(bre(ma Bremische Landesmedienanstalt

IMPULSE FÜR BREMEN

Geschäftsbericht 2015

Inhalt

Grußwort 1

Kurzporträt 2

Impulse für die Stadtteile
Medienkompetenz – „Unterwegs, vor Ort!“ 4

Impulse für die Szene
Willkommen auf der MEKOcloud 8

Impulse für Politiker
Medienkompetenz meets Politik – Medienkompetenz-Vermittler und Abgeordnete der Bremischen Bürgerschaft ziehen an einem Strang 10

Impulse für den Hörfunkmarkt
Radio Teddy und Metropol FM bringen neuen Schwung ins UKW-Spektrum! 12

Impulse für Macher
Die FAQ-Liste zur Werbung auf YouTube 14

Meko-Projekte Vermittlung von Medienkompetenz 18

Einnahmen und Ausgaben: Jahresrechnung 20

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
Redaktion: Katharina Heitmann, Meike Klung, Sven Petersen
Konzept und Gestaltung: www.kitazo.de, Hannover
Druck: Print 24

Grußwort zum Geschäftsbericht

Das Jahr 2015 liegt hinter uns und damit wieder eine Zeit voller spannender Aufgaben, Herausforderungen und Erfolge. Wir haben private Radio- und Fernsehprogramme zugelassen und beaufsichtigt, Medienkompetenz selbst vermittelt und landesweite Aktionen koordiniert. Uns wird immer mehr bewusst, wie bedeutend unsere Rolle als Impulsgeber für das Land Bremen ist. Als Impulsgeber stoßen wir da an, wo etwas Energie benötigt wird, wir entdecken Bedarfe und regen zum Austausch an. Wie wir diese Aufgabe in die Tat umsetzen, dokumentiert unser Geschäftsbericht 2015.

Bremen ist bekanntlich das Land der kurzen Wege – dieser Umstand spielt uns in die Hände, und wir sind stolz auf unser starkes, stabiles Medienkompetenz-Netzwerk, mit dem wir jeden Stadtteil Bremens und Bremerhavens mit medienpädagogischen Angeboten aufsuchen und unterstützen können. Das Kapitel *Impulse für die Stadtteile* ist unseren zahlreichen Kooperationspartnern gewidmet, denn allein könnten wir viele Aufgaben nicht meistern.

Die vielfältige Medienkompetenz-Szene Bremens trifft sich regelmäßig zum persönlichen Austausch. Über unsere Netzwerktreffen hinaus haben wir mit unserem Angebot MEKOcloud.de ein Tool geschaffen, das gleichzeitig der Vernetzung dient und durch die Blog-Funktion wunderbare Impulse zu vielfältigen Medienthemen öffentlich macht. So werden von vielen Akteuren gemeinsam Inhalte gestaltet, die natürlich in erster Linie den Bürgerinnen und Bürgern zugute kommen sollen. Wie das genau funktionieren kann, lesen Sie im Kapitel *Impulse für die Szene.*

Ein besonders schöner Erfolg für das Medienkompetenz-Netzwerk war der im Jahr 2015 begonnene Dialog zwischen Medienpolitikern und Medien(kompetenz)akteuren. In gemeinsamen Diskussionen und Workshops haben wir *Impulse für Politiker* gesetzt und entwickeln eine medienpolitische Strategie für das Land Bremen, die nicht am Bürger vorbeigeht, sondern genau ins Schwarze trifft.

Auch im Bereich Zulassung haben wir neue *Impulse für den Hörfunkmarkt* geschaffen. Erstmalig können Kinder und Familien in Bremen nun den Sender Radio Teddy hören, und das deutsch-türkische Programm von Metropol FM erfreut nicht nur türkischsprachige Bürgerinnen und Bürger, u.a. weil es einen bedeutenden Beitrag zur Integration schafft.

Nicht durch Regeln und Richtlinien, sondern durch konstruktiven Dialog haben wir gemeinsam mit den anderen Medienanstalten wichtige *Impulse für Macher/(Medien-)Produzenten/YouTuber* gesetzt. In einer FAQ-Liste beantworten und erklären wir wichtige Fragen zum Thema Werbekennzeichnung bei YouTube.

Unser Anliegen ist es, auch weiterhin kreative und nützliche *Impulse für Bremen* zu liefern und das stets am Puls der Zeit. Viel Freude bei der Lektüre unseres Geschäftsberichts 2015.

