvertreter* Thomas Salzmann | [BPjM](#)

---

#### Von den für den Jugendschutz zuständigen Obersten Landesbehörden benannte Mitglieder

---

Birgit Goehlnich | [Vertreterin der Obersten Landesjugendbehörden bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft \(FSK\)](#)  
*Stellvertreter* Henning Fietzke | [OK Schleswig-Holstein](#)

---

Sebastian Gutknecht | [Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz \(AJS\), Landesstelle NRW](#)  
*Stellvertreter* Olaf Schütte | [Servicestelle Kinder- und Jugendschutz von fjp>media](#)

---

Petra Müller | [Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht](#)  
*Stellvertreterin* Dr. Elisabeth Clausen-Muradian | [Rechtsanwältin](#)

---

Frauke Wiegmann | [Jugendinformationszentrum Hamburg](#)  
*Stellvertreterin* Bettina Keil-Rüther | [Staatsanwaltschaft Erfurt](#)

---

Stand: Januar 2019

**Organisation und Vernetzung** – Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) ist die bundesweite und unabhängige Aufsicht über privaten Rundfunk und Telemedien. Sie ist ein Organ der Landesmedienanstalten und wurde mit der Reform des Jugendschutzsystems zum 1. April 2003 eingerichtet. Die KJM setzt sich aus zwölf Sachverständigen zusammen: sechs Direktoren der Landesmedienanstalten, vier von den zuständigen Obersten Landesjugendbehörden benannte Mitglieder und zwei Mitglieder, die die Oberste Bundesbehörde entsendet. Weder die Sachverständigen noch ihre jeweiligen Stellvertreter sind bei der Erfüllung ihrer Aufgaben an Weisungen gebunden. Die KJM arbeitet eng mit der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) zusammen. Die länderübergreifende Einrichtung jugendschutz.net ist organisatorisch an die KJM angebunden und unterstützt sie bei ihren Aufgaben im Telemedienbereich.

**Aufgaben** – Im Rahmen der Rundfunk- und Telemedienaufsicht beurteilt die KJM Medieninhalte aufgrund ihres Gefährdungspotenzials und regelt deren öffentliche Verbreitung. Der gesetzliche Jugendmedienschutz sieht vor, dass Kinder und Jugendliche Medien altersgerecht nutzen und keinen Zugang haben, um sie vor problematischen Medieninhalten zu schützen.

- Prüfung und Bewertung möglicher Verstöße gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- Beschluss entsprechender Maßnahmen zur Umsetzung durch die Landesmedienanstalten

- Anerkennung von Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle
- Bestätigung von Altersbewertungen von Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle
- Festlegung von Sendezeiten
- Prüfung und Genehmigung von Verschlüsselungs- und Versperrungstechnik
- Erlass von Kriterien für Jugendschutzprogramme
- Indizierungsanträge für Angebote im Internet bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) sowie Stellungnahme zu Indizierungsanträgen der BPjM

**Themenverantwortung und Struktur** –

Die Aufgaben der KJM-Stabsstelle werden zum Teil in der GGS bearbeitet, zum Teil beim Vorsitzenden erledigt und zum Teil auf die einzelnen Landesmedienanstalten verteilt. Die Verantwortung für Themen grundsätzlicher Bedeutung liegt bei den ordentlichen KJM-Mitgliedern. Sie bearbeiten die jeweiligen Themen unter Rückgriff auf die bestehenden Arbeitsgruppen und stellen sie anschließend im Plenum zur Diskussion. Arbeitsgruppen können aus Mitgliedern der KJM, aus Mitarbeitern der Landesmedienanstalten, der GGS und von jugendschutz.net sowie externen Sachverständigen bestehen. Beim Vorsitzenden der KJM ist u. a. die Pressearbeit, die Abgabe von Stellungnahmen zu Indizierungsanträgen für Telemedieninhalte oder auch das Stellen von Indizierungsanträgen angesiedelt. Weitere Informationen zur Themenverantwortung und Struktur sind unter [www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de) zu finden.



## 1.7 Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

---

### KEK

---

#### Vorsitzender

Prof. Dr. Georgios Gounalakis | [Philipps-Universität](#)

---

#### Mitglieder aus dem Kreis der Sachverständigen des Rundfunk- und Wirtschaftsrechts

---

Prof. Dr. Wilhelm Althammer | [HHL Leipzig Graduate School of Management](#)

Prof. Dr. Georgios Gounalakis (Vorsitzender) | [Philipps-Universität](#)

Dr. Hans-Dieter Lübbert | [Rechtsanwalt](#)

Prof. Dr. K. Peter Mailänder | [Rechtsanwalt](#)

Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz | [Universität Mannheim](#)

Prof. Dr. Insa Sjurts (stv. Vorsitzende) | [Zeppelin Universität Friedrichshafen](#)

---

#### Ersatzmitglieder

Prof. Dr. Karl-Eberhard Hain | [Universität Köln](#)

Dipl.-Kfm. Franz Wagner | [Wirtschaftsprüfer](#)

---

#### Mitglieder aus dem Kreis der gesetzlichen Vertreter der Landesmedienanstalten

---

Joachim Becker | [LPR Hessen](#)

Uwe Conradt | [LMS](#)

Andreas Fischer | [NLM](#)

Michael Sagurna | [SLM](#)

Siegfried Schneider | [BLM](#)

Dr. Anja Zimmer | [mabb](#)

---

#### Ersatzmitglieder

Cornelia Holsten | [brema](#)

Dr. Tobias Schmid | [Medienanstalt NRW](#)

---

Stand: Januar 2019

Aufgabe der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) ist es, die Einhaltung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen zu überwachen. Diesbezüglich finden Prüfungen im Rahmen von Zulassungsverfahren zur Programmveranstaltung und bei Veränderungen von Teilnehmungsverhältnissen bei Programmveranstaltern statt. Die KEK beurteilt dabei, ob ein Unternehmen durch die ihm zurechenbaren Programme sowie – ab Erreichen einer gewissen Relevanz im Fernsehbereich – durch sonstige Medienaktivitäten vorherrschende Meinungsmacht erlangt. Die Kommission ist „für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen“ (§ 36 Abs. 4 Satz 1 RStV) zuständig. Dabei wird die KEK für jeweils diejenige Landesmedienanstalt tätig, bei welcher ein Lizenzantrag eingegangen ist oder bei welcher der von Teilnehmungsveränderungen betroffene Veranstalter lizenziert ist. Sofern sich eine Teilnehmungsveränderung auf mehrere Veranstalter auswirkt, kann die KEK im Rahmen eines Prüfverfahrens gegebenenfalls auch für mehrere Medienanstalten tätig sein. Darüber hinaus zählt es zu den Aufgaben der KEK, Transparenz über die Entwicklung im Bereich des bundesweit verbreiteten privaten Fernsehens zu schaffen.

**Sicherung der Meinungsvielfalt** — Im Mittelpunkt der Prüfung von Fragestellungen der Sicherung der Meinungsvielfalt durch die KEK steht § 26 RStV. Danach ist es einem Unternehmen erlaubt, selbst oder durch ihn zurechenbare Unternehmen bundesweit im Fernsehen eine unbegrenzte Anzahl von Programmen zu veranstalten, solange es dadurch keine vorherrschende Meinungsmacht erlangt. Vorherrschende Meinungsmacht wird nach § 26 Absatz 2 RStV vermutet, wenn die einem Unternehmen zurechenbaren Programme im Jahresdurchschnitt einen Zuschaueranteil von 30 Prozent erreichen. Gleiches gilt beim Erreichen eines Zuschaueranteils von 25 Prozent, sofern das Unternehmen auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung hat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss einem Zuschaueranteil von 30 Prozent entspricht. Nach einer Bonusregelung können bei der Berechnung des Zuschaueranteils zwei Prozentpunkte abgezogen werden, wenn im Zuschaueranteilstärksten Vollprogramm des betroffenen Veranstalters Regionalfensterprogramme ausgestrahlt werden. Weitere drei Prozentpunkte können in Abzug gebracht werden, sofern zusätzlich Sendezeiten für Dritte eingeräumt werden. Hierzu sind Programmveranstalter verpflichtet, die mit einem Programm mit Schwerpunkt „Information“ einen Zuschaueranteil von durchschnittlich zehn Prozent oder mehr erreichen, oder die in einer Veranstaltergruppe das Zuschaueranteilstärkste Programm

veranstalten und diese Gruppe insgesamt einen Zuschaueranteil von 20 Prozent oder mehr erreicht.

**Mitglieder und Finanzierung** — Die KEK besteht aus sechs Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen, sowie aus sechs gesetzlichen Vertretern (Direktoren) der Medienanstalten. Die Sachverständigen sowie zwei Ersatzmitglieder werden von den Ministerpräsidenten der Länder für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen. Die sechs Vertreter der Medienanstalten und zwei Ersatzmitglieder werden durch die Medienanstalten für die Amtszeit der KEK gewählt. Der Vorsitz der KEK liegt bei einem der sechs Sachverständigen. Die KEK fasst ihre Beschlüsse mit der Mehrheit ihrer gesetzlichen Mitglieder. Die Medienanstalten stellen der KEK die notwendigen personellen und sachlichen Mittel zur Verfügung.

## 1.8 Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGS)



---

### Gemeinsame Geschäftsstelle

---

#### Geschäftsstellenleiter

Andreas Hamann

- 
- **Pressesprecherin** | Franziska Riedel
  - **Bereichsleiter Gremien und Öffentlichkeitsarbeit** | Karsten Meyer
  - **Bereichsleiterin Jugendmedienschutz** | Petra Pfannes
  - **Bereichsleiter Medienkonzentration** | Bernd Malzanini

---

### Kontakt

---

**die medienanstalten – ALM GbR**

Friedrichstraße 60 | 10117 Berlin

Tel.: 030/20646900 | Fax: 030/206469099

info@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de

---

Stand: Januar 2019

Die Einrichtung der Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) erfolgte nach § 35 Abs. 7 RStV. Die Gemeinsame Geschäftsstelle nahm im Mai 2010 in Berlin ihre Arbeit auf und wurde im September 2013 um die Aufgabenbereiche Jugendmedienschutz und Konzentrationskontrolle erweitert.

Sie koordiniert und organisiert die länderübergreifenden Aufgaben der Gremien und Kommissionen der Landesmedienanstalten. Die Länder haben mit ihrer Entscheidung zur Einrichtung einer solchen zentralen Anlaufstelle eine wesentliche Grundlage für die effektive Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten geschaffen.

Die Gemeinsame Geschäftsstelle unterstützt die ZAK und die DLM, deren Fachausschüsse sowie die GVK, die KJM und die KEK bei ihren Aufgaben. Die drei GGS-Bereiche Gremien und Öffentlichkeitsarbeit, Medienkonzentration und Jugendmedienschutz unterstützen die Kommissionen und Gremien bei der Vor- und Nachbereitung ihrer Sitzungen. Zudem organisiert die GGS die Veranstaltungen der Medienanstalten und bereitet die Herausgabe der gemeinsamen Publikationen vor.

Die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten hat ihren Sitz in Berlin. Sie ist zentraler Ansprechpartner und Wissenspool für Landesmedienanstalten und Öffentlichkeit.

Bereits seit März 2011 präsentieren sich ALM und GGS unter der Wort-Bild-Marke „Die Medienanstalten“.

## Personal und Finanzen<sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>5.490.800</b>	<b>5.552.000</b>	<b>5.459.300</b>
Einnahmen aus Landesmedienanstalten	4.561.400	5.002.000	4.959.300
Einnahmen aus Prüftätigkeiten u. sonstige	332.300	250.000	200.000
Übertragungseinnahmen	597.100	300.000	300.000
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>5.490.800</b>	<b>5.552.000</b>	<b>5.459.300</b>
Personalausgaben	2.126.500	2.447.000	2.483.000
Sächliche Verwaltungsausgaben	1.708.400	2.005.000	1.905.300
Beteiligungen/Mitgliedschaften/Projekte	136.400	73.000	44.200
Investitionen	42.200	20.000	20.000
Besondere Finanzierungsausgaben	717.700	707.000	706.800
Ergebnisverwendung (Zuführung zur Betriebsmittelrücklage)	759.500	300.000	300.000
<b>Planstellen</b>	<b>26,5</b>	<b>27,5</b>	<b>26,5</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss; 2018 und 2019 lt. Haushaltsplan



## Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Reinsburgstraße 27 | 70178 Stuttgart  
Tel.: 0711/669910 | Fax: 0711/6699111  
info@lfk.de | www.lfk.de

### Personal und Finanzen<sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>12.968.509,1</b>	<b>11.714.000,0</b>	<b>11.617.000,0</b>
Einnahmen aus Rundfunkbeitrag	11.393.743,3	11.464.000,0	11.452.000,0
sonstige Einnahmen <sup>2</sup>	1.574.765,7	250.000,0	165.000,0
<b>Ausgaben</b>			
Personalaufwendungen	2.326.213,5	2.446.000,0	2.706.000,0
Sachaufwendungen Zulassung und Aufsicht	1.972.294,6	1.838.000,0	1.763.500,0
Nicht-kommerzielle Lokalradios	1.464.105,0	1.455.000,0	1.380.000,0
Technikförderung	3.739.385,5	3.800.000,0	3.560.000,0
Medienkompetenz und Ausbildung	2.605.159,0	1.555.000,0	1.587.500,0
Sonstiges	861.351,5	620.000,0	620.000,0
<b>Mitarbeiter</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>30</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Haushaltsplan

2 einschl. aus dem Jahr 2016 übertragener Mittel

### Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg ist eine staatsferne und unabhängige Anstalt des öffentlichen Rechts. Sie lässt private Rundfunkveranstalter zu, übt die Aufsicht über sie aus und weist öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern

Übertragungskapazitäten zu. Die LFK beaufsichtigt Jugendschutz, Werbung und Anbieterkennzeichnung, plant und fördert technische Infrastrukturmaßnahmen im Bereich des Rundfunks, initiiert Forschungsprojekte und engagiert sich in der Medienpädagogik.

## LFK-Organen

LFK-Organen sind der Vorstand und der Medienrat. Weitere Organen sind im Einzelfall die KEK, die ZAK, die GVK und die KJM.

---

### Vorstand

**Vorsitzender des Vorstands** | Dr. Wolfgang Kreißig

**stv. Vorsitzende des Vorstands** | Bettina Backes  
**weitere Mitglieder** | Sabrina Hartmann, Prof. Dr. Ines Müller-Hansen, Prof. Dr. Hans-Peter Welte  
**stv. Mitglieder** | Rosa Grünstein, Arnhilt Kuder, Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle, Hagen Kluck

---

### Der Präsident

**Präsident** | Dr. Wolfgang Kreißig

#### Aufsicht, Zulassung, Verwaltung

**Leiter** | Ingo Nave (stv. Präsident)

#### Technik

**Leiter** | Walter Berner

#### Medienkompetenz, Programm, Forschung

**Leiter** | Thomas Rathgeb

#### Strategie und Kommunikation

**Leiterin** | Eva-Maria Sommer

---

### Der Medienrat

**Vorsitzender** | Dr. Wolfgang Epp

**Stellvertreter** | Thomas Münch, Stephan Bourauel

37 Mitglieder | Stand: 15. Januar 2019

7. Amtsperiode: 3. April 2017 – 3. April 2022

**AfD-Fraktion** | Dr. Christina Baum, MdL | **Aktion Jugendschutz** | Elke Sauerteig | **Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag** | Dr. Wolfgang Epp |



**Baden-Württembergischer Handwerkstag** | Joachim Wohlfeil | **Bauernverbände** | Dr. Heiner Krehl | **Beamtenbund Baden-Württemberg** | Kai Rosenberger | **Bund der Vertriebenen, Landesverband Baden-Württemberg** | Klaus Hoffmann | **CDU-Fraktion** | Andreas Deuschle, MdL | **Christlicher Gewerkschaftsbund Deutschland Landesverband Baden-Württemberg** | Marinko Skara | **Deutscher Bundeswehrverband e.V.** | Gerhard Stärk | **Deutscher Gewerkschaftsbund Landesbezirk Baden-Württemberg** | Andrea Gregor | **Evangelische Landeskirchen** | Dan Peter | **FDP/DVP-Fraktion** | Prof. Dr. Ulrich Goll, MdL | **Fraktion Grüne** | Alexander Maier, MdL | **Freikirchen** | David Roth | **Informationstechnische Gesellschaft** | Prof. Dr. Joachim Speidel | **Israelitische Religionsgemeinschaften** | Alt-Landesrabbiner Dr. h. c. Joel Berger | **Journalistenverbände** | Dagmar Lange | **Jugendverbände** | Robert Kurz | **Kommunale Landesverbände** | Frank Scherer | **Landeselternbeirat Baden-Württemberg** | Dr. Carsten Rees | **Landesfamilienrat Baden-Württemberg** | Thomas Münch | **Landesfrauenrat Baden-Württemberg** | Gudrun Senta Wilhelm | **Landesmusikrat Baden-Württemberg e.V.** | Prof. Mini Schulz | **Landesnaturschutzverband Baden-Württemberg e.V.** | Robert Auersperg | **Landesrektorenkonferenz der Universitäten, Kunsthochschulen, Päd. Hochschulen, Fachhochschulen** | Prof. Dr. Alexander W. Roos | **Landesverband der Baden-Württemberg. Industrie e.V. und Landesvereinigung Baden-Württemberg. Arbeitgeberverbände e.V.** | Michael Hüffner | **Landesverband der Freien Berufe und Bund der Selbständigen Baden-Württemberg** | Prof. Dr. Emanuel H. Burkhardt | **Römisch-katholische Kirche** | Dr. Gerhard Neudecker | **Schriftstellerorganisationen, Bühnenverein und Bühnengenossenschaft** | Peter Spuhler | **SPD-Fraktion** | Gerhard Kleinböck, MdL | **Sportverbände** | Joachim Spägle | **Südwestdeutscher Zeitschriftenverlegerverband u. Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V.** | Stephan Bourauel | **Vertreter des Landtags (AfD)** | Dr. Heiner Merz, MdL | **Vertreter des Landtags (CDU)** | Joachim Kößler, MdL | **Vertreter des Landtags (Fraktion Grüne)** | Thomas Poreski, MdL | **Vertreter des Landtags (SPD)** | Daniel Born, MdL





---

## Ausschüsse

---

### Haushaltsausschuss

Vorsitzender | Michael Hüffner

### Medienpädagogischer Ausschuss

Vorsitzender | Prof. Mini Schulz

### Ausschuss für Medienkonvergenz und digitale Gesellschaft

Vorsitzender | Prof. Dr. Emanuel H. Burkhardt

---

## Arbeitsschwerpunkte der LFK

### Medienpolitik: LFK engagiert sich bei den Runden Tischen der Landesregierung —

Unter dem Motto „Sicherung und Zukunft der Medienlandschaft in Baden-Württemberg“ fanden insgesamt fünf Runde Tische statt, die in jeweils zwei Sitzungen Fragen zu spezifischen Mediengattungen und Herausforderungen für die Medienbranche diskutierten. Ziel war es, der Landesregierung eine Fakten- und Ideengrundlage für geeignete Maßnahmen zum Ausbau der Medienvielfalt, zur Sicherung hoher journalistischer Qualität sowie zur Transformation von Geschäftsmodellen in die digitale Welt zu bieten.

Neben Runden Tischen zu den Themen Regionalfernsehen, Hörfunk, Presse und Social Media beschäftigte sich ein Runder Tisch unter der Bezeichnung „Future Lounge“ auch mit allgemeinen Zukunftsthemen der Medien. Mit Ausnahme des Runden Tisches „Presse“ war die LFK mit ihrer Expertise in allen Arbeitssitzungen vertreten. Schwerpunkte der Diskussion lagen unter anderem auf Fördermöglichkeiten für Regionalfernsehen

und DAB+ sowie der Stärkung des Medienstandortes und der medienpolitischen Rolle Baden-Württembergs.

### Medienforschung: 20 Jahre JIM-Studie —

Der Siegeszug von Netflix und Co. bei den Jugendlichen hält an. Die Hälfte der Zwölf- bis 19-Jährigen schaut regelmäßig Sendungen, Serien und Filme bei Netflix (47 Prozent), jeder Fünfte nutzt Amazon Prime Video (22 Prozent). Damit hat sich der Anteil regelmäßiger Netflix-Nutzer im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt (2017: 26 Prozent). Weiterer Gewinner bei den Jugendlichen ist Spotify, erstmals verzeichnet die Musikknutzung über Spotify einen höheren Anteil regelmäßiger Nutzer als die Musikknutzung live im Radio. Das sind Ergebnisse der JIM-Studie 2018, die im Rahmen einer Jubiläumsveranstaltung in Stuttgart veröffentlicht wurde. Seit 20 Jahren untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) mit der renommierten Studie (Jugend, Information, Medien) den Medienumgang von Jugendlichen in Deutschland. Professor Andreas Büsch, Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz der Katholischen Hochschule Mainz, betonte die Einzigartigkeit der JIM-Studie: „Die Wertschätzung der JIM-Studie durch WissenschaftlerInnen ebenso wie durch PraktikerInnen resultiert aus ihrer Qualität: Sie ist eine solide repräsentative Erhebung – was sich längst nicht von allen Untersuchungen im Bereich „Jugend und Medien“ behaupten lässt“. Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist eine Kooperation der LFK

und der LMK. Die Durchführung der Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR).

**Web-TV Monitor: Das Smartphone wird zum Player für Online-Videos** – LFK und BLM beauftragen gemeinsam den Web-TV-Monitor. Dieser zeigt, dass gerade Nachrichten und regionaler Content bei Internet-Videos stark wachsen. Dabei reagieren die Anbieter auf veränderte Sehgewohnheiten: Die Videos werden länger und zunehmend für YouTube, Facebook und mobile Geräte optimiert. Denn beim Nutzer gilt „mobile first“ – so wurden im vergangenen Jahr mehr Online-Videos über Smartphone oder Tablet abgerufen als über PC oder Laptop.

**Rundfunkzulassungen: Zuweisung für Baden TV sowie DAB+ Lizenzen erteilt** – Die Zuschauerinnen und Zuschauer in der Region Mittlerer Oberrhein können das regionale TV-Angebot Baden TV auch über das Jahr 2019 hinaus sehen. Vorstand und Medienrat der LFK haben entschieden, dem bisherigen Veranstalter Baden TV bis 2029 eine erneute Zuweisung für das Kabelnetz in der Region zu erteilen. Darüber hinaus wurde dem Schlagerradio „radio B2“ und dem lokalen Radio „Radio Seefunk RSF“ der Zuschlag für eine Digitalradio-Ausstrahlung gegeben.

**Medienbildung: Games sollen im Unterricht eingesetzt werden** – Computerspiele haben großes kreatives Potential für den Unterricht und können Schülerinnen und Schüler aktivieren und motivieren. Allerdings

müssen in den nächsten Jahren noch mehr Schulen ans Breitbandnetz angeschlossen und auch die Lehrkräfte in diesem Bereich fortgebildet werden. Das waren einige Ergebnisse der Fachveranstaltung „Edutain Me 4.0 – Games im Schulunterricht“, die in Stuttgart stattfand. Die digitale Schule und digitales Lernen sind noch in der Testphase, auch das wurde deutlich. Hier ist die Landesmedienanstalt Baden-Württemberg wichtiger Partner, denn die LFK initiiert Projekte und ermöglicht es so, dass neue digitale Lehrmittel und Lernmethoden ausprobiert werden können. Hierzu gehören auch die drei ComputerSpielSchulen im Land, die auf große Resonanz stoßen.

**Medienkompetenz: Landesweiter Trickfilmwettbewerb feiert 10-jähriges Bestehen** – Über 4200 Schülerinnen und Schüler haben im vergangenen Jahrzehnt gemeinsam mit mehr als 300 engagierten Lehrkräften Trickfilme im Unterricht oder im Rahmen von schulischen Projekten konzipiert, umgesetzt und sich so auch mit der Wirkung von Filmen beschäftigt. „Die ausgezeichneten Trickfilme sind beeindruckende Belege dafür, mit welcher Kreativität und welchem technischen Können unsere Schulen Medienbildung umsetzen“, betonte Kultusministerin Dr. Susanne Eisenmann anlässlich des runden Geburtstages des Erfolgsprojektes zur schulischen Medienbildung. „Für den Medienzentrenverbund Baden-Württemberg ist die LFK seit Jahren ein starker und verlässlicher Partner bei der schulischen Medienbildung“, erklärte Thomas Rudel, Vorstandsmitglied des Arbeitskreises der Medienzentren



Baden-Württemberg, die auch beim Trickfilm-Projekt enger Kooperationspartner der baden-württembergischen Landesmedienanstalt sind.

**Jugendmedienschutz: Gremien von SWR und LFK verabschieden gemeinsame Eckpfeiler** – Vertreterinnen und Vertreter der Aufsichtsgremien des SWR und der LFK haben in einer gemeinsamen Sitzung die Herausforderungen, vor denen die Medien in Zeiten der digitalen Gesellschaft stehen, diskutiert. „Angesichts globaler Herausforderungen ist das Ausloten gemeinsamer Lösungsstrategien im dualen System wichtiger denn je“, sagte der Vorsitzende des LFK-Medienrates, Dr. Wolfgang Epp. Als Eckpfeiler für eine zeitgemäße Digitalisierungsstrategie wurden in einer Erklärung der Schutz des demokratischen Wertesystems, die Förderung von ethischer Digital- und Medienkompetenz sowie ein wirksamer und zukunftsfähiger Jugendmedienschutz von den Gremien herausgestellt. „Gerätehersteller und App-Anbieter müssen den Jugendmedienschutz im Sinne des Safety-by-Design-Ansatzes noch viel stärker bereits bei der Entwicklung ihrer Produkte im Blick haben. Sichere Voreinstellungen der Geräte und effektive Meldemechanismen in den sozialen Netzwerken können den Jugendmedienschutz verbessern helfen“, forderte Dr. Wolfgang Kreißig, der auch Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz ist.

**Veranstaltungen** – Mit über 1000 Gästen ist der jährlich stattfindende LFK-Medienpreis als wichtiger Branchentreff der Kreativ-

und Rundfunkbranche etabliert. Im Rahmen einer festlichen Gala werden hier die Autoren der besten Radio- und Fernsehbeiträge der privaten baden-württembergischen Rundfunkveranstalter ausgezeichnet. Daneben engagiert sich die LFK auch als Projektpartner an neuen Formaten. So präsentierte sich der von LFK und HdM organisierte Stuttgarter Medienkongress in diesem Jahr als SMK-INKUBATOR, bei dem über die Zukunft der Medien im Land branchenübergreifend diskutiert und nach Antworten auf die digitalen Herausforderungen für Radio, Fernsehen und Presse gesucht wurde. Auch der Kongress MEDIA TASTING zeichnete sich erneut durch außergewöhnliche Vortragsformate wie 12-Minuten Tastings und Fishbowls aus und stand unter dem Motto „Change becomes Culture“. Am anschließenden sommerlichen Jahresempfang der LFK, der als Plattform für Austausch und Begegnung fungiert, haben die Kongressteilnehmer sowie wichtige Ansprech- und Kooperationspartner der LFK aus den Bereichen Rundfunk, Kreativwirtschaft und Medienkompetenz, Vertreter der Politik, der Gremien sowie von Hochschulen und Bildungseinrichtungen teilgenommen.

**Rundfunk, Mobilfunk und 5G** – Mit der Erweiterung des Mobilfunkstandards hin zu 5G einerseits und dem weiteren Ausbau der leitungsgebundenen Internetanschlüsse andererseits wird das Internet zu einem vollwertigen Verbreitungsweg für Rundfunk. Unter dem Motto „Radio in den Zeiten des Smartphones“ hat die LFK die kommerziellen Hörfunkveranstalter über die damit verbun-

denen Möglichkeiten informiert. Vertreter von privaten und öffentlich-rechtlichen Veranstaltern diskutierten über Verbreitungsformen und Formate, die der Rundfunk zukünftig im Netz anbieten könnte. Vor allem das „personalisierte Radio“ war von besonderem Interesse. Es erlaubt dem Hörer, weniger geschätzte Titel zu überspringen.

### **Breitbandausbau im Ländlichen Raum –**

Die konzeptionellen Überlegungen für den Breitbandausbau mit Glasfaser im Ländlichen Raum sind weitgehend abgeschlossen. Mit der Ausschreibung von Frequenzen für den neuen Mobilfunkstandard 5G rückt die Verbesserung der Mobilfunkversorgung in den Fokus. Hierzu referierten Vertreter der LFK auf der Tagung „Digitale Infrastruktur für die Zukunft – schnell und flächendeckend“. Veranstalter der Tagung war die Clearingstelle Digitale Infrastruktur für den Ländlichen Raum Baden-Württemberg. Um die von der Bevölkerung verlangten hohen Datenraten bereitzustellen, sind viele neue Basisstationen nötig. Diese müssen nahe bei den Nutzern – also mitten in den Ortschaften, nicht am Ortsrand – errichtet werden, wenn die drahtlose Breitbandversorgung Realität werden soll.



## Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Heinrich-Lübke-Straße 27 | 81737 München

Tel.: 089/638080 | Fax: 089/63808140

blm@blm.de | www.blm.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>30.837.259</b>	<b>32.030.500</b>	<b>31.500.200</b>
Rundfunkbeitrag	24.029.479	24.042.400	23.697.000
sonstige Einnahmen <sup>2</sup>	6.807.780	7.988.100	7.803.200
<b>Ausgaben</b>			
Technikförderung	2.004.114	2.500.000	2.395.000
Fernsehproduktionsförderung	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Programmförderung	703.255	700.000	600.000
Förderung Programmherstellung des lokalen Fernsehens (nach Art. 23 BayMG) <sup>3,4</sup>	1.640.684	1.650.000	1.650.000
Finanzierungsbeitrag Fernsehfenster	4.904.500	4.947.000	5.032.000
Ausbildungsförderung	1.133.839	1.233.500	1.050.000
Innovationsförderung	333.655	420.000	200.000
Medienpädagogik	699.333	700.000	660.000
Medienforschung	811.902	866.000	877.000
Veranstaltungen u. Öffentlichkeitsarbeit	1.164.210	1.147.500	1.100.000
Mediennetzwerk	224.132	340.000	100.000
Mitgliedschaften	85.873	88.000	75.000
Personalaufwendungen	9.060.484	8.991.300	9.372.000
Sachaufwendungen <sup>5</sup>	5.730.246	6.177.900	6.143.700
Kosten für Gebühreneinzug	841.032	769.300	745.500
<b>Stellen</b>	<b>87</b>	<b>84,5</b>	<b>87,5</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss; 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

2 Kostenerlöse, sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen

3 In 2017 ist eine Förderung der Verbreitung in Höhe von 12.266 € enthalten.

4 techn. Verbreitungskosten lokaler TV-Anbieter werden zusätzlich aus dem bayer. Staatshaushalt gefördert (2019: 10,6 Mio. €).

5 einschl. Abschreibungen und Zuführungen zu Rücklagen

## Struktur der BLM

Organe der BLM sind gem. Art. 10 Abs. 2 BayMG der Präsident, der Medienrat und der Verwaltungsrat sowie fallweise nach § 35 Abs. 2 RStV die ZAK, die GVK, die KEK und die KJM.

