

# WEITER\_GEDACHT!

Geschäftsbericht 2013

# Inhalt

Grußwort	1
Kurzporträt	2
nach_gefragt! Medienkompetenz in bremischen Kitas	4
aus_gezeichnet! Crossmedia-Preis	8
vor_gespielt! Videospiele-Workshop	10
auf_geklärt! bürger.medien.kompetenz II	14
auf_gepasst! Produktplatzierungen im Fokus	18
Sender und Frequenzen in Bremen 2013/14	20
Einnahmen und Ausgaben: Jahresrechnung	21

## Impressum

**Herausgeber:** Bremische Landesmedienanstalt –  
Anstalt des öffentlichen Rechts  
**Direktorin:** Cornelia Holsten (gesetzliche Vertreterin)  
Richtweg 14  
28195 Bremen  
Telefon: 0421/ 33 49 40  
Telefax: 0421/ 32 35 33  
E-Mail: [info@bremische-landesmedienanstalt.de](mailto:info@bremische-landesmedienanstalt.de)  
**Redaktion:** Katharina Heitmann, Edina Medra,  
Sven Petersen  
**Konzept und Gestaltung:** [www.kitazo.de](http://www.kitazo.de), Hannover  
**Druck:** Print 24

## Grußwort

„weiter\_gedacht!“ Unter diesem Motto stand unsere Arbeit in diesem Jahr. Wir haben uns neuen Aufgaben gestellt und auch vor den schwierigen Fragen nicht halt gemacht. Dabei widmeten wir uns nicht nur den alltäglichen Herausforderungen, sondern haben stets einen Schritt weiter in die Zukunft gedacht.

Wir haben uns mit der frühkindlichen Medienbildung beschäftigt und bei den Kitas in Bremen und Bremerhaven einfach „nach\_gefragt!“, welchen Stellenwert die frühkindliche Medienerziehung aktuell einnimmt. Die Ergebnisse unserer Studie und die daraus abgeleiteten Maßnahmen stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten vor.

In der Fernseh- und Hörfunklandschaft haben wir uns nach hochaktuellen, ganz besonders zukunftsweisenden Entwicklungen umgesehen und damit sicherlich einen Höhepunkt unserer Arbeit 2013 erlebt. Mit dem Preis für crossmediale Programminnovationen haben wir in Kooperation mit Radio Bremen erstmals erfolgreiche crossmediale Fernseh- und Radioinhalte „aus\_gezeichnet!“.

Natürlich gab es auch wieder spannende Projekte in Bremen und Bremerhaven. An einem Computerspiele-Nachmittag haben wahre Spiele-Experten im Alter von Anfang 20 interessierten Eltern ihre Games „vor\_gespielt!“ und gezeigt, was die Faszination der Jugendlichen hierfür ausmacht. Pünktlich zu Halloween drehte sich alles um die Welt der Zombies. Zur Medienkompetenz gehört aber natürlich nicht nur, dass man weiß, wie etwas funktioniert, sondern auch, dass man weiß, was erlaubt und was verboten ist. Urheberrecht war deshalb auch in diesem Jahr ein wichtiges Thema. Auf unserem jährlich stattfindenden Medienkompetenz-Tag haben wir hierüber „auf\_geklärt!“ und geben mit dem Internetangebot Legal-Box auch über die Veranstaltung hinaus Hilfestellung bei schwierigen Fragen.

Nicht zuletzt haben wir bei unserer Aufgabe der bundesweiten Medienaufsicht wieder „auf\_gepasst!“. Ein Schwerpunktthema stellten in diesem Jahr die Produktplatzierungen in populären Fernsehsendungen dar. In einem Informationsbereich auf S. 19 finden Sie hierzu eine Übersicht über die geltende Gesetzeslage – lesefreundlich und verständlich aufbereitet.



Sie werden sehen: „weiter\_gedacht!“ haben wir aber nicht nur in unserer Arbeit, sondern auch in diesem Geschäftsbericht: Sie haben die Möglichkeit, spannendes Bonusmaterial mit mehreren QR-Codes über Ihr Smartphone oder Ihren Tablet-PC abzurufen. Entdecken Sie Fotos von den Siegern des Crossmedia-Preises, lauschen Sie einem Vortrag über Zombies (ganz „un\_erschrocken!“, S. 12) und denken Sie gemeinsam mit uns noch viel weiter!

**Cornelia Holsten**  
Direktorin

**Felix Holefleisch**  
Vorsitzender des Medienrats

## Die (bre(ma und ihre Aufgaben bremenweit – bundesweit

Die Bremische Landesmedienanstalt (bre(ma ist für das Bundesland Bremen zuständig für die Zulassung, Frequenzzuweisung und Aufsicht im privaten Rundfunk und führt die Aufsicht über im Land Bremen ansässige

Telemedien. Die (bre(ma ist staatsfern und finanziert sich aus dem Rundfunkbeitrag. Sie ist sowohl im Land Bremen als auch bundesweit aktiv.

### Unsere wichtigsten Aufgaben im Überblick:

#### Zulassung

- Entscheidung über Zuweisung von Übertragungskapazitäten
- Erteilung und Widerruf der Zulassung privater Rundfunkveranstalter
- Festlegung der Rangreihenfolge von Programmen in Kabelnetzen

#### Aufsicht

- Überwachung der gesetzlich bestimmten Programmgrundsätze, Jugendschutzbestimmungen und Werberegungen in privaten Rundfunkprogrammen
- Aufsicht über Telemedien gemäß Rundfunkstaatsvertrag, Jugendmedienschutz-Staatsvertrag und Telemediengesetz

#### Medienkompetenz

- Förderung und Vermittlung von Medienkompetenz
- Koordination der Medienkompetenzinitiativen im Land Bremen
- Durchführung des Bürgerrundfunks in Bremen und Bremerhaven

### Bundesweite Zusammenarbeit

Medienrechtliche Angelegenheiten erfordern eine bundesweite Abstimmung. Daher haben sich die 14 Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland, kurz ALM, organisiert. In den Gremien der Gemeinschaft bringt sich die (bre(ma aktiv ein und nimmt zahlreiche bundesweite Aufgaben wahr:

- Die Direktorin der (bre(ma ist Mitglied der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).
- Die Direktorin der (bre(ma ist stellvertretende Vorsitzende der DLM und Koordinatorin des Fachausschusses Regulierung.
- Referenten der (bre(ma nehmen regelmäßig an Prüfgruppen in den Bereichen Jugendschutz, Programm, Werbung, Recht und Zulassungen teil.
- Die (bre(ma verantwortet Schwerpunktthemen für die Gemeinschaft (2013 z. B. Produktplatzierungen).

### Organisation der (bre(ma

Die (bre(ma besteht aus zwei Organen:

#### Medienrat

Der Medienrat ist das Beschlussgremium der (bre(ma. In den Medienrat dürfen insgesamt 30 Institutionen und Verbände des Landes Bremen Mitglieder entsenden. Hierzu zählen Religionsgemeinschaften, Vertreter von Kultur- und Sozialeinrichtungen und Parteien. Die Amtsperiode des Medienrats beträgt vier Jahre. Die erste Amtsperiode begann am 26. September 2012 mit der konstituierenden Sitzung. Vorsitzender des Medienrats ist Felix Holefleisch. Stellvertretende Vorsitzende ist Brigitte Lückert.