---

### Der Präsident

Präsident | Siegfried Schneider

- Stellvertreter des Präsidenten und Geschäftsführer | Martin Gebrande
- Bereich Verwaltung | Nikolaus Lörz
- Bereich Recht | Prof. Roland Bornemann
- Bereich Technik | Reiner Müller (stv. Geschäftsführer)
- Bereich Programm | Heinz Heim
- Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz | Verena Weigand
- Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft | Dr. Wolfgang Flieger

---

### Der Medienrat

Vorsitzender | Walter Keilbart

8. Amtsperiode: 1. 5. 2017 – 30. 4. 2022

50 Mitglieder nach entsendenden Organisationen/ Stellen

Arbeitsgem. der Ausländer-, Migranten- und Integrationsbeiräte Bayerns Nesrin Gül | Bayer. Bauernverband Anneliese Göller, Franz Kustner | Bayer. Gemeindetag Josef Mend | Bayer. Heimattag Prof. Dr. Manfred Tremel | Bayer. Hochschulen Prof. Dr. Michael Braun | Bayer. Journalistenverband Michael Busch | Bayer. Jugendring Michael Voss | Bayer. Landessportverband Lydia Sigl, Harald Stempfer | Bayer. Landkreis-tag Dr. Oliver Bär | Bayer. Landtag Max Deisenhofer



(Bündnis 90/Die Grünen), Martina Fehlner (SPD), Michael Hofmann (CSU), Dr. Gerhard Hopp (CSU), Christian Klingen (AfD), Nikolaus Kraus (Freie Wähler), Rainer Ludwig (Freie Wähler), Berthold Rüth (CSU), Ulrike Scharf (CSU), Angelika Schorer (CSU), Stefanie Schuhknecht (Bündnis 90/Die Grünen), Christoph Skutella (FDP) | Bayer. Staatsregierung Prof. Dr. Michael Piazzolo | Bayer. Städtetag Dr. Thomas Jung | Bund der Vertriebenen Landesverband Bayern Paul Hansel | Bund Naturschutz in Bayern Peter Rottner | Elternvereinigungen Toni Lenhart | Evang. Kirche Prof. Johanna Haberer | Evang. kirchl. Frauenorganisationen Katharina Geiger (stv. Vorsitzende) | Familienverbände Gerlinde Martin | Gewerkschaften Timo Günther, Christa Hasenmaile | Handwerkskammern Hans-Peter Rauch | Industrie- und Handelskammern Walter Keilbart (Vorsitzender) | Intendantzen (Direktionen) der Bayer. Staatstheater Dr. Katja Funken-Hamann | Israelitische Kultusgemeinden Dr. h. c. Charlotte Knobloch | Kath. Kirche Dr. Florian Schuller | Kath. kirchl. Frauenorganisationen Ulla Kriebel | Komponistenorganisationen Thomas Rebensburg (Schriftführer) | Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe von Menschen mit Behinderung und chronischer Erkrankung Dr. Josef Pettinger | Leiter der Bayer. Schauspielbühnen Werner Müller | Lehrerverbände Michael Schwägerl | Musikorganisationen Wilhelm Lehr | Organisationen der Erwachsenenbildung Dr. Roland Gertz | Schriftstellerorganisationen Arwed Vogel | Verband Freier Berufe in Bayern Dr. Thomas Kuhn | Verbandsvertreter Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel Frank-Ulrich John | Verband Bayer. Zeitungsverleger Dr. Markus Rick | Vereinigung der Bayer. Wirtschaft Karl-Georg Nickel

---

### Ausschüsse des Medienrats

- **Fernsehausschuss**  
Vorsitzender | Dr. Florian Schuller
- **Hörfunkausschuss**  
Vorsitzender | Prof. Dr. Manfred Tremel
- **Grundsatzausschuss**  
Vorsitzender | Karl-Georg Nickel





---

– **Digital–Ausschuss**

Vorsitzender | N.N.

– **Medienkompetenz-Ausschuss**

Vorsitzender | Michael Voss

– **Beschließender Ausschuss**

Vorsitzender | Walter Keilbart

– **Programmausschuss**

Vorsitzende | Ulla Kriebel

---

## Der Verwaltungsrat

Vorsitzender | Manfred Nüssel

---

7. Amtsperiode: 1. 11.2014 – 31. 10.2019

---

### Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

Martin Bayerstorfer, Henry Schramm

### Vertreter der Anbieter

Alexandra Holland, Gerd Penninger

### Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

Prof. Dr. Johannes Kreile, Manfred Nüssel (Vorsitzender), Roland Richter, Michael Sedlmair, Achim Werner (stv. Vorsitzender)

---

Stand: 01. Januar 2019

## Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Der Artikel 111a, um den die Bayerische Verfassung 1972 ergänzt wurde, legt fest, dass Rundfunk in Bayern nur in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft veranstaltet werden darf. Dadurch werden der BLM deutlich größere Steuerungsfunktionen gegenüber den privaten Anbietern zugewiesen, als das in anderen Bundesländern der Fall ist. Zum Ausdruck kommt das auch in Art.16 Bayerisches Mediengesetz, der der BLM unmittelbare Gestaltungs- und Weisungsmöglichkeiten

gegenüber den Anbietern einräumt und in § 64 Rundfunkstaatsvertrag, in dem im föderalen Kontext der besonderen Situation Bayerns durch die öffentlich-rechtliche Trägerschaft Rechnung getragen wird.

## Arbeitsschwerpunkte der BLM

**Hörfunk** \_ Bei der Umsetzung des DAB+-Konzepts der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) konnten 2018 weitere Meilensteine erreicht werden. So wurden im Mai lokalen UKW-Anbietern in Niederbayern, in der Oberpfalz und im Allgäu in den jeweiligen regionalen DAB+-Netzen Kapazitäten zugewiesen und auch neue Angebote genehmigt. Zudem gibt es mit Radio Teddy und Radio Arabella PLUS seit Oktober zwei neue landesweite DAB+-Sender in Bayern. Basis dieser Aktivitäten für mehr Vielfalt durch Digitalradio ist eine Infrastrukturvereinbarung zwischen dem Bayerischen Rundfunk, der Landeszentrale und der Bayern Digitalradio (BDR).

Dennoch bildet UKW in den kommenden Jahren weiter die entscheidende wirtschaftliche Basis für die privaten Anbieter. Deshalb hat die Landeszentrale über ihre Tochter Bayerische Medientechnik (bmt) – und in enger Abstimmung mit den Anbietern – im Juni 2018 alle UKW-Sender und -Antennen für den privaten Rundfunk in Bayern von der Media Broadcast erworben. Die Media Broadcast hatte im Februar 2017 bekannt gegeben, sich von allen UKW-Anlagen in Deutschland bis 30. Juni 2018 zu trennen. Das Engagement der Landeszentrale stellt

die UKW-Versorgung im Freistaat sicher und gewährleistet die Gleichbehandlung aller UKW-Sendegebiete. Bestehende UKW-Zuweisungen verlängerte der Medienrat einheitlich bis 30. Juni 2025.

**Fernsehen** — 2018 war das Jahr des Digitalumstiegs in allen bayerischen Kabelnetzen. Der Startschuss für die 3,9 Millionen Kabelnutzer in Bayern fiel im Januar in der Pilotregion Landshut und Dingolfing. Im Frühjahr folgten die Ballungsräume Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg, sowie ab September die Kabelhaushalte in München. Der Digitalumstieg im Kabel, der laut Bayerischem Mediengesetz im Freistaat bis Ende des Jahres 2018 umgesetzt sein musste, bedeutet mehr Programme und eine bessere Bildqualität. Die BLM begleitete die Umstellung in den Regionen das Jahr über mit Informationsmaßnahmen.

Auch alle Zuschauer, die bayerisches Lokalfernsehen via Satellit schauen, bekamen 2018 bessere Bildqualität: Seit 1. April gibt es Lokal-TV im Freistaat nur noch in High-Definition-Qualität (HD). Das über Astra verbreitete Satellitensignal in SD wurde zum 31. März abgeschaltet. Damit übernahmen die 16 bayerischen Lokalfernseher eine Vorreiterrolle bei der Satellitenverbreitung in HD. Die BLM unterstützte auch hier die Umstellung mit Informationsveranstaltungen.

Im Dezember entschied der BLM-Medienrat, erste Brexit-Lizenzen für 12 TV-Spartenprogramme von Turner und NBC – vorbehaltlich der noch ausstehenden Genehmigung der ZAK – zu vergeben. Denn

die Lizenzen der britischen Aufsichtsbehörde Ofcom können mit dem erwarteten Brexit nicht mehr als Rechtsgrundlage für eine europäische Verbreitung dienen. Die neuen Lizenzen bedeuten für den Freistaat eine weitere Stärkung des Standorts, für die Unternehmen bedeuten sie Rechtssicherheit.

**Forschung** — Heimat gewinnt – das war zusammengefasst das Hauptergebnis der Funkanalyse Bayern 2018. So gelang es dem Lokalradio, seine Wettbewerbsposition auszubauen: Es erreichte an einem durchschnittlichen Werktag 29,2 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich mehr als 3,2 Millionen Hörerinnen und Hörer. Antenne Bayern kam mit einer Tagesreichweite von 28,4 Prozent auf gut 3,1 Millionen. 48 Minuten täglich schaltete die bayerische Bevölkerung 2018 Lokalradio ein – sein Marktanteil stieg damit von 18,7 auf 20,6 Prozent. 23,8 Prozent der Haushalte verfügten über mindestens ein DAB+-Empfangsgerät – damit ist Bayern hier erneut Spitzenreiter.

Mit Blick auf das Lokal-TV hat die Funkanalyse Zuschauerverluste bei nahezu allen Sendern und Empfangswegen festgestellt. Es erreichte an einem durchschnittlichen Werktag insgesamt 731.000 Zuschauerinnen und Zuschauer. Hintergrund ist der Umstieg von SD auf HD bei der Satellitenverbreitung, der Digitalumstieg im Kabel und die zunehmende Zahl von Video-Streamingdiensten, durch die sich der Wettbewerb weiter verschärft hat. Gleichwohl zeigte sich auch die nach wie vor gute Positionierung einiger Lokal-TV-Stationen im Langzeitvergleich.

Mit der Entwicklung der Werbeeinnahmen lokaler privater Hörfunk- und TV-Anbieter in Bayern ging es 2018 aufwärts, so das Fazit der BLM-Studie zur „Wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/2018“. Die Gesamteinnahmen der privaten Hörfunkanbieter stiegen von 159 auf 166 Millionen Euro (Konstendeckungsgrad: 118 Prozent). Die lokalen Fernsehanbieter ohne Spartenprogramme erzielten inklusive Förderung Einnahmen in Höhe von 38,9 Millionen Euro (Kostendeckungsgrad: 101 Prozent). Erstmals wurden in der Studie – in Kooperation mit dem MedienNetzwerk Bayern – Standortfaktoren bewertet. Als besonders positiv wurde die Vernetzung in der Branche und die Ausbildungsqualität im Freistaat eingestuft.

Webradio- und Online-Audio-Angebote trugen 2018 dazu bei, dass die Audionutzung in Deutschland insgesamt stieg. Rund 41 Millionen Menschen (oder fast 60 Prozent der Bevölkerung) nutzten zumindest gelegentlich Online-Audio-Angebote. Bei den 14- bis 29-Jährigen waren es bereits über 90 Prozent. Dabei spielten auch Wortinhalte eine wichtige Rolle. Das waren wesentliche Ergebnisse des neuen Online-Audio-Monitors, zu dem der Webradiomonitor 2018 weiterentwickelt wurde. Auftraggeber der Studie sind neben der BLM die Medienanstalt Berlin-Brandenburg, die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, der Bundesverband Digitale Wirtschaft und VAUNET – Verband Privater Medien.

Die Meinungsbildung bei Intermediären war Gegenstand des Forschungsprojekts

„#Datenspende: Google und die Bundestagswahl 2017“. Die vielzitierte Filterblase ist geringer als angenommen, so das überraschende Fazit des 2018 veröffentlichten Abschlussberichts: Die Suchergebnisse von Google zu deutschen Spitzenpolitikern wiesen bei der Recherche sehr hohe Ähnlichkeit auf und böten kaum Raum für Personalisierung. Das Ergebnis dieses Forschungsprojekts, das neben der BLM von den Landesmedienanstalten Berlin-Brandenburg, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Sachsen finanziert wurde, ist allerdings laut Studienleiterin Prof. Dr. Katharina Zweig als Momentaufnahme und nicht als generelle Entwarnung zu werten.

**Medienpädagogik / Medienkompetenz / Jugendschutz** – Die im Januar 2018 erschienene BLM-Broschüre „Urheberrecht – Tipps, Tricks und Klicks“ gibt Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um die Nutzung von Kommunikations-Apps und Social-Media-Angeboten.

Unter dem Motto „Silver Surfer – Sicher online im Alter“ bietet das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz in Kooperation mit der BLM, der Verbraucherzentrale Bayern und dem Verbraucher-Service Bayern seit Mai 2018 eine neue Seminarreihe an, die älteren Menschen Sicherheit im Umgang mit neuen Medien vermittelt.

Aktuelle Herausforderungen von Games für Jugendmedienschutz, Verbraucherschutz und Medienpädagogik wurden auf einer ausgebauten gemeinsamen Fachtagung der Landeszentrale mit dem Bayerischen Staats-

ministerium für Familie, Arbeit und Soziales und dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz diskutiert. Ebenfalls ausgebucht war die 4. Fachtagung Nutzerkompetenz der BLM, in der es unter dem Schlagwort #Politainment darum ging, wie sich Jugendliche in der digitalen Welt ihre politische Meinung bilden.

**Media Lab Bayern / MedienNetzwerk Bayern** – Positive Entwicklungen gab es 2018 beim Media Lab Bayern: Nach dem großen Erfolg des Media Lab Bayern in München fand 2018 der Kick Off des neuen Media Lab Ansbach statt. Auch in Nordbayern wird nun – in Kooperation mit der Hochschule Ansbach – Medieninnovation gefördert. International kooperiert das Media Lab ebenfalls: mit dem New York City Media Lab und der City University of New York (CUNY) wurde ein Start-Up-Austausch vereinbart. Das Media Lab Bayern wird von der BLM und der Bayerischen Staatskanzlei gefördert, Projektträger ist die Medientage München GmbH.

Das MedienNetzwerk Bayern, eine Plattform für Informationsaustausch und Vernetzung in der Medienbranche, baute seine Aktivitäten 2018 weiter aus. Als Partner zahlreicher Veranstaltungen wie dem „Mobile Media Day“ oder „Media Meets Smart Home“ und Koordinator von Netzwerkiniciativen ist es Ziel des MedienNetzwerks Bayern, die Medienbranche mit Vertretern anderer Branchen in Kontakt zu bringen und so neu entstehende, gemeinsame Geschäftsbereiche zu identifizieren. Das MedienNetzwerk Bayern hat insgesamt sieben Partner, u. a. den Freistaat Bayern, den Bayerischen Rundfunk

und die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft. Seine Geschäftsstelle ist bei der BLM angesiedelt.

**Veranstaltungen** – „Lokalradio und Lokalfernsehen sind Zukunftsformate für Medien“ – so eröffnete Ministerpräsident Dr. Markus Söder Anfang Juli die 26. Lokalrundfunktage in Nürnberg, an denen mehr als 1000 Besucher teilnahmen. Der Schwerpunkt der Veranstaltung lag auf der Frage, wie der lokale Rundfunk die Möglichkeiten der Digitalisierung noch besser für sich nutzen kann.

Um Innovation als Chance ging es 2018 auch auf den Medientagen München, die im Oktober unter dem Motto „Engage! Shaping Media Tech Society“ in einer neuen Location und mit neuem Konzept stattfanden. Themen wie Künstliche Intelligenz, Blockchain, China, Publishing, Streaming, TV, Audio, Politics & Society, Werbung und Marketing standen im Fokus. Dabei wurde auch thematisiert, welche Auswirkungen die Technisierung der Medien auf die Gesellschaft hat und wie die Digitalisierung verantwortungsvoll gestaltet werden kann. Über 7000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer verfolgten gut 100 Panel-Diskussionen mehr als 400 Expertinnen und Experten.

Weitere wichtige Veranstaltungen 2018 waren u. a. die etablierten Reihen „media innovations“, „Social TV Summit“ und „Augsburger Mediengespräche“.





## Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Kleine Präsidentenstraße 1 | 10178 Berlin

Tel.: 030/2649670 | Fax: 030/26496790

mail@mabb.de | www.mabb.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Erträge</b>	<b>9.162.000</b>	<b>8.749.000</b>	<b>8.490.000</b>
Rundfunkbeiträge	7.239.000	7.240.000	7.298.000
sonstige Einnahmen <sup>2</sup>	1.923.000	1.509.000	1.192.000
<b>Aufwendungen</b>	<b>9.162.000</b>	<b>8.749.000</b>	<b>8.490.000</b>
Förderung/ Projekte/ Medienkompetenz/Ausbildung	3.004.000	3.154.000	2.818.000
Offener Kanal ALEX Berlin (inkl. Personal)	2.468.000	1.953.000	1.901.000
Sonstige Personalkosten	1.544.000	1.592.000	1.632.000
Öffentlichkeitsarbeit/ Veranstaltungen	457.000	645.000	600.000
Allgemeine Aufgaben	1.689.000	1.405.000	1.539.000
<b>Mitarbeiter</b>			
mabb (IST)	20	23	23
Offener Kanal ALEX Berlin	15	16	15

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss; 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

2 sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen

## Organe der mabb

Die mabb hat zwei Organe: Medienrat und Direktorin werden jeweils für eine Amtszeit von fünf Jahren gewählt. Der Medienrat ist das beschlussfassende Gremium und besteht aus sieben ehrenamtlich tätigen, unabhängigen Mitgliedern, die über Expertise im Bereich Rundfunk und Medien verfügen. Die Direktorin bereitet die Beschlüsse des Medienrats vor, setzt sie gemeinsam mit ihrem Stab um und vertritt die mabb gerichtlich und außergerichtlich.

## Struktur der mabb

### Die Direktorin

**Direktorin** | Dr. Anja Zimmer

- **Leitung Förderung & Projekte, Beteiligungen, Strategie** | Dr. Kristian Kunow
- **Leitung Justizariat, Regulierung, Technik** | Dr. Marco Holtz
- **Leitung Finanzen, Personal, Verwaltung** | Josefine Ewers
- **Leitung ALEX Berlin und MIZ Babelsberg** | Volker Bach
- **Leitung Media Policy Lab** | Hannah Klein
- **Leitung Presse- und ÖA, Veranstaltungen** | Anneke Plaß

### Der Medienrat

**Vorsitzender** | Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer

**Stellvertretende Vorsitzende** | Karin Schubert

5. Amtszeit: Konstituierende Sitzung am 23. Januar 2015, Dauer der Amtszeit: 5 Jahre

---

Markus Beckedahl, Stephan Goericke, Bärbel Romanowski-Sühl, Dr. Ursula Weidenfeld, Gabriele Wiechatzek

---

## Rechtsgrundlagen und Aufgaben

Rechtsgrundlage der Arbeit der mabb ist der Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich der Medien (MStV). Neben der Aufsicht über private Rundfunk- und Telemedienanbieter engagiert sich die mabb für die Sicherung der Medienvielfalt in der Region. In diesem Zusammenhang fördert sie Medieninnovationen und Projekte zur Erprobung neuer Übertragungstechniken sowie zur Vermittlung von Medienkompetenz und ist im Bereich Weiterbildung aktiv. Gleichzeitig erfüllt die mabb Informations- und Moderationsaufgaben: Als neutrale Institution mit öffentlichem Auftrag ist sie unabhängige Beraterin für Akteure aus Politik und Wirtschaft und beantwortet Bürgeranfragen. Dabei ist die Aufklärung über den bewussten und kritischen Umgang mit Medien von immer stärkerer Bedeutung. ALEX Berlin und das Medieninnovationszentrum Babelsberg (MIZ) sind Einrichtungen der mabb. Darüber hinaus ist die mabb Gesellschafterin der ems – Electronic Media School.

## Arbeitsschwerpunkte

**Medienvielfalt** – Im Frühjahr 2018 hat die mabb den Wettbewerb Smart Village gestartet. Gemeinsam mit Verwaltung, Bürgern, Initiativen und Kooperationspartnern aus den Bereichen Medien und Wirtschaft soll eine Modellkommune aufgebaut werden, in der digitale Dienste den Alltag der Menschen vor Ort erleichtern und die Gemeinde attraktiver machen. Ziel ist es, lokale Medienangebote im ländlichen Raum durch digitale Technologien zu unterstützen und die Medienvielfalt vor Ort zu stärken. Unter elf Bewerbern hat sich Bad Belzig mit dem Coworking-Projekt Coconat durchgesetzt.

**Hörfunk** – Die Region Berlin-Brandenburg hat einen sehr vielfältigen und gleichzeitig wettbewerbsintensiven Radiomarkt. Auch 2018 konnte der mabb-Medienrat diese Vielfalt sichern und weiter ausbauen.

Im August hat der Medienrat der mabb über die Vergabe und Neubelegung der derzeit verfügbaren DAB+-Kapazitäten in der Region entschieden. Rund 60 Programme können nun in Berlin und Brandenburg über DAB+ empfangen werden.

Eine wichtige Komponente der Radio-landschaft der Hauptstadtregion ist der nicht-kommerzielle Rundfunk. Seit Dezember 2018 werden die UKW-Frequenzen 88,4 MHz (Berlin) und 90,7 MHz (Potsdam) von den Veranstaltern Freie Radios Berlin Brandenburg und Radionetzwerk Berlin genutzt.

**Lokal-TV** – Die mabb fördert Lokalfernsehen in Berlin und Brandenburg im Rahmen mehrerer Projekte: Seit Juni 2018 können die Programmangebote von 14 Lokal-TV-Sendern mit einem HbbTV-fähigen Empfangsgerät „on demand“ auf dem Lokal-TV-Portal gesehen werden. Darüber hinaus können lokale Fernsehprogramme seit dem 1. Januar 2019 täglich 24 Stunden über den Satellitenkanal BB-MV-LokalTV empfangen werden. 21 Stunden entfallen dabei ausschließlich auf Brandenburger Sender. Das Vernetzungsprojekt unterstützt die Lokal-TV-Sender vor allem bei der Einspeisung ihres Programms in die Kabelnetze und dient darüber hinaus der Satelliten- und non-linearen Verbreitung. Für die Weiterbildung der Mitarbeiter der Lokal-TV-Veranstalter bietet die mabb unterschiedliche Workshops und Trainings an.

Gemeinsam mit den ostdeutschen Medienanstalten hat die mabb in 2018 wieder den Lokal-TV-Kongress veranstaltet. Der Kongress steht im Zeichen der Diskussion aktueller Themen und Zukunftsperspektiven und bietet Raum für Vernetzung. 2018 wurde erstmals eine Programmbörse veranstaltet.

**Aufsicht und Zulassung** – Im Rahmen ihrer Regulierungstätigkeit beaufsichtigt die mabb Rundfunk- und Telemedienanbieter insbesondere in Bezug auf Jugendschutz und Werbekennzeichnung.

Die mabb beobachtet die Aktivitäten von YouTubern und Instagramern der Region kontinuierlich und sucht in problematischen Fällen zu Werbeverstößen (z. B. Schleich-

werbung) das Gespräch. Im Jahr 2018 beschäftigte die mabb sich mit rund 100 Fällen aus diesem Bereich.

2018 beanstandete der Medienrat der mabb erstmals förmlich einen Influencer. Der Anbieter aus Berlin hatte trotz mehrerer Hinweise und Fristverlängerungen kaum Änderungen an seinen Angeboten vorgenommen, in denen er sowohl seinen persönlichen Shop als auch fremde Produkte ohne ausreichende Werbekennzeichnung beworben hatte.

Darüber hinaus führte die mabb verschiedene gerichtliche Auseinandersetzungen, unter anderem gegen den Axel Springer Verlag wegen der Zulassung verschiedener Live-Streaming Angebote der Bild-Zeitung. Außerdem wurden Beanstandungen und Untersuchungen gegenüber einigen Fernsehveranstaltern aufgrund der Ausstrahlung von Werbespots für illegales Glücksspiel ausgesprochen.

**Medienkompetenzförderung** – Nur wer medienkompetent ist, kann die Herausforderungen der digitalen Medienwelt meistern und sich sicher in ihr bewegen. Das unterstützte und förderte die mabb auch in 2018 mit einem Referentennetzwerk und einer Vielzahl an Projekten und Workshops.

Die mabb setzt jährlich einen thematischen Schwerpunkt im Bereich Medienkompetenz, um Projekte zu fördern, die im besonderen Interesse der mabb liegen und eine aktuelle (gesellschaftliche) Relevanz besitzen. 2018 bildete das Thema „How to influence – Medienkompetenz für (junge) Prosumer“ den Fokus.

Die jährlich stattfindende Netzwerktagung „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“ drehte sich 2018 um das Thema „Digitalität – smartes Leben, smarte Bildung?“. Im Rahmen der Veranstaltung wurde erneut der gleichnamige Förderpreis für besonders kreative medienpädagogische Konzepte verliehen. „Flucht nach Utopia“, das Gewinnerprojekt 2017, das mit Förderung der mabb umgesetzt wurde, ist 2018 mit dem Dieter-Baacke-Preis ausgezeichnet worden.

**Media Policy Lab** – Anfang 2018 hat das Media Policy Lab seine Arbeit aufgenommen. Es widmet sich Fragen der Medien- und Netzpolitik und vernetzt wissenschaftliche Expertise mit netzpolitischen Debatten. Im Rahmen des Labs präsentierte die mabb im Frühjahr zehn Thesen zu der Frage, wie es gelingen kann, Medienvielfalt im digitalen Zeitalter zu schützen und zu fördern. Mit den Thesen sollen Anstöße für eine zeitgemäße Medienregulierung gegeben werden, die auf Transparenz setzt.

Das Lab gründete 2018 die Data Access Initiative. Ziel des Projekts ist es, Regulierungsfragen mit Aufsichtsbehörden, NGOs und Forschungsinstitutionen in Deutschland und anderen europäischen Ländern zu formulieren und zu diskutieren.

**Integrationsprojekte der mabb** – Im Dezember 2018 startete der zweite Jahrgang des Integrationsvolontariats der mabb. Drei Nachwuchsjournalisten mit Fluchthintergrund durchlaufen ein 18-monatiges Programm bei ALEX Berlin und in Außenstationen bei Kooperationspartnern wie dem

Deutschlandfunk, der taz, Sky Deutschland, ze.tt und dem Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb). Fachspezifischer Deutschunterricht bei den Berlitz Sprachschulen und journalistischer Unterricht bei der Berliner Journalistenschule sind ebenfalls Teil des Volontariats.

**mabb-Einrichtungen: ALEX Berlin und MIZ Babelsberg** – Die mabb bietet mit ihren Einrichtungen ALEX in Berlin und dem MIZ in Potsdam-Babelsberg Medienkompetenz- und Medieninnovationsförderung in einer in Deutschland einmaligen Konstellation an: Neue Auspielwege, Formate und technische Innovationen für Medien können im MIZ entwickelt und bei ALEX crossmedial veröffentlicht und erprobt werden.

ALEX Berlin ist der crossmediale Community-Sender, der Berliner Inhalte im TV, Radio und Online sichtbar macht. Als Ausbildungssender begleitet und ermöglicht ALEX Veranstaltungen und unterstützt Medienmacher bei der Produktion und Verbreitung ihrer Inhalte. So wird engagiertem Mediennachwuchs ein qualifizierter Einstieg in die Medienbranche ermöglicht. Mit seinem neuen Standort bietet ALEX seit 2017 einen modernen Begegnungsort für Ideen, Kreativität und Austausch.

Das MIZ Babelsberg vermittelt Medienkompetenz und fördert innovative Projekte an den Schnittstellen von Radio, TV und Onlinemedien. Interaktive Events und Workshops wie die Konferenz „Start Now! What’s Next?“ für Innovationen im digitalen Journalismus ermöglichen den interdisziplinären Austausch mit Experten und das praxisnahe Entdecken neuer Konzepte und Techniken.

Das MIZ-Innovationsprojekt „Radmesser“, das Daten über die Fahrradsicherheit in Berlin erhebt, wurde 2018 mit dem Deutschen Reporterpreis ausgezeichnet.

**Veranstaltungen der mabb** – 2018 hat die mabb zum fünften Mal zusammen mit dem Medienboard Berlin-Brandenburg und in Kooperation mit der re:publica die MEDIA CONVENTION Berlin (MCB) veranstaltet. Aktuelle Fragen der Medien- und Netzpolitik, Markttrends und Entwicklungen der digitalen Mediengesellschaft werden auf der MCB diskutiert.

Beim Sommerforum Medienkompetenz ging es 2018 um das Thema „Tutorials, Hauls und Insta-Stories – Jugend und Medien heute“. Experten diskutierten über Erfahrungen von und mit jungen Prosumern, Fragen der Medienkompetenz und Regulierung und über die Verantwortung, die für alle Beteiligten daraus entsteht.

Gemeinsam mit der Senatskanzlei Berlin hat die mabb 2018 erneut die Berliner Mediendiskurse durchgeführt. Im Rahmen der Veranstaltung wurden Thesen basierend auf den Ergebnissen der Länderberichte Berlin des Digitalisierungsberichts Audio und des neuen Online-Audio-Monitors 2018 präsentiert. Fazit: Digitaler Radioempfang und Online-Audio-Nutzung sind in der Hauptstadtregion überdurchschnittlich hoch.





## Bremische Landesmedienanstalt (brema)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Richtweg 14 | 28195 Bremen  
 Tel.: 0421/334940 | Fax: 0421/3349430  
 info@bremische-landesmedienanstalt.de  
 www.bremische-landesmedienanstalt.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>1.999.397</b>	<b>1.826.570</b>	<b>1.811.890</b>
Rundfunkbeitrag	1.643.950	1.641.080	1.600.000
sonstige Einnahmen	355.447	185.490	211.890
<b>Ausgaben</b>	<b>1.862.620</b>	<b>1.826.570</b>	<b>1.811.890</b>
Zulassung, Aufsicht & Medienkompetenz	1.220.587	1.022.970	1.034.390
Bürgerrundfunk	589.268	743.600	727.500
Forschung / Medienkompetenz	52.765	60.000	50.000
<b>Mitarbeiter<sup>2</sup></b>			
Zulassung, Aufsicht & Medienkompetenz	12	13	12
Bürgerrundfunk	8	9	11

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

2 jeweils ohne Auszubildende

## Struktur der (bre)ma

Die (bre)ma besteht aus zwei Organen: dem Medienrat mit seinen Fachausschüssen und der Direktorin.

### Die Direktorin

Direktorin | Cornelia Holsten

Stellvertreter der Direktorin | Dr. Gert Ukena

#### Recht

- Justiziar | Dr. Gert Ukena
- Referent | Christoph Stoltz

#### Programmaufsicht, Jugendschutz und Werbung

- Referentin | Jana Praßke

#### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Referentin | Franziska Riedel

#### Medienkompetenz

- Referentinnen | Edina Medra, Katharina Nölle

#### Bürgermedien Bremen/Bremerhaven

- Leitung | Sabine Hartmann,  
Christian Sanders (stv. Leitung)

### Der Medienrat

Nach entsendenden Organisationen/Einrichtungen  
2. Amtsperiode, September 2016 – September 2020

Vorsitzender | Dr. Robert Hodonyi

AfD N.N. | Arbeitnehmerkammer Jörg Hendrik Hein | bremen digital media e.V. Maik Wedemeier | Berufsständische Organisationen des Handwerks im Land Bremen N.N. | Bremer Jugendring Eiko Theermann | Bremer Muslime Ebru Cengiz | Bremer Rat für Integration Dr. Sabine Tönsmeier-Uzuner | Bundesrat für Nedderdüttsch Linda Warnken | Bündnis 90/Die Grünen Dr. Ulrike Heuer | CDU Claas Rohmeyer | Deutsche

↓

↓

Journalistinnen- und Journalisten-Union Gabriele Brünings | Deutscher Gewerkschaftsbund Frank Behrens | Deutscher Journalistenverband Dieter Sell | Die LINKE Christoph Höhl | Evangelische Kirche Dr. Andreas Quade | FDP Katrin Piepho | Frauenorganisationen im Land Bremen Andrea Buchelt | Gesamtverband Natur- und Umweltschutz Unterweser e.V. Prof. Dr. Helmut Horn | Handelskammer Bremen Dr. Stefan Offenhäuser | Jüdische Gemeinde im Lande Bremen Elvira Noa | Katholische Kirche Prof. Dr. Helmuth Rolfes | Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe behinderter Menschen e.V. Dieter Stegmann | Landesseniorenvertretung Karl-Otto Harms | Landessportbund Joaquim Soares | SPD Reiner Holsten | Sozialverband Deutschland Thomas Wolter | Stadtgemeinde Bremen Dr. Robert Hodonyi | Stadtgemeinde Bremerhaven Horst Cordes | Stadtkultur Bremen e.V. Malte Prieser | Studierendenschaft N.N. | Unternehmensverbände im Lande Bremen Alexander Dyx | Verbraucherzentrale Bremen Waltraud Wulff-Schwarz | Volkshilfe Bremerhaven Sigrun Deneke

Der Medienrat hat drei Fachausschüsse zur Vorbereitung seiner Beschlüsse gebildet:

#### Programmausschuss

Vorsitzender | Jörg Hendrik Hein

#### Rechts- und Finanzausschuss

Vorsitzender | Alexander Dyx

#### Ausschuss für Bürgermedien und Medienkompetenz

Vorsitzender | Frank Behrens

Stand: Februar 2019



## Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die (bre)ma führt die Aufsicht über Telemedien gemäß § 5 TMG und § 59 Abs. 2 RStV und ist die Koordinierungsstelle für Medienkompetenz des Landes Bremen sowie Trägerin der Bürgermedien. Über die Direktorin ist die (bre)ma Mitglied der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und stellvertretendes Mitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Die Direktorin der (bre)ma war 2018 Vorsitzende der DLM/ZAK. Die gesetzliche Grundlage im Land ist das Bremische Landesmediengesetz (BremLMG) vom 8. Mai 2018. Zur Ausgestaltung ihrer gesetzlichen Aufgaben hat die (bre)ma Satzungen und Richtlinien erlassen, die unter [www.bremische-landesmedienanstalt.de/rechtsgrundlagen](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de/rechtsgrundlagen) verfügbar sind.