#### Direktorin

Die Direktorin führt die laufenden Geschäfte und präsentiert die (bre(ma nach außen. Seit Juli 2009 ist Cornelia Holsten Direktorin der (bre(ma.

Weitere Infos und alle Rechtsgrundlagen unserer Arbeit finden Sie unter [www.bremische-landesmedienanstalt.de/brema](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de/brema)

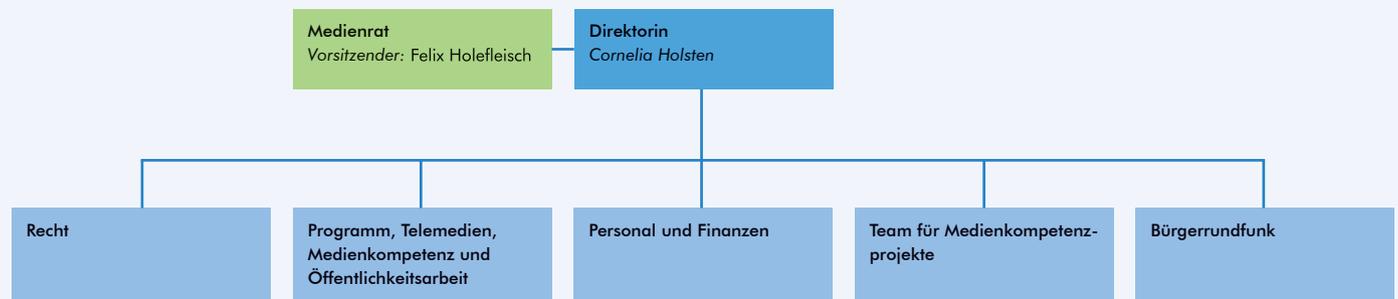
## Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt

1. Amtsperiode, 26. September 2012 bis 25. September 2016, Stand: Juli 2014



Behrens, Frank	Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)
Bilmez, Vahit	Bremer Muslime
Böhrnsen, Sören	Studierendenschaft/Landes-Asten-Konferenz
Buchelt, Andrea	Frauenorganisationen im Land Bremen
Cornea, Liviu	Jüdische Gemeinde im Lande Bremen
Dyx, Alexander	Unternehmensverbände im Land Bremen e.V.
Erling, Dagmar	Katholische Kirche
Harder, Isabell Marie	Bremer Jugendring
Harms, Karl-Otto	Landesseniorenvertretung
Hein, Jörg Hendrik	Arbeitnehmerkammer
Hodonyi, Robert	Stadtgemeinde Bremen
Höhl, Christoph	Die LINKE
Holefleisch, Felix	Bündnis 90/Die Grünen
Holsten, Reiner	Sozialdemokratische Partei Deutschland (SPD)
Jabs, Manfred	Volkshilfe Bremerhaven

Lückert, Brigitte	Stadtgemeinde Bremerhaven
Dr. Offenhäuser, Stefan	Handelskammer Bremen
Prieser, Malte	Stadtkultur Bremen e.V.
Querfurth, Jeannette	Evangelische Kirche
Rohmeyer, Claas	Christlich Demokratische Union (CDU)
Schwarz, Hartmut	Verbraucherzentrale Bremen
Schwarz, Gisela	Sozialverband Deutschland
Sell, Dieter	Deutscher Journalistenverband (DJV)
Stegmann, Dieter	Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe behinderter Menschen e.V.
Dr. Uzuner, Sabine	Bremer Rat für Integration
Wedemeier, Maik	bremen digitalmedia e.V.
Zietlow, Markus	Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju)
N.N.	Landessportbund
N.N.	Gesamtverband Natur- und Umweltschutz Unterweser e.V.
N.N.	berufsständische Organisationen d. Handwerks im Land Bremen



NACH\_GEFRAGT!



# Medienkompetenz in bremischen Kindertageseinrichtungen

Eigenverantwortlich und kompetent – so soll er sein, der Umgang mit all den verschiedenen Medien, die uns im Alltag begleiten. Dieser Umgang ist nicht naturgegeben, sondern muss erlernt werden. In der Schule ist Medienerziehung mittlerweile ein Thema. Aber was ist mit den ganz kleinen Kindern unter 6 Jahren? Wie lernen sie sich in unserer mediatisierten Welt zu orientieren? Werden Medien schon in der Kita thematisiert? Wird eine Frühförderung in diesem Bereich überhaupt als sinnvoll angesehen?

Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, hat die (bre)ma das Institut für Informationsmanagement – kurz: ifib – damit beauftragt, eine Studie zur Förderung von Medienkompetenz in Bremer Kindertageseinrichtungen durchzuführen. 67 repräsentativ ausgewählte Einrichtungen in Bremen und Bremerhaven beteiligten sich an der Befragung.

## Ergebnisse bestätigen erste Vermutungen

Die Studie ergab: Medien spielen kaum eine Rolle im alltäglichen Kita-Leben und folglich finden so gut wie keine medienpädagogischen Kompetenzmaßnahmen statt. Zwar wissen Erzieher/innen, dass Medien allgegenwärtig sind im Leben von Kindern, insbesondere durch Eltern oder ältere Geschwister. Ein Großteil der Befragten ist auch der Auffassung, dass Medien Kindern Spaß bereiten und sie ein großes Interesse daran zeigen. Dennoch herrscht auch eine große Skepsis gegenüber digitalen Medien vor. Kein Wunder, dass die Medienerziehung im Relevanz-Ranking der Studie auf der vorletzten Position – immerhin noch vor der Religionserziehung – landet. Wichtig in ihrer täglichen Arbeit sind den Erzieher/innen andere Themen: das soziale Miteinander, Selbstständigkeit, Sprachförderung und Bewegungsspiele.

Doch wie sieht es mit fördernden Aspekten der Medien aus? Die befragten Erzieher/innen sind mehrheitlich der Meinung, dass Kinder ihr Wissen durch Mediennutzung erweitern können. 42 Prozent gaben an, dass sie auch viele Ideen haben, wie sie verschiedene Medien in ihre Arbeit einbinden könnten. Andererseits fanden 38 Prozent, dass die Arbeit mit dem Computer grundsätzlich nicht in einen Kindergarten gehöre. Die kritische Haltung ist keine Frage der Generation. Berufsanfänger/innen und ältere Erzieher/innen sind gleichermaßen skeptisch, wobei die über 50-Jährigen sogar ein wenig aufgeschlossener sind.