## Arbeitsschwerpunkte der (bre)ma 2018

Auch 2018 fielen bei der (bre)ma die folgenden wiederkehrenden Tätigkeiten an:

- Änderung bestehender Zulassungen wegen Veränderungen der Gesellschafterstruktur oder des Programms
- Beobachtung und Prüfung zugelassener Programme und bremischer Telemedien auf die Einhaltung der Lizenzbedingungen, Jugendschutzbestimmungen, Programmgrundsätze und Werbevorschriften
- Prüfung von Programmbeschwerden
- Teilnahme an Prüfgruppen der KJM (Jugendschutz) und der ZAK (Programm, Werbung und bundesweite Zulassungen)

- Beratung und Information von Interessenten, Bürgern und Medienschaffenden
- Programmgespräche mit Veranstaltern

**Zulassung und Zuweisung** – Das bereits Ende 2016 vom Medienrat der (bre)ma in einem Ausschreibungsverfahren ausgewählte Schlagerprogramm Radio Roland startete offiziell am 8. März 2018 als neuer Radiosender für die Stadt Bremen und wird auf der UKW-Frequenz 96,1 MHz empfangen. Auch der Digitalhörfunk DAB+ bekam 2018 Zuwachs. Dafür wurde im August 2017 die Grundlage geschaffen, indem der Medienrat der (bre)ma dem Unternehmen Media Broadcast die Übertragungskapazitäten für den Betrieb einer Digitalradio-Plattform im Land Bremen zugewiesen hat. Am 27. Juni 2018 konnten dann die ersten privaten Regionalprogramme über DAB+, die das bereits bestehende bundesweite Angebot ergänzen, an den Start gehen. Der „Bremen-Mux“ startete zunächst mit den Programmen Energy Bremen, Nordseewelle, radio B2, radio ffN und Radio Roland.

**Digitalisierung der Übertragungswege** – 2018 stand wieder ganz im Zeichen der Digitalisierung von Übertragungswegen: Im März wurde die Umstiegsvereinbarung vom analogen zum digitalen Kabel zwischen der (bre)ma, der GEWOBA Aktiengesellschaft Wohnen und Bauen und Vodafone Kabel Deutschland geschlossen. Der Kabelumstieg lief ohne Probleme: Seit dem 8. August 2018 ist im Land Bremen das analoge Kabelfernsehen endgültig abgeschaltet – damit war Bremen das erste und ist bislang das einzige

Bundesland des vollständigen Umstiegs. Da mit 88 Prozent die Mehrheit der Kabelhaushalte schon vor dem Umstieg digital schaute, war nur ein kleiner Teil vom Kabelumstieg betroffen.

**Medienaufsicht** – Im Jahr 2018 hat sich die (bre)ma vermehrt auf die Aufsicht über Telemedien konzentriert. In einem dauerhaften Monitoring wurden u. a. Facebook-Profile, Instagram-Konten und YouTube-Kanäle aus Bremen in Bezug auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz, Werbebestimmungen und die allgemeinen Programmgrundsätze geprüft. In den meisten Fällen konnten Verstöße bereits durch ein Hinweisschreiben abgestellt werden und es kam nicht zu weiteren aufsichtlichen Schritten.

Im Hinblick auf fehlende Impresen wurden 2018 sieben neue Anbieter auffällig. In den meisten Fällen erfolgte auch hier eine Abstellung des Verstoßes nach einem ersten Hinweis.

**Bürgermedien** – Die Bürgermedien im Land Bremen umfassen Radio Weser.TV und das media lab nord. Während Radio Weser.TV Nutzerinnen und Nutzer bei der Produktion von eigenen Beiträgen unterstützt und ihnen die Möglichkeit bietet diese im Hörfunk bzw. im Fernsehen zu senden, fördert das media lab nord die Medienkompetenz auch im Bereich der Neuen Medien durch Kooperationen und eigene Projekte. In Bremerhaven bietet das media lab nord seit 2018 jeden Donnerstag eine offene Medien-Sprechstunde an. Zudem werden in Kooperation

mit dem Magistrat der Stadt Bremerhaven regelmäßig Smartphone-Kurse in Seniorentreffpunkten angeboten.

In der Stadt Bremen wird besonders am Standort Vegesack (Bremen-Nord) der Weg als Teilhabe-Sender weitergeführt und ausgebaut. Menschen mit Beeinträchtigungen, Seniorinnen und Senioren, Jugendliche im außerschulischen Bereich und Menschen mit Migrationshintergrund und Fluchterfahrung nutzen das Radiostudio, um ihre Ideen zu senden. Oft werden diese Sendungen mit dem Dreiklang produziert: mit, für und über die Zielgruppe. Als Beispiel ist hier besonders das Obdachlosen-Radio zu nennen. In einer neuen Kooperation mit der VHS-Bremen-Nord produzieren Sprachschülerinnen und -schüler im Rahmen der Integrationskurse eine eigene Radiosendung. Dazu begründen u. a. Studierende und DJs Radio Weser.TV – Bremens Ruf als lokaler Szene-Sender. Auch 2018 übertrug Radio Weser.TV u. a. die monatlichen Sitzungen der Bremischen Bürgerschaft. So wurde z. B. die moderierte Diskussion „U2o und politisch aktiv: echt normal oder total exotisch?“, bei der Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier zu Gast war, live aus dem Haus der Bürgerschaft gesendet. Radio Weser.TV fördert als Demokratiekanal so die lokalpolitische Öffentlichkeit.

**Medienkompetenz** – In Kooperation mit der Kunsthalle Bremen hat die (bre)ma das Projekt „#fake #selfie – Inszenierung in Kunst und Social Media“ ins Leben gerufen. Das fortlaufende Workshop-Angebot in der Kunsthalle Bremen setzt sich mit dem kritischen Umgang von Webinhalten und der

Reflexion der Selbstdarstellung im Internet auseinander. Die Schüler und Schülerinnen treten in einen Dialog über Realität und Scheinwelt – und setzen sowohl Medien im Sinne von Kunstwerken als auch aktuelle digitale Medien miteinander in Beziehung. Für dieses Kooperationsprojekt wurde die Kunsthalle zusammen mit der (bre)ma mit dem Förderpreis Museumspädagogik 2018 der VGH-Stiftung ausgezeichnet.

Zum dritten Mal vergab die (bre)ma 2018 ihren eigenen Medienkompetenzpreis „Das Ruder“. Der Preis ermöglicht mit einer Gesamtsumme von 12.500 Euro innovative und nachhaltige Projekte zur Medienkompetenzförderung, die sich mit aktuellen Trends und Phänomenen befassen. Ausgezeichnet wurden 2018 drei Projekte zu den Themen Teilhabe, Inklusion und politisches Empowerment durch Einsatz von Medien.

Medienbildung kann gar nicht früh genug beginnen. Zehn Kindertageseinrichtungen und ein Hort im Land Bremen machten sich im September 2017 gemeinsam mit der (bre)ma, der Senatorin für Kinder und Bildung und weiteren Projektpartnern auf den Weg zu mehr Medienkompetenz. Im Juni 2018 wurde die erste Runde des Landesprogramms „Medien-Kids“ erfolgreich beendet. In dem einjährigen Programm wurden jeweils zwei MitarbeiterInnen und die Leitung jeder Kita umfassend qualifiziert und betreut. Sie haben eigenständig medienpädagogische Konzepte entwickelt und werden fortan Medien in ihren Kita-Alltag einbinden. Die vielseitigen Ergebnisse wurden bei einer Abschlussveranstaltung des Programms der Öffentlichkeit präsentiert.

Gemeinsam mit dem Landesinstitut für Schule bildete die (bre)ma 2018 weitere Lehrkräfte zu Mediacoaches aus. Die Mediacoaches beraten und unterstützen andere Lehrkräfte bei der praktischen Medienarbeit. Auch das gemeinsame Projekt „Ausgezeichnete Internet-ABC-Schulen“ wurde 2018 an Grundschulen in Bremen und Bremerhaven weitergeführt. Im Oktober 2018 konnten zehn Schulen im Land Bremen für ihre Medienarbeit offiziell ausgezeichnet werden.

Als Netzwerkstelle für die Medienkompetenz im Land Bremen organisierte die (bre)ma auch 2018 wieder Netzwerktreffen. Die thematischen Schwerpunkte waren Medienkompetenzprojekte für Menschen mit Beeinträchtigungen und Projekte zur Medienerziehung.

Zusammen mit ihren Kooperationspartnern veranstaltete die (bre)ma 2018 wieder medienpädagogische Fachtage zu den Themen Fake News und Hate Speech, Mediensucht und inklusive Mediennutzung. Erfolgreich fortgeführt wurden auch die bestehenden Angebote wie Elternabende oder die Erzieherinnen-Fortbildung „Geräuschjäger“. Neue medienpädagogische Angebote wie „#Fake“ oder „YouTube unter der Lupe“ stoßen auf großes Interesse. Das Angebot wächst mit der zunehmenden Zahl von Kooperationspartnern.

**Forschung und Förderung** – Die Vermittlung von Medienkompetenz an Menschen mit Behinderung ist über reine Projektarbeit hinaus zu einem Schwerpunkt in der Arbeit der (bre)ma geworden. Im Jahr 2018 wurde eine Forschung von der TU Dortmund und

dem Hans-Bredow-Institut durchgeführt, um den konkreten Bedarf der Fachkräfte der Behindertenhilfe im Land Bremen zur ermitteln. Die Ergebnisse der Studie wurden 2018 im Rahmen des Fachtags zur #Teilhabe 2.0 präsentiert. Die Ergebnisse der Studie können im [Ergebnisbericht](#) eingesehen werden.

Der Preis für crossmediale Programminnovationen wurde Anfang April 2018 zum sechsten Mal gemeinsam mit Radio Bremen verliehen. Mit dem Preis werden nachweislich erfolgreiche Crossmedia-Konzepte von Hörfunk- und Fernsehsendern prämiert. Die [Crossmedia-Preise 2018](#) gingen an „Die RTLII-Wahlparty powered by facebook“ (RTLII) als Beitrag in der Kategorie Online. In der Kategorie Hörfunk wurde das Format „Zur Herstellung der Aussagebereitschaft“ (Deutschlandradio Kultur) ausgezeichnet und die Produktion „Weltspiegel“ (NDR/SWR/ARD) konnte sich über die Ehrung in der Kategorie TV freuen.

Im Rahmen des vierten Filmfestes Bremen lobte die (bre)ma im September 2018 einen Innovationspreis für inhaltlich und produktionstechnisch innovative Filme im internationalen Wettbewerb aus. Damit fördert die (bre)ma eine medienreflektierte Auseinandersetzung mit der digitalisierten Welt.

Beim Videowettbewerb „Ausweg gesucht 2018“ stiftete die (bre)ma erneut den Sonderpreis für einen der von Jugendlichen erstellten Filme zum Thema Suchtprävention.



## Medienanstalt Hamburg/ Schleswig-Holstein (MA HSH)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Rathausallee 72-76 | 22846 Norderstedt

Tel.: 040/36 90 05-0 | Fax: 040/36 90 05-55

info@ma-hsh.de | www.ma-hsh.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>3.003.000</b>	<b>3.037.000</b>	<b>2.995.000</b>
Rundfunkbeitrag <sup>2</sup>	2.585.000	2.799.000	2.797.000
Sonstige Einnahmen <sup>3</sup>	418.000	238.000	198.000
<b>Ausgaben</b>			
Zulassung und Aufsicht	2.826.000	2.774.000	2.792.000
Forschung	–	–	–
Medienkompetenz	79.000	–	–
Nichtkommerzieller lokaler Hörfunk	69.000	243.000	201.000
Sonstiges	29.000	20.000	20.000
<b>Stellen insgesamt</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>23</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

2 Die Höhe des Anteils der Landesmedienanstalt aus dem Rundfunkbeitragsaufkommen beträgt 1,8989 % des Beitragsaufkommens pro Haushalt der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein. Entsprechend landesrechtlicher Regelung erfolgt eine Kürzung auf 32,0 v. H. des Gesamtvolumens.

3 Rundfunkabgabe (bis 31. März 2017), sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen

## Struktur der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH)

---

### Der Direktor

Direktor | Thomas Fuchs

---

Stv. Direktor | Dr. Wolfgang Bauchrowitz

#### Bereich Recht, Verwaltung, Technik

– Leiter | Dr. Wolfgang Bauchrowitz

– Vertreterin | Claudia Neumann

#### Bereich Programm, Medienkompetenz

– Leiter | Dr. Thomas Voß

– Vertreter | Michael Wolff

#### Personal-, Stellenangelegenheiten, Arbeitsrecht

– Leiterin | Claudia Neumann

#### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

– Leiterin | Leslie Middelman

– Pressesprecherin | Simone Bielfeld

---

### Der Medienrat

Vorsitzender | Lothar Hay

---

Stv. Vorsitzende | Marina Friedt

---

Günter Beling | Marina Friedt | Susanne Günther |  
Lothar Hay | Claudia Jacob | Martin Kayenburg |  
Dr. Jürgen Koppelin | Karsten Lüchow | Heike Schiller |  
Dr. Martina Tambert-Thomas | Heike Thode-Scheel |  
Adrian Ulrich | Kirsten Westhuis | Erhard Wohlgemuth

---

## Aufgaben

Die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) ist die gemeinsame Medienanstalt beider Länder. Eine ihrer Aufgaben ist die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten.

Ihr Hauptaugenmerk liegt jedoch auf dem Bereich der Aufsicht, zunehmend von Angeboten in sozialen Netzwerken und auf Video-Streaming-Plattformen. Hier befasst sie sich vor allem mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz und Werberegulungen, beispielsweise Hate Speech oder Schleichwerbung.

Seit April 2017 ist die MA HSH zudem zuständig für die finanzielle Förderung des nichtkommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein.

## Rechtsgrundlagen

- Staatsvertrag über das Medienrecht in Hamburg und Schleswig-Holstein in der Fassung des 6. MÄStV HSH, in Kraft getreten am 1. April 2017

## Arbeitsschwerpunkte 2018

**Aufsicht** – Einen Schwerpunkt der Arbeit der MA HSH bildet die Aufsicht über die von ihr lizenzierten privaten Radio- und TV-Programme sowie Internetangebote, deren Betreiber in Hamburg oder Schleswig-Holstein ansässig sind. Hier geht es insbesondere um Werbeaufsicht und Jugendmedienschutz. Der Rechtsdurchsetzung im Internet kommt mittlerweile eine vorrangige Bedeutung zu.

**Werbung** – Die MA HSH überprüft routinemäßig die Einhaltung von Werbevorschriften – in Radio und Fernsehen ebenso wie auf Websites und auf Online-Plattformen. Die steigende Anzahl von Hinweisen und Beschwerden zu fehlenden Werbekennzeichnungen im Internet zeigt die wachsende Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Problematik. Gleichzeitig wenden sich zunehmend auch Influencer selbst mit Fragen zur korrekten Kennzeichnung an die MA HSH. Die MA HSH prüfte 2018 in 225 Fällen die Werbekennzeichnungen auf Plattformen wie Instagram und YouTube (2017: 105 Fälle).

Im Fall des YouTubers „Leon Machère“ sprach die MA HSH eine Beanstandung aus und verhängte ein Bußgeld in Höhe von 5.000 Euro. Der YouTuber hatte es trotz mehrfacher Hinweise der MA HSH unterlassen, ein Video, in dessen Mittelpunkt die Folierung seines Autos durch Mitarbeiter eines Berliner Unternehmens steht, im Bewegtbild als Dauerwerbesendung zu kennzeichnen. Der Anbieter kam seiner Verpflichtung, den durch das Verbreiten und Zugänglichmachen des Beitrags begangenen

Verstoß zu beheben, allerdings nicht nach. Deshalb wurde auch ein Zwangsgeld in Höhe von 2.500 Euro gegen den Anbieter festgesetzt.

In Fernsehen und Radio prüfte die MA HSH in 16 Fällen die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen, in zwei weiteren Fällen ging es um ein Gewinnspiel sowie um die Einhaltung der allgemeinen Programmgrundsätze. In einem Fall sprach die MA HSH eine Beanstandung gegenüber der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG aus. Die Veranstalterin hatte mit der Ausstrahlung eines Hinweises auf den „Sky+ Pro Receiver“ im redaktionellen Programm von Sky Emotion am 6. März 2018 gegen das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot nach § 7 Abs. 3 RStV verstoßen.

**Jugendmedienschutz** – Verstärkt kontrollierte die MA HSH 2018 Internetangebote hinsichtlich möglicher Verstöße gegen den Jugendmedienschutz. Sie prüfte 381 neue Fälle, darunter 358 YouTube-Seiten und acht Facebook-Profile. Seit Mai beziehungsweise Juni 2018 nimmt die MA HSH am Trusted-Flagger-Programm von YouTube beziehungsweise am Government-Reporting-Channel von Facebook teil. Damit werden von der MA HSH gemeldete Inhalte priorisiert von YouTube und Facebook dahingehend überprüft, ob sie gegen Community-Richtlinien oder gegen deutsche Gesetze verstoßen. Im Ergebnis sind auf Betreiben der MA HSH 298 YouTube-Videos wegen unzulässiger Inhalte nun nicht mehr aufrufbar. Außerdem wurden sieben YouTube-Kanäle, die Videos mit Kennzeichen verfassungswid-

riger Organisationen zeigten, für den deutschen Markt gesperrt. 47 Videos wurden zudem gemeldet und entfernt, weil sie jugendgefährdende und teilweise strafrechtlich relevante Musikstücke aus indizierten Alben enthielten. Die MA HSH ging auch 2018 aktiv gegen Hatespeech auf den Plattformen YouTube und Facebook vor – auf ihr Betreiben wurden 589 Hasskommentare auf YouTube und 70 auf Facebook entfernt. In einem Fall wurde ein ganzes Profil wegen volksverhetzender Kommentare von Facebook gelöscht.

Die MA HSH zeigte außerdem ein Twitterprofil bei der Staatsanwaltschaft wegen Verdachts auf Straftaten an und leitete bei zwei Instagramprofilen rechtsaufsichtliche Maßnahmen wegen entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte ein.

In Fernsehen und Radio ging die MA HSH 2018 zwölf Fällen möglicher Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen nach. In zwei Fällen wurde eine Beanstandung ausgesprochen.

**Anbieterkennzeichnung** – Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit überprüft die MA HSH auch, ob Anbieter von Internetangeboten mit Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Pflicht zur Anbieterkennzeichnung nachkommen. Insgesamt wurden 98 neue Fälle geprüft. Die meisten Anbieter besserten ihr Impressum im Zuge dieser Verfahren nach. In wenigen Fällen war es auch nach aufwendigen Ermittlungen nicht möglich, den Anbieter zu ermitteln, da bewusst falsche Angaben gemacht oder fremde Identitäten verwendet wurden.

**Vielfaltssicherung Fernsehen** – Voll digital! Nach der Umstellung des Antennen- und Satellitenfernsehens auf digitalen Empfang werden nun auch im Kabel TV-Programme zukünftig nur noch digital übertragen.

Die Abschaltung der analogen Programmverbreitung erfolgte in Hamburg und in den meisten Regionen Schleswig-Holsteins im Laufe des Jahres 2018. An der Westküste Schleswig-Holsteins wurde die analoge Programmverbreitung im ersten Quartal 2019 eingestellt. In Hamburg nutzen ca. 71 Prozent aller Haushalte das Kabel für den Fernsehempfang, in Schleswig-Holstein ca. 47 Prozent. Von der Umstellung waren in beiden Ländern insgesamt rund 130.000 Haushalte betroffen. Die MA HSH begleitete die Umstellung mit der – gemeinsam mit der Initiative Digitales Kabel organisierten – Informationsveranstaltung "Kabelfernsehen: Bald nur noch digital!". Mit Informationen zu Umstiegsprozessen und -terminen richtete sie sich insbesondere an Wohnungswirtschaft, lokale und regionale Kabelnetzbetreiber, Rundfunkveranstalter sowie Medien und Handel.

**Radio: Noch mehr Vielfalt für Hamburg und Schleswig-Holstein** – Seit dem 1. April 2017 ist die MA HSH zuständig für die finanzielle Förderung des nichtkommerziellen lokalen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein. In diesem Rahmen gewährte sie dem Freies Radio Neumünster e. V. vom 1. April 2018 bis zum 31. Dezember 2018 eine einmalige ergänzende Anschubfinanzierung in Höhe von 19.975 Euro. In Hamburg förderte die MA HSH die Veranstalter zweier nicht-



kommerzieller lokaler Hörfunksender: Der Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e.V. (HLR) erhielt 27.440 Euro, der Anbieterinnengemeinschaft im Freien Sender Kombinat e.V. (FSK) 25.830 Euro. Die Mittel sind jeweils für Verbreitungskosten sowie Zahlungen an Verwertungsgesellschaften vorgesehen. Mit dieser Förderung wird das Programm des HLR in Hamburg über DAB+, das des FSK über UKW verbreitet. In Schleswig-Holstein geht 2019 erstmals nichtkommerzieller lokaler Hörfunk auf Sendung. Dort starten Angebote in Neumünster und Flensburg.

**Veranstaltungen** – Wie können algorithmische Empfehlungssysteme so programmiert werden, dass sie trotz immer stärkerer Personalisierung auch Meinungsvielfalt bieten? Diese Frage stand im Mittelpunkt des 9. Hamburger Mediensymposiums, das von MA HSH, Hans-Bredow-Institut und Handelskammer Hamburg veranstaltet wurde. Rund 200 Experten diskutierten über Vielfalt als dem Schlüsselbegriff der Medienordnung und die Möglichkeit, Vielfalt künftig bei der Gestaltung von Technologien – also „by Design“ – zu realisieren. MA HSH-Direktor Thomas Fuchs betonte: „Meinungsbildung hat sich im Kontext von Suchmaschinen und Sozialen Netzwerken fundamental verändert. Die gegenwärtigen rechtlichen Instrumentarien der Rundfunkordnung zur Sicherung von Meinungsvielfalt werden dadurch sinnlos, für die meinungsrelevante Kommunikation im Netz sind sie nicht nutzbar.“

Wie sieht die Zukunft der öffentlichen Kommunikation aus? Darüber diskutierten am 4. Juli 2018 mehr als 200 Gäste auf Einladung der MA HSH im Landeshaus in Kiel. Den Rahmen bildete eine „Medienpolitische Stunde“ mit Ministerpräsident Daniel Günther anlässlich des Sommerlichen Empfangs „11 Jahre MA HSH“. MA HSH-Direktor Thomas Fuchs hob in seiner Begrüßung hervor, dass Prinzipien des Rundfunkrechts auch auf die politische Kommunikation im Netz übertragen werden müssten. Hier sei es notwendig, Transparenz zu schaffen und Regeln, zum Beispiel für Wahlwerbung, aufzustellen.

Daneben führte die MA HSH weitere Fachveranstaltungen, beispielsweise im Rahmen der Social Media Week Hamburg.

**Magazin zur Medienerziehung „scout“** – 2018 erschienen zwei weitere Ausgaben von scout, dem Magazin für Medienerziehung der MA HSH. Unter dem Titel „Folge mir!“ befasste sich Heft 1\_2018 mit neuen Phänomenen in der Onlinewerbung, beispielsweise Influencern, die als Markenbotschafter fungieren. Dass Programmieren schon für Kinder wichtig sein kann, zeigt Heft 2\_2018 „Wir programmieren!“. Denn wie die digitale Welt funktioniert, versteht man am besten durch Ausprobieren. Daneben wurde auch die Website scout-magazin.de um eine Vielzahl von Artikeln ergänzt und auch auf Facebook informiert scout interessierte Eltern, Lehrer und Pädagogen.





## Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Wilhelmshöher Allee 262 | 34131 Kassel  
Tel.: 0561/935860 | Fax: 0561/9358630  
lpr@lpr-hessen.de | www.lpr-hessen.de

### Personal und Finanzen<sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>7.869.956</b>	<b>7.786.500</b>	<b>8.031.100</b>
Rundfunkbeitrag <sup>2</sup>	7.048.363	7.044.900	7.090.400
sonstige Einnahmen <sup>3</sup>	821.593	741.600	940.700
<b>Ausgaben</b>	<b>7.696.103</b>	<b>7.786.500</b>	<b>8.031.100</b>
Zulassung, Aufsicht <sup>4</sup>	2.795.947	2.569.400	2.589.100
Medienprojektzentren Offener Kanal	1.913.846	1.946.200	2.301.900
Nichtkommerzieller lokaler Hörfunk	550.427	643.000	647.300
Infrastruktur-/Technikförderung <sup>5</sup>	541.952	741.500	757.600
Medienstandortmaßnahmen	472.509	410.900	333.900
Medienkompetenzförderung	1.421.422	1.475.500	1.401.300
Ausgabereste	173.853	0	0
<b>Mitarbeiter/Stellen<sup>6</sup></b>			
für Zulassung, Aufsicht, Verwaltung	24	24	23
in vier Medienprojektzentren Offener Kanal	17	17	19

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Haushaltsplan (die Genehmigung des Haushaltsplans 2019 durch die Rechtsaufsicht steht noch aus)

2 Die Höhe des Anteils der Landesmedienanstalt aus dem Rundfunkbeitragsaufkommen beträgt: 1,8989 % des Beitragsaufkommens pro Haushalt des Landes Hessen. Entsprechend landesrechtlicher Regelung erfolgt eine Kürzung auf 62,5 v.H. des Gesamtvolumens.

3 Rundfunkabgaben der privaten Hörfunkanbieter, Kostenerlöse, sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen.

4 Rundfunk, Telemedien

5 Technikförderung auch aus Rundfunkabgaben der privaten Hörfunkanbieter

6 Umrechnungen auf Vollzeitstellen (gerundet)

## Aufbau der LPR Hessen

Die LPR Hessen hat zwei Organe: Die Versammlung mit 30 ehrenamtlich tätigen, die Interessen der Allgemeinheit vertretenden Mitgliedern und den hauptamtlichen Direktor, der von 40 Mitarbeitenden unterstützt wird.

### Der Direktor

**Direktor** | Joachim Becker

**stv. Direktor** | Prof. Dr. Murad Erdemir

### Bereich I

Grundsatz, Recht, Telemedien, Technik, Verwaltung

Prof. Dr. Murad Erdemir, Hans-Achim Gutke, Rainer Rabe, Mattias Mann

### Bereich II

Programme, Nichtkommerzieller lokaler Hörfunk, Medienkompetenz, Medienwirtschaft, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Annette Schriefers, Michael Fingerling, Sandra Bischoff, Sarah Gumz, Christina Uekermann, Julia Blum

### Bereich III

Medienprojektzentren Offener Kanal

Armin Ruda, Wilhelm Behle, Nadine Tepe, Rolf Strohmann

### Die Versammlung

**Vorsitzender** | Winfried Engel

**Stv. Vorsitzende** | Reiner Jäkel, Jörg Steinbach

30 Mitglieder, Stand: 1. Januar 2019

8. Amtsperiode: 23. Februar 2015 – 24. Februar 2019

**Evangelische Kirchen** | Petra Schwermann | **Katholische Kirche** | Winfried Engel | **Landesverband der jüdischen Gemeinden in Hessen** | Dr. Jacob Gutmark | **Landessport-**

↓

**bund Hessen** | Dr. Susanne Lapp | **LandesFrauenRat Hessen** | Ursula Pöhlig | **Deutscher Gewerkschaftsbund** | Jasmin Romfeld | **ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft** | Rose Nabinger | **Hessischer Journalistenverband** | Jörg Steinbach | **Deutscher Beamtenbund Hessen** | Thomas Müller | **Vereinigung der hessischen Unternehmerverbände** | Dr. Ulrich Kirsch | **Arbeitsgemeinschaft hessischer Industrie- und Handelskammern** | Sybille von Oberritz | **Verband Freier Berufe in Hessen** | Dr. Evelin Portz | **Landesverband des hessischen Einzelhandels e.V.** | Michael Kullmann | **Hessischer Bauernverband** | Armin Müller | **Hessischer Handwerkstag** | Hans-Werner Schech | **Landesmusikrat Hessen** | Dorothee Graefe-Hessler | **Vorstände der anerkannten Naturschutzverbände** | Eckehart Blume | **Sozialverband VdK Hessen-Thüringen e.V.**, **Sozialverband Deutschland e.V.**, **Verband der Heimkehrer, Kriegsgefangenen und Vermisstenangehörigen Deutschlands e.V.** | Karl-Winfried Seif | **Landeselternbeirat von Hessen** | Markus Dörr | **Bund der Vertriebenen – Landesverband Hessen e.V.** | Johann Thießen | **Deutscher Kinderschutzbund – Landesverband Hessen e.V.** | Michael Schröder | **Hessischer Jugendring** | Reiner Jäkel | **Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände** | Dr. Andrea Jähnen | **Arbeitsgemeinschaft der Ausländerbeiräte Hessen** | Jetty Sabandar | **Liga der freien Wohlfahrtspflege in Hessen e.V.** | Günter Woltering | **Hessischer Landtag, CDU-Fraktion** | Claudia Ravensburg | **Hessischer Landtag, CDU-Fraktion** | Armin Schwarz, MdL | **Hessischer Landtag, SPD-Fraktion** | Uwe Frankenberger, MdL | **Hessischer Landtag, SPD-Fraktion** | Kerstin Geis, MdL | **Hessischer Landtag, Fraktion Bündnis 90/ Die Grünen** | Jürgen Frömmrich, MdL

**Amtszeit Versammlung endet** \_ Im Februar 2019 endet die vierjährige Amtszeit der Versammlung. Aus Altersgründen scheidet der langjährige Vorsitzende Winfried Engel, der über viele Jahre auch den Vorsitz der Gremiovorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten innehatte, aus. Der Ver-

↓

sammlung, die sich 2019 zum 30-jährigen Bestehen der LPR Hessen neu konstituiert, werden etwa 1/3 neue Mitglieder angehören.

---

### Stellung, Aufgaben und Rechtsgrundlage

Die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) ist eine unabhängige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Sitz in Kassel. Aufgaben der LPR Hessen sind: Zulassung privater Radio- und Fernsehveranstalter, Rundfunkaufsicht, Telemedienaufsicht und der Betrieb von vier Medienprojekzentren Offener Kanal. Die LPR Hessen fördert darüber hinaus die Medienkompetenz, nichtkommerziellen lokalen Hörfunk, die technische Infrastruktur und den Medienstandort. Rechts- und Arbeitsgrundlage der LPR Hessen ist das Hessische Privatrundfunkgesetz (HPRG).

### Arbeitsschwerpunkte der LPR Hessen 2017

**Bundesverfassungsgerichtsurteil** — Mit ihrem Urteil zum Rundfunkbeitrag haben die obersten Richter im Juli 2018 auch Stellung zu zwei für die LPR Hessen sehr relevanten Themen bezogen: Bürgermedien und die Förderung der Medienkompetenz sind Teil des Rundfunksystems und dürfen aus dem Rundfunkbeitrag finanziert werden, heißt es im Urteil. Die Versammlung der LPR Hessen bewertete die Entscheidung als Bestätigung ihres Engagements auf diesen Feldern.

### Digitaler Radionetzausbau in Hessen

— Eine optimale Frequenzplanung in Abstimmung mit der Bundesnetzagentur führte in 2018 zum Ziel: Hessen verfügt inzwischen über zwei private regionale DAB+ Multiplexe. Neben kommerziellen Anbietern wurde in Nordhessen den beiden nichtkommerziellen Lokalradios „Freies Radio Kassel“ und „Rundfunk Meißner“ die dauerhafte digitale Verbreitung ermöglicht.

### Verkauf von UKW Sendeanlagen

— Technikdienstleister Media Broadcast hat sich aus seinem UKW-Engagement zurückgezogen – in Hessen gingen die Antennen an den Hessischen Rundfunk und zwei private Investoren. Der Verkauf führte teilweise zu erhöhten Verbreitungskosten für die Anbieter, infolgedessen auch zur Abschaltung einzelner Frequenzen und zu Verzögerungen bei diversen Frequenzzuweisungen.

### Zulassungen und Genehmigungen

— Neuzulassungen erteilte die LPR Hessen für das bundesweite Vollprogramm RTL2 und insbesondere für die Hörfunkprogramme Radio Germany One und MEGA Hits sowie FFH-Rock und planet radio–black beats. Zulassungsverlängerungen gingen an das landesweite Hörfunkvollprogramm FFH und die in Hessen verbreiteten Programme planet radio und Radio BOB. UKW-Frequenzen in 7 hessischen Städten vergab die Versammlung nach umfangreichen Beratungen und notwendigen Auswahlentscheidungen im Dezember 2018 an Radio Teddy und erstmals an Metropol FM und Rock Antenne. Die Diskussion beherrschte auch die Frage

von Lizenzen für streaming-Angebote – ausschließlich über das Internet verbreiteter Inhalte. Ebenfalls diskutiert wurden Fragen im Zusammenhang mit Zulassungen außerhalb Deutschlands produzierter fremdsprachiger Programme.

**Aufsicht** – betrifft Rundfunk- und Telemedienangebote und reicht vom Jugendschutz über Werbung bis hin zu unzulässigen Angeboten und Impressum. Die Angebote werden einer ständigen Prüfung unterzogen.

*RTL2-news / Debatte um Vollprogramm:* RTL 2 hat in 2018 die eigene Berliner Nachrichtenredaktion, deren multimediale Arbeit viel Beachtung fand, geschlossen und eine Kölner Agentur mit der Nachrichtenproduktion beauftragt. Parallel dazu wurde der Sendetermin von der Prime-Time in den späten Nachmittag verlegt und die Dauer der Sendung verkürzt. Dies führte in der Fachpresse und bei den Medienanstalten zu Diskussionen um die Vollprogrammcharakteristik und in Folge davon zu Untersuchungen der Informationsanteile in privaten Vollprogrammen, die noch nicht abgeschlossen sind.

*Schleichwerbung bei RTL 2:* Bereits in 2017 wurde die Darstellung einzelner Produkte der Marke Roberto Geissini in der Sendung „Die Geissens – Eine schrecklich glamouröse Familie“ wegen Schleichwerbung beanstandet. Im Herbst 2018 kam es in der Sendereihe wieder zu einer werblichen Darstellung ohne Kennzeichnung, die erneut zu einem Aufsichtsverfahren führte, das zum Jahresende noch nicht abgeschlossen war.

*Sozialreportagen* wurden bei RTL2 vermehrt ausgestrahlt und brachten in der Prime-Time hohe Quoten. Die Sendungen sollen dem Zuschauer Einblick in die Lebensrealität von Arbeitslosen und Geringverdienern geben. Die durchweg informativ und dokumentarisch angelegten Formate sind gleichwohl leicht voyeuristisch gestaltet. Ein rundfunkrechtlicher Verstoß wurde bislang in keinem Fall festgestellt.

*Hass im Netz:* Die Zahl der Fälle im Bereich rechtsextremistischer Angebote und „Hate Speech“ nahm zu. Vermehrt sind die Angebote nicht mehr mit Nazi-Symbolen oder eindeutig verfassungswidrigen Aussagen verbunden, so dass die eindeutige Klärung, ob es sich um unzulässige Webseiten handelt, schwierig ist. Gegen unzulässige Inhalte wird in Kooperation mit der Staatsanwaltschaft vorgegangen.

*Influencer auf YouTube & Co:* Die steigende Zahl der Influencer führte zu einem Anstieg der Beschwerden über fehlende oder falsche Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten. Auch die Social-Media-Angebote hessischer Influencer wurden untersucht. Die Anbieter wurden auf fehlende Kennzeichnungen hingewiesen. So hatten z. B. „Die Lochis“ in ihrem YouTube-Kanal den Beitrag „Unser eigenes Eis bei McDonald’s!“ nicht als Werbung gekennzeichnet. Nach Hinweis auf den Verstoß wurde der Beitrag korrekt gelabelt. Das spiegelt auch das Verhalten anderer Influencer wider: Der Großteil der Multiplikatoren hat eine hohe Bereitschaft zur Zusammenarbeit oder sucht selbst den Kontakt zur hessischen Landesmedienanstalt.

*Anzahl Impressumsfälle nimmt zu:* Telemedienangebote, die keinen rein privaten Character haben, darunter auch kommerzielle Social-Media-Angebote von Influencern, unterliegen aus Gründen medienrechtlicher Transparenz der Impressumpflicht. Dass die Zahl der Aufsichtsfälle enorm gestiegen ist, liegt auch an der wachsenden Anzahl von Influencern und an deren gleichzeitiger Nutzung verschiedener Social-Media-Angebote – nicht selten ohne Beachtung der Impressumpflicht.

**Medienwissen fördern** – Digitale Kommunikation bietet Chancen, aber auch Risiken. Eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte, Initiativen und Kooperationen fördert die kompetente und damit sichere Mediennutzung insbesondere junger Menschen.

*Best practice:* MediaSurfer – wie vielfältig kreative Medienarbeit in Hessen ist, zeigt der jährlich verliehene Medienkompetenzpreis Hessen. Über 100 Institutionen hatten bis Ende 2017 mit ihren Projekten beworben: Kindereinrichtungen mit Trickfilmen, Jugendclubs mit Handyclips und Schulklassen mit Kurzfilm- oder Radioprojekten. Zur Verleihung der Preise an die besten Projekte kamen im April 2018 mehrere Hundert Kinder und Jugendliche mit ihren Betreuern aus ganz Hessen ins Staatstheater Kassel.

*I-ABC Schule:* Das Siegel „Internet-ABC-Schule“ erhalten Schulen, die sich für die Förderung der Internetkompetenz ihrer Schüler einsetzen. In 2018 wurden erstmalig die Themen Religion und Internet mit großem Erfolg in einer Zusatzqualifikation zusammengeführt. Mittlerweile

sind mehr als 400 hessische Schulen „Internet-ABC-Schule“. Neben dem hessischen Kultusministerium ist die Hessische Lehrkräfteakademie wichtiger Partner des Projektes, um das sich jährlich viele Grund- und Förderschulen in Hessen bewerben.

„*Ran an Maus & Tablet*“ ist Rezeptsammlung und Wegweiser für Erzieher und Grundschullehrkräfte bei der Medienarbeit. Das Materialpaket mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen und praxiserprobten Methodenbausteinen gibt Orientierungshilfen für den Einstieg und die weiterführende Medienarbeit mit Kindern und ist seit 2018 online.

*Onlinewerbekompetenz Studie:* Auf großes Interesse stieß die in 2018 abgeschlossene Studie „Online-Werbung aus der Perspektive Jugendlicher“. Sie zeigt, dass Jugendliche Online-Werbung zwar wahrnehmen, sie die Mechanismen der Werbung in sozialen Netzwerken aber kaum kennen. Auch haben Fragen der Nutzung ihrer Daten und der Zusammenhang mit adressierter Online-Werbung für Jugendliche kaum Relevanz. Die Studienergebnisse sind Grundlage für die Entwicklung medienpädagogischer Materialien.

### **Aktivitäten der Medienprojektzentren**

**Offener Kanal** – Die vier MOKs in Kassel, Gießen, Fulda und Rhein-Main haben als Bürgersender und Plattformen medienpraktischer und medienpädagogischer Arbeit jeweils vielfältige Projekte und Kurse angeboten. Trotz unterschiedlicher Schwerpunkte kooperieren die MOKs bei ‚großen Themen‘ wie dem Safer Internet Day oder ‚Mitmischer-Projekten‘ zu Wahlen.

*Total Lokal:* Reporter zwischen 15 und 25 Jahren haben im MOK Kassel während der Sommerferien ein tägliches TV-Magazin mit einem begleitenden facebook-Auftritt produziert. Die 26 Teilnehmer haben dabei den Ablauf einer TV-Produktion mit allen redaktionellen und technischen Arbeiten vollständig durchlaufen. ‚Total Lokal‘ – das kreative Ferienmagazin mit lokalen und jugendbezogenen Themen war jeden Abend pünktlich um 18 Uhr auf Sendung.

*VJ-Kurs für Studis:* Studierende im Fachjournalismus Geschichte der Uni Gießen erlernen im OK Gießen videojournalistische Arbeit. Seminare und Workshops vermitteln den Studierenden das ‚Handwerkszeug‘, Video-Beiträge zu produzieren. In 2018 feierte die Kooperation des OK mit der Uni Gießen 15. Geburtstag. Je Semester sind etwa 40 Studierende beteiligt.

*Kinder für Kinder:* Den Kurzfilm ‚Der Streit‘ zu Kinderrechten haben Frankfurter Kinder mit Unterstützung des MOK Rhein-Main produziert. Die Acht- bis Zehnjährigen entwickelten die Idee, schrieben das Storyboard und waren bei Kamera-Arbeit, Ton und Postproduktion aktiv beteiligt. Das Kooperationsprojekt mit Kita Frankfurt war in die Kinderrechtskampagne ‚Stadt der Kinder‘ eingebettet.

*Fachtag Digitale Medien* thematisierte digitale Medien in der Kinder- und Jugendhilfe im November 2018 in Fulda. Wie mit der Herausforderung der Mediatisierung in der sozialen Arbeit umzugehen ist und welche neuen Möglichkeiten der digitale Wandel zur Erschließung von jugendlichen Zielgruppen mit sich bringt, diskutierten auf Einladung

des MOK Fulda und weiterer Partner Sozialpädagogen aus der Region. Der Fachtag soll fortgeführt werden.

*Kreativ-Werkstatt für Geflüchtete:* Gemeinsam Medienbeiträge produzieren, die in der Öffentlichkeit Respekt, Toleranz und ein harmonisches Miteinander bewirken – das ist Ziel der Kreativ-Werkstatt Medien-Design. Das vom MOK Fulda und dem Welcome In! Studio initiierte Projekt bietet Geflüchteten und Fuldaern die Möglichkeit, in der Praxis zu lernen, wie man professionelle Videos, Fotos und Grafiken produziert, mit diesen viele Menschen erreichen kann und zugleich soziales Miteinander erlebt.

**‚Irgendwas mit Medien‘** – ist häufig genannter Berufswunsch junger Menschen. Zur Berufsorientierung und zur Förderung des Nachwuchses für den Medienstandort Hessen vermittelt das hessenweite Portal [www.medienpraktikum-hessen.de](http://www.medienpraktikum-hessen.de) Studierenden Informationen zu Praktikumsstellen. Die in 2018 an der Uni Kassel gestartete Informationsreihe ‚MedienMacher informieren‘ gibt Studierenden Einblick in unterschiedliche Berufssparten und verknüpft Theorie und Praxis.

**Die Plattform-Demokratie** – war Thema des 9. lpr-forum medienzukunft im März 2018 in Frankfurt. Experten aus Wissenschaft, Journalismus und Politik diskutierten, ob die öffentliche Meinung von Algorithmen der Informationsintermediäre geprägt wird und was das für Journalismus und Politik bedeutet.





## Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Bleicherufer 1 | 19053 Schwerin

Tel.: 0385/55881-12 | Fax: 0385/55881-30

info@medienanstalt-mv.de | www.medienanstalt-mv.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>2.795.998</b>	<b>2.743.500</b>	<b>3.069.700</b>
Rundfunkbeitrag	2.633.502	2.676.200	2.672.300
Sonstige Einnahmen	162.496	67.300	397.400
<b>Ausgaben</b>	<b>2.774.200</b>	<b>2.743.500</b>	<b>3.069.700</b>
Personalausgaben	1.526.778	1.632.800	1.707.800
sächliche Verwaltungsausgaben	507.280	541.100	576.500
Zuwendungen/Projektförderungen	452.937	422.300	364.900
Investitionen	0	8.300	420.500
Stand der Rücklagen	287.205	139.000	0
<b>Mitarbeiter/Stellen</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>22</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 lt. 1. Nachtragshaushalt und 2019 lt. Haushaltsplan

### Rechtsgrundlagen

- Rundfunkgesetz für das Land Mecklenburg-Vorpommern (RundfG M-V) vom 20. November 2003, zuletzt geändert am 3. Mai 2018
  - Hauptsatzung der MMV, zuletzt geändert durch Beschluss des Medienausschusses M-V am 25. April 2012
  - weitere Satzungen der MMV sind abrufbar unter [www.medienanstalt-mv.de](http://www.medienanstalt-mv.de)
- Rechtsgrundlagen, die für alle Landesmedienanstalten Gültigkeit haben, siehe [www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)

### Struktur der MMV

Organe der MMV sind der Medienausschuss Mecklenburg-Vorpommern und der Direktor. Der Medienausschuss ist das beschlussfassende Gremium und besteht aus elf Mitgliedern, die von in M-V beheimateten Organi-

sationen entsendet werden. Er trifft die für die Zulassung und Veranstaltung von Rundfunkprogrammen relevanten Entscheidungen, erlässt Richtlinien und Satzungen, behandelt Beschwerden, stellt den Haushalt fest und entscheidet über die Förderung von Medienkompetenz-Projekten in M-V. Die Mitglieder sind an Aufträge und Weisungen nicht gebunden, sie üben ihr Amt ehrenamtlich aus. Auf länderübergreifender Ebene arbeitet die Vorsitzende des Medienausschusses in der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) mit.

Der Direktor bereitet die Beschlüsse des Medienausschusses vor, setzt sie gemeinsam mit seinem Team um und vertritt die MMV gerichtlich und außergerichtlich.

---

### Der Direktor

Direktor | Bert Lingnau

---

### Der Medienausschuss

Vorsitzende | Marleen Janew

6. Amtsperiode: 29. März 2017 – 28. März 2022  
11 Mitglieder nach entsendenden Organisationen

[Deutscher Journalisten-Verband M-V](#) | Marleen Janew | [Künstlerbund M-V](#) | Jörg Velten | [LIGA der Spitzenverbände der freien Wohlfahrtspflege in M-V](#) | Christina Hömke | [Erzbistum Berlin, Propstei der Katholischen Kirche in Vorpommern](#) | Dr. Christian Berkenkopf | [ver.di Bezirk Schwerin](#) | Diana Markiwitz | [Industrie- u. Handelskammer Schwerin](#) | Angela Preuß | [Städte- u. Gemeindetag M-V](#) | Dr. Reinhard Dettmann | [Bauernverband M-V](#) | Katrin Kauer | [Tourismusverband M-V](#) | Dr. Wolfgang Kraatz | [Verbraucherzentrale M-V](#) | Petra Willert | [Landessportbund M-V](#) | Torsten Haverland

---

### Aufgaben der MMV

Die MMV ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Dienstherrenfähigkeit und dem Recht zur Selbstverwaltung. Sie hat ihren Sitz in der Landeshauptstadt Schwerin. Wesentliche Aufgaben der MMV sind:

- Förderung von Medienkompetenz, Betrieb der Offenen Kanäle, Förderung von Lokal-TV, Durchführung von Pilotprojekten, Medienforschung
- die Wahrnehmung der Landesinteressen bei der fernmeldetechnischen Planung von Übertragungskapazitäten sowie deren Feststellung, Zuordnung und Zuweisung an den öffentlich-rechtlichen und an den privaten Rundfunk
- Erteilung, Rücknahme und Widerruf von Zulassung zur Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk in privater Trägerschaft
- die Programmaufsicht (auch über Telemedien)

### Arbeitsschwerpunkte der MMV

Die Vermittlung von Medienkompetenz an Menschen aller Altersstufen und die Förderung von entsprechenden Projekten ist eine Kernaufgabe der Medienanstalt M-V. Hierzu wurde 2018 ein Erfahrungsbericht über die geleistete Arbeit der Unterzeichner der [„Kooperationsvereinbarung zur Förderung der Medienkompetenz in M-V“](#) (2015 in Kraft getreten) angefertigt. Dieser Erfahrungsbericht wird der Landesregierung M-V vorgelegt, um daraus weitere notwendige Schritte für die Vermittlung von Medienkom-

petenz im Bundesland abzuleiten. Das Ziel: Die Kooperationsvereinbarung soll mit noch mehr Partnern fortgeführt und gesamtgesellschaftlich vorangetrieben werden.

Im September 2018 fand im Plenarsaal des Landtages M-V die Anhörung „Medienbildung für junge Leute im Kontext der Digitalisierung“ als Teil der öffentlichen Anhörungsreihe „Jung sein in Mecklenburg-Vorpommern“ statt. Der Direktor der Medienanstalt – Bert Lingnau – nahm als einer von sechs Sachverständigen an dieser Anhörung teil und setzte den Fokus auf die außerschulische Medienbildung sowie die Stärkung der Medienkompetenz in allen Generationen.

Außerdem fand 2018 ein intensiver Austausch mit den Medienpolitischen Sprechern der Landtagsfraktionen über die Aufgaben und Aktivitäten der MMV statt, der Offene Kanal Malchin feierte sein 15-jähriges Bestehen, und das Vernetzungsprojekt zur Förderung von Lokal-TV wurde verlängert.

**Medienkompetenz** – Im Jahr 2018 förderte die Medienanstalt M-V 17 Medienkompetenz-Projekte in Mecklenburg-Vorpommern mit insgesamt 205.000 Euro. Unterstützt wurden Projekte, die Kinder, Jugendliche und auch Ältere medienpädagogisch in die Welt der elektronischen Medien begleiten. 2019 wird die MMV wieder 17 Medienkompetenz-Projekte in M-V mit insgesamt 205.000 Euro fördern.

Die von der Medienanstalt M-V betriebenen Offenen Kanäle für Hörfunk (Neubrandenburg, Greifswald, Malchin) und Fernsehen (Rostock, Schwerin) entwickelten sich

stetig zu Medienkompetenzzentren weiter. Neben aktiver Medienarbeit in den Bereichen Radio und Fernsehen finden Veranstaltungen und Workshops zu vielfältigen Themen und an Menschen aller Altersgruppen gerichtet statt. Die beiden mobilen Medientrecker – Kleintransporter, ausgestattet mit Medientechnik für Radio- bzw. TV-Produktionen – können für die schulische und außerschulische Medienarbeit in ganz Mecklenburg-Vorpommern gebucht werden.

Das Studio Malchin, der Offene Kanal der Medienanstalt, feierte 2018 sein 15-jähriges Bestehen. Seit 2003 werden hier Radiosendungen produziert, die dann im Programm des Offenen Kanals Neubrandenburg – NB-Radiotreff 88,0 – gesendet werden.

Auch 2018 unterstützte die Medienanstalt als Fördermitglied die bundesweiten Projekte FLIMMO, juuuport und das Internet-ABC und vergab bereits zum dreizehnten Mal im Rahmen des Filmfestivals im Stadthafen (FiSH) in Rostock den Medienkompetenz-Preis M-V. In verschiedenen Kategorien wurden vier Projekte ausgezeichnet und Preisgelder in Höhe von 3000 € vergeben.

Die erfolgreiche Arbeit im Netzwerk Medienaktiv M-V wurde fortgeführt. Gemeinsam wurden zwei Fachtagungen zu den Themen „Digitale Kompetenzen: Lernen, Leben und Arbeiten in M-V“ und „Digitale Anwendungen im pädagogischen Umfeld“ organisiert. Mit den Kooperationspartnern, wie z. B. dem Landeskriminalamt M-V und dem Landesdatenschutz M-V, wurde das langjährige Projekt „Medienscouts MV“, in dem junge Leute für Peer-to-Peer-Projekte ausgebildet werden, weiter umgesetzt.

**Zulassungen** — Im Juli 2018 beantragte die Evangelische Presseverband Norddeutschland GmbH den Widerruf der ihr erteilten UKW-Übertragungskapazität 103,3 MHz in Ahrenshoop. Der Medienausschuss gab dem statt und schrieb die Kapazität am 19. Oktober 2018 neu aus.

Die bereits 2016 an die MVP Lokalradio GmbH (Berlin) – inzwischen auf die radio B2 GmbH übergegangene – UKW-Übertragungskapazität in Wismar zur Veranstaltung und Verbreitung des Programms „radio B2“ wurde am 01.10.2018 in Betrieb genommen. Die ebenfalls bereits 2016 an die RNO Rhein-Neckar-Odenwald Radio GmbH & Co. KG – inzwischen umbenannte sunshine live GmbH & Co KG (Mannheim) – für ihr Programm „sunshine live“ vergebene UKW-Übertragungskapazität in Stralsund wurde auch am 01.10.2018 in Betrieb genommen.

Die Uckermark-TV GmbH & Co. KG, die bisher nur in Brandenburg ein lokales TV-Programm sendet, erhielt eine Zulassung für den Großraum Neubrandenburg, den Großraum Mecklenburgische Seenplatte und den Großraum südliches Vorpommern. Sendestart war der 14.12.2018. Die Zulassung gilt bis zum 02.12.2028.

**Öffentlichkeitsarbeit** — Unter dem Titel „Zwischen Realismus und Populismus“ widmete sich die jährliche Fachtagung der Medienanstalt M-V den Herausforderungen an Politik und Medien im 21. Jahrhundert und stellte die Frage, wie Macht, Verantwortung und Glaubwürdigkeit in der digitalen Informationsgesellschaft entstehen.

Der Direktor der Medienanstalt, Bert Lingnau, machte auf die Veränderungen in Sprache, Medien, Wirtschaft und Politik aufmerksam, welche durch die Digitalisierung entstehen, und konstatierte: „Eine Herausforderung an die Politik in demokratischen Staaten wird im 21. Jahrhundert der immer stärkere Kampf um Mehrheiten sein. Medien müssen sich durch höhere Qualität beweisen, ansonsten werden sie verschwinden.“

Innerhalb der anschließenden Diskussion mit Medienvertretern wurde deutlich, dass in Mecklenburg-Vorpommern mehr Medienbildung für alle Generationen vermittelt werden müsse und dass Medien als „vierte Gewalt“ eine wichtige, demokratiefördernde Funktion haben.

Seit September 2018 twittet die Medienanstalt unter dem Account [@MedienanstaltMV](#). Hierdurch können relevante Themen noch direkter kommuniziert werden. Außerdem erhielt der MMV-Jahresbericht ein neues, moderneres Layout.

**Programmaufsicht Hörfunk** — Im Rahmen der Programmaufsicht wurde festgestellt, dass ein Hörfunkveranstalter Wahlwerbepots in Wirtschaftswerbeblöcken platziert hatte. Der Veranstalter wurde darauf hingewiesen, dass Wahlwerbung aus Abgrenzungsgründen nicht im Rahmen von Wirtschaftswerbung erfolgen und somit auch nicht mit einem Werbetrenner vom übrigen Programm getrennt werden darf.

Weitere Hinweisschreiben ergingen an einige Hörfunkveranstalter im Bundesland wegen der Ausstrahlung von unzulässigen Sponsorhinweisen im Programm, da diese

keinen eindeutigen Bezug auf die Fremdfinanzierung der Sendung durch den Sponsor herstellten oder zu ausführlich waren und somit den Anforderungen der Landesmedienanstalten zur Gestaltung von Sponsorhinweisen im Hörfunk nicht genügten.

Bei der Überprüfung der Durchführung von Gewinnspielaktionen in den landesweiten privaten Hörfunkprogrammen gab es 2018 keine Auffälligkeiten. Programmbeschwerden gab es nur vereinzelt. So kritisierte beispielsweise ein Beschwerdeführer, dass ein Hörfunkmoderator sich in einer Sendung herablassend über einen bereits verstorbenen Popsänger geäußert habe. Die MMV forderte den Sendemitschnitt und eine Stellungnahme vom Programmverantwortlichen an und überprüfte den Sachverhalt. Der Hörfunkveranstalter teilte der MMV mit, dass der Hörfunkmoderator aus Unwissenheit gehandelt habe und er sich beim Beschwerdeführer entschuldigen werde. Die MMV teilte dem Beschwerdeführer mit, dass der Vorwurf der Menschenverachtung in diesem Fall unbegründet sei.

**Programmaufsicht Fernsehen** – Verschiedene lokale TV-Veranstalter wurden darauf hingewiesen, dass einige Sendungen in ihrer inhaltlichen Ausrichtung zu werblich waren und damit als Dauerwerbesendungen gekennzeichnet werden müssen.

Von förmlichen Beanstandungsverfahren konnte nach entsprechenden Beratungsgesprächen und schriftlichen Hinweisen abgesehen werden, da die Programmverantwortlichen ihre jeweiligen Programme nach Hinweisen der Medienanstalt umgehend

den rechtlichen Vorgaben anpassten. Programmbeschwerden mussten 2018 nicht bearbeitet werden.

**Erfahrungsaustausch mit Jugendschutzbeauftragten** – Der Erfahrungsaustausch der MMV mit den Jugendschutzbeauftragten der landesweiten Hörfunk- und Fernsehveranstalter in Mecklenburg-Vorpommern fand 2018 im Funkhaus von Ostseewelle HIT-RADIO Mecklenburg-Vorpommern in Rostock statt. Über ihre Tätigkeit informieren die Jugendschutzbeauftragten die MMV zusätzlich in jährlichen Berichten.

**Aufsicht über Telemedienangebote aus M-V** – Im Berichtszeitraum gab die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV) einige Verfahren wegen der Verbreitung rechtsextremer Inhalte in Internetangeboten an das Landeskriminalamt Mecklenburg-Vorpommern ab und stellte in einem Verfahren eine Strafanzeige bei der zuständigen Staatsanwaltschaft. Drei Verfahren der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) gegen Telemedienanbieter aus M-V waren gerichtsanhängig und wurden 2018 beendet. Weitere Verfahren konnten im Berichtszeitraum eingestellt werden, da die Anbieter ihre Angebote dauerhaft aus dem Netz genommen oder gesetzeskonform angepasst hatten. Ein weiteres Verfahren wegen des Vorwurfes der Verbreitung einfacher pornografischer Inhalte ohne ausreichende technische Vorkehrungen auf einem Angebot für Unter-18-Jährige befindet sich noch in der abschließenden Beratung bei der KJM.

Der Medienausschuss beanstandete eine Veröffentlichung eines Web-Radio-Senders im Internet und verfügte die sofortige Löschung des betreffenden Artikels wegen Verstoßes gegen allgemeine Gesetze. Der Anbieter setzte den bestandskräftig gewordenen Beanstandungs- und Untersagungsbescheid um.

**Verstöße gegen Impressumspflichten** – Bei Fällen unzureichender Anbieterkennzeichnungen von Internetangeboten verzeichnete die MMV weiterhin eine starke Zunahme. Die Mehrzahl der Anbieter besserte ihr Impressum nach, wenn Hinweise der Medienanstalt erfolgten. Ordnungswidrigkeitsverfahren mussten nicht eingeleitet werden.

**Aufsicht über Social-Media-Angebote aus M-V** – Im Berichtszeitraum wurden die Facebook-, Instagram- und YouTube-Kanäle verschiedener Anbieterinnen und Anbieter in M-V überprüft. Vereinzelt gingen auch Beschwerden zu Instagram-Profilen in der MMV ein, in denen den Anbietern der Vorwurf der Schleichwerbung gemacht wurde. Die MMV ging diesen Hinweisen nach und überprüfte die Profile. Bei der Feststellung von ungekennzeichneten Verlinkungen von bezahlter Werbung auf einem Instagram-Account teilte die MMV den jeweiligen Anbietern in einem weiteren Hinweis schreiben die geltende Rechtslage mit und ließ ihnen die neu veröffentlichte Matrix der Medienanstalten zur Kennzeichnung von Werbung in Social-Media-Angeboten zukommen.

**Medienforschung** – Die Arbeit am Medienkompass II – Medienbildung für Ältere – wurde 2018 fortgeführt. Es wurden didaktische Materialien auf der Grundlage des Buches erarbeitet, mit denen einerseits Kursleiterinnen und -leiter Inhalte vermitteln sowie andererseits Seniorinnen und Senioren sich selbst individuell weiterbilden können. Der Vorteil: Nicht jede/r in dieser Zielgruppe bevorzugt das Lernen in einer Gruppe. Thematisch beschäftigen sich die Materialien u. a. mit der Gesundheitsvorsorge und -pflege. Auch wird ein größeres Augenmerk auf die richtige Benutzung mobiler Endgeräte gelegt. Alle Bausteine folgen einem klaren, einfachen Schema und sollen in einer durchsuchbaren Datenbank veröffentlicht werden, so dass sie unkompliziert ersetzt oder durch neue ergänzt werden können.

**Technik** – Durch den 2017 erfolgten UKW-Infrastrukturverkauf der MEDIA BROADCAST GmbH wurde eine Neuausschreibung des Sendernetzbetriebes für die drei Standorte des Offenen Kanals Hörfunk der Medienanstalt – NB-Radiotreff 88,0 in Neubrandenburg – notwendig. Den Zuschlag erhielt der Leipziger Full-Service-Dienstleister DIVICON MEDIA. Der Sendernetzbetrieb wurde zum 01.07.2018 von DIVICON MEDIA übernommen.

2018 erfolgte außerdem die Abschaltung der analogen Signale in den meisten Kabelnetzanlagen des Bundeslandes. Beschwerden aus der Bevölkerung erhielt die MMV dazu keine.



## Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Seelhorststraße 18 | 30175 Hannover  
 Tel.: 0511/284770 | Fax: 0511/2847736  
 info@nlm.de | www.nlm.de

### Personal und Finanzen<sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>9.642.270</b>	<b>9.318.798</b>	<b>9.320.505</b>
Einnahmen aus der Rundfunkgebühr (netto)	8.872.472	8.886.440	8.978.885
Einnahmen aus Rücklagen	581.744	317.058	259.800
sonstige Einnahmen	188.054	115.300	81.820
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>9.642.270</b>	<b>9.318.798</b>	<b>9.320.505</b>
Personalkosten <sup>2</sup>	1.933.880	2.076.338	2.056.300
Sachkosten	1.260.068	1.044.020	963.965
Bürgerrundfunk	4.966.742	4.884.000	4.937.000
Technikförderung	150.000	0	0
Forschung	21.420	7.140	78.640
Medienkompetenz und Ausbildung	1.093.800	1.179.500	1.156.800
Rücklagen und sonstige Ausgaben	216.360	127.800	127.800
<b>Mitarbeiter</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Haushaltsplan

2 inkl. Zuführung zu Rückstellungen

## Struktur der NLM

Die NLM besteht aus zwei Organen: der Versammlung und dem Direktor.