## Diskrepanz zwischen eigener Nutzung und pädagogischer Anwendung

Die Befragten sind privat keineswegs „Medienmuffel“. Grundlegende Kenntnisse im Umgang mit Medien sind bei fast allen Erziehenden vorhanden. Laut Selbsteinschätzung fehlt aber einem Viertel das Wissen, wie Mediennutzung bei der Arbeit eingebunden werden kann. Zwischen privater Nutzung und Mediennutzung im pädagogischen Kontext besteht also eine Diskrepanz. Nur knapp die Hälfte der Befragten hat den Umgang mit kindlichen Medienwelten und praktische Medienarbeit in der Ausbildung kennengelernt. Der Stellenwert der Medienerziehung in der Ausbildung hat zwar zugenommen. Trotzdem ist ein Viertel der Erzieher/innen der Meinung, dass sie in ihrer Ausbildung nicht das nötige Wissen erworben haben, um mehr Medien in ihrer Arbeit einzusetzen. So ist es nicht verwunderlich, dass 15 Prozent der Befragten gerne mehr mit Medien arbeiten würden, sich dies aber nicht trauen. Das Interesse an Fortbildungen bei den befragten Pädagogen ist groß.





### Was können wir tun?

Neben der entsprechenden Ausstattung der Kindertagesstätten mit modernen Medien ist wichtig, dass die Mitarbeiter/innen medienpädagogische Perspektiven einnehmen können. Das Potenzial digitaler Medien für die Unterstützung und Ergänzung der als wichtig erachteten Förderschwerpunkte scheint noch wenig ausgeschöpft. Um die Erzieher/innen ausreichend ausbilden zu können, ist eine Verankerung der Medienbildung in den Rahmenplänen für die Elementarbildung anzustreben. Die Ergebnisse der Studie wurden bereits gemeinsam mit der senatorischen Behörde für Soziales, Kinder, Jugend und Frauen und Trägern der frühkindlichen Bildung in Bremen und Bremerhaven diskutiert. Es wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die 2014 einen Fachtag zum Thema Medieneinsatz in der Kita veranstalten wird. Bei diesem Fachtag sollen konkrete Beispiele für die Medienarbeit in Kitas aufgezeigt und eingeübt werden.

### Von der Forschung in die Praxis: konkrete Medienarbeit in der Kita

Bereits parallel zur Studie startete die (bre)ma mit Fortbildungsangeboten zur Medienkompetenz in der Kita. Neben dem In-House-Angebot „Geräusch-Jäger“ zur Hörerziehung und niedrigschwelligen Mediennutzung, das an je zwei Tagen in über 11 Kitas im Land Bremen durchgeführt wurde, fanden zusätzlich noch drei zweitägige Veranstaltungen statt. In den Seminaren, die der Verein Blickwechsel e.V. im Auftrag der (bre)ma durchführt, werden grundlegende Kenntnisse zur Bedeutung von Medien in der kindlichen Lebenswelt und zu medienpädagogischen Handlungsansätzen vermittelt. Die Sicherheit im Umgang mit dem Computer wird durch Methodenbausteine trainiert, die die Erzieher/innen so auch in der Arbeit mit den Kindern anwenden können. 2012 und 2013 wurden in drei Kursen insgesamt 46 Erzieher/innen aus 35 Einrichtungen qualifiziert.

„Ich hätte nicht gedacht, dass sich  
Computer so vielseitig einsetzen  
lassen!“



Fotos: (bre|ma/Lisa Jürgensen



### In seinem Resumee der Veranstaltungen schreibt Blickwechsel:

*„Wir können in den Seminaren zunehmend beobachten, dass der Computer bereits seit längerem in den teilnehmenden Einrichtungen etabliert ist. Allerdings wird er überwiegend von den Erzieher/innen und nur selten von den Kindern verwendet. Wenn er eingesetzt wird, dann eher für die Hausaufgabenhilfe und um Lernspiele zu spielen. Dass aber beispielsweise Sprachförderung und kreatives Arbeiten sich hervorragend mit dem Einsatz des Computers in der Kita verbinden lässt, muss den Erzieher/innen häufig erst bewusst gemacht werden.“*

*Auch das Potenzial der digitalen Fotokamera wird in vielen Einrichtungen noch nicht ausgeschöpft. Technik in Kinderhand? Davor scheuen viele Erzieher/innen noch immer zurück. Dabei tun sich hier vielseitige, kreative Möglichkeiten der Medienkompetenzförderung auf.“*

*In den Seminaren regen wir die Teilnehmer/innen deshalb dazu an, interdisziplinär zu denken. Medienpädagogik kann und soll nicht eine weitere Bindestrich-Pädagogik sein, sondern lässt sich hervorragend mit anderen pädagogischen Zielen der Kindertageseinrichtungen verbinden und auch zu deren Erreichung einsetzen.“*

### Bereits in der Ausbildung beginnen

Zusätzlich zu den Fortbildungen für bereits tätige Erzieher/innen bietet die (bre|ma seit 2013 regelmäßig auch Module an zwei Berufsschulen (in Bremen und Bremen-Nord) an. Unser zweitägiger Kurs findet im Rahmen eines medienpädagogischen Vertiefungssemesters statt. Die Schüler lernen dabei die praxisnahe Einbindung von Computern und Audiogeräten, um durch die Produktion von Hörspielen die Sprachförderung der Kleinkinder anzuregen. Somit starten die Erzieher/innen bereits mit medienpädagogischen Kernkompetenzen ins Berufsleben.

Aufgrund der positiven Rückmeldungen der Teilnehmerinnen wird die (bre|ma auch weiterhin Fortbildungen für praktizierende und angehenden Erzieher/innen anbieten.

Die Studie  
finden Sie hier:



# AUS\_GEZEICHNET!



## Premiere für den Crossmedia-Preis

Am 5. März 2013 war es so weit: erstmalig wurde der „Preis für crossmediale Programminnovationen“ verliehen. Die (bre|ma und Radio Bremen hatten Fernseh- und Radiosender dazu aufgefordert, sich mit ihren innovativen und crossmedialen Programmen um den Preis zu bewerben. Mehr als dreißig Redaktionen öffentlich-rechtlicher und privater Sender waren dem Aufruf gefolgt. Drei von ihnen wurden an diesem Abend mit dem Preis „aus\_gezeichnet!“. Für die Preisverleihung wurde das Haus Schütting am Bremer Marktplatz außen bunt illuminiert – ein echtes Highlight!

Die Veranstaltung, die von der nordmedia – Film und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen ausgerichtet wurde, eröffneten Jan Metzger, Intendant von Radio Bremen, und unsere Direktorin Cornelia Holsten. Wie beide betonten, bestimmen crossmediale Beiträge immer mehr das Programm von Fernseh- und Radiosendungen. Daher bedürfen innovative und kreative Beiträge einer besonderen Würdigung.

Die zahlreichen Einreichungen bei der Premiere des Preises zeugten von den kreativen Möglichkeiten, die Crossmedialität für die Medienmacher mit sich bringt. Auch wenn und vielleicht gerade weil es sich um ein sehr experimentierfreudiges Feld der Branche handelt, entstehen wichtige Impulse für zukünftige Programme und Geschäftsmodelle. Die Jury, bestehend aus Bertram Gugel, Cornelia Holsten, Dr. Michael Heiks, Jan Weyrauch und Prof. Egbert van Wyngaarden, hatte aufgrund der zahlreichen guten Bewerber sprichwörtlich die Qual der Wahl. Am Ende wurden drei Preise vergeben: einer für das „beste crossmediale Programmformat Hörfunk“, einer für das „beste crossmediale Programmformat Fernsehen“ und ein Sonderpreis.

### Die Preisträger: N-Joy, The Voice of Germany und dasbloghaus.tv

Als Gewinner in der Kategorie *Hörfunk* wurde N-JOY mit dem Beitrag „Zeig mir wie du tanzt“ prämiert: In Zusammenarbeit mit der Band „Frida Gold“ hatte der Radiosender zu einer Online-Mitmachaktion auf dem Portal „MyVideo“ aufgerufen, an dem sich über 200 User mit selbst gedrehten Tanzvideos beteiligten.

Dirk Kauer, Director Product Development von ProSiebenSat.1, nahm den Preis für das Gewinnerprogramm in der Kategorie *Fernsehen* entgegen. Mit der Sendung „The Voice of Germany“ wurde ein besonderes crossmediales Programm im Fernsehen etabliert, das auf den Einsatz von Social-Media-Diensten setzt. Jurymitglied Prof. Egbert van Wyngaarden lobte das Format in seiner Laudatio: „Wir sehen in ‚The Voice of Germany‘ einen

Meilenstein mit Nachahmungspotenzial für andere Programme – eben aufgrund der makellosen crossmedialen Umsetzung des Formats. Dank der Einbindung der sozialen Medien kann man vielleicht sagen: Fernsehen ist lebendiger denn je.“



Der *Sonderpreis* der Jury wurde für die Coming-of-Age-Serie „dasbloghaus.tv“ vergeben. Das Gemeinschaftsprojekt des Bayerischen Rundfunks, des KiKA und der Saxonia Media Filmproduktion verbindet erfolgreich eine Geschichte im TV mit der Möglichkeit, diese auch online mitzuerleben, und erreicht damit die Zielgruppe direkt in ihrer Lebenswelt. Juror Dr. Michael Heiks sprach den Machern dafür ein ganz besonderes Lob aus: „Ihr seid die Zukunft des Fernsehens!“

Im Anschluss an die Preisverleihung konnten sich die Gäste und Gewinner beim Get-together in vergnüglicher Atmosphäre austauschen und auf die Preise anstoßen. Der Preis für crossmediale Programminnovationen wird ab sofort regelmäßig ausgelobt.

Personenfotos von links nach rechts:  
Gewinner Hörfunk, Gewinner TV und die Gewinner des Sonderpreises.

Fotos: © nordmedia/Ole Hoffmann

Weitere Fotos  
der Veranstaltung:



VOR\_GESPIELT!



## „Zombies ate my brain“ – Zu Besuch beim Videospiele-Workshop der (bre)ma

Wenn die bezaubernde Juliet Starling in ihrem knappen Cheerleader-Outfit über den Schulhof läuft und dabei Zombies mit einer pink glitzernden Kettensäge niedermetzelt, wird so manchem Elternteil angst und bange. Das Videospiel „**Lollipop Chainsaw**“ (Grasshopper Manufacture, 2012, USK 16) handelt von einem High-School-Mädchen, das an seinem 18. Geburtstag die Stadt von wandelnden Toten befreien muss. Dabei rächt sie ihren Freund, der einem Biss zum Opfer fiel und dessen Kopf sie seitdem bei sich trägt. Bei den brutalen Angriffen wie dem „Kettensägendurchzieher“ oder auch den „Pompon-Hieben“ erscheinen neben den blutig abgetrennten Körperteilen der Monster immer wieder Herzen, Regenbögen und ganz viel Glitzer auf dem Bildschirm. Das Spiel „Lollipop Chainsaw“ vermischt absichtlich Gewalt mit Trash und viel Humor, bei Kindern und Jugendlichen kommt diese Mischung gut an. Für viele Eltern stellt sich die Frage: Was passiert, wenn mein Kind auf blutspritzende Zombiejagd geht?

„Wenn es schädlich ist, diese Spiele zu spielen, warum sind sie dann so beliebt?“

Damit Eltern mit diesen Fragen nicht allein gelassen werden, veranstaltet die (bre)ma zusammen mit der Stadtbibliothek Bremen mindestens zwei Mal im Jahr einen interaktiven Computerspiele-Nachmittag für Erwachsene. Ganz nach dem Motto „vor\_gespielt!“ können sich Eltern umstrittene Spiele von echten Spiele-Experten zeigen lassen oder sogar selbst ausprobieren. Jede Veranstaltung steht unter einem anderen Motto. Dieses Mal sind in der Stadtbibliothek in Bremen-Vegesack die virtuellen Zombies unterwegs.

Wie bei jedem Spiele-Workshop gibt es auch dieses Mal vorab einen Fachvortrag. „Zombie-Experte“ Benjamin Moldenhauer (Universität Bremen), hat bereits viel zum Thema Horrorfilm gearbeitet. Er stellt gleich zu Beginn die Frage, um die es am heutigen Tag gehen wird: „Wenn es schädlich ist, diese Spiele zu spielen, warum sind die Nutzer dann so begeistert?“ In den folgenden Minuten zeigt Moldenhauer dem Publikum Beispiele, in denen die Toten nach der Apokalypse versuchen, die Lebenden zu fressen. Fürchterliches Gejaule erfüllt den Raum und die Anwesenden starren wie gebannt auf die Projektion.

Während der Psychologe Manfred Spitzer in „**Digitale Demenz**“ 2012 noch beklagte, dass wir durch Computerspiele und exzessiven Medienkonsum „verblöden“, uns sozial isolieren oder gar aggressiv oder gewalttätig werden, hinterfragt Moldenhauer lieber zuerst die Hintergründe, warum Videospiele so faszinieren. Die Bedenken und Sorgen von Erziehungsberechtigten seien nicht unnötig oder falsch: „**Jede Jugendkultur kann Gegenstand von elterlicher Sorge werden.**“ Dennoch sollten vor den Gedanken über Begrenzung und Kontrolle eher die Inhalte der Spiele untersucht werden. Häufig werde die Frage nach der Faszination, die diese Bilder auslösen, vernachlässigt.

„Jede Dekade hat ihren Aufreger.“

Dabei ist das Thema nicht neu. Während in den 1980er Jahren Horror- und Splatterfilme als verrohend galten, sind heute die Videospiele Zentrum dieser Sorge. Die ersten Horror-Szenarien in Videospiele sind fast 20 Jahre alt. Als erster klassischer Zombie-Auftritt in der Videospielebranche gilt „**Resident Evil**“ (dt. ansässiges Böses) (1996–2013). Bei diesem „Survival Horror“-Spiel sind vor allem Reaktion und Geschick gefragt, außerdem müssen Rätsel gelöst werden, um den eigenen Charakter erfolgreich durch das Abenteuer zu schicken. Spiele wie diese erfreuen sich mit ihren schnellen Bildern, filmischen Elementen und dem Training kognitiver Fähigkeiten großer Beliebtheit. Experte Moldenhauer stellt als aktuelles, leicht melancholisches Beispiel „**The Last of Us**“ (2013) vor, bei welchem der Spieler die Aufgabe hat, zwei Überlebende unverseht durch die postapokalyptischen Vereinigten Staaten zu bringen. Es geht dabei nicht nur um das reine Töten von böartigen Kreaturen. Der Spieler entdeckt neue Welten und bewegt sich in anderen Atmosphären.