### Der Direktor

Direktor | Andreas Fischer

- Stellvertreter des Direktors und Justiziar | Christian Krebs
- Verwaltung, Finanzen, Personal | Ute Lattmann
- Bürgerrundfunk, Medienkompetenz | Dr. Klaus-Jürgen Buchholz
- Programm, Telemedien | Dr. Dietmar Füger
- Technik | Dr. Ing. Dirk Jaeger
- Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit | Uta Spies (bis Juli 2018), Annika Vogel (seit August 2018)

### Die Versammlung

Vorsitzende | Elisabeth Harries

7. Amtsperiode: 1. September 2016–31. August 2022  
38 Mitglieder nach entsendenden Institutionen

CDU in Niedersachsen Jens Nacke (MdL) (bis Juli 2018), Laura Rebuschat (seit November 2018) | SPD-Landesverband Niedersachsen Petra Emmerich-Kopatsch (MdL) | FDP Landesverband Niedersachsen Ulrike Kuhlo | BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Landesverband Niedersachsen Gerald Heere | Kommunale Spitzenverbände Klaus Groß | Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen Andrea Radtke | Katholisches Büro Niedersachsen Elke Beate Peters | Landesverband der Jüdischen Gemeinden und Landesverband der Israelitischen Kultusgemeinden von Niedersachsen Dr. Rebecca Seidler | DITIB-Landesverband der Islamischen Religionsgemeinschaften, die SCHURA Niedersachsen – Landesverband der Muslime und die Alevitische Gemeinde Deutschland Sümeyra Kilic (bis September 2018), Murat Yasik (seit November 2018) | Deutscher Gewerkschaftsbund Martina

↓

↓

Kolbeck-Landau, Wilfried Bartz | Vereinte Dienstleistungsgesellschaft Lutz Kokemüller | Deutscher Beamtenbund Joachim Henke | Unternehmerverbände Nils Fröhlich, Ortrud Wendt | Handwerksverbände Bettina Meyer-Burkhardt | Verband der Freien Berufe Dagmar Beck-Bever | Landvolk Gabi von der Brelie | Landesfrauenrat Brigitta Franke | Landesjugendring Marieke Hennes-Kunst | Landessportbund Gabriele Wach | Landesmusikrat Hannes Piening | Film & Medienbüro Dr. Julia Dordel | Deutscher Journalisten-Verband Elisabeth Harries | Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverlage und Verband der Zeitschriftenverlage Stefan Borrmann | Landesverband Bürgermedien Wolfgang Wulf | Deutscher Lehrerverband, Verband Bildung und Erziehung und Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Gitta Franke-Zöllmer (bis September 2018), Christian Hoffmann (seit November 2018) | Deutscher Kinderschutzbund Simon Kopelke | Landesarbeitsgemeinschaft Freie Wohlfahrtspflege Michael Grünberg | Lesben- und Schwulenverband Benjamin Rottmann | Flüchtlingsrat Anke Eglomassé | Verbraucherzentrale Arnd Onnasch | Kulturelle Jugendbildung Holger Tepe | Umweltverbände (Bund für Umwelt und Naturschutz und Naturschutzbund) Dorothea Steiner | Humanistischer Verband Klaus Wenzel | Landesarmutskonferenz Klaus-Dieter Gleitze | Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur Gerd Dallmann | Arbeitsgemeinschaft der Familienverbände Christine Volland

### Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Sitz in Hannover.

Aufgaben der NLM nach § 38 NMedienG sind insbesondere:

- die Zulassung privater Rundfunkveranstalter



- die Zuweisung von Übertragungskapazitäten
  - die Aufsicht über private Rundfunkveranstalter, Telemedien- und Plattformanbieter
  - die Förderung des Bürgerrundfunks einschließlich seiner Verbreitung
  - die Unterstützung von Forschungsvorhaben auf dem Gebiet des Rundfunks
  - die Förderung rundfunktechnischer Infrastruktur für digitalisierte Übertragungstechniken und die Förderung neuartiger Übertragungstechniken nach Maßgabe des RStV
  - Förderung von Projekten zur Entwicklung und Stärkung der Medienkompetenz
- Für die 1. Sendezeitschiene (Samstag 19:05 – 20:15 Uhr): sagamedia Film- und Fernsehproduktion GmbH
  - Für die 2. Sendezeitschiene (Montag 23:25 – 00:00 Uhr): dctp Entwicklungsgesellschaft für TV-Programm mbH (Spiegel TV)
  - Für die 3. Sendezeitschiene (Dienstag 00:30 – 01:15 Uhr): solisTV Film- und Fernsehproduktionen GmbH
  - Für die 4. Sendezeitschiene (Dienstag 01:15 – 01:45 Uhr): Arriba Media GmbH.

#### Wesentliche Rechtsgrundlagen:

- Niedersächsisches Mediengesetz, zuletzt geändert am 18.02.2016
- Hauptsatzung der NLM, zuletzt geändert am 02.06.2016

#### Arbeitsschwerpunkte der NLM 2018

**Fernsehen, Hörfunk und Internet** – Im Bereich Zulassungen hat die NLM im Jahr 2018 das Vergabeverfahren für Drittsendezeiten im Programm von RTL abgeschlossen. Auf die vier ausgeschriebenen Sendezeitschienen hatten sich 2017 insgesamt 42 Antragsteller beworben. Nach doppelter Benennungsherstellung mit der KEK hat die Versammlung der NLM am 14. Juni Zulassungen an die folgenden Veranstalter erteilt:

Die Zulassungen sind bestandskräftig, Rechtsmittel wurden nicht eingelegt. Es ist das erste Mal, seit Drittsendezeiten durch die NLM vergeben werden, dass diese Zulassungen nicht angefochten wurden.

Im Bereich der Programmaufsicht Fernsehen ist ein Fall besonders zu erwähnen, der die Einhaltung der anerkannten journalistischen Grundsätze nach § 10 Abs. 1 RStV betraf. Gegenstand des Verfahrens war eine Sendung des Formats „Punkt 12“ bei RTL. In der Sendung wurde ein vermeintlich pädophiler Mann aus der Ferne verdeckt gefilmt, wobei ausschließlich seine obere Körperhälfte verpixelt war. Auffällige Kleidungsstücke und seine Statur waren jedoch nicht unkenntlich gemacht worden. Das Verhalten des Mannes wurde durch das Fernseheteam in dem Beitrag als „verdächtig“ bezeichnet. In Folge der unzureichenden Verpixelung wurde der gefilmte Mann von Personen aus seinem direkten sowie erweiterten Umfeld erkannt. Nach der Ausstrahlung des Beitrags wurde ein unbeteiligter Mann von mehreren Personen in seiner Wohnung angegriffen

und schwer verletzt. Die Täter glaubten bei dem Angriff, es handle sich um die Person, die in dem Beitrag zu sehen war. Dies traf jedoch nicht zu. Wie sich später herausstellte, stand auch die in dem Beitrag gezeigte Person in keinem Zusammenhang mit pädophilen Handlungen. Auch wenn über das Verhalten von Personen mit pädophilen Neigungen im Internet und insbesondere über die Art und Weise, wie diese Kontakt zu Kindern und Jugendlichen suchen, ein Berichterstattungsinteresse besteht: Dies entbindet den Veranstalter nicht davon, gerade bei diesem sensiblen Thema, die Persönlichkeitsrechte von gezeigten Personen zu wahren. Diese Berichterstattung von RTL verletzte die anerkannten journalistischen Grundsätze, wonach eine gebotene Anonymisierung auch wirksam sein muss (Ziffer 8 Pressekodex). Die NLM hat die Ausstrahlung des Beitrags beanstandet. Der Beanstandungsbescheid ist bestandskräftig.

Ein weiteres bedeutsames Aufsichtsverfahren war die Untersagung von Werbespots für das unerlaubte Glücksspielangebot „Lottoland“ bei RTL. Nach § 41 Abs. 1 Satz 4 RStV sind die allgemeinen Gesetze in Rundfunkprogrammen einzuhalten und nach § 5 Abs. 3 GlStV ist Werbung für öffentliches Glücksspiel im Fernsehen verboten. Die RTL Television GmbH strahlte in den Programmen „RTL NITRO“ und „RTL Television“ jedoch Fernsehwerbung für das Gratisangebot „lottoland.gratis“ aus und damit zugleich auch für das unerlaubte Glücksspielangebot von „Lottoland“. Da auch in anderen bundesweiten Fernsehprogrammen gleichartige Werbespots ausgestrahlt wurden, wurde

dies in einem zwischen den zuständigen Landesmedienanstalten abgestimmten Verfahren im Sommer 2018 beanstandet und untersagt. Für die Programme „RTL NITRO“ und „RTL Television“ sind die entsprechenden Bescheide bestandskräftig und Rechtsmittel wurden nicht eingelegt.

Die NLM ist die zuständige Landesmedienanstalt für die DVB-T2-Plattform der Media Broadcast GmbH (MB), da die NLM der MB die hierfür nötige Zuweisung von Übertragungskapazitäten erteilt hat. Im Mai 2017 beschwerte sich der Veranstalter des (damaligen) Fernsehprogramms N24 (heute WELT) bei der NLM. N24 vermutete eine Diskriminierung durch die MB u. a. aufgrund des konkreten Entgeltmodells beim Zugang zu der DVB-T2-Plattform. Dies könnte einen Verstoß gegen § 52d RStV darstellen. Nach einer intensiven Prüfung der Beschwerde durch die NLM und durch den zuständigen Fachausschuss 2 der ZAK haben sich die Parteien auf eine Anpassung des Vertrages verständigt. Die Beschwerde wurde daraufhin zurückgenommen.

Im Bereich Hörfunk konnten in Niedersachsen in 2018 die Voraussetzungen für den Sendestart eines weiteren lokalen/regionalen Hörfunkveranstalters geschaffen werden. Der Sendestart des Programms „Radio 90 vier“ in Ganderkesee erfolgte am 4. Januar 2019. Mit Radio 90.vier senden inzwischen sieben kommerzielle lokale/regionale Hörfunkprogramme in Niedersachsen über UKW. Daneben wurde der Antenne Niedersachsen GmbH & Co. KG zur Veranstaltung und Verbreitung des bundesweiten

Hörfunkvollprogramms „Antenne Niedersachsen“ eine bundesweite Zulassung nach § 20a RStV erteilt.

Die Aufsichtstätigkeit der NLM im Bereich Internetaufsicht betraf 2018 weiterhin vorwiegend Seiten mit pornografischen Inhalten, die ohne Sicherstellung einer geschlossenen Benutzergruppe zugänglich gemacht wurden. Daneben sind vermehrt Beschwerden bei der NLM eingegangen, die (etwaige) Rundfunkangebote im Internet betrafen, für die möglicherweise eine Zulassungspflicht besteht. Die NLM überprüfte diese Angebote. In den meisten Fällen bestand keine Zulassungspflicht, da es sich inhaltlich nicht um zulassungspflichtigen Rundfunk handelte. Zudem sind vermehrt auch Verstöße gegen Werbevorschriften in den gängigen Social-Media-Plattformen (u. a. Twitter, Instagram, YouTube) zur Anzeige gebracht worden, für welche jedoch (gegenwärtig) keine Zuständigkeit der NLM besteht.

### **Bürgerrundfunk und Medienkompetenz –**

Lokale Berichterstattung als publizistische Ergänzung, offene Beteiligung aller Bürger an der Programmgestaltung und die Vermittlung von Medienkompetenz sind die zentralen Aufgaben der 15 niedersächsischen Bürgersender. Zehn Veranstalter senden ein Hörfunk- und zwei ein TV-Programm. Drei Anbieter sind bimedial aufgestellt. Die Sender sind überwiegend als gemeinnützige Vereine oder als gGmbHs organisiert. Die Finanzierung stützt sich auf lokale und regionale Unterstützer, die durchschnittlich rund 40 Prozent der unmittelbaren Betriebskosten

tragen. Daneben vergibt die NLM Zuschüsse. Die NLM fördert den Sektor mit rund fünf Millionen Euro jährlich. Das sind regelmäßig mehr als 50 Prozent des NLM-Etats.

Eine besondere Herausforderung für die NLM war in 2018 die Neuorganisation des Sendebetriebs der Bürgerradios, nachdem die NLM in 2017 die UKW-Infrastrukturen gekauft hatte. So wurde sichergestellt, dass weiterhin vier von fünf Niedersachsen mindestens einen der 15 lokalen Bürgersender empfangen können.

Die programmliche Leistungsfähigkeit und Akzeptanz des Bürgerrundfunks lässt die NLM regelmäßig evaluieren. Für den Bürgerrundfunk hatte die 2018 präsentierte Studie „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ zwei Hauptergebnisse. Zum einen sind die redaktionellen und hauptamtlich produzierten Programmstrecken „in professioneller Hinsicht konsolidiert“. Zum anderen sind die Sendungen und Beiträge, die auf offenen Sendepätzen verbreitet werden, bei zahlreichen Bürgerradios (minimal) rückläufig. Der sogenannte „weiteste Hörer- bzw. Seherkreis“ hat sich, wie zuletzt 2016 ermittelt wurde, bei 17 bzw. 11 Prozent eingependelt und liegt damit auf dem Niveau früherer Untersuchungen.

Von großer Bedeutung ist der Bürgerrundfunk für die Ausbildung in Medienberufen. Zwischen 40 bis 60 Jugendliche und junge Erwachsene starten jährlich eine Ausbildung bei einem Bürgersender. Zudem absolvieren viele hundert Jugendliche dort ein Praktikum. Die Anzahl der Menschen, die sich regelmäßig ehrenamtlich bzw. in ihrer Freizeit an der Programmgestaltung betei-

gen, erreicht im Durchschnitt je Sender eine Größenordnung von 100 bis 200 Personen. Die Bürgersender sind damit einer der wichtigsten Vermittler von Medienkompetenz im Land Niedersachsen.

Die NLM ist nicht nur zentraler Unterstützer des Bürgerrundfunks, sondern auch wichtiger Förderer medienpädagogischer Angebote. Im Netzwerk Medienkompetenz Niedersachsen arbeitet die NLM mit allen für die Medienbildung und -erziehung zuständigen Ministerien und Einrichtungen zusammen. Grundlage der gemeinsamen Arbeit ist das Landeskonzept „Medienkompetenz in Niedersachsen – Ziellinie 2020“, das von der Landesregierung im Jahr 2016 beschlossen wurde. Es umfasst u. a. die Bereiche Kindertagesstätten, Familie, Jugendarbeit, allgemeinbildende Schulen, Hochschulen, berufliche Bildung, Lehreraus- und -fortbildung und Erwachsenenweiterbildung.

In erster Linie ist die NLM bei der Qualifizierung von Multiplikatoren aktiv und wendet sich mit Fortbildungen, Informationen und Beratungen im Bereich der medienpraktischen Arbeit und des Jugendmedienschutzes an Lehrkräfte, pädagogische Fachkräfte, Erzieher und Eltern. Zentrales Instrument sind die sechs Multipliamobile der NLM, die unter der Leitung je einer medienpädagogischen Fachkraft medienpraktische Qualifizierungen dezentral im Land an Schulen, außerschulischen Bildungseinrichtungen oder in Studienseminaren durchführen. Im Rahmen langjähriger Kooperationen, u. a. mit dem Kultus- und dem Sozialministerium, realisiert die NLM eine Vielzahl von Beratungsangeboten zur

Nutzung digitaler Medien. Im Fokus steht dabei der sichere und verantwortungsvolle Umgang mit dem Internet – insbesondere von Kindern und Jugendlichen in sozialen Netzwerken. Landesweite Fortbildungsreihen für Grundschullehrkräfte und Erzieher stehen ebenso auf dem Programm wie die Ausbildung von Medienscouts in Schulen und Jugendverbänden. Rund 7.500 Multiplikatoren und 5.000 Kinder und Jugendliche nehmen pro Jahr an den Workshops, Informationsveranstaltungen und medienpraktischen Projekten der NLM teil.

**Öffentlichkeitsarbeit** – Zum Safer Internet Day (SID) im Februar 2018 startete das Online-Projekt WERTE LEBEN – ONLINE, bei dem sich Jugendliche für mehr Respekt, Toleranz und Mitgefühl im Netz stark machen.

Im Februar 2018 präsentierten sich die Medienanstalten unter Federführung der NLM mit ihren Projekten mit dem Schwerpunkt Medienkompetenz auf der Bildungsmesse didacta in Hannover.

Die im August 2018, gemeinsam von 22 niedersächsischen Medienunternehmen und der NLM, im Schloss Herrenhausen veranstaltete Media Night Hannover, präsentierte den Medienstandort Niedersachsen.

Im Dezember 2018 wurde zum 24. Mal der Niedersächsische Medienpreis zur Förderung der Medienvielfalt und publizistischen Qualität im Rundfunk an Journalisten der privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter sowie niedersächsischen Bürgersender verliehen. Zwei Schülerinnen erhielten zudem den Sonderpreis Schul-Internetradio.



## Landesanstalt für Medien NRW

Anstalt des öffentlichen Rechts

Zollhof 2 | 40221 Düsseldorf  
 Tel.: 0211/770070 | Fax: 0211/727170  
 info@medienanstalt-nrw.de |  
 www.medienanstalt-nrw.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>22.756.475</b>	<b>18.065.000</b>	<b>18.392.000 €</b>
Rundfunkbeitrag	16.773.565	15.323.000	15.435.000 €
sonstige Einnahmen (ohne Wertsteigerungen)	1.479.617	696.000	815.000 €
aus Rücklagen/Haushaltsresten	4.503.293	2.046.000	2.142.000 €
<b>Ausgaben</b>	<b>20.540.637</b>	<b>18.065.000</b>	<b>18.392.000 €</b>
Personalkosten (ohne Rückstellung Altersversorgung)	6.636.345	7.006.000	7.461.000 €
Sachkosten	3.999.687	4.307.000	3.939.000 €
Förderung Bürgermedien Fernsehen/Hörfunk	1.419.571	1.400.000	1.273.000 €
Technikförderung	494.270	845.000	32.000 €
Förderung Medienkompetenz und Ausbildung	1.855.563	2.266.000	2.096.000 €
sonstige Förderungen	2.019.351	2.040.000	2.608.000 €
Rücklagen/Haushaltsreste	4.115.850	201.000	983.000 €
<b>Mitarbeiter</b>	<b>65</b>	<b>69</b>	<b>70</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

### Rechtsgrundlagen

– Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) in der Fassung vom 8. Mai 2018

– Rechtsgrundlagen, die für alle Landesmedienanstalten Gültigkeit haben, siehe [www.die-medienanstalten.de/Service](http://www.die-medienanstalten.de/Service)  
 – Satzungen



## Struktur der Medienanstalt NRW

Die Landesanstalt für Medien NRW besteht aus zwei Organen: dem Direktor und der Medienkommission.

### Der Direktor

Direktor | Dr. Tobias Schmid

- Justiziarin und stv. Direktorin | Doris Brocker
- Regulierung | Doris Brocker
- Förderung | Mechthild Appelhoff
- Zentrale Dienste | Stephanie Jansen

### Mitglieder der Medienkommission

41 Mitglieder, Stand: 31. Dezember 2018

6. Amtsperiode: 27. Februar 2015 – Februar 2021

Vorsitzender | Prof. Dr. Werner Schwaderlapp

Landtag NRW Hermann-Josef Arentz, Christiane Bertels-Heering, Andrea Stullich MdL, Ernst-Wilhelm Rahe, Sabine Kelm-Schmidt, Henning Höne MdL, Sven W. Tritschler MdL, Stefan Engstfeld | Evangelische Kirchen in NRW Volker König | Katholische Kirche Ulrich Lota | Landesverbände der jüdischen Kultusgemeinden von Nordrhein und Westfalen/Synagogen-Gemeinde Köln Zwi Hermann Rappoport | DGB NRW Julia Bandelow | Gewerkschaft ver.di, Landesbezirk NRW, Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) Udo Milbret | DJV-NRW Ulrike Kaiser | Arbeitgeberverbände NRW/Nordrhein-Westfälischer Handwerkstag Dr. Frank Wackers | Landesrektorenkonferenz NRW/Landesrektorenkonferenz der Fachhochschulen NRW Prof. Dr. Hartmut Ihne | Landesverband der Volkshochschulen NRW/ Gesprächskreis für Landesorganisationen der Weiterbildung NRW Dr. Christoph Hantel | Landesmusikrat NRW/Bundesverband bildender Künstlerinnen und Künstler NRW/Kulturrat NRW Stephan Brüggenthies | Filmbüro NW/Film- und Medienverband NRW e.V. Herbert Schwing | LAG Lokale Medienarbeit NRW e.V./



Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) Dr. Christine Ketzler | Landesverband Bürgerfunk NRW e.V. (LBF)/Interessenverein gemeinnütziger Rundfunk im Lande NRW, Landesverband Gemeinnütziger Bürgermedien e.V. (IGR)/Landesarbeitsgemeinschaft Bürger- und Ausbildungsmedien NRW e.V. (LABAM)/Campusradio NRW e.V. Jürgen Mickley | Arbeitsgemeinschaft der Spitzenverbände der freien Wohlfahrtspflege NRW Andreas Johnsen | Frauenrat NRW/LAG der Familienverbände NRW Andrea Höhmann | Deutscher Kinderschutzbund NRW/Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) Marlis Herterich | Landesjugendring NRW Roland Mecklenburg | Sozialverband Deutschland NRW/ Sozialverband VdK NRW Peter Jeromin | Landesseniorenvertretung NRW Jürgen Jentsch | Verbraucherzentrale NRW/LAG der Verbraucherverbände Dr. Iris van Eik | Landessportbund NRW Stefan Klett | Anerkannte Naturschutzverbände NRW Rainer Polke | Landesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Migrantenvertretungen NRW Engin Sakal | Landesbehindertenrat NRW e.V. Getrud Servos | Vereinigung der Industrie- und Handelskammern NRW e.V. Prof. Dr. Werner Schwaderlapp | Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)/eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. Dr. Isabel Tilly | Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen e.V. (ZVNRW) Carsten Dicks | Alevitische Gemeinde Deutschland e.V. Ufuk Cakir | DBB NRW Beamtenbund und Tarifunion Andreas Bartsch | Europa-Union NRW Kirsten Eink | Landesarbeitsgemeinschaft Lesben in NRW e.V./Schwules Netzwerk NRW e.V. Caroline Frank | Verband Deutscher Schriftsteller (VS) Gitta Edelmann | Mitglied gem. § 93 Abs. 5 LMG NRW Michael Rubinstein

## Arbeitsschwerpunkte

**Zulassungen und Zuweisungen** – Im Bereich des Fernsehens lag auch in 2018 ein Schwerpunkt auf gestreamten Angeboten

und deren Zulassungspflicht. Zur Verbreitung ausschließlich über das Internet wurden den Angeboten Gronkh/Gronkh TV, Domradio.de, BVB total!, Rewinside sowie 83metoo/Oli jeweils Zulassungen erteilt. Demgegenüber wurde die Beschränkung der Verbreitung des bereits zugelassenen Programms Sportdeutschland.TV über das Internet aufgehoben. Im Übrigen wurden die Zulassungen von Comedy Central (vormals VIVA), des Fensterprogramms RTL West sowie des Regionalprogramms City Vision verlängert.

Änderungen von Beteiligungsverhältnissen wurden bei den Veranstaltern der bundesweiten Programme TOGGGO plus, Disney Channel, Sportdeutschland.TV und Sporttotal.tv für unbedenklich erklärt.

Im Hörfunk wurde dem Hörfunkspartenprogramm MEHR! Radio eine Zulassung für den Ballungsraum Düsseldorf/Rheinschiene erteilt sowie die Zulassung des Lokalradios im Kreis Soest mit entsprechendem Rahmenprogramm verlängert. Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen wurden bei dem Rahmenprogrammanbieter radio NRW für unbedenklich erklärt. Angesichts der wachsenden Bedeutung von DAB+ auch in NRW hat die Landesanstalt für Medien NRW Anfang Oktober 2018 eine Bedarfsabfrage (Call for Interest) durchgeführt, um auf deren Grundlage eine bedarfsgerechte Beantragung der Zuordnung von Übertragungskapazitäten beim Ministerpräsidenten vorzubereiten.

**Plattformregulierung** — Neben der Begleitung der Volldigitalisierung und Abschaltung der analogen Kabelnetze von NetCologne war die Landesanstalt für Medien NRW 2018 u. a. mit Anzeigen privilegierter Plattformanbieter, Belegungsfragen bereits angezeigter Plattformen sowie mit dem Zero-Rating-Angebot Vodafone Pass der Vodafone GmbH sowohl unter Netzneutralitäts- als auch Plattformgesichtspunkten befasst.

**Medienkompetenz** — Die Medienkompetenzförderung setzte 2018 einen Schwerpunkt im Bildungsbereich. Die medienbezogene Ausbildung von Kindern und Jugendlichen wurde im Rahmen der Projekte klicksafe, Internet-ABC, Handysektor und die Medienscouts NRW unterstützt.

Die EU-Initiative klicksafe beschäftigte sich im Rahmen des Safer Internet Day 2018 beispielhaft mit dem Thema „Alles unter Kontrolle?!“ und der Frage, wie selbstbestimmt und souverän Jugendliche mit dem Internet und aktuellen Herausforderungen wie Cybermobbing und Fake News umgehen.

In Zusammenarbeit mit dem Medienkompetenzrahmen NRW wurde die Verankerung des Projektes Internet-ABC in die Schulstrukturen NRWs 2018 ausgebaut.

Durch einen neuen inhaltlichen Fokus, ausschließlich an Jugendliche adressiert, und den Relaunch der Website richtet sich das Projekt Handysektor seit Sommer 2018 noch stärker nach den Interessen und Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe aus.

Auch 2018 gehörte die Etablierung des Medienscouts NRW-Projekts in die kommunalen Strukturen zu den Hauptzielen. Dafür

erhielten die bereits teilnehmenden Medienscouts-Schulen ein Fortbildungs- und Vernetzungsangebot, etwa mit kostenlosen Aufbauworkshops zu den Themen „Revitalisierung der schulischen Scoutarbeit“ und „Hate Speech und Cybermobbing“. Ein weiterer Schwerpunkt der Projektarbeit lag bei dem sogenannten Train-the-Trainer-Programm. Hierbei wurden lokale Fachkräfte qualifiziert, die den Schulen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Mit Fortbildungs- und Dialogangeboten fördern sie die schulübergreifende Vernetzung der Scouts und Lehrkräfte untereinander und bilden in Eigenregie Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte an neuen Schulen aus. Seit dem Projektstart 2011 wurden über 3.120 Schülerinnen und Schüler zu Medienscouts qualifiziert sowie mehr als 1.400 Beratungslernkräfte ausgebildet. Insgesamt nehmen in NRW derzeit 747 Schulen aus 50 von 53 Kreisen und kreisfreien Städten am Projekt Medienscouts NRW teil.

Darüber hinaus informierte und qualifizierte die Landesanstalt für Medien NRW 2018 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Eltern. 2018 hat die Initiative Eltern+Medien 750 Eltern Veranstaltungen für über 17.000 Eltern in NRW durchgeführt. Neben dem Kernprojekt arbeitete die Landesanstalt für Medien NRW mit 20 Partnereinrichtungen in ganz NRW zusammen, die unter dem Dach der Initiative Eltern+Medien ebenfalls Veranstaltungen für Eltern durchführten.

Insgesamt versendete die Landesanstalt für Medien NRW 2018 auf Anforderung knapp 1,34 Millionen Publikationen zzgl. Downloads.

**Medienpolitik und –ökonomie** – Die Landesanstalt für Medien NRW brachte im Berichtsjahr ihre Vorstellungen und Erfahrungen aus der vielfaltssichernden Regulierungspraxis in die aktuelle Diskussion zum Entwurf eines Medienstaatsvertrages ein. Dabei spielte verstärkt auch das Monitoring von vielfaltsverengenden Faktoren bei und die Beeinflussung der Meinungsbildung durch Medienintermediäre eine Rolle.

Die zunehmende Verlagerung von Werbedudgets in digitale Geschäftsmodelle beeinflusst die Wertschöpfungskette anderer Medienformate und bedroht in Teilen ihre Finanzierungsgrundlage. Folglich galt es zu hinterfragen, ob dies mit negativen Auswirkungen auf die Medienvielfalt verbunden sein könnte.

Auch die Debattenkultur im Netz hat sich geändert, doch das Internet ist kein rechtsfreier Raum. „Verfolgen statt nur Löschen“ ist eine nordrhein-westfälische Initiative für mehr Selbstbewusstsein bei der Rechtsdurchsetzung im Netz. Durch die Vernetzung relevanter Akteure, wie bspw. Strafverfolgungsbehörden, Medienaufsicht und Medienhäuser, und durch die gemeinsame Arbeit wurde in 2018 ein deutliches Zeichen gegen Recht- und Rücksichtslosigkeit und für Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt im Internet gesetzt.



Beauftragt mit dem Projekt „Hörfunklandschaft NRW 2022“ durch die Staatskanzlei, hat die Landesanstalt für Medien NRW eine Studie zur Entwicklung des Hörfunkmarktes in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse auf einer Informationsveranstaltung am 25. September 2018 vorgestellt wurden.

**Forschung** – Die Landesanstalt für Medien NRW hat ihre 2016 und 2017 in Auftrag gegebene Befragung zur Wahrnehmung von Hassrede im Internet im Juni erneut durchgeführt und dabei um zwei Aspekte erweitert. Die wesentlichen Ergebnisse im Überblick:

- Die Wahrnehmung von Hassrede ist weiterhin ein gesamtgesellschaftliches Problem – und hat sogar zugenommen (über alle Altersstufen hinweg).
- Weiterhin sind 14 – 24-Jährige überdurchschnittlich häufig betroffen.
- Der Anteil derjenigen, die einen Hasskommentar gemeldet haben, ist gestiegen; ebenso der Anteil derjenigen, die kritisch auf einen Hasskommentar geantwortet haben.
- Weiterhin gilt: Nur 1 Prozent der Befragten, die bereits Hassrede im Internet wahrgenommen haben, haben schon einmal einen Hasskommentar verfasst.

Mit der praxisorientierten Handreichung „Hasskommentare im Netz. Steuerungsstrategien für Redaktionen“ hat die Landesanstalt für Medien NRW einen 10-Punkte-Plan gegen Hassrede im Netz veröffentlicht. Er zeigt, wie Redaktionen

gegen Hasskommentare in ihren Online-Auftritten vorgehen können. Die Maßnahmen sind das Ergebnis eines Forschungsprojekts der Landesanstalt für Medien NRW, das mit Unterstützung der Google Germany GmbH umgesetzt wurde.

Neue Informationsintermediäre haben in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Um die Auswirkungen dieser Entwicklung zu beobachten, hat die Medienanstalt im Jahr 2018 ein regelmäßiges Forschungsmonitoring Informationsintermediäre gestartet. Die Monitorings erscheinen viermonatlich und erfassen deutsch- und englischsprachigen Forschungsaktivitäten, die sich mit den Effekten der Intermediäre auf die öffentliche Meinungsbildung auseinandersetzen.

**Programmaufsicht** – Im Jahr 2018 gingen bei der Landesanstalt für Medien NRW Hinweise und Beschwerden zu 145 Fernsehangeboten, 304 zu Internetseiten, davon 35 zum Jugendschutz und 269 zur Impressumspflicht und Werbung, und 24 zu Radiosendungen ein. Daneben führten stichprobenartig durchgeführte Analysen in einigen Fällen dazu, dass Prüfverfahren eingeleitet wurden. Im Bereich der Medienaufsicht wurde Verstößen gegen die Werbekennzeichnung in sozialen Netzwerken (Influencer-Marketing) sowie gegen die Vorschriften zur Anbieterkennzeichnung nachgegangen.