Videospiele gehören zum Alltag von Kindern und Jugendlichen. Man kann sie daher nicht ignorieren, auch dann nicht, wenn sie ab 18 freigegeben sind. Trotz aller Jugendschutzmaßnahmen ist es für Kinder und Jugendliche nicht sonderlich kompliziert, an PC- und Konsolenspiele mit schaurig-schrecklichen Inhalten zu gelangen. Doch was reizt Kinder und Jugendliche an diesen Zombie-Games?

„Menschen streben nach Distinktion.“

Moldenhauer betont, dass Kinder eine andere Welterfahrung haben. Gerade in der Pubertät kann die Welt ein irritierendes und bedrohliches Chaos darstellen. Bei Zombie-Filmen und Zombie-Spielen werde genau diese vertraute Welt in ein Horror-Szenario verwandelt. Das Bedürfnis, sich in eine bedrohliche Welt zu begeben und sich zu wehren, werde dadurch befriedigt und diene dazu, diese Phase der Jugend zu verarbeiten. Durch die Auswahl eines besonders abstoßenden Spieles, welches nicht anständig oder schön erscheint, bestehe zudem die Möglichkeit zur Abgrenzung.

### Zutritt nur ab 18!

Jetzt kann es losgehen. „Zutritt nur ab 18 Jahren“ heißt es auf dem großen Schild an der Tür zum Workshop-Raum – und das nicht ohne Grund. Das Team von „Wii bis WoW“ hat wieder seine Spiele-Experten mit Konsolen- und PC-Spielen zum Ausprobieren mitgebracht – und die Spiele haben es dieses Mal in sich. Die Erwachsenen können sich selbst den untoten Kreaturen in den folgenden Spielen stellen:

„ZombiU“ (Ubisoft, 2012, USK 18). „How long will you survive?“ (dt. „Wie lange wirst du überleben?“) Mit diesem nicht besonders ermutigenden Satz startet das Survival-Horror-Game. Mit einem Gamepad-Controller mit Touch-Bildschirm ausgestattet, kämpft der Spieler sich als Überlebender durch das von Zombies befallene London.

Besucher, welche dieses Spiel ausprobieren, werden auf eine harte Probe gestellt. Der Spieler bewegt sich anfangs ziemlich verloren, ohne Waffen oder spezielle Fähigkeiten durch das Dunkel. Umgeben von Schreien und plötzlich auftauchenden Zombies ist das einzige Leben, das der Spieler besitzt, schnell zu Ende. Ein einziger Biss kann tödlich sein. Das „realistische“ Gefühl aus der Ego-Perspektive ist wohl ein Grund, warum sich nur wenige Teilnehmer des Workshops getraut haben, es wenigstens zu versuchen. Keiner

der Anwesenden kann verleugnen, dass es ein Gefühl des Horrors ist, wenn man nicht ahnt, welche Bedrohung im nächsten Raum lauert.

„Resident Evil Revelations“ (Capcom, 2013, USK 16). Die Fortführung der „Resident Evil“-Reihe bietet ein Abenteuer aus der seitlichen Schulterperspektive. Hier wird auf einem Kreuzfahrtschiff neben dem „Geballer“ auf abschreckende Kreaturen auch mit Vorsicht überlegt gehandelt und versucht kleine Rätsel zu lösen. Mit der knappen Munition ist auch dieses Spiel nichts für Anfänger und es wird lieber den Experten zugesehen. Die einfache Spielweise vom brutal-niedlichen „Lollipop Chainsaw“ (Grasshopper Manufacture, 2012, USK 16) ist bei den anwesenden Eltern am beliebtesten.

„Und da kann man jetzt immer wieder rüberfahren? Zeig mal!“

Neben den Zombie-Spielen werden aber auch andere wie „World of Warcraft“ (kurz: WoW, Blizzard Entertainment, 2004 – heute, USK 12), „Counterstrike: Global Offensive“ (kurz: CS:GO, Valve, 2012, USK 16) oder Facebookspiele wie „FarmVille“ (Zynga, 2009) vorgestellt. Ganz neu dabei ist ebenfalls „Grand Theft Auto V“ (kurz: GTA V, Rockstar North, 2013, USK 18), welches unter anderem wegen einer Folterszene Kritik hervorruft. Ein Vater schaut Spiele-Experte André (23) über die Schulter. Auf der Playstation 3 lässt dieser den Charakter Michael in einem Sport-Coupé über die Straßen von Los Santos rasen. Natürlich kann man bei GTA V auch die Verkehrsregeln befolgen, Anzüge einkaufen oder vor seiner Villa auf der Yoga-Matte turnen – doch das ist nicht der eigentliche Inhalt des erfolgreichen Action-Spiels. Zum rauen Ton in der fiktiven Stadt gehören auch Diebstähle, Drogen, Gewalt und Prostitution. Plötzlich fährt der Wagen eine

der Damen am Straßenrand an. Um die Frau am Boden bildet sich eine Blutlache. „Und da kann man jetzt immer wieder rüberfahren? Zeig mal!“, sagt der Vater erwartungsvoll. Das Spiel hat ihn bereits in seinen Bann gezogen.

Eben diese ambivalente Faszination der Spiele will die (bre(ma bei dem Computerspiele-Informationstag „Wii bis WoW“ vermitteln. An verschiedenen Stationen an Monitor oder Spielekonsolen können Interessierte ihre Berührungängste abbauen und selbst den Controller in die Hand nehmen. Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) setzt Altersfreigaben für Videospiele in Deutschland fest – trotzdem werden wir nicht verhindern können, dass Zombie-Spiele von Minderjährigen gespielt werden. Was man als Elternteil dabei tun kann? In Panik ausbrechen? Das Spiel verbieten? Durch eigene Spielerfahrung können z. B. Eltern die Chancen und Risiken eines Videospieles selbst abwägen und sich ihr eigenes Bild machen. Hierbei bietet die (bre(ma Unterstützung.

un\_erschrocken!  
Der ganze Zombie-Vortrag (22 Min.):



### Wii bis WoW: Computerspiele-Nachmittag für Erwachsene

- Medialer Schwerpunkt: Computerspiele/ Internet
- Zielgruppe: Erwachsene (v. a. Eltern)
- Angebotsart: offener Workshop
- Kooperationspartner: Stadtbibliothek Bremen

In Begleitung unserer Spiele-Experten können Eltern am PC und gängigen Konsolen beliebte Spiele wie World of Warcraft ausprobieren. Dieses offene Angebot mit wechselnden Themenschwerpunkten findet an zwei Samstagen im Jahr in der Stadtbibliothek Bremen statt.

# Medienkompetenzprojekte der (bre)ma im Überblick

[www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz/aktuelle-angebote](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz/aktuelle-angebote)

## Geräusch-Jäger: Hörerziehung im Kindergarten

- Medialer Schwerpunkt: Audio
- Zielgruppe: Erzieherinnen und Erzieher
- Angebotsart: InHouse-Fortbildung

Unsere Erzieher/innen-Fortbildung findet bei Ihnen vor Ort im Kollegium statt. An zwei Nachmittagen werden Tricks und Tipps zur Lärmprävention und Ideen zu akustischen Spielen ausgetauscht. Am Ende entsteht auch ein kleines Hörspiel als praktische Anregung für den Arbeitsalltag mit Kindern.

## Go/NoGo: Was bedeutet Scripted Reality?

- Medialer Schwerpunkt: Fernsehen
- Zielgruppe: Grundschulkind
- Angebotsart: Produktion Film/Fotostory

Bei unserem Video-Workshop erstellen wir mit Kindern eine Scripted-Reality-Sendung, d. h., sie spielen in dokumentarischem Stil eine ausgedachte Geschichte. Bei Dreh und Schnitt werden der eigene Fernsehkonsum und die intendierten Wirkungen der Sendungen spielerisch hinterfragt.

## Juuuport.de

- Medialer Schwerpunkt: Social-Media/Internet
- Zielgruppe: Kinder
- Angebotsart: Website

Juuuport ist eine Online-Anlaufstelle von Jugendlichen für Jugendliche. Speziell ausgebildete Experten, sogenannte Scouts, bieten auf der Seite Hilfe und Beratung an. 2013 haben auch die ersten Scouts aus Bremen ihre Beratungstätigkeit aufgenommen.

## Facebook-Sicherheits-Check

- Medialer Schwerpunkt: Social-Media/Internet
- Zielgruppe: Kinder/Jugendliche
- Angebotsart: Peer-to-Peer-Workshop

Bei diesem Peer-to-Peer-Angebot helfen unsere beiden jugendlichen Referenten Schülern ihre Facebook-Profile zu sichern und zu säubern. Der Workshop findet im Klassenverband direkt im Computerraum statt.

## edura.fm – Bremen: Mein Radio mach ich selbst!

- Medialer Schwerpunkt: (Internet-)Radio
- Zielgruppe: Kinder/Jugendliche
- Angebotsart: Audioproduktion
- Kooperationspartner: CoLab gGmbH und medien+bildung.com gGmbH

Gruppen aus Jugendeinrichtungen, Schulen oder Kitas können sich bei uns anmelden. Sie erhalten einen Einführungskurs und können nach eigenen Vorstellungen auf Sendung gehen.

## Legal-Box: Wege zur Musik

- Medialer Schwerpunkt: Internet/Musik
- Zielgruppe: Jugendliche
- Angebotsart: Website
- [www.legal-box.de](http://www.legal-box.de)
- Kooperationspartner: Verbraucherzentrale Bremen

„Wie komme ich legal an meine Lieblingsmusik?“ Auf der Website [www.legal-box.de](http://www.legal-box.de) haben wir praktische Informationen über Urheberrecht zusammengestellt. Mit Animationen, Video-Tutorials, Pro- und Kontra-Listen und einem Quiz werden die sonst komplizierten juristischen Sachverhalte jugendgerecht präsentiert.

## Internet-ABC-Schule

- Medialer Schwerpunkt: Internet
- Zielgruppe: Lehrerinnen und Lehrer
- Angebotsart: Fortbildung
- Kooperation: Zentrum für Medien des Landesinstituts für Schule

In dem Projekt „Internet-ABC-Schule“ unterstützen wir Lehrerkollegien durch Fortbildungen und Material, damit sie das Thema Internet in den Schulunterricht integrieren können. Teilnehmende Schulen werden mit einem Gütesiegel ausgezeichnet.

## Aktion Sicheres Internet für Kinder und Jugendliche

- Medialer Schwerpunkt: Internet
- Zielgruppe: Eltern, Pädagogen, Multiplikatoren
- Angebotsart: Qualifizierung
- Kooperationspartner: ServiceBureau Jugendinformation

In dieser Fortbildung klären wir Pädagogen und Elternvertreter über die Funktionsweise des Internets, seine Gefahren, Möglichkeiten und Grenzen auf und geben medienpädagogische Handlungsempfehlungen.

## Medienpädagogische Basisqualifizierung für Erzieher/innen

- Medialer Schwerpunkt: Computer/Foto
- Zielgruppe: Erzieherinnen und Erzieher
- Angebotsart: Fortbildung
- Kooperationspartner: Blickwechsel e. V.

Die Fortbildung richtet sich an Erzieher/innen mit wenig oder gar keinem technischen Vorwissen. Mit soliden Grundkenntnissen rund um den Computer sowie anschaulichen Beispielen aus der Praxis sollen die Teilnehmer/innen in die Lage versetzt werden, den Computer in der eigenen Einrichtung zur Medienkompetenzförderung einzusetzen.

**AUF\_GEKLÄRT!**



# Kostenfallen im Netz

## bürger.medien.kompetenz II

### Das macht doch jeder!

Musik herunterladen, mit Freunden tauschen und teilen, das Profilbild bei Facebook ist ein Filmstar oder Comic-Held – das ist doch nicht kriminell, oder?

Fremde Inhalte für andere bereitzustellen ist eine Verletzung des Urheberrechts, über welches jeder Künstler für seine Werke verfügt. Vor allem im World Wide Web ist Urheberrechtsverletzung überall und jederzeit möglich. Der Fortschritt, den die digitale Technik mit sich bringt, lässt die Zirkulation von Bildern, Musik und Texten im Netz unüberschaubar werden.

### Mit einem Klick kopiert

Im Zeitalter des Internets, welches alle Medien in sich aufnimmt, ist es einfach geworden, Inhalte zu kopieren – und das sogar ohne große Qualitätsverluste. Mit einem Klick ist alles kopiert. Doch nur, weil das so einfach möglich ist, ist es noch lange nicht richtig oder legal.

### bürger.medien.kompetenz II

#### „vernetzt – verschätzt? Orientierung im Medienschungel“

**Datum:** 30. August 2013  
**Ort:** Volkshochschule Bremen

Die insgesamt 250 Teilnehmer und Besucher hatten die Möglichkeit, sich in Workshops, Diskussionen oder Barcamps u. a. über das Thema Urheberrecht zu informieren und auszutauschen.

**Mehr Infos:** [www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz/medienkompetenz-tag](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz/medienkompetenz-tag)

Das Problembewusstsein der Nutzer ist ganz unterschiedlich: einige wissen, wie sie mit digitalen Inhalten umgehen dürfen, andere weichen dem Thema Urheberrechtsverletzung aus Gewohnheit oder gar Unwissenheit aus.

Mit dem Schwerpunktthema Urheberrecht machte unser Medienkompetenz-Tag 2013 unter dem Motto „vernetzt – verschätzt? Orientierung im Medienschungel“ auf diesen Konflikt zwischen Produzenten und Konsumenten aufmerksam und informierte auch über das Vorgehen der sogenannten Abmahnindustrie. Sich durch die 143 Paragraphen des „Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte“ – kurz: Urheberrechtsgesetz – zu kämpfen, ist nicht einfach. Deshalb sind sich viele über ihre Rechte, vor allem aber über Rechtswidrigkeiten im Unklaren.