Influencer Marketing und Fragen der korrekten Kennzeichnung von Werbung waren erneut vorherrschende Themen der Berichterstattung über Trends bei YouTube

und Co. Wie in anderen Medien (TV, Radio, Print) auch, besteht in Sozialen Medien und im Netz die Verpflichtung, werbliche Inhalte eindeutig zu kennzeichnen. Die Medienanstalten haben hier zur Unterstützung der Influencer die sog. „Kennzeichnungsmatrix“ herausgegeben.

**Bürgermedien** – Das Bürgerfernsehen, der Bürgerfunk und der Campus-Rundfunk – das sind die drei gesetzlich bestimmten Formen der Bürgermedien in NRW. Sie ermöglichen Bürgern, sich an der Schaffung von Inhalten in Medien zu beteiligen und tragen so zur Ausbildung ihrer Demokratie- und Medienkompetenz bei. Mit der gemeinsamen Bürgermedienplattform werden die Bürgermedien NRW in der digitalen Welt verankert und die Auffindbarkeit der bürgermedialen Produktionen verbessert.

Darüber hinaus wird in NRW ein digitales Qualifizierungsangebot entwickelt, um zeitlich und räumlich unabhängiges Lernen zu ermöglichen.

**Journalismus-Lab Vor Ort NRW** – Vor Ort NRW, das Journalismus-Lab der Landesanstalt für Medien NRW, setzt sich ein für die Stärkung und Vielfalt des Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen. 2018 stand die Förderung journalistischer Startups im Mittelpunkt. Das eigens zu diesem Zweck neu entwickelte Förderprogramm Reinvent Local Media umfasste diverse mehrtägige Veranstaltungen (Local Media Innovation Day, Idea Sprint, Hackathon) sowie eine zweiwöchige Startup School und ein mehrmonatiges Fellowship. Vor Ort NRW fördert darü-

ber hinaus innovative Medienprojekte und Weiterbildungsangebote und hat bereits zum dritten Mal Preise für herausragende lokaljournalistische Projekte in NRW vergeben. In den Kategorien „Innovatives Format im Lokalen“ sowie „Neue Stimme im Lokalen“ wurden Projekte ausgezeichnet, die Lokaljournalismus mithilfe neuer Technologien erlebbar machen. Vor Ort NRW informiert regelmäßig per Website, Newsletter und soziale Medien über Trends und Erfolgsbeispiele im Lokaljournalismus.

**Veranstaltungen** – Die Landesanstalt für Medien NRW veranstaltete im Jahr 2018 erneut eine Vielzahl von Tagungen, Workshops und Preisverleihungen, u. a.: die Medienversammlung zum Thema „Algorithmen und Künstliche Intelligenz: Magie mit (medialen) Nebenwirkungen“ (20. Juni 2018) und den Fachtag „Hassrede im Internet – Prävention und Strafverfolgung“ (27. Juni 2018). Sie stellte in der Bundespressekonferenz Berlin die Studie samt Handreichung zum Thema „Don’t Feed the Trolls: Zehn konkrete Moderationsmaßnahmen für Online-Redaktionen gegen Hassrede im Netz“ vor (26. Juni 2018). Weitere Veranstaltungen (Auswahl):

Infoveranstaltung „Die Zukunft des Hörfunks“ (25. September 2018); Fachtagung zum Thema „Digitale Trends – alles im Gleichgewicht?“ (9. Oktober 2018).

NRW-Hörfunkpreis und Preis von „Vor Ort NRW“ (30. November 2018); Campusradio-Tag mit Preisverleihung (8. Dezember 2018).



## medienanstalt rlp

Anstalt des öffentlichen Rechts

Turmstr. 10 | 67059 Ludwigshafen  
 Postfach 217263 | 67072 Ludwigshafen  
 Tel.: 0621/52020 | Fax: 0621/5202152  
 mail@lmk-online.de | www.lmk-online.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Erlöse</b>	<b>8.397.796</b>	<b>8.779.000</b>	<b>8.500.000</b>
Rundfunkbeitrag	7.516.870	7.467.000	7.544.948
sonstige Erträge	880.926	1.312.000	955.052
<b>Aufwendungen</b>			
Zulassung/Aufsicht	1.672.398	1.799.415	1.690.520
Medienkompetenz/Offene Kanäle	4.400.033	4.623.652	4.603.680
Rundfunktechnik/Technik Offene Kanäle	2.259.511	2.355.933	2.205.800
Zuführung zu Rücklagen	65.854		
<b>Mitarbeiter (inkl. Auszubildende)</b>	<b>45</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
Auszubildende	5	5	5

<sup>1</sup> in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss (inkl. 5 Mitarbeiter für EU-Projekte), 2018 und 2019 lt. Wirtschafts- bzw. Stellenplan (ohne Mitarbeiter für EU-Projekte)

### Aufgaben

- Aufsicht Telemedien
- Zulassung, Beratung und Aufsicht der privaten Rundfunkveranstalter
- Regelung der Belegung der Kabelnetze in RLP und Aufsicht über deren Betreiber
- Förderung Offener Kanäle
- Förderung der landesrechtlich gebotenen technischen Infrastruktur zur terrestrischen Versorgung des Landes

- Initiierung und Begleitung von Projekten im Bereich Medienkompetenz

### Rechtsgrundlagen

- Landesmediengesetz (LMG) Rheinland-Pfalz in der Fassung vom 19. Dezember 2018
- Rechtsgrundlagen, die für alle Landesmedienanstalten Gültigkeit haben
- Satzung der medienanstalt rlp

## Struktur der medienanstalt rlp

Die medienanstalt rlp besteht aus zwei Organen: dem Direktor und der Versammlung.

### Der Direktor

Direktor | Dr. Marc Jan Eumann

Stv. Direktor und Justitiar | Harald Zehe

- Gremienbüro, Fragen der Medienkonvergenz, Haushalt und Finanzen, Veranstaltungsorganisation, Besucherbetreuung | Johannes Graßl
- Justitiariat, Zulassung und Aufsicht, Verwaltung und Rechtsangelegenheiten | Harald Zehe
- Technik | Joachim Lehnert
- Medienkompetenz, OK-TV, Kommunikationsforschung, BZBM, MKFS | Peter Behrens
- medien+bildung.com gGmbH | Katja Friedrich
- Presse und Kommunikation | Dr. Verena Wottrich

### Die Versammlung

Vorsitzender | Albrecht Bähr

Stv. Vorsitzende | Ruth Scherer

Stv. Vorsitzender | Dr. Bernhard Braun

42 Mitglieder, Stand 31. Dezember 2018

8. Amtsperiode: November 2017 – November 2022

Landtag Rheinland-Pfalz (RLP) | Dr. Bernhard Braun MdL, Josef Dötsch MdL, Matthias Joa MdL, Marlies Kohnle-Gros MdL, Daniel Schäffner MdL, Astrid Schmitt MdL, Steven Wink MdL | Städtetag RLP | Frank Frühauf | Landkreistag RLP | Dr. Susanne Ganster | Gemeinde- und Städtebund RLP | Ralph Spiegler | Katholische Bistümer in RLP | Prof. Dr. Thomas Weißer | Evangelische Kirchen im Lande RLP | Dr. Michael Gärtner | Landesverband der Jüdischen Gemeinden von RLP | Dimitrij Kelman | Deutscher Gewerkschaftsbund – Landesbezirk RLP/Saarland | Nils Dettki | ver.di – Landesbezirk RLP-Saarland (DAG) | Monika-Katharina Böss | Deutscher Beamten-



bund RLP | Torsten Bach | Landesvereinigung Untermervverbände RLP | Dr. Alexander Dombrowsky | Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern RLP | Ruth Scherer | Arbeitsgemeinschaft der Handwerkskammern RLP | Anja Obermann | Arbeitsgemeinschaft der Bauernverbände RLP | Karin Bothe-Heinemann | Landesverband Einzelhandel RLP | Dr. Hanno Scherer | Verband der Zeitungsverleger in RLP und Saarland | Anne Laubenheimer | Südwestdeutscher Zeitschriftenverleger-Verband | Wolfgang Haas | Deutscher Journalistenverband – Landesverband RLP | Andreas Ganter | ver.di – Landesbezirk RLP Saarland (IG Medien/Fachgruppe Journalismus) | Anna Langensiepen | Landesverband der Freien Berufe RLP | Arnulf Klein | Landesjugendring RLP | Wolfgang Knauer | Landeselternbeirat RLP | Birgit Scharp | Landesfrauenbeirat beim Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz des Landes RLP | Dr. Agnes Allroggen-Bedel | Landesarbeitsgemeinschaft der Familienverbände RLP | Günther Gremp | Landessportbund RLP | Karin Beckhaus | Landesbeirat für Weiterbildung in RLP | Elisabeth Vanderheiden | Verbraucherzentrale RLP | Lore Herrmann-Karch | Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland – Landesgeschäftsstelle RLP | Heidelind Weidemann | Deutscher Kinderschutzbund – Landesverband RLP | Jeanette Rott-Otte | QueerNet RLP e.V. | N. N. | Liga der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege RLP | Albrecht Bähr | Landesfachbeirat für Seniorenpolitik beim Ministerium für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demographie RLP | Herman-Hartmut Weyel | Beauftragter der Landesregierung für Migration und Integration | Miguel Vicente | Verband Deutscher Sinti und Roma – Landesverband RLP | Judith Delfeld | Verbände aus den Bereichen Kunst und Kultur | Hans Otto Lohrengel | Verbände aus dem Bereich der Behinderten einschließlich der Kriegsopfer und ihrer Hinterbliebenen | Richard Dörzapf | Vertreter der Landesregierung (gem. § 40 Abs. 1 Satz 2 LMG) | Dr. Harald Hammann



## Arbeitsschwerpunkte der medienanstalt rlp 2018

### **Amtsantritt Dr. Marc Jan Eumann** —

Im April 2018 trat Dr. Marc Jan Eumann sein Amt als Direktor der medienanstalt rlp an. Der promovierte Historiker arbeitete zuletzt als Staatssekretär für Europa und Medien in der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen. Er löste Renate Pepper ab. Den programmatischen Fokus der Medienanstalt legt er auf drei Bereiche: 1) die Weiterentwicklung des technischen Kinder- und Jugendmedienschutzes, 2) die Bekämpfung von Hass im Netz und 3) Medienkompetenz- und Medienbildungsprojekte.

**Aufsicht und Lizenzen** — Eine Kernaufgabe der medienanstalt rlp ist es, private Radio- und Fernsehveranstalter sowie Telemedien zu lizenzieren und ihre Programme zu beaufsichtigen. In 2018 befasste sie sich mit Hinweisen auf „Live-Streamer“, bei denen die Frage der Lizenzpflicht und die Jugendschutzrelevanz ihrer Inhalte im Vordergrund des Aufsichtsinteresses standen.

Zudem erhielt die Medienanstalt 2018 Hinweise auf Beiträge des Formats „Sat.1-Frühstücksfernsehen“. Zuschauer monierten die Nichtbeachtung des Gebots der Sachlichkeit. Auch wenn keine Verstöße festgestellt wurden, machte die Medienanstalt den Veranstalter vorsorglich auf die Wahrung einer sachlichen Berichterstattung aufmerksam.

Des Weiteren beanstandete sie im Programm Sat.1 vier Dauerwerbesendungen, die nicht entsprechend der gesetzlichen

Vorgaben angekündigt wurden. Sat.1 teilte diese Rechtsauffassung nicht und klagte vor dem VG Neustadt/Weinstraße, jedoch ohne Erfolg. Die rechtliche Bewertung der Werbefälle ist von grundsätzlicher Bedeutung, sodass Sat.1 Sprungrevision gegen alle vier Urteile eingelegt hat. Die medienanstalt rlp hat dem zugestimmt und erwartet die Entscheidungen des BVerwG in 2019.

Bezüglich eines Werbespots für das Online-Spielcasino wunderino.de im Programm Sat.1 führte die medienanstalt rlp ein Verfahren, bei dem werbliche Problematiken geahndet wurden. Der Spot enthielt direkte Kaufappelle, die die Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit von Kindern und Jugendlichen ausnutzten und ihren Interessen schaden. Da der Spot bei mehreren Veranstaltern ausgestrahlt wurde, stimmten die zuständigen Medienanstalten das Vorgehen ab. Ebenfalls abgestimmt ging die medienanstalt rlp, wie auch andere Medienanstalten, gegen einen Werbespot für das Glücksspielangebot „Lottoland“ vor, dessen Ausstrahlung gegen glücksspielrechtliche Regelungen verstieß. Die Beanstandung wurde vom VG Neustadt/Weinstraße im Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes bestätigt. Das Hauptsacheverfahren dauert noch an.

Die juristische Auseinandersetzung um die Frage, ob ein Veranstalter während der laufenden Lizenzperiode bei unverändertem Programmangebot berechtigt ist, die zulassende Medienanstalt zu wechseln, wurde 2018 fortgesetzt. Die medienanstalt rlp hatte gegen die Lizenzerteilung für das Programm Sat.1 durch die MA HSH geklagt. Das VG Schleswig hatte ihre Klage abgewiesen.

Hiergegen hatte die medienanstalt rlp Berufung eingelegt. Im November 2018 fand die mündliche Verhandlung vor dem OVG Schleswig statt. Dieses hatte die Berufung der medienanstalt rlp zurückgewiesen. Die Urteilsgründe liegen noch nicht vor.

Nachdem der Veranstalter des Programms Sat.1 die 2017 erteilten Zulassungen für Sendezeit für unabhängige Dritte im Programm Sat.1 angefochten hatte, hat das VG Neustadt/Weinstraße die Klage abgewiesen. Die Drittsendezeitverpflichtung des Hauptprogrammveranstalters, wie auch das Vergabeverfahren und die Auswahlentscheidung der medienanstalt rlp, wurden bestätigt. Der Hauptprogrammveranstalter legte Berufung beim OVG Rheinland-Pfalz ein.

**DAB-Versorgung** – Die medienanstalt rlp unterstützt private Hörfunkveranstalter bei der Frage zukünftig relevanter Verbreitungswege. Dazu gehört, die DAB-Versorgung in Rheinland-Pfalz zu verbessern. In 2018 beauftragte die medienanstalt rlp eine Infrastrukturkostenanalyse. Die umfangreiche Studie stellt potentiellen Veranstaltern verlässliche Zahlen für den DAB-Betrieb in Abhängigkeit der Größe des Versorgungsgebietes zur Verfügung. Des Weiteren erarbeitete die Medienanstalt einen technischen Bericht mit zwei potentiellen Umsetzungsszenarien auf Basis von drei und vier Regionalgebieten sowie einer lokalen Bedeckung. Im Rahmen des Runden Tisches „Radio in Rheinland-Pfalz“, den die Medienanstalt mit der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz durchführte, zeigten die privaten Rundfunkveranstalter grundsätzliches Interesse am Aufbau einer

privaten DAB-Versorgung. Die konkrete Ausgestaltung einer künftigen DAB-Versorgung wird nun vorgenommen.

**Bürgermedien** – Die rheinland-pfälzischen Bürgermedien, die Offenen Kanäle (OK-TV), stärken die lokale und regionale Kommunikation, sichern Meinungsvielfalt und fördern somit das Demokratieverständnis im Land. In 2018 unternahm die medienanstalt rlp weitere Schritte, um die Zukunftsfähigkeit der OK-TV hinsichtlich ihrer Verbreitungswege zu gewährleisten. Fünf der neun rheinland-pfälzischen OK-TV werden nun auch über MagentaTV bundesweit verbreitet. Zudem sind sie ab Mai 2019 in HD-Qualität in den Kabelnetzen des Landes und über Internet zu sehen. Die Firma HL komm Telekommunikations GmbH wurde als Dienstleister zur Übertragung der neun Programmsignale ausgewählt. Sie übernimmt auch die Verbreitung der OK-TV im Internet sowie die Aufbereitung für MagentaTV. Die formalen und technischen Voraussetzungen für die HD-Umstellung wurden bereits 2018 erfolgreich abgeschlossen. Die technische Umsetzung erfolgt 2019 im Rahmen eines Betriebstests.

Das Format des „Stadtratsfernsehens“ erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit. Eine Fachtagung zur Übertragung von Stadtratssitzungen bildete 2018 den Startschuss für den Transfer des demokratiefördernden Konzeptes auf andere OK-TV Standorte in Rheinland-Pfalz.

Den jährlich stattfindenden OK-TV Tag feierten im April 2018 knapp 230 ehrenamtliche OK'ler in Trier. Auch die Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz Dr. Katha-

rina Barley feierte mit. In ihrer Ansprache lobte sie das ehrenamtliche Engagement im Bürgerfernsehen und betonte dessen große Bedeutung für die Meinungsvielfalt.

**Forschung** — Um auf Entwicklungen der Medienlandschaft fundiert und faktenbasiert reagieren zu können, erhebt der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) (getragen von den Medienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sowie dem SWR) regelmäßig unabhängige Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. 2018 feierte der mpfs das 20-jährige Jubiläum der JIM-Studie, die zu einem verlässlichen Gradmesser der Mediennutzung Zwölf- bis 19-Jähriger geworden ist. Während einer Jubiläumstagung im November 2018 ließ der mpfs 20 Jahre Forschung zur Mediennutzung Jugendlicher Revue passieren und präsentierte die Ergebnisse der JIM-Studie 2018.

**Medienkompetenz** — Die Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz gehört seit Jahren zur DNA der medienanstalt rlp. Mit einer Vielzahl an Projekten sorgt sie dafür, dass Menschen sicher und kompetent in der digitalen Gesellschaft mitwirken können. So legte die EU-Initiative klicksafe (gemeinsames Projekt der medienanstalt rlp (Projektkoordination) und der Landesanstalt für Medien NRW) im Jahre 2018 zwei neue Unterrichtsmaterialien vor: Das Material „Selfies, Sexing, Selbstdarstellung“ widmet sich dem Thema Selbstdarstellung im Netz und den damit verbundenen Herausforderungen und Risiken. Mit dem Modul „Salafismus Online.

Propagandastrategien erkennen – Manipulation entgehen“ veröffentlichte klicksafe 2018, gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum jugendschutz.net, erstmals ein Unterrichtsmaterial, das sich mit religiös motiviertem Extremismus und dessen Prävention beschäftigt. Diese und andere klicksafe-Materialien waren auch 2018 wieder sehr gefragt. So wurden über das klicksafe-Bestellsystem mehr als 1,5 Millionen Materialien verschickt; ein neuer Bestellrekord. Die klicksafe-Webseite zählte 2018 knapp 3,4 Millionen Besucher und 178.000 Downloads.

Auch 2018 rief klicksafe Akteure und Institutionen in Deutschland dazu auf, sich eigenverantwortlich am Safer Internet Day (SID) zu beteiligen. Unter dem Motto „Create, connect and share respect: A better internet starts with you“ wurden rund 200 Veranstaltungen deutschlandweit durchgeführt. Klicksafe organisierte zum SID ein Presseevent zum Thema „Alles unter Kontrolle?!“, das von prominenten Unterstützerinnen und Unterstützern, wie Staatssekretär Dr. Ralf Kleindiek vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Schauspieler Tom Beck, Sänger Lukas Rieger und YouTuberin Christina Ann Zalamea, besucht wurde.

Auch das Thema Hate Speech wird in der medienanstalt rlp angegangen. Seit Dezember 2017 beteiligt sie sich am EU-Projekt SELMA, dessen Ziel es ist, präventiv gegen Hass im Netz vorzugehen. Im Dezember 2018 organisierte SELMA einen internationalen Hackathon in Berlin, an dem Jugendliche aus sechs europäischen Ländern gemeinsam an innovativen Ideen arbeiteten, die Hate Speech bekämpfen sollen.

Im Oktober 2018 gab die Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (MKFS) (getragen von den Medienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sowie dem SWR) gemeinsam mit dem Ministerium für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demografie des Landes Rheinland-Pfalz den Startschuss für das Projekt „Digital-Botschafterinnen und -Botschafter für Rheinland-Pfalz“. Bis 2021 sollen landesweit 70 bis 100 Ehrenamtliche ausgebildet werden, die Seniorinnen und Senioren bei der Teilhabe an der digitalen Welt unterstützen. Seit Projektstart haben sich bereits knapp 100 Menschen zur Ausbildung angemeldet und über 150 Personen ihr Interesse bekundet.

**medien+bildung.com** – Als Tochtergesellschaft der medienanstalt rlp ist die medien+bildung.com gGmbH darauf spezialisiert, die Medienbildung im Land und auch bundesweit voranzutreiben. Unter dem Titel „Code Breakers“ luden im August und September 2018 vier „Escape Rooms“ im Haus der Medienbildung in Ludwigshafen dazu ein, spielerisch Rätsel zu lösen und die Welt vor dem „Verlust des Internets“ zu retten. Insgesamt nahmen etwa 600 Kinder und Jugendliche teil. Die vier Escape Rooms sind in ihrer mobilen Version als Aktionskoffer verfügbar und werden regional und überregional stark nachgefragt.

Im Dezember 2018 feierte der Medienpädagogischer Erzieher/innen Club mec, gemeinsam mit der rheinland-pfälzischen Bildungsministerin Dr. Stefanie Hubig und Direktor Dr. Marc Jan Eumann, seinen 10. Geburtstag in Mainz. Innerhalb der letzten zehn

Jahre sorgte der mec dafür, dass die frühkindliche Medienbildung ein selbstverständlicher Teil der Arbeit von vielen Erzieherinnen und Erziehern in Rheinland-Pfalz wurde.

An der Medienbildungsmesse iMedia im Mai 2018 in Mainz und am 1. Digitalforum Rheinland-Pfalz im August in Ludwigshafen beteiligte sich medien+bildung.com jeweils mit einem MakerSpace. Dort konnten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren diverse Making- und Codingprojekte erproben. Parallel dazu erschien die Broschüre „Making + Coding in der Schule“.

Im Rahmen des europäischen Projekts „MEET“ diskutierten im Juni 2018 80 europäische Expertinnen und Experten auf Einladung der Landesvertretung Rheinland-Pfalz und der medienanstalt rlp in Berlin zum Thema Medienbildung für Fairness, Toleranz und Demokratie. Seit September 2018 steht das „MEET-Toolkit“ Lehrerinnen und Lehrern in deutscher, englischer und französischer Sprache zur Verfügung.

Seit Februar 2018 ist das Informationsportal alvivi.net im Netz. Das von medien+bildung.com redaktionell betreute Portal bietet Geflüchteten, Zugewanderten und Helfern konkrete Hilfestellungen, Checklisten und Informationen.

Im August 2018 war medien+bildung.com beim ersten Gemeinschaftsstand Rheinland-Pfalz auf der gamescom vertreten. Getragen wurde der Stand durch die medienanstalt rlp und die Initiative GameUp! der Hochschule Trier. Anlässlich der gamescom erschien auch das neue Methodenheft „Spielend lernen“.





## Landesmedienanstalt Saarland (LMS)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Medienzentrum

Nell-Breuning-Allee 6 | 66115 Saarbrücken

Postfach 110164 | 66070 Saarbrücken

Tel.: 0681/38988-0 | Fax: 0681/38988-20

info@LMSaar.de | www.LMSaar.de

Facebook: @landesmedienanstalt | Twitter: @LMS\_direkt

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>2.453.863</b>	<b>2.530.400</b>	<b>2.556.000</b>
Rundfunkbeitrag	2.219.500	2.219.400	2.213.000
Leistungserlöse	25.513	35.000	26.000
sonstige Einnahmen	208.849	276.000	317.000
<b>Ausgaben</b>	<b>2.453.863</b>	<b>2.530.400</b>	<b>2.556.000</b>
Medienstandortförderung	198.009	200.000	200.000
Medienkompetenz	122.609	220.000	210.000
allg. Personalausgaben	1.632.681	1.663.700	1.765.300
allg. Sachausgaben (inkl. Rückst., Zinsen, a. o. Aufwend.)	427.878	463.200	476.200
Forschung	0	40.000	10.000
Bürgerrundfunk	0	0	0
Abschreibungen	83655	80.000	82.000
Ausgaben für gemeinsame Aufgaben + Organisationen	198.217	187.000	182.000
Zuführung (+) zur bzw. Entnahme (-) aus der Rücklage <sup>2</sup>	-209.187	-323.500	-369.500
<b>Mitarbeiter<sup>3</sup></b>			
Zulassung/Aufsicht/Verwaltung	16	16	16
Medienkompetenz	3	3	3
Auszubildende	4	4	4

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

2 Ergebnisverwendung

3 volle Stellen

## Struktur der LMS

Organe der LMS sind gem. § 55 Abs. 4 SMG der Direktor und der Medienrat.

---

### Der Direktor

Direktor | Uwe Conradt

---

Stellvertretender Direktor | Dr. Jörg Ukrow  
Büroleiterin und Pressesprecherin | Viola Betz

---

Personal, Verwaltung, Projektmanagement | Michael Scholl  
Justitiariat | Petra Wolf-Müller  
Europaangelegenheiten, Jugendmedienschutzrecht | Dr. Jörg Ukrow  
Programm, Jugendschutz, Medienforschung | Werner Röhrig  
Medienkompetenz | Karin Bickelmann

---

### Der Medienrat

Vorsitzender | Prof. Dr. Stephan Ory

---

8. Amtsperiode: 1. Januar 2015 – 31. Dezember 2018  
40 Mitglieder nach entsendenden Organisationen/  
Stellen

---

Landesregierung Prof. Dr. Stephan Ory (Vorsitzender) | CDU-Landtagsfraktion Ruth Meyer | SPD-Landtagsfraktion Sebastian Thul | Die Linke Landtagsfraktion Dagmar Ensch-Engel | AFD-Landtagsfraktion Rudolf Müller | Interregionaler Parlamentarierrat Alexander Miesen | Evangelische Kirche Wolfgang Klein | Katholische Kirche Hartmut Junkes | Synagogengemeinde Erika Hügel | Saarländischer Integrationsrat Patrizio Maci | Staatliche Hochschulen des Saarlandes Prof. Wolfgang Mayer | Landessportverband für das Saarland Karl-Heinz Groß | Saarländische Lehrerschaft Stefan Nagel | Landesjugendring Saar Martin Rybak | Arbeitsgemeinschaft katholischer Frauenverbände im Saarland Mar-




---

cella Hien | Arbeitsgemeinschaft Evangelische Frauenhilfe im Saarland Edel Mihm | Frauenrat Saarland Dr. Annette Keinhorst | Saarländische Familienverbände Allwit Gerritsmann | Deutscher Gewerkschaftsbund – Landesbezirk Saar Thomas Schulz | Deutscher Beamtenbund – Landesverband Saar Dr. Horst Günther Klitzing | Verband der freien Berufe des Saarlandes e.V. TR Werner M. Schmehr | Vereinigung der Saarländischen Unternehmensverbände e.V. Martin Schlechter | Industrie- und Handelskammer des Saarlandes Dr. Mathias Hafner | Handwerkskammer des Saarlandes Claus Ochner | Landwirtschaftskammer des Saarlandes Dr. Hans Werner Wagner | Arbeitskammer des Saarlandes Petra Baltes | Saarländischer Städte- und Gemeindegtag Klaus Lorig | Landkreistag Saarland Dr. Theophil Gallo | Saarländische Journalistenverbände Herry Schmitt | Landesausschuss für Weiterbildung Monika Steffen-Rettenmaier | Landesakademie für musisch-kulturelle Bildung e.V. Hermann Josef Hiery | Saarländische Natur- und Umweltschutzvereinigungen Aribert von Pock | Liga der Freien Wohlfahrtsverbände Günther Batschak | Behindertenverbände im Saarland Barbara Kronenberger | Verbraucherzentrale des Saarlandes e.V. Martin Nicolay | Landesarbeitsgemeinschaft Pro Ehrenamt e.V. Martina Westhäuser | Lesben- und Schwulenverband Frank Biehler | CDU-Landtagsfraktion Stefan Thielen | SPD-Landtagsfraktion Isolde Ries (stv. Vorsitzende)

---

### Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die LMS ist eine Anstalt des öffentlichen Rechts mit dem Recht zur Selbstverwaltung und Sitz in Saarbrücken. Sie ist für die Zulassung von privaten Hörfunk- und Fernsehveranstaltern im Saarland sowie für die Aufsicht über deren Programme und auch über Telemedien zuständig. Die LMS setzt sich für die Vermittlung von Medienkompetenz ein und



steht darüber hinaus als Ansprechpartnerin bei Fragen zu neuen Medien zur Verfügung. Zu ihren Aufgaben gehört ferner die Entwicklung des Medienstandortes Saarland, die Förderung neuer Techniken und Verfahren der Rundfunkübertragung sowie die Ausbildung von Mediengestaltern Bild und Ton.

Als einzige Landesmedienanstalt ist die LMS auch zuständig für die Untersagung des Veranstaltens und Vermitteln nicht nach § 4 Absatz 5 GlüStV erlaubter öffentlicher Glücksspiele in Telemedien sowie das Verbot von Werbung für unerlaubtes öffentliches Glücksspiel und unerlaubte gewerbliche Spielvermittlung im Rundfunk und in Telemedien. Insoweit wirkt die LMS mit an der AG Aufsicht der Glücksspielreferenten der Länder.

Rechtsgrundlagen für die Arbeit der LMS sind im Bereich der Rundfunk- und Telemedienaufsicht u. a. das Saarländische Mediengesetz (SMG), zuletzt geändert durch Gesetz vom 16. Mai 2018, und Rechtsgrundlagen, die für alle Landesmedienanstalten Gültigkeit haben (s. [www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)). Für den Bereich der Glücksspielaufsicht der LMS sind der Glücksspielstaatsvertrag und das saarländische Ausführungsgesetz zu diesem Staatsvertrag besonders bedeutsam.

### Arbeitsschwerpunkte der LMS

**Novelle des SMG stärkt Kompetenzen der LMS gegenüber Intermediären** \_ Der saarländische Gesetzgeber hat anlässlich der Umsetzung des sogenannten Medienprivilegs der Datenschutz-Grundverordnung der EU das SMG u. a. dahingehend ergänzt, dass

Anbieter großer sozialer Netzwerke nun im Saarland zur Berufung eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten verpflichtet sind. Diese neu begründete Pflicht besteht für die Anbieter sozialer Netzwerke, deren Angebote sich auch auf das Saarland richten und die im Saarland mindestens 50.000 registrierte Nutzer haben. Sie haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen und auf ihrer Plattform in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam zu machen. An diese Person können Zustellungen in Verfahren nach dem Saarländischen Mediengesetz, dem Rundfunkstaatsvertrag oder dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag wegen der Verbreitung rechtswidriger Inhalte bewirkt werden. In Folge dieser bislang bundesweit einzigartigen Regelung wurden die großen Anbieter sozialer Netzwerke wie Google, Facebook, Twitter und Instagram auf diese Rechtspflicht aufmerksam gemacht und erste Absprachen zur Umsetzung in die Wege geleitet.

**Aufsicht Telemedien** \_ Im Bereich des Jugendmedienschutzes waren zwei Fälle u. a. im Rahmen von KJM-Verfahren anhängig. Weitere vier im Rahmen einer Recherche zu extremistischen Inhalten gesichtete Angebote wurden direkt den Strafverfolgungsbehörden übermittelt.

Im Rahmen von Social Media Screenings, insbesondere von Angeboten sogenannter Influencer, hat die LMS mehrere Fälle, in denen Impressumverstöße und Verstöße gegen die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung festzustellen waren, erfolgreich

abgeschlossen. Um die rechtswidrigen Zustände im Netz effektiver zu unterbinden, wurden Verwarnungsgelder ausgesprochen.

Um Privatnutzer wie professionelle Anbieter dabei zu unterstützen, ihre Angebote korrekt zu kennzeichnen, hat die LMS im Februar 2018 einen „Leitfaden zur Impressumspflicht in sozialen Medien und auf Webseiten“ veröffentlicht. Er wird laufend ergänzt und weiter fortgeschrieben.

**Glücksspielaufsicht** – Die LMS war in 2018 maßgeblich an der Entwicklung einer gemeinsamen Position zur Unzulässigkeit der TV-Werbung für den marktmächtigsten illegalen Zweitlotterianbieter „Lottoland“ zwischen Glücksspiel- und Medienaufsicht und an deren Umsetzung in Bescheidform beteiligt. Die LMS wirkte 2018 zudem an einer Arbeitsgruppe der Glücksspielreferenten der Länder zur Fortentwicklung der Glücksspielregulierung auf Fachebene mit, wobei sie federführend einen Regelungsvorschlag zur Einführung von IP-Blocking als Vollzugsinstrument konzipierte.

**Zulassungen und Zuweisungen** – Der Funkhaus Saar GmbH wurden am 08. März 2018 die UKW-Hörfunkfrequenzen Saarlouis 99,0 MHz und St. Wendel 92,6 MHz zur Ausstrahlung ihrer 24-stündigen Hörfunkvollprogramme „City Radio Saarlouis“ und „Radio St. Wendel“ mit dem Schwerpunkt lokale und regionale Information zugewiesen. Der Start der beiden Hörfunkprogramme ist für das erste Quartal 2019 geplant.

Die Zuweisung der von der LMS am 30. August 2018 zur Neuzuweisung ausgeschriebenen landesweiten UKW-Frequenzkette mit der Hauptfrequenz Saarbrücken-Schöpsberg 101,7 MHz erfolgte am 06. Dezember 2018 erneut an die RADIO SALÜ – Euro-Radio Saar GmbH, die als alleinige Bewerberin einen Antrag eingereicht hatte. Die Veranstalterin nutzt die Frequenzkette bereits seit dem 31. Dezember 1989. Die Neuzuweisung gilt für die Dauer von 10 Jahren.

**Hörfunk-Programmanalyse** – Ende 2018 wurde dem Medienrat der LMS die Programmanalyse 2018 der sieben im Saarland zugelassenen und über UKW verbreiteten Radioprogramme präsentiert. Sie zeigt erneut, dass die Stärken von Radio in der Aktualität und der Regionalität der Inhalte liegen. Die Ergebnisse zur Exklusivität der Informationen belegen darüber hinaus den publizistischen Beitrag, den der Hörfunk zur Schaffung einer vielfältigen Medienlandschaft leisten kann.

**Medienkompetenz** – Das im Vorjahr eingeführte interaktive Live-Format „Online-Elternabend: Medienwelt heute – Digitale Medien im Familienalltag“ wurde 2018 regelmäßig mit aktuellen Schwerpunktthemen durchgeführt. Eltern und pädagogische Fachkräfte haben bei einer live übertragenen Internetkonferenz Gelegenheit, dem Team der LMS Fragen rund um das Thema Medien-erziehung zu stellen.

Mit der neuen Medienkompetenzkampagne „Die goldenen Medienregeln“ geben die Identifikationsfiguren „Medienmiese“ und

„Medientaucher“ Eltern und Kindern anhand vier verschiedener Poster wichtige Regeln zur bewussten Mediennutzung an die Hand.

Gemeinsam mit dem saarländischen Ministerium für Bildung und Kultur hat die LMS das Projekt „Medienkomp@ss“ der rheinland-pfälzischen Kollegen ins Saarland transferiert. Lehrkräfte erhalten vielfältige Anregungen für die konkrete Umsetzung im Unterricht sowie Hinweise auf weitere Zusatzmaterialien.

**Zentrum für digitale Kompetenz** – Entdecken, Erleben, Staunen und Informieren: Um den Menschen die Chancen der Digitalisierung verständlich zu machen, hat die LMS zwei „LMS-Betaräume“ eingerichtet, in denen VR-Brillen, AR-Angebote, Social Media Apps, Coding-Anwendungen u. v. m. getestet werden können. Interessierte aller Altersstufen haben zu den wöchentlichen Besuchszeiten die Möglichkeit, sich in den beiden Räumen auf eine Erlebnisreise in die Welt der digitalen Medien zu begeben.

**Ausbildung** – Die LMS ist Ausbildungsbetrieb für Mediengestalter Bild und Ton. Im Berichtsjahr schloss erneut einer der LMS-Mediengestalter seine Ausbildung als Landesbesten ab.

**Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit** – Anlässlich des Safer Internet Day im Februar 2018 informierten die Arbeitskammer des Saarlandes und die LMS über Digitale Sprachassistenten und Wearables. Das Saarland war auch auf der re:publica in Berlin präsent. Beim Saarlandempfang

präsentierte die LMS u. a. das Projekt Doppel-Einhorn, das sich in sozialen Medien und im öffentlichen Raum für Demokratie und Meinungsfreiheit und gegen Hass und Hetze einsetzt.

Der Saarländische Journalistenverband (SJV), die Siebenpfeiffer-Stiftung in Homburg/Saar und die LMS luden anlässlich des Internationalen Tages der Pressefreiheit am 03. Mai 2018 zur Veranstaltung „Demokratie und Medien – Journalismus in der digitalen Welt“ mit Expertinnen und Experten aus Journalismus und Medienunternehmen ein.

Unter dem Motto „Digitalisierung: Mut und Verantwortung“ fand am 23. Mai 2018 (Verfassungstag) der dritte LMS-Medienabend in Saarbrücken statt. LMS-Direktor Uwe Conradt und Prof. Dr. Stephan Ory, Vorsitzender des Medienrates, konnten den Ministerpräsidenten des Saarlandes, Tobias Hans, die Saarlandbotschafterin und Google-Managerin Annette Kroeber-Riel und zahlreiche Gäste aus Medien, Kultur, Politik und Gesellschaft begrüßen.

Bei einem LMS-Mediengespräch „Das wird man doch noch sagen dürfen“ diskutierten Dr. Alexander Filipović von der Hochschule für Philosophie in München, Kirchenrat Frank-Matthias Hofmann und LMS-Direktor Uwe Conradt gemeinsam mit Prof. Axel Buchholz über „Sprache in den Medien zwischen Political Correctness und Verrohung“.

Ob Algorithmen eine Gefahr für die freie Meinungsbildung darstellen können, erörterten Experten bei einem verbraucherpolitischen Forum des saarländischen Verbraucherschutzministeriums und der LMS in der Vertretung des Saarlandes in Berlin.

Anlässlich des 80. Jahrestages der Reichspogromnacht lud die LMS am 9. November 2018 zu einer Fachveranstaltung ein zum Thema „Antisemitismus, Rassismus und Rechtsextremismus in den Medien“.

**Saarbrücker Medienimpulse** – Ausschnitte aus Veranstaltungen, Statements und Interviews zu Themen aus der Medienwelt werden regelmäßig im Portal Saarbrücker Medienimpulse veröffentlicht: [www.medienimpulse.de](http://www.medienimpulse.de). Die LMS und ihre Projekte sind außerdem auf Facebook, Twitter, Instagram und YouTube präsent.

**Social Media, App und Web-Report** – Mit dem Social Media, App- und Web-Report bietet die LMS seit März 2018 einmal im Monat kompakte Informationen zu wichtigen digitalen Medienangeboten. Als Beispiel für ein Monitoring-Instrument wurde der Report im Dezember 2018 auf dem DLM-Workshop Algorithmen präsentiert.

**Programmbeschwerde.de** – Das Portal [www.programmbeschwerde.de](http://www.programmbeschwerde.de) der Medienanstalten erfuhr im Jahr 2018 den höchsten Zuspruch seit Bestehen. Das Beschwerdeteam der Landesmedienanstalt Saarland (LMS) bearbeitete insgesamt 2.122 Fälle (s. a. Seite 15)

Das Portal wurde 2018 grafisch und funktional überarbeitet und bietet neben dem Beschwerdetool auch übersichtlich aufbereitete Informationen zu Regulierung und Aufsicht.

**Förderung des Medien- und Filmstandortes** – Seit 1999 führt die LMS die Geschäfte der [Saarland Medien GmbH](http://www.saarlandmedien.de), die gemeinsam von Saarland und LMS gegründet wurde. Schwerpunkte bilden u. a. die Förderung von Filmproduktionen sowie die institutionelle Förderung von kommunalen Kinos und Festivals. Die Saarland Medien betreut zudem den Location und den Production Guide Großregion.

2018 übernahm die Gesellschaft zudem die saarländische Gamesförderung. Im Dezember 2018 wurde erstmals der Game Award Saar vergeben.

Im Verein MedienNetzwerk SaarLorLux e. V. haben sich 20 Wirtschaftsunternehmen ebenso wie Einrichtungen der öffentlichen Hand in der Großregion die Förderung einer engeren und effizienteren Kooperation im Medienbereich zum Ziel gesetzt.

Folgende Projekte wurden 2018 im Einzelnen betreut:

- „Onlinerland Saar“ als die größte saarländische Internetqualifizierungsinitiative
- die „Virtuellen Mehrgenerationenhäuser“
- die Initiative „#DoppelEinhorn“ für Demokratie und Meinungsfreiheit
- die virtuelle Landesausstellung „Das ERBE on Tour“ – zu 250 Jahren Bergbaugeschichte
- das Projekt „Media & Me – Backstage bei Medienberufen“, das dem Medien Nachwuchs in der Großregion eine strukturierte, grenzüberschreitende Berufsorientierung anbietet.



## Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Ferdinand-Lassalle-Straße 21 | 04109 Leipzig

Tel.: 0341 / 22590 | Fax: 0341 / 2259199

info@slm-online.de | www.slm-online.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>6.668.569</b>	<b>6.583.414</b>	<b>7.321.427</b>
Rundfunkbeitrag	6.224.213	6.372.505	6.354.115
sonstige Einnahmen <sup>2</sup>	444.356	210.909	967.312
<b>Ausgaben</b>			
Zulassung und Aufsicht	3.059.472	3.045.300	3.020.970
SAEK		1.570.000	1.520.000
Forschung	253.311	182.000	242.000
Verbreitungsförderung Lokalveranstalter Fernsehen und Radio	768.618	957.000	1.020.000
Sonstiges	523.741	353.414	889.957
sonstige Förderungen <sup>3</sup>	212.325	274.200	420.500
NKL	181.042	201.500	208.000
<b>Stellen</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>20</b>

1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Haushaltsplan

2 Kostenerlöse, sonstige Erträge und Entnahmen aus Haushaltsplan Rücklagen

3 Förderungen von innovativen medienpädagogischen Projekten, Jugendschutz, Medienkonvergenz, Mediendiensten, kurzfristigen Förderprojekten sowie ergänzende kulturelle Filmförderung

## Struktur der SLM

Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Sitz in Leipzig.

Sie hat zwei Organe: Den Medienrat als Beschlussgremium der Landesanstalt und die mit Initiativrechten ausgestattete Versammlung.

### Der Medienrat

**Präsident** | Michael Sagurna

**Vizepräsidentin** | Grit Wißkirchen

Eva Brackelmann

Prof. Dr. Markus Heinker, LL. M.

Prof. Dr. Rüdiger Steinmetz

### Die Versammlung der SLM

**Vorsitzende** | Brunhild Fischer (Familienverbände)

**Stellvertreter** | Christoph Lötsch (Reservistenverband), David Statnik (Verbände der Sorben)

### Weitere Mitglieder

**Arbeitslosenverband** Ronald Lässig | **Bauernverbände** Gerd Köhler | **Deutscher Beamtenbund** Nannette Seidler | **Deutscher Gewerkschaftsbund** Michael Kopp | **Europäische Bewegung** Gisela Clauß | **Evangelische Kirche** Mira Körlin | **Fraktionen im Sächsischen Landtag – CDU-Fraktion** Aline Fiedler | **Fraktionen im Sächsischen Landtag – SPD-Fraktion** Gerhard Pötzsch | **Fraktionen im Sächsischen Landtag – Fraktion Bündnis 90/ Die Grünen** Dr. Claudia Maicher | **Fraktionen im Sächsischen Landtag – Fraktion Die Linke** Juliane Nagel | **Fraktionen im Sächsischen Landtag – Fraktion AfD** Dr. Kirsten Muster | **Frauenverbände** Susanne Köhler | **Handwerksverbände** Claus Gröhn | **Industrie- und Handelskammern** Rita Fleischer | **IG Landeskulturverbände Sachsen** Benedikt Dyrlich, Sandra Strauß | **Israelitische**



**Kultusgemeinden** Kuf Kaufmann | **Kommunale Spitzenverbände – Sächsischer Landkreistag** André Jacob | **Kommunale Spitzenverbände – Sächsischer Städte- und Gemeindetag** Mischa Woitscheck | **Landessportbund** Christian Dahms | **Lehrer- und Hochschullehrerverbände** Jens Nelle | **Landesjugendring** Wencke Trumpold | **Römisch-Katholische Kirche** Michael Baudisch | **Staatsregierung** Dr. Matthias Heinze | **Umwelt- und Naturschutzverbände** Bernd Heinitz | **Verbände der Behinderten** Dr. Matthias Müller | **Verbände der freien Wohlfahrtspflege** Werner Scheibe | **Verbände der Selbständigen – Landesverband der Freien Berufe in Sachsen** Dr. Thomas Breyer | **Verbände der Vertriebenen** Friedrich Zempel | **Verbände der Volkskultur und Heimatpflege** Prof. Dr. Hans-Jürgen Hardtke | **Vereinigungen der Opfer des Nationalsozialismus und Stalinismus** Dr. Gustav Peinel | **Vertretung der Arbeitgeber** Sandra Lange

## Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) ist Trägerin der öffentlichen Interessen und Belange im privaten Rundfunk im Freistaat Sachsen. Sie versteht sich auch als zentraler Ansprechpartner für die Belange des lokalen und regionalen Rundfunks in Sachsen und der Telemedien in Jugendmedienschutzfragen. Sie genehmigt und beaufsichtigt als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland die privaten Hörfunk- und Fernsehangebote im Freistaat.

Unter dem Dach der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) wirkt die SLM auch an der Gestaltung der bundesweiten Rundfunklandschaft mit.





Die Aufgaben der SLM ergeben sich aus § 28 Abs. 1 Sächsisches Privatrundfunkgesetz. Dieses wurde zuletzt geändert durch das Gesetz vom 11.12.2018 (SächsGVBl. S. 810).

### Arbeitsschwerpunkte der SLM

**Medienkompetenz und Jugendmedienschutz** — Mit dem Ziel, die Medienkompetenz als Werkzeug gegen Hass, Stimmungsmache und Manipulation im Netz zu schulen, förderte die SLM 2018 mit rund 60.000 Euro vier Projekte. Alle hatten zum Ziel, die Themen Hate Speech und Fake News im Netz so zu verbinden, dass Jugendliche ab 14 Jahren dazu einen kritischen und sicheren Umgang entwickeln und beidem souverän entgegen treten können. Daneben wurde eine Handreichung für die pädagogische Praxis entwickelt.

Die besten Medienkompetenzprojekte Sachsens mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen in Schule und Freizeit wurden auch 2018 mit dem Medienpädagogischen Preis ausgezeichnet. Das Sächsische Kultusministerium stellt gemeinsam mit der SLM eine jährliche Preissumme von 15.000 Euro zur Verfügung. Der Wettbewerb fand in einer kurzweiligen Preisverleihung im großen Kinosaal der Schauburg Dresden seinen Höhepunkt, an der rund 250 Gäste teilnahmen. Sonderthema des Wettbewerbs 2018 war „Konzepte für digitale Bildungsräume“.

Die bewährten und geschätzten Einrichtungen der Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanäle (SAEK) erfuhren 2018 eine Neuausrichtung. Als Pilotprojekt „MPZplus“ wurde anstatt des SAEK Torgau eine

Kooperationsvereinbarung zwischen dem Sächsischen Kultusministerium, dem Landkreis Nordsachsen und der SLM mit dem Ziel geschlossen, die Medienkompetenzvermittlung mehrerer Akteure miteinander zu verbinden. Darüber hinaus hat das SAEK mobil seine Arbeit im Juli 2018 begonnen. Auch die inhaltliche Schwerpunktsetzung wurde verändert – zukünftig wird es noch mehr Angebote für Erwachsene und Senioren geben; vor allem sollen auch Familien in ihrem Umgang mit Medien mit hilfreichen Tipps und praktischen Handhabungen unterstützt werden. Zudem wurde die Ausbildungstechnik auf den neuesten Stand gebracht.

Die SLM führte zudem zahlreiche Informationselemente durch, die sich mit dem Fernsehkonsum der Jüngsten und dem sicheren Einstieg von Kindern ins Internet beschäftigten. Im Focus stand auch der Medienkonsum der Eltern, welche sich damit ihrer starken Vorbildfunktion bewusst werden sollten.

Für rund 400 Kinder und deren Lehrer fanden zudem die Jugendmedienschutztage statt, die sich der Bedeutung der Kennzeichnung medialer Produkte widmeten. Die sächsischen Sachverständigen der FSK erarbeiteten mit den Kindern anhand der Kriterien für eine FSK-Freigabe den Unterschied zwischen einer Altersfreigabe und einer Altersempfehlung. Überraschend war, dass die Kinder die Einstufungen in der Regel strenger bewerteten als die FSK und damit den tatsächlichen Wirkungsvermutungen medialer Angebote auf Kinder und Jugendliche näher waren.

In Zusammenarbeit mit dem Verein mediaLEpraxis wurden Workshops für Schülerinnen und Schüler bzw. Lehrerinnen und Lehrer realisiert, die sich mit Fragen des Jugendmedienschutzes – insbesondere bei mobilen Endgeräten – befassten.

Die FLIMMO-Erstklässleraktion war ebenfalls Teil der öffentlichen Arbeit der SLM. Im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung mit dem Sächsischen Staatsministerium für Kultus wurden 2018 an 747 Schulen im Freistaat rund 36.700 FLIMMO-Broschüren und Informationsmaterialien zum Internet-ABC ausgereicht.

**Fördermaßnahmen** – Die SLM konnte auch 2018 das Förderprogramm für die sächsischen Lokal-TV-Veranstalter fortsetzen, mit dem die Versorgung des Freistaates Sachsen mit qualitativ hochwertigen lokalen und regionalen Fernsehprogrammen gesichert werden soll. Um an dem Förderprogramm teilnehmen zu können, musste das Programm nach bestimmten Kriterien betraut werden.

Einen weiteren Beitrag zur Medienvielfalt leistete die SLM, indem sie 2018 bereits im zweiten Jahr auch die nichtkommerziellen Rundfunkveranstalter in Sachsen unterstützte. Möglich wurde das durch eine Initiative des Gesetzgebers, der den Weg für eine Förderung ebnete. Die Zuwendungen der SLM wurden seitens der Veranstalter vor allem dafür genutzt, die vorrangig ehrenamtlich organisierte Sendetätigkeit zu koordinieren und die vorhandene Technik für den Sendebetrieb zu modernisieren.

Seit 2017 wurde in Sachsen eine Cross-media-Schulung für die sächsischen Lokalfernsehveranstalter initiiert, die im November 2018 ihren Abschluss fand. In acht zweitägigen Modulen wurden intensiv Themen wie Mobile Reporting, Grundlagen der visuellen Gestaltung, Medienrecht und -ökonomie behandelt. Realisiert wurde diese Maßnahme von der Leipzig School of Media (LSoM) und der Fernseh Akademie Mitteldeutschland (FAM).

Darüber hinaus förderte die SLM auch 2018 die Signalisierung sächsischer Fernsehsender über das Lokal-TV-Portal. Haushalte, die ihr Programm über Satellit mit HbbTV-konformen Geräten empfangen (Smart-TV), können so auch die Sendungen lokaler Fernsehsender schauen. Ziel ist eine Verbesserung der Auffindbarkeit der Programme.

Die sächsischen privaten Hörfunkwellen erhielten auch 2018 eine Förderung der Fallzahlauflösung für die Media Analyse (MA). Diese durch die Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (ag.ma) in zwei Erhebungswellen erhobenen Reichweitenzahlen für den Hörfunk in Deutschland gelten als die entscheidende Wirtschaftsgröße für die Radiosender. Ohne die Unterstützung der SLM würden die Zahlen in einem grobmaschigen Verfahren erhoben, welches der sächsischen Radiolandtschaft nur bedingt gerecht wäre. Mit einem engeren Befragungsraster werden die Zahlen aussagekräftiger.

Innovative, vielversprechende Filmprojekte unterstützt die SLM im Rahmen der ergänzenden kulturellen Filmförderung. Von den 17 im Jahr 2018 eingereichten Anträgen kamen acht in den Genuss einer Förderung.

Einmalig für den Medienstandort Sachsen ist, dass in den letzten Jahren bereits fünf regionale Fernsehveranstalter Ko-Produktionen mit sächsischen Filmproduzenten realisiert haben und damit auch das Interesse gestiegen ist, die von der SLM geförderten Filme in den regionalen Fernsehprogrammen auszustrahlen.

Die Qualität der Förderfilme ist lobenswert, was durch die zahlreichen Festivalteilnahmen deutlich wird, so wie beispielsweise der Dokumentarfilm von Florian Kuhnert „Fortschritt im Tal der Ahnungslosen“, welcher in der Forum Reihe der Berlinale 2019 seine Weltpremiere haben wird. Mit Standing Ovations feierte der Förderfilm „Wenn wir erst tanzen“ von Dirk Liening, Dirk Heth und Olaf Winkler auf dem Cottbusser Film Festival Weltpremiere.

Die Themen der Förderfilme sind häufig nahe am politischen Geschehen, wie beispielsweise der Dokumentarfilm „Dresden backboard – Die Mission der Lifeline“ über das Seenotrettungsschiff „Lifeline“, produziert von der Dresdner Firma ravir film GbR.

**Forschung und Publikationen** – Die SLM führte auch 2018 einige Forschungsprojekte mit dem Ziel durch, gesicherte Informationen über die inhaltliche Entwicklung privater Rundfunkprogramme, über die Nutzung, Rezeption und die Wirkung verschiedener Angebote sowie über die ökonomischen, technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen im dualen Rundfunksystem zu erhalten.

Die jährlich durchgeführte Empfangs- und Reichweitenanalyse Lokal-TV in Sachsen

konnte auch 2018 wieder mit aussagekräftigen Ergebnissen die Arbeit der SLM unterstützen. Von der INFO GmbH Berlin realisiert, zeigte die Studie auch im Berichtsjahr wieder, dass das lokale Fernsehen in Sachsen einen festen Seherkreis hat.

Erstmals wurde die Reichweitenanalyse durch eine Zusatzstudie ergänzt, die in vier moderierten Gruppendiskussionen die Relevanz und Akzeptanz von Lokal-TV in Sachsen eruieren sollte. Diese Gruppendiskussionen wurden an zwei sächsischen Standorten durchgeführt (Görlitz und Plauen) – jeweils Orte, an denen viele Jahre etablierte Sender Programm für die Region ausgestrahlt haben, aus wirtschaftlichen Gründen aber vor einiger Zeit ihren Geschäftsbetrieb aufgeben mussten. Inzwischen haben andere Veranstalter die Sendelizenzen übernommen. Die Erhebung hat bestätigt, dass lokale Fernsehveranstalter als glaubwürdige und gern genutzte Quelle für Informationen aus der unmittelbaren Region stehen und als sympathisch und authentisch wahrgenommen werden. Lokales Fernsehen trägt zur Identifikation und Verbundenheit der Zuschauer mit der Region bei.

Im Auftrag der SLM befragte weiterhin die Gesellschaft für Marktanalyse und Strategie mbH – MAS Partners die sächsische Bevölkerung zum Thema Digitalradio. Die Anfang 2018 erhobenen Daten wurden mit einer ersten Studie aus dem Jahr 2016 verglichen. Ergebnis der Studie ist, dass die Nutzung von DAB+ in Sachsen deutlich gestiegen ist und unterdessen jeder fünfte den digitalen Radioempfang nutzt.

**Wettbewerbe/Preise** — Zwölf hochwertige und überzeugende Beiträge aus dem sächsischen Lokal- und Regionalfernsehen konnten auch 2018 mit dem Sächsischen Leistungspreis Lokal-TV ausgezeichnet werden. Dieser Preis stellt eine Auszeichnung für Beiträge derjenigen sächsischen Veranstalter dar, die besonderen Wert auf Qualität legen und innovativen Formaten Raum in ihrem Programm einräumen.

Im Rahmen der Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (AML) fanden durch TLM, Medienanstalt Sachsen-Anhalt und SLM eine Vielzahl von gemeinsamen Aktivitäten statt. Unter anderem wurde zum 14. Mal der Rundfunkpreis Mitteldeutschland in den Sparten Fernsehen, Hörfunk und Bürgermedien ausgelobt, welcher eine besonders originelle und engagierte Berichterstattung in und über die drei Bundesländer würdigen soll. Für die Preise in den Kategorien Hörfunk und Fernsehen wurde zudem ein Sonderpreis „Nachhaltigkeit – wie geht das?“ ausgelobt. Hier wurden Beiträge prämiert, welche sich in besonderer Weise mit dem Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz, vor allem in Bezug auf die lokale Ebene, beschäftigten. Die Verantwortung für die Sparte Bürgermedien lag dabei im Jahr 2018 bei der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, für die Sparte Hörfunk bei der TLM und für das lokale Fernsehen bei der SLM.

Darüber hinaus gab es auch 2018 ein von den drei Landesmedienanstalten gemeinsam organisiertes Mitteldeutsches Medien-

camp im Thüringer Wald. Für Kinder zwischen 10 und 16 Jahren galt es eine Woche lang „Medien machen“.

**Veranstaltungen** — Auch 2018 realisierte die SLM wieder eine Vielzahl an Veranstaltungen und Fachtagen.

Anfang Mai 2018 wurden in Leipzig die „Medientage Mitteldeutschland“ durchgeführt – der Branchentreff für aktuelle Fragen und Tendenzen auf dem Medienmarkt. Diese gelungene Fachveranstaltung fand wieder in der media city leipzig statt.

Zum inzwischen vierten Mal wurde der Lokal-TV-Kongress am Schwielowsee bei Potsdam gemeinsam von den fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten mmv, Medienanstalt Sachsen-Anhalt, TLM, SLM sowie der mabb, welche die Federführung für diesen Kongress übernommen hat, realisiert. Die Veranstaltung war sehr erfolgreich und zog zahlreiche Besucher des lokalen Fernsehens, Fachleute und Gremienmitglieder sowie Mitarbeiter der Landesmedienanstalten an. Im Vordergrund stand auch der fachliche Austausch.

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „SLM im Gespräch“ fand unter anderem im Oktober 2018 eine Diskussion zum Thema „Der Wert der Pressefreiheit“ statt. Kooperationspartner waren die Sächsische Landeszentrale für politische Bildung und die Katholische Akademie. Im Podium diskutierten Journalisten und Fachleute, inwiefern die Pressefreiheit in Sachsen gefährdet ist.

# Medienanstalt Sachsen-Anhalt

## Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Anstalt des öffentlichen Rechts

Reichardtstraße 9 | 06114 Halle/Saale  
Tel.: 0345/5255-0 | Fax: 0345/5255-121  
info@medienanstalt-sachsen-anhalt.de |  
www.medienanstalt-sachsen-anhalt.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>5.056.561</b>	<b>4.927.500</b>	<b>4.925.700</b>
Rundfunkgebühren/Rundfunkbeitrag	4.301.880	4.330.900	4.294.000
sonstige Einnahmen	754.681	596.600	631.700
<b>Ausgaben</b>			
Zulassung und Aufsicht	3.008.730	2.929.200	2.939.200
Offene Kanäle	1.010.257	1.023.600	1.022.300
NKL	370.340	367.600	371.700
Medienkompetenz und Forschung	450.629	392.300	440.100
Technikförderung	216.605	214.800	152.400
<b>Mitarbeiter</b>	<b>23,5</b>	<b>23,5</b>	<b>24</b>

<sup>1</sup> in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 und 2019 lt. Wirtschaftsplan

## Struktur der Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Die Organe der Medienanstalt sind die Versammlung und der Vorstand. Die Versammlung setzt sich aus 25 ehrenamtlich tätigen Vertretern relevanter gesellschaftlicher Gruppen zusammen. Ein drei Personen umfassender Vorstand, wird aus der Mitte der Versammlung gewählt. Beiden Organen weist das MedienG LSA unterschiedliche Aufgabenzuständigkeiten zu. Zur Aufgabenerledigung bedienen sich die Organe einer Geschäftsstelle. Leiter der Geschäftsstelle ist der Direktor. Dieser führt die laufenden Geschäfte der Medienanstalt im Auftrag des jeweils zuständigen Organs und vollzieht dessen Beschlüsse.

### Versammlung der Medienanstalt Sachsen-Anhalt

5. Amtsperiode der Versammlung: 11. November 2015 – 29. Oktober 2021

#### Vorstand

- **Vorsitzender** | Markus Kurze (CDU Sachsen-Anhalt)
- **1. Stv. Vorsitzende** | Annkatrin Valverde (Bauernbund Sachsen-Anhalt e. V.)
- **2. Stv. Vorsitzender** | Prof. Dr. Konrad Breitenborn (Landesheimatbund e. V.)

#### Fachausschüsse

- **Recht** | Ellen Schultz (Deutscher Mieterbund, LV Sachsen-Anhalt)
- **Haushalt und Finanzen** | Hans-Jörg Paul Schuster (Gesamtverband Handwerk e. V.)
- **Programm** | Albrecht Steinhäuser (Evangelische Landeskirchen)

↓

↓

#### weitere Mitglieder der Versammlung

Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände Sachsen-Anhalt Dirk Bartens | Bund Stalinistisch Verfolgter, Vereinigung der Opfer des Stalinismus Dr. Carl-Gerhard Winter | Bündnis 90/Die Grünen Sebastian Lüdecke | CDU Sachsen-Anhalt Daniel Sturm | Der Paritätische Sachsen-Anhalt Dr. Gabriele Girke | DGB Deutscher Gewerkschaftsbund Sachsen-Anhalt Bernhard Becker | DIE LINKE Sachsen-Anhalt Jan Wagner | Industrie- und Handelskammer Rolf Lay | Katholische Kirche Dr. Reinhard Grütz | Kinder- und Jugendring e. V. Olaf Schütte | Landesarbeitsgemeinschaft der Familienverbände Jutta Volkhammer | Landesfrauenrat Sachsen-Anhalt e. V. Ute Fischer | Landesnetzwerk Migranten Mamad Mohamad | Landesseniorenvertretung Detlef Hecke | LV der Verfolgten des Naziregimes e. V. Heidrun Humprecht | LV Jüdischer Gemeinden Sachsen-Anhalt Max Privorozki | SPD Sachsen-Anhalt Dr. Falko Grube | Tourismusverband e. V. Dr. Michael Ermrich | Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e. V. Andreas Arnsfeld

### Geschäftsstelle

Direktor | Martin Heine

– Stv. Direktor | Walter Demski

- **Verwaltung/Öffentlichkeitsarbeit** | René Händel
- **Recht** | Verena Schneider
- **Programm/Jugendmedienschutz** | Walter Demski
- **Technik** | Volker Jecht
- **Bürgermedien** | Ricardo Feigel
- **Medienkompetenzvermittlung** | Matthias Schmidt

### Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt ist eine unabhängige Anstalt des öffentlichen Rechts. Sie ist in Sachsen-Anhalt die zuständige Behörde für die Zulassung und Beaufsichtigung

privater Hörfunk- und Fernsehveranstalter sowie für die Aufsicht über Anbieter von Telemedien. Zudem fördert sie neben der rundfunktechnischen Infrastruktur die Bürgermedien (Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios) und unterstützt mit der Umsetzung verschiedener Projekte die Medienkompetenzförderung im Land.

Informationen zu den Rechtsgrundlagen der Medienanstalt Sachsen-Anhalt sind unter [www.medienanstalt-sachsen-anhalt.de](http://www.medienanstalt-sachsen-anhalt.de) abrufbar.