### Nur nicht erwischen lassen!?

Auch wer bisher nicht abgemahnt wurde, die Post vom Anwalt kann jeden, der gegen das Gesetz verstößt, ganz plötzlich erreichen. Wie schnell das passieren kann, zeigt [www.legal-box.de](http://www.legal-box.de).

Die Internetseite Legal-Box ist ein Gemeinschaftsprojekt der Verbraucherzentrale Bremen und der Bremischen Landesmedienanstalt, gefördert durch die Stiftung Verbraucherschutz in Berlin. Legal-Box hilft vor allem Jugendlichen, indem es ihnen die Themen Datenschutz und Urheberrecht verständlich aufbereitet. Die Website wurde gemeinsam mit einer Jugendredaktion entwickelt und gestaltet.

Mit unterhaltsamen Videos, Texten und einem Quiz klärt [www.legal-box.de](http://www.legal-box.de) auf:

- Was ist ein Urheber?
- Welche Rechte hat der Urheber?
- Was ist ein Werk?
- Was darf der Nutzer und was nicht?

Legal-Box weist nicht nur darauf hin, was alles verboten ist, sondern zeigt auch alternative Möglichkeiten, auf legalem Weg an Musik zu gelangen.



### 650 Euro für nur ein Lied?

Auf der Website werden exemplarisch Fälle beschrieben, die zeigen, was passieren kann, wenn man bestimmte Regeln nicht beachtet. Wie im Fall von Sara, die von ihren schlechten Erfahrungen mit der Online-Tauschbörse Kazaa berichtet. Dass es sich hierbei um eine illegale Filesharing-Plattform (engl. für „Dateien teilen“) handelt, wusste die damals 16-Jährige nicht. Dateien (wie Musik, Videos oder Software) werden auf solchen Websites einer großen Anzahl von Nutzern zum Download bereitgestellt. Urheberrechtlich geschützte Inhalte werden so öffentlich. Diese Handlungen, sowohl der Upload als auch der Download, sind rechtswidrig.

*Hallo, ich bin Sara und bin 16 Jahre alt. Ich erzähle euch jetzt mal, was mir passiert ist.*

*In meiner Schule, unterwegs und zu Hause höre ich gerne Musik. Musik gehört schon zu meinem Leben dazu. Meine Freunde hören auch alle Musik. Und um an gute Musik heranzukommen, muss man sich schon was einfallen lassen. Weil, die ganzen CDs kann ich mir natürlich nicht kaufen, bei dem bisschen Taschengeld, was ich bekomme. Das brauch ich schließlich für andere Dinge.*

*Dann habe ich mal probiert über Kazaa Musik herunterzuladen, was auch ganz gut geklappt hat. Ich hab dort einige Songs gefunden. Aber insgesamt hab ich es auch wirklich nur wenig benutzt und auch immer nur ganz kurz.*

*Alles war bis dahin in Ordnung, bis vor ein paar Tagen plötzlich meine Mutter mit einem Brief in der Hand und Tränen in den Augen vor mir stand.*



Illustrationen und Fallbeispiel: Verbraucherzentrale Bremen/Margarita Escribano Röber

*Eine Anwaltskanzlei hatte geschrieben, dass von diesem Internetanschluss illegal Musik gedownloadet wurde. 650,- € wollen die haben, für ein Lied!*

*Nee, oder? Das kann doch nicht sein?!*

*Meine Mutter hat geheult, ich hab geheult und alles war ganz schrecklich und ich fühlte mich wie eine kleine Kriminelle. Ich hab natürlich erzählt, dass ich das war. Das kann ich ja nicht leugnen. Das Geschrei und die Vorwürfe waren total nervig, aber da musste ich halt durch.*

*Mein Taschengeld wurde auch erst mal gestrichen, aber mein Notebook durfte ich Gott sei Dank behalten, allerdings nur nach tausendmaligem Versprechen, dass ich nie wieder Musik herunterladen werde.*

*Als ich meiner Mutter erzählte, dass es aber alle machen, kamen natürlich die üblichen Sprüche wie: „Springst du auch von der Brücke, wenn das alle machen?“ und so weiter, könnt ihr euch ja vorstellen.*

*Mein Vater hat von der ganzen Sache nix mitbekommen, meine Eltern leben getrennt und reden nicht so viel miteinander.*

*Meine Mutter war mit der ganzen Sache beim Anwalt, der ist gerade noch dabei, was auszuhandeln. Ob wir die volle Summe oder nur einen Teil bezahlen müssen, ist noch nicht klar, außerdem will der Anwalt ja auch noch Geld sehen. Immerhin hat sich meine Mutter wieder ein wenig beruhigt. Das Gespräch, was jetzt mit meinem Taschengeld wird, und ob ich jemals wieder was kriege, haben wir aber noch nicht geführt.*



**Saras Fall als Film (3 Min.):**

**Mehr Infos und weitere Fallbeispiele gibt es unter [www.legal-box.de](http://www.legal-box.de)**

AUF\_GEPASST!



## Produktplatzierungen im Fokus

Seit April 2010 sind Produktplatzierungen im deutschen Fernsehen rechtlich möglich. Nicht in allen Sendungen, aber in fiktionalen Programmen (Kinofilme, TV-Serien, Fernsehfilme) und „Sendungen der leichten Unterhaltung“, z. B. Reality-Shows. Eine Produktplatzierung ist die Einbindung von Produkten oder Dienstleistungen in die Spielhandlung. Das bedeutet: Produkte dürfen gezeigt, thematisiert und auch verwendet, aber nicht werblich angepriesen oder hervorgehoben werden. Eine Sendung mit Produktplatzierung muss zu Beginn und Ende und nach Werbepausen gekennzeichnet werden. Die deutschen Sender haben sich für die Einblendung eines weißen „P“ und den Schriftzug „unterstützt durch Produktplatzierungen“ als Kennzeichnung entschieden.

Die erste Produktplatzierung erfolgte gleich im April 2010 bei „Schlag den Raab“ (ProSieben) für die Marke „M&M's“. Danach waren die Anbieter zögerlich und es waren nur wenige Platzierungen im deutschen Fernsehen zu sehen. Mittlerweile hat sich die Werbeform rasant entwickelt. Unter Federführung der (bre)ma haben sich die Medienanstalten 2013 verstärkt mit Produktplatzierungen auseinandergesetzt. Erstaunlicherweise werden die meisten Produkte nicht etwa in Spielfilmen oder Serien, sondern vor allem in Reality-Sendungen platziert, z. B. in Doku-Soaps, Casting- oder Dating-Shows. Ein bekanntes Beispiel ist „Germany's next Top Model“ auf ProSieben. Platziert werden Alltagsprodukte wie Kosmetik oder Lebensmittel, aber auch Autos und Dienstleistungen.