### Arbeitsschwerpunkte der Medienanstalt Sachsen-Anhalt 2017

**Rundfunk- und Internetaufsicht** – Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt wacht im privaten Rundfunk und im Internet über die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, wie etwa über die Werbe- und Programmgrundsätze. Eine ihrer wichtigsten Aufgaben ist die Aufsicht über den Kinder- und Jugendmedienschutz im privaten Rundfunk und in Telemedien in Sachsen-Anhalt. Länderübergreifender und einheitlicher Rechtsrahmen ist dabei der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Zur Erfüllung ihrer Aufgaben dient den Landesmedienanstalten die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt ist über ihren Direktor Martin Heine als ständiges Mitglied in der KJM vertreten. Innerhalb der KJM hat der Direktor zudem die Themenverantwortung für § 6 JMStV übernommen. Paragraph 6 JMStV regelt den Schutz von Kindern und Jugendlichen in Werbung und Teleshopping. Die Medienanstalt Sachsen-

Anhalt beteiligt sich zudem an verschiedenen bundesweiten Projekten zum Kinder- und Jugendmedienschutz, wie bspw. an der Jugendmedienselbstschutz-Plattform [www.juuuport.de](http://www.juuuport.de), an dem Elternratgeber FLIMMO ([www.flimmo.de](http://www.flimmo.de)), an der Initiative Erfurter Netcode ([www.erfurternetcode.de](http://www.erfurternetcode.de)), sowie an dem Internetratgeber Internet-ABC ([www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)). Ausgehend vom letztgenannten Angebot qualifizieren sich in Sachsen-Anhalt im Schuljahr 2018/2019 in einem gemeinsamen Pilotprojekt von Medienanstalt Sachsen-Anhalt und Bildungsministerium Sachsen-Anhalt erstmals zehn Schulen zu „Internet-ABC-Schulen“.

**Bürgermedien** – Sieben Offene Kanäle (Fernsehen) und zwei Nichtkommerzielle Lokalradios (NKL) mit terrestrischer Verbreitung repräsentieren in Sachsen-Anhalt den Bürgerfunk und stellen seit Jahren trotz bisweilen schwierigerem wirtschaftlichem Umfeld die lokale Vielfalt sicher. Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt unterstützt die Offenen Kanäle Dessau, Magdeburg, Merseburg-Querfurt, Salzwedel, Wernigerode, Stendal und Wettin sowie die NKL Radio Corax und radio hbw unter anderem bei der Digitalisierung und der Verbreitung von HD-Inhalten im TV-Bereich. Die Trägerschaft durch eingetragene Vereine, der gleichberechtigte Zugang und ausgeprägte lokale Verankerung sind die prägenden Werte der Bürgermedienlandschaft. Im Rahmen medienpädagogischer Projekte werden an allen Standorten Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz breiter Kreise der Bevölkerung konzipiert und durchge-

führt. In den Nichtkommerziellen Lokalradios produzieren ehrenamtliche Redakteure Programme, die sich als publizistische Ergänzung zu den Angeboten der kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Veranstalter verstehen.

**Netzwerk Medienkompetenz Sachsen-Anhalt** – Das Netzwerk Medienkompetenz Sachsen-Anhalt trägt mit seiner Gründung im März 2012 erfolgreich dazu bei, im Bereich der Medienkompetenzförderung Ideen zu bündeln, Erfahrungen auszutauschen sowie Lösungen für bestehende und zukünftige Herausforderungen im Bundesland zu erarbeiten. Das Netzwerk Medienkompetenz ist ein Projekt der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, der Landesregierung Sachsen-Anhalt sowie der BWSA GROUP. Nach erfolgreichen ersten Projektphasen sprachen sich die Projektinitiatoren und Träger für eine Weiterführung der Netzwerkstelle bis Ende 2018 aus. Akteure des Netzwerks sind sowohl Vereine, Initiativen und Selbständige als auch Erziehungs- und Bildungseinrichtungen, freie Träger der Kinder- und Jugendhilfe und sonstige Institutionen, die mit medienpädagogischen Fragestellungen konfrontiert sind. Der Internetauftritt [www.medien-kompetenz-netzwerk.de](http://www.medien-kompetenz-netzwerk.de) mit dem Medienpädagogischen Atlas dient als Informations- und Austauschplattform für alle interessierten Bürgerinnen und Bürger.

Im Jahr 2018 unterstützte die Netzwerkstelle Akteure bei der Durchführung von Veranstaltungen, Fortbildungen und Vorträgen zum Thema Medienbildung und Medienerziehung. Außerdem präsentierte sich das

Netzwerk auf unterschiedlichen Fachmessen mit eigenen Ständen und bot in dessen Rahmen Beratungsangebote für Heranwachsende, pädagogische Fachkräfte und Familien an. Mit dem thematischen Schwerpunkt „Datenschutz und Meinungsbildung“ veranstaltete die Netzwerkstelle gemeinsam mit der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und dem Landesbeauftragten für den Datenschutz im Herbst 2018 die [5. Fachkonferenz Medienkompetenz Sachsen-Anhalt](#). Bereits zum dritten Mal wurde im November 2018 der landesweite „Tag der Medienkompetenz Sachsen-Anhalt“ ausgerufen. Informationen zu den vielfältigen Aktionen der Kooperationspartner und die Ergebnisse sind auf der [Webseite der Kampagne](#) zu finden.

**Medienkompetenzzentrum (MKZ) und Medienmobile** – Mit seinem umfangreichen und offenen Seminarangebot bietet das MKZ den Bürgerinnen und Bürgern des Landes eine reichhaltige Themenauswahl zum Lernen in einer sich schnell und permanent entwickelnden Informations- und Wissensgesellschaft. Dazu gehören neben altersspezifischen Schulungen (u. a. Seniorenbildung, Workshops für Schülerinnen und Schüler) auch die gezielte Schwerpunktsetzung im Bereich der Multiplikatoren Ausbildung. Mit einer modernen technischen Ausstattung (Fernsehstudio, Computerschnittplätze für Audio und Video sowie Multimedia- und Internetlabor) verfügt das MKZ über die Voraussetzungen, um mit hochqualifizierten Lehrkräften eine hohe inhaltliche Qualität der 300 jährlich offerierten Schulungsangebote zu erreichen.



Seit 2001 verfolgen die Medienmobile der MSA den Ansatz der handlungsorientierten Medienarbeit und helfen Kindern und Jugendlichen bei der Umsetzung eigener Medienprojekte, zeigen wie Medien funktionieren, liefern Hintergrundwissen zum Mediensystem und regen zugleich die Auseinandersetzung mit der eigenen Mediennutzung an. In den Medienmobilprojekten werden die Heranwachsenden – unterstützt durch erfahrene MedienpädagogInnen – selbst zu Medienmachern und erstellen eigene Film-, Audio- oder Multimedia-Produkte.

In dem präventiven Projekt „Abgecheckt“ werden die bei Jugendlichen beliebten Internetangebote kritisch unter die Lupe genommen. Neue Internetdienste wecken meist schnell die Experimentierfreude bei Jugendlichen, was aber oft mit negativen Begleiterscheinungen (bspw. „Datenklau“, „Cybermobbing“) einhergeht. Hierbei werden die Erfahrungen in Form von Film- oder Audiobeiträgen aufgearbeitet. Aber auch Eltern haben einen hohen Bedarf an den Angeboten zur Medienerziehung, auf den die Medienanstalt mit thematischen Elternabenden reagiert.

**Medienportal Sachsen-Anhalt/ HbbTV/ HD im Kabel/ DVB-T** – Alle privaten Radio- und Fernsehprogramme sowie die Bürgermedien in Sachsen-Anhalt sind im Internet im Medienportal ([www.medienportal-msa.de](http://www.medienportal-msa.de)) gebündelt erreichbar. Darüber hinaus sind die TV-Programme über HbbTV per Satelliten-Link oder DVB-T2-Link über die aktualisierte Version des Lokal-TV-Portals per Inter-

net aufrufbar. Die Zugriffszahlen lagen 2018 bei über 700.000 Sessions pro Monat. Im Ergebnis sahen ca. 50 Prozent der Lokal-TV-Seher in Sachsen-Anhalt die Programme via Internet. Im Jahr 2018 wurde die Umstellung auf die HD-Verbreitung sowohl im Internet als auch im Kabel fast vollständig vollzogen. Durch die Digitale Dividende II haben die Veranstalter RAN 1, tv Halle und RBW ihre digital terrestrische Verbreitung via DVB-T auf neue Frequenzen umgestellt.

**Pilotprojekt Dynamische Konfiguration im Digitalradio** – Gemeinsam mit den privaten Veranstaltern aus Halle und Magdeburg und weiteren Partnern hat die Medienanstalt Sachsen-Anhalt das Pilotprojekt Dynamische Rekonfiguration im Digitalradio im September 2018 beendet. Dadurch wurde eine echte dynamische programmbezogene Regionalisierung von Nachrichten und Werbung – ähnlich UKW – in den privaten DAB+ Programmen von Radio Brocken und radio SAW erreicht. Diese dynamische programmbezogene Auseinandersetzung in jeweils vier regionalen Audioquellen unterscheidet sich klar von der dauerhaften Regionalisierung anderer Veranstalter.

**Digital Radio/UKW Sendernetzverkauf** – Der Digitalisierungsbericht der Medienanstalten 2018 bestätigt den positiven Trend, dass sich die Zahl der Personen, die Zugang zu einem DAB+-Empfänger haben, in Deutschland in den letzten fünf Jahren von 5,4 Mio. auf 12,7 Mio. mehr als verdoppelt hat. Im Hörfunkbereich dominiert noch der Empfang über UKW, gefolgt aber von DAB+

und Internetradio. In Sachsen-Anhalt verfügen bereits 17,2 Prozent der Haushalte über mindestens einen DAB+-Empfänger. Die Studie zur Fusion in die ma Audio konnte 2018 durch die agma nicht abgeschlossen werden. Die Privatsender erreichen beim Aufbau der Infrastruktur noch keine Flächendeckung wie der MDR oder der bundesweite Multiplex. Die DAB+-Kosten sind in Relation zu UKW zwar deutlich geringer, bei einer Simulcast-Verbreitung stehen den zusätzlichen Kosten für die DAB+-Verbreitung aber noch keine zusätzlichen Einnahmen aus der Werbung gegenüber. Durch den Verkauf des UKW-Sendernetzes durch die Media Broadcast an neue Marktteilnehmer konnten auch die privaten Programmveranstalter in Sachsen-Anhalt im Jahr 2018 ihr Radio-Kerngeschäft absichern.



## Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Steigerstraße 10 | 99096 Erfurt  
 Postfach 900361 | 99106 Erfurt  
 Tel.: 0361/211770 | Fax: 0361/211775  
 mail@tlm.de | www.tlm.de

### Personal und Finanzen <sup>1</sup>

	2017	2018	2019
<b>Einnahmen</b>	<b>5.179.330</b>	<b>5.168.834</b>	<b>5.491.802</b>
Rundfunkbeitrag	4.304.008	4.387.626	4.322.603
sonstige Einnahmen <sup>2</sup>	875.322	781.208	1.169.199
<b>Ausgaben</b>			
Zulassung/Aufsicht	2.983.596	2.963.241	3.206.252
Bürgermedien/Medienbildung	2.005.033	2.019.093	2.078.050
Technikförderung	190.701	121.500	197.500
Forschung	0	65.000	10.000
<b>Mitarbeiter/innen</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>31</b>

- 1 in Euro; 2017 lt. Jahresabschluss, 2018 lt. Haushaltsplan inkl. Anpassungen in der Fassung vom 23.10.2018, 2019 lt. Haushaltsplan
- 2 Kostenerlöse, sonstige Erträge und Entnahmen aus Rücklagen

### Besondere Aufgaben und Rechtsgrundlagen

Die Aufgaben der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) sind unter [www.tlm.de/die-tlm/aufgaben](http://www.tlm.de/die-tlm/aufgaben) ausführlich dargestellt. Wesentliche Rechtsgrundlagen für die Arbeit der TLM sind das Thüringer Landesmediengesetz (ThürLMG) vom 15. Juli 2014, zuletzt geändert durch das Thüringer Gesetz zur Anpassung des Allgemeinen Datenschutzrechts an die

Verordnung (EU) 2016/679 und zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/680 vom 6. Juni 2018, in Kraft getreten am 15. Juni 2018, sowie das Gesetz zu dem Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in der Fassung vom 26. Februar 2010. Weiter Rechtsgrundlagen der TLM sind unter [www.tlm.de/die-tlm/rechtsgrundlagen](http://www.tlm.de/die-tlm/rechtsgrundlagen) abrufbar.

## Struktur der TLM

Organe der TLM sind der Direktor und die Versammlung (Gremium). Weitere Organe sind fallweise die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

**Direktor** – Der Direktor, dessen Amtszeit sechs Jahre beträgt, hat eine allgemeine Zuständigkeit, soweit sie nicht ausdrücklich der Versammlung zugewiesen ist. Er ist gesetzlicher Vertreter der TLM und Vorgesetzter der Bediensteten. Außerdem hat er die Versammlung rechtlich und fachlich zu beraten, ihre Beschlüsse vorzubereiten und sie auszuführen. Jochen Fasco wurde im Amt als TLM-Direktor bestätigt und für eine dritte sechsjährige Amtszeit ab 1. Juni 2019 wiedergewählt.

---

### Der Direktor

Direktor | Jochen Fasco

- 
- **Recht, Verwaltung und Grundsatz** | Kirsten Kramer (Stellvertretende Direktorin)
  - **Programm, Medienforschung und Jugendmedienschutz** | Angelika Heyen
  - **Medientechnologie, Lokalfernsehen und Medienwirtschaft** | Thomas Heyer
  - **Bürgermedien und Medienbildung** | Dr. Martin Ritter
  - **Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen** | Kathrin Wagner

**Versammlung** – Grundsatzorgan der TLM ist die Versammlung. Sie trifft die Entscheidungen in den ihr im Thüringer Landesmediengesetz im Einzelnen übertragenen Zuständigkeiten. Die Versammlung konstituierte sich erstmals im November 1991. Im Dezember 2015 begann die 7. Amtszeit, die vier Jahre dauert. Die Versammlung hat 32 Mitglieder, die von den gesellschaftlich relevanten Thüringer Gruppen und Organisationen, den Fraktionen im Thüringer Landtag und dem Freistaat Thüringen entsandt werden. Der Versammlung müssen mindestens zehn Frauen angehören. Ein Versammlungsvorstand überwacht die Geschäftsführung des Direktors. Dieser setzt sich aus dem Vorsitzenden und den beiden Stellvertretern zusammen, zu denen noch zwei Ausschussvorsitzende hinzugewählt werden können.

---

### Die Versammlung

7. Amtsperiode: 12/2015 – 11/2019

32 Mitglieder nach entsendenden Institutionen

---

**Vorsitzender** | Johannes Haak

---

**Stellvertretende Vorsitzende** | Ilona Helena Eisner, Steffen Lemme

---

**Evangelische Kirchen** Johannes Haak | **Katholische Kirche** Gerhard Stöber | **Jüdische Gemeinden** Wolfgang M. Nossen | **Familienverbände** Ute Birckner | **Arbeitgeberverbände** Dr. Ute Zacharias | **Handwerkerverbände** Manuela Glühmann | **Bauernverbände** Katja Förster | **Verbände der Opfer des Stalinismus** Gisela Meyer | **Verbände der Kriegsoffer, Wehrdienstgeschädigten und Sozialrentner** Maik Nothnagel | **Bund der Vertriebenen** Egon Primas MdL | **Behindertenverbände** Reinhard Müller | **Frauenverbände** Ilona Helena Eisner | **Jugend-**

↓




---

**verbände** Christian Rommel | **Kulturverbände** Prof. Dr. Eckart Lange | **Hochschulen** Prof. Dr. Heidi Krömker und Prof. Dr. Georg Ruhrmann | **Landessportbund** Nadin Czogalla und Peter Gösel | **Verbände der freien Berufe** Joachim Saynisch | **Verbraucherschutzverbände** Thomas Damm | **Naturschutzverbände** Prof. Dr.-Ing. habil. Günther Schatter | **Interessenvertretungen der Migranten** José Manuel Paca | **Thüringischer Landkreistag und Gemeinde- und Städtebund Thüringen** Ralf Rusch | **Arbeitnehmerverbände** Ingrid Ehrhardt, Steffen Lemme und Helmut Liebermann | **Landesregierung** Gabi Ohler | **Thüringer Landtag** André Blechschmidt MdL (DIE LINKE), Madeleine Henfling MdL (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN), Björn Höcke MdL (AfD), Dr. Werner Pidde MdL (SPD) und Gerold Wucherpfennig MdL (CDU)

---

## Arbeitsschwerpunkte der TLM

**Hörfunk** \_ Im Mai wurde die aktuelle Hörfunkanalyse veröffentlicht. Danach wurde deutlich, dass die privaten Programme den vorgeschriebenen Informationsanteil von 15 Prozent im Tagesprogramm erfüllen. Bei den Regionalisierungen sind die beiden privaten Thüringer Sender verpflichtet, ihr Programm mehrmals am Tag auseinanderzuschalten und mindestens 45 Minuten pro Woche aus den verschiedenen Regionen des Landes zu berichten. ANTENNE THÜRINGEN erfüllte diese Vorgabe. LandesWelle Thüringen strahlte für jede Region nur 34 Minuten originäres Programm pro Woche aus, was auf einen deutlichen Rückgang des Umfangs der Regionalnachrichten zurückzuführen ist. Schwerpunkte der Analyse waren die Programmstruktur, die Informationsleistung, der Umfang und der Inhalt der Berichterstat-

tung, die Regionalisierungen sowie die Musikprofile der Sender. Brigitte Hamann wurde neben Claus-Tilo Thoß als weitere Geschäftsführerin bei VOGTLAND RADIO bestätigt. Der Verein „Rennsportgemeinschaft Altensteiner Oberland e. V.“ veranstaltete in Bad Liebenstein anlässlich des 23. Internationalen ADAC-Glasbachrennens vom 8. bis 10. Juni Ereignishörfunk.

**Fernsehen** \_ Oscar am Freitag-TV, der neue Thüringer TV-Veranstalter, strahlt seit Februar sein Programm im Landkreis Gotha aus. Die MSB Verlags-, Vertriebs- und Werbe GmbH & Co. KG hat die Sendelizenz bis Ende Mai 2023 erhalten. Die Zulassung der GML Mediengesellschaft mbH für das Programm „altenburg.tv“ wurde um weitere sechs Jahre bis zum 30. Juni 2024 verlängert. Das Programm wird bereits seit 1998 ausgestrahlt. DVB-T2 HD ist in Thüringen seit April in Erfurt und Weimar und seit November über den Sender Inselsberg und im Raum Gera zu empfangen. Gleichzeitig wurden im April die DVB-T Altsender in Erfurt/Weimar, Saalfeld und Sonneberg abgeschaltet. Im September trafen sich Programmmacher, Veranstalter, Vermarkter sowie Medienpolitiker beim vierten Lokal-TV-Kongress der Landesmedienanstalten der neuen Bundesländer in Potsdam. Unter dem Thema „Smartes Lokal-TV – Neue Wege der Vermarktung“ ging es um Potenziale von Smart TV und digitaler Werbung für Lokalfernsehen. Die TLM hat eine Studie über die Empfangs- und Nutzungsdaten für die lokalen Fernsehsender in Thüringen bei der INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung in Auftrag gegeben. Danach kennen in Thü-

ringen 720.000 Personen ab 14 Jahren mindestens einen Lokal-TV-Sender und insgesamt rund 340.000 Personen ab 14 Jahren zählen zu den potenziellen Nutzern des lokalen Fernsehens. Die Bekanntheit von Lokal-TV ist damit im Vergleich zu 2013 leicht angestiegen, die Zahl der potenziellen Nutzer ging etwas zurück. Die Zulassung für die Veranstaltung des vom Ilmenauer Studentenfernsehfunk (iSTUFF) produzierten Programms wurde um weitere vier Jahre bis zum 31. Dezember 2022 verlängert und wird über DVB-T auf Kanal 26 (514 MHz) vom Forschungssender der Universität verbreitet.

**Bürgermedien** – Die TLM unterstützte 2018 die sechs Thüringer Bürgerradios in Erfurt, Weimar, Nordhausen, Eisenach, Jena und im Städtedreieck Saalfeld/Rudolstadt/Bad Blankenburg mit insgesamt 965.000 Euro. Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit hat sie die Programme von Radio LOTTE Weimar und Radio SRB umfassend analysiert. Gegenstand der Untersuchungen waren jeweils die Programmstruktur, die Informationsleistung, der Umfang und die Inhalte der Berichterstattung. Neuer geschäftsführender programmverantwortlicher Chefredakteur bei Radio LOTTE Weimar ist seit 1. März 2018 Markus Pettelkau. Die Thüringer Bürgerradios sendeten im Juni gemeinsam live vom Tag der Offenen Tür im Thüringer Landtag. Das Programm wurde von 10.00 Uhr bis 17.00 Uhr auf den Thüringer Bürgerrundfunkfrequenzen übertragen. Die INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung erstellte 2018 erneut eine Empfangs- und Reichweiten-erhebung der Thüringer Bürgermedien.

Danach verfügen die Bürgersender in Thüringen über einen hohen Bekanntheitsgrad und im Vergleich zur letzten Erhebung 2013 sind Bekanntheit und Zahl der potenziellen Nutzer von Bürgermedien stabil.

**Medienbildung** – Im Januar fand die 3. und im Dezember die 4. Thüringer Kinderradiomacht mit allen Thüringer Bürgerradios und dem Thüringer Medienbildungszentrum der TLM (TMBZ) statt. Von 18.00 Uhr bis 21.30 Uhr konnten die Beiträge auf den Frequenzen der Thüringer Bürgersender erlebt werden. In den Radiostudios saßen Kinder und Jugendliche aus verschiedenen Regionen Thüringens. Ein Medienpädagoge des TMBZ realisierte in der Deutschen Botschaftsschule Ankara, Zweigstelle Istanbul im März ein unterrichtsübergreifendes Medienprojekt. Außerdem gab es eine Fortbildung des Lehrerkollegiums und einen Elternabend. Beim 2. Thüringer Aktionstag für Medienbildung im April wurden Medienbildungsangebote von 26 Partnern im Thüringer Medienkompetenznetzwerk an verschiedenen Orten vorgestellt und gleichzeitig zum Mitmachen bei den angebotenen Aktionen aufgerufen. Beim Deutschen Kinder Medien Festival Goldener Spatz wurden die täglichen Nachrichten der PiXEL-Leaks der TLM über das Festivalgeschehen auf der großen Kinoleinwand vorgeführt. „Mach DEINE Freizeit zur Medienzeit“ war der Slogan des medienpädagogischen Feriencamps der mitteldeutschen Landesmedienanstalten. Vom 1. bis 7. Juli war das Freizeitcamp in Heubach für 60 Kinder und Jugendliche aus Mitteldeutschland ein Open-Air-Medienstudio.

Anlässlich des 250. Geburtstages von Alexander von Humboldt startete die TLM das medienpädagogische Projekt „Alex geht online – Mit Medien auf den Spuren Alexander von Humboldts“. Unter [www.post-an-alex.de](http://www.post-an-alex.de) können Schulklassen zu Forschern und Entdeckern werden und diese Seite mit Videos, Audios, Fotos und Texten aktiv mitgestalten. Im September feierte das PiXEL-Fernsehen der TLM in Gera sein 20-jähriges Sendejubiläum. Gemeinsam von der TLM und dem Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport (TMBJS) erhielten alle Thüringer Eltern von Erstklässlern die Programmberatung für Eltern „FLIMMO – Fernsehen mit Kinderaugen“ und alle Eltern von Drittklässlern die Broschüre „Tipps für Eltern zum Einstieg von Kindern ins Netz“. Die Aktion wurde durch einen Eltern-Schüler-Medientag im Oktober an der Worbischer Grundschule „Am Ohmgebirge“ begleitet.

**Wettbewerbe/Preise** – Zum 14. Mal lobten die TLM, die SLM und die Medienanstalt Sachsen-Anhalt gemeinsam den Rundfunkpreis Mitteldeutschland für Hörfunk, Fernsehen und Bürgermedien aus. Der Preis prämiiert Originalität, Engagement und Ideenreichtum in der Berichterstattung der kommerziellen und nichtkommerziellen Rundfunkproduzentinnen und -produzenten aus den drei mitteldeutschen Bundesländern. Ausgelobt wurden Preisgelder in Höhe von 31.500 Euro zur Förderung der Medienkompetenz und des Mediennachwuchses in Thüringen prämierte die TLM zum 21. Mal Thüringer Kinder und Jugendliche für ihre medienpädagogischen Projekt-

arbeiten mit ihrem Kinder- und Jugendmedienpreis „KOMPASS“. Von der Thüringer Staatskanzlei gab es einen Sonderpreis für herausragende Medienproduktionen. Insgesamt 10.000 Euro gab es zu gewinnen.

**Veranstaltungen** – Beim Thüringer Mediengespräch der TLM „Ethik und Verantwortung in der digitalen Welt“ im Januar drehte sich alles um die Welt der Algorithmen und der Künstlichen Intelligenz. Mit einer Würdigung des Vorsitzenden der TLM-Versammlung, Johannes Haak anlässlich seines 60. Geburtstages durch den Thüringer Ministerpräsidenten Bodo Ramelow und Winfried Engel von der LPR Hessen klang die Veranstaltung aus. Im Juni veranstaltete die TLM mit dem Landesfrauenrat Thüringen e. V. und der Beauftragten für die Gleichstellung von Frau und Mann die Thüringer Mediengespräche „Frauen • Medien • Rollenbilder“. Vorge stellt und diskutiert wurden die Ergebnisse der Studie „Audiovisuelle Diversität? – Geschlechterdarstellungen in Film & Fernsehen in Deutschland“. Die Intendantin des MDR und ARD-Filmintendantin, Prof. Dr. Karola Wille erörterte in einem Gespräch mit Vertretern/innen des privaten Fernsehens und der Gewerkschaften die Kontroverse zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Bei den „Jenaer Medienrechtlichen Gesprächen“ der TLM und der Friedrich-Schiller-Universität Jena ging es im Mai um „Online-Games zwischen wirtschaftlichem Erfolg und Spielerschutz“ und im November um „NetzDG – Erfolgsmodell oder Symbolpolitik“. Experten aus Wissenschaft, Praxis und Politik diskutierten am 22. und 23. Juni bei der

123. Studienkreistagung für Presserecht und Pressefreiheit in Erfurt über „Vielfaltssicherung bei Telemedien“. Von besonderem Interesse waren rechtliche Rahmenbedingungen, die geeignet sind, die Meinungsvielfalt im aktuellen Kommunikations- und Mediensystem zu sichern. Bei den Medientagen Mitteldeutschland (MTM) im April in Leipzig standen aktuelle Fragen der Regulierung, die Entwicklung der Akteure des dualen Systems, die Rolle der Medien in Europa und der enorme technische Entwicklungsdruck auf Inhalteanbieter im Zentrum des Austausches. Bereits im Januar gab es in Berlin die MTM-Extra „Moderne Regeln für moderne Medien“. Experten diskutierten über die gesellschaftliche Relevanz von Medienangeboten und die konkreten Herausforderungen, die sich daraus für Politik und Regulierung ergeben. Abgeordnete des Nationalparlamentes der Republik Litauen, darunter auch die Vizepräsidentin des Seimas, Irena Šiaulienė, informierten sich im September über die Themenfelder und aktuellen Herausforderungen der Arbeit der TLM. Im Austausch „Medienumbruch, digitale Revolution und deren Auswirkungen“ ging es um Veränderungen in der digitalen Medienwelt und damit verbundene Herausforderungen. „Digitale Bildungsoffensive – mit qualitätsvollen Internetseiten für Kinder!“ war das Thema der Seitenstark-Fachtagung im November. Die Fachtagung fand in Kooperation mit der TLM und dem Erfurter Netcode e. V. statt. Gleichzeitig verlieh der Erfurter Netcode e. V. sein begehrtes Qualitätssiegel an fünf hochwertige Internetseiten für Kinder.

**Fortbildung** — Im Rahmen ihres Qualifizierungsprogrammes für Medienschaffende lud die TLM u. a. im Januar zu einem Hintergrundgespräch über „Berichterstattung über psychische Erkrankungen und Suizide“ ein. Die Veranstaltung war eine Kooperation mit der Stiftung Deutsche Depressionshilfe und der Deutsche Bahn Stiftung. Mit einer landesweiten Initiative für Grundschulen wurde im Februar die Fortbildungsreihe „Programmieren in der Grundschule mit dem Calliope mini“ gestartet. Die TLM und das Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM) verantworten diese Lehrerfortbildung. Unterstützt werden sie von der Roberta-Initiative des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS, der Calliope gemeinnützige GmbH sowie der Google Zukunftswerkstatt. Zur Intensivierung der Medienkompetenzförderung an Kindertagesstätten und im Hort veranstalten TLM und ThILLM seit vielen Jahren medienpädagogische Qualifizierungsseminare. 2018 fanden die Kurse „Faszination Licht“ und „Natur mit Medien entdecken“ statt. Im Weiterbildungsseminar „Innovative Erlöswege für regionale und lokale Medien“ gab es einen Überblick über die Entwicklungen der digitalisierten Märkte und die Strategien der Marktplayer. Anregungen für eigene Formatentwicklungen, wie das Spektrum der Darstellungsformen voll ausgeschöpft und altbekannten Sendungen eine neue schicke Dramaturgie verpasst werden kann, holten sich Thüringer Fernsehmacher im Kurs „Formatentwicklung für lokale TV-Sender“.



**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Projektleitung/Redaktion**

Dagmar Grigoleit

**Visuelle Konzeption,  
Gestaltung Titel, Zwischentitel,  
Layout und Satz**

Rosendahl Berlin  
Agentur für Markendesign

**Verantwortlich:**

Cornelia Holsten, Vorsitzende der  
Direktorenkonferenz der Landes-  
medienanstalten 2018/19

**Druck**

Druckcenter Berlin GmbH

Preis: Euro 15,- (D)

ISSN 0940-287X  
ISBN 978-3-9819728-6-3

*Trotz großer Sorgfalt bei  
Recherche und Redaktion  
des Zahlen- und Daten-  
materials können Autoren,  
Herausgeber und Verlag  
keine Gewähr für die  
Angaben übernehmen.*

*Alle Rechte vorbehalten.  
Nachdruck nur mit Genehmigung  
der Herausgeberin.*

*Das Jahrbuch wird  
klimaneutral und nach  
FSC Standards gedruckt.*

# Weitere aktuelle Publikationen der Medienanstalten



Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht (2019)  
ISBN 978-3-89158-651-8



Sechster Konzentrationsbericht (2018)  
ISBN 978-3-9819728-4-9



20. Jahresbericht (2017/2018)



Vielfaltsbericht der Medienanstalten (2018)  
ISBN 978-3-9819728-2-5



Digitalisierungsbericht Video (2018)  
ISBN 978-3-9819728-1-8



Digitalisierungsbericht Audio (2018)  
ISBN 978-3-9819728-2-5

Alle Publikationen der Medienanstalten sind zu beziehen über: [www.die-medienanstalten.de/publikationen](http://www.die-medienanstalten.de/publikationen)

In Deutschland gibt es 14 Landesmedienanstalten, die zuständig sind für privaten Rundfunk und Telemedien. Ihre Hauptaufgaben sind die Zulassung und Aufsicht, die Förderung und Regulierung der Medien im Zeitalter der Digitalisierung, die Vielfaltssicherung und Schaffung von Transparenz im Sinne der Mediennutzer sowie der Jugendmedien- und Nutzerschutz.

Das vorliegende Jahrbuch bietet einen Überblick über die Tätigkeiten der Medienanstalten im Jahr 2018 als Gemeinschaft sowie eine Dokumentation der Aufgaben der Landesmedienanstalten in den einzelnen Ländern.