Produktplatzierung ist laut Rundfunkstaatsvertrag „die **gekennzeichnete Erwähnung oder Darstellung von Waren**, Dienstleistungen, Namen, Marken, Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung mit dem Ziel der Absatzförderung“. Unzulässig sind Produktplatzierungen in Nachrichten- und Kindersendungen, in Ratgeber- und Verbrauchersendungen sowie in Regionalfensterprogrammen. Es gibt auch **digitale Produktplatzierungen**, bei denen die Produkte im Rahmen der Bildbearbeitung nachträglich eingefügt werden. Aus Transparenzgründen müssen Sendungen mit Produktplatzierungen gekennzeichnet werden. Produktplatzierungen können bei privaten Sendern gegen Entgelt, bei **öffentlich-rechtlichen Sendern nur gegen kostenfreie Beistellung** von Requisiten erfolgen.

### Wann ist es Schleichwerbung?

Bei ihrer Prüfung der Produktplatzierungen berücksichtigen die Medienanstalten folgende Leitlinien:

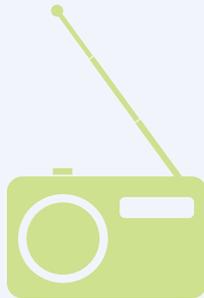
- Die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Senders müssen unbeeinträchtigt bleiben.
- Die Produktplatzierung darf nicht unmittelbar zum Kauf der Ware auffordern bzw. verkaufsfördernde Hinweise enthalten.
- Das Produkt darf nicht zu stark herausgestellt werden.

Ein zu starkes Herausstellen liegt z. B. dann vor, wenn die Produkte wie im Werbespot auffällig inszeniert werden. Dann kann es sich um unzulässige Schleichwerbung und somit um eine Ordnungswidrigkeit handeln. Es ist immer am Einzelfall zu prüfen, ob die rechtlichen Vorgaben eingehalten wurden. Hierüber entscheidet am Ende die bundesweite Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten ZAK.

Weitere Infos zur  
Werbeaufsicht:



## Sender und Frequenzen im Land Bremen



### Radio (UKW)

	Bremen	Bremerhaven
Antenne Niedersachsen für Bremen	104,8 MHz	107,9 MHz
Bremen Eins	93,8 MHz	89,3 MHz
Bremen Vier	101,2 MHz	100,8 MHz
Deutschlandfunk	107,1 MHz	103,4 MHz
DeutschlandRadio Kultur	100,3 MHz	106,2 MHz
ENERGY Bremen	89,8 MHz	104,3 MHz
FluxFM	97,2 MHz	–
Funkhaus Europa	96,7 MHz	92,1 MHz
NDR Info/Parlamentswelle	95,0 MHz	98,9 MHz
NordwestRadio	88,3 MHz	95,4 MHz
Radio 21	107,6 MHz	–
Radio Weser TV (Bürgerradio)	92,5 MHz	90,7 MHz



### Fernsehen (DVB-T)

	Kanal
arte	22
Das Erste	22
Disney Channel	45
3sat	32
HR Fernsehen	29
kabel eins	49
KIKA (06.00–21.00 Uhr)	32
MDR Fernsehen	29
NDR Fernsehen (Niedersachsen)	29
N24	49
PHOENIX	22
Pro Sieben	49
QVC	45
rb.tv/NDR Fernsehen	22
RTL	42
RTL II	42
Sat.1	49
sixx	45
super RTL	42
Tele 5	45
VOX	42
WDR Fernsehen	29
ZDF	32
ZDF info	32
zdf_neo (21.00–06.00 Uhr)	32

Informationen über einstrahlende Programme und Kabelfrequenzen auf [www.bremische-landesmedienanstalt.de](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de)

## Einnahmen- und Ausgabenstruktur der (bre(ma

	2013		2012		Veränderung	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Verwaltungseinnahmen	1.623	95,5	1.607	95,6	17	1,0
Einnahmen aus Zuweisungen und Zuschüssen mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungseinnahmen)	77	4,5	74	4,4	3	3,7
<b>Gesamteinnahmen</b>	<b>1.700</b>	<b>100,0</b>	<b>1.681</b>	<b>100,0</b>	<b>20</b>	<b>1,2</b>
Personalausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein (ohne Zuführungen zu Rückstellungen)	689	40,5	574	34,1	115	20,1
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	460	27,0	401	23,9	59	14,7
Sächliche Verwaltungsausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein	167	9,8	152	9,1	14	9,5
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	232	13,6	259	15,4	-27	-10,4
Ausgaben für Zuweisungen und Zuschüsse mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungsausgaben)						
Landesmedienanstalt allgemein	130	7,7	134	8,0	-4	-3,1
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	10	0,6	10	0,6	-1	-4,9
Ausgaben für Baumaßnahmen						
Landesmedienanstalt allgemein	0	0,0	1	0,1	-1	-100,0
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Sonstige Ausgaben für Investitionen						
Landesmedienanstalt allgemein	10	0,6	20	1,2	-10	-49,2
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	37	2,1	55	3,2	-18	-33,1
Abführung an Radio Bremen	46	2,7	39	2,3	7	19,0
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>1.780</b>	<b>104,8</b>	<b>1.644</b>	<b>97,9</b>	<b>136</b>	<b>8,3</b>
<b>Kassenmäßiges Jahresergebnis</b>	<b>-80</b>	<b>-4,7</b>	<b>36</b>	<b>2,2</b>	<b>-116</b>	<b>-321,0</b>
Entnahmen aus den Rücklagen und Übertragungseinnahmen	251	14,8	211	12,5	41	19,4
Zuführung zu den Rücklagen	-150	-8,8	-62	-3,7	-88	142,7
Zuführung zu den Rückstellungen	0	0,0	-48	-2,8	48	-100,0
Auflösung und Verbrauch von Rückstellungen	134	7,9	70	4,2	64	90,8
Zuführung zu den Rückstellungen aus Personalausgaben (Vorsorgen für nachzuholende Ausgaben)	0	0,0	-51	-3,0	51	-100,0
<b>Ergebnisverwendung</b>	<b>235</b>	<b>13,8</b>	<b>120</b>	<b>7,1</b>	<b>115</b>	<b>95,5</b>
<b>Kassenmäßiges Gesamtergebnis</b>	<b>155</b>	<b>9,1</b>	<b>156</b>	<b>9,3</b>	<b>-1</b>	<b>-0,9</b>

Die Direktorin der (bre(ma hat im Jahr 2013 eine Vergütung entsprechend Besoldungsgruppe B3 erhalten.

(bre)ma Bremische  
Landesmedienanstalt

Anstalt des öffentlichen Rechts

Richtweg 14 · 28195 Bremen

Tel.: (0421) 33 49 40

Fax: (0421) 32 35 33

[info@bremische-landesmedienanstalt.de](mailto:info@bremische-landesmedienanstalt.de)

[www.bremische-landesmedienanstalt.de](http://www.bremische-landesmedienanstalt.de)

[www.facebook.com/BremischeLandesmedienanstalt](https://www.facebook.com/BremischeLandesmedienanstalt)



mehr medien transparenz