Cornelia Holsten
Direktorin

Hartmut Schwarz
Vorsitzender
des Medienrats

Foto Holsten: © sagmalspaghetti GbR, Foto Schwarz: © Verbraucherzentrale Bremen

Die (bre(ma und ihre Aufgaben bremenweit – bundesweit

Das tun wir:

Gestalten

- Wir erteilen auf Antrag die Sendererlaubnis (Lizenz) für private Fernseh- und Radioveranstalter.
- Wir entscheiden, wer in Bremen über DVB-T, UKW oder im Digitalradio senden darf.
- Wir legen fest, welche Programme in den Kabelnetzen verbreitet werden.
- Wir legen durch Satzungen und Richtlinien die Rahmenbedingungen für die elektronischen Medien fest.

Beaufsichtigen

- Wir überprüfen, ob die privaten Fernseh- und Radiosender die gesetzlich bestimmten Programmgrundsätze, Jugendschutzbestimmungen und Werberegelungen einhalten.
- Wir überprüfen auch bei Telemedien (z. B. Internetseiten, Social-Media-Angebote oder Apps), ob sie sich an die Vorschriften gemäß Rundfunkstaatsvertrag, Jugendmedienschutz-Staatsvertrag und Telemediengesetz halten.
- Wenn Verstöße festgestellt werden, sorgen wir dafür, dass diese beanstandet und zukünftig unterlassen werden.

Fördern

- Wir fördern und vermitteln Medienkompetenz, entweder in Kooperationen oder in eigenen Projekten.
- Wir koordinieren die Medienkompetenz-Initiativen im Land Bremen.
- Wir betreiben den Bürgerrundfunk Radio Weser TV in Bremen und Bremerhaven.
- Wir geben praxisorientierte Forschungsprojekte in Auftrag.

Bundesweite Zusammenarbeit

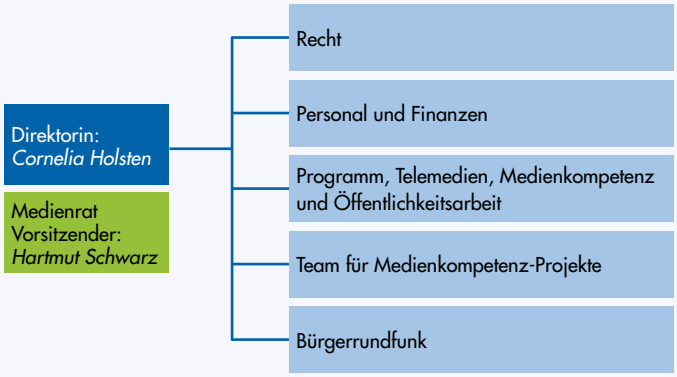
Medien sind Aufgabe der Länder, dennoch erfordern medienrechtliche Angelegenheiten eine bundesweite Abstimmung. Daher haben wir uns mit den anderen 13 Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland, kurz ALM, organisiert. In den Gremien der 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 Schwerpunkthemen für die Gemeinschaft (2015 z. B. Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien. Näheres hierzu finden Sie auf Seite 14–17).

Die (bre(ma ist staatsfern und finanziert sich aus dem Rundfunkbeitrag.

Organisation der (bre(ma

Die (bre(ma besteht aus zwei Organen: dem Medienrat und der Direktorin.



Weitere Infos und alle Rechtsgrundlagen unserer Arbeit finden Sie unter www.bremische-landesmedienanstalt.de/ueber-uns

Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt

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

© sagmalspaghetti GbR

Deutscher Gewerkschaftsbund	Behrens, Frank
Frauenorganisationen im Land Bremen	Buchelt, Andrea
Bremer Muslime	Cengiz, Ebru
Stadtgemeinde Bremerhaven	Cordes, Horst
Volkshilfe Bremerhaven	Deneke, Sigrun
Unternehmensverbände im Lande Bremen	Dyx, Alexander
Landesseniorenvertretung im Land Bremen	Harms, Karl-Otto
Arbeitnehmerkammer	Hein, Jörg Hendrik
Bündnis 90/Die Grünen	Heuer, Dr. Ulrike
Stadtgemeinde Bremen	Hodonyi, Robert
Die LINKE	Höhl, Christoph
SPD	Holsten, Reiner
Jüdische Gemeinde	Noa, Elvira
Handelskammer Bremen	Offenhäuser, Dr. Stefan
Stadtkultur Bremen e. V.	Prieser, Malte
Evangelische Kirche	Querfurth, Jeannette
CDU	Rohmeyer, Claas
Katholische Kirche	Rolfes, Prof. Dr. Helmuth
Sozialverband Deutschland	Schwarz, Gisela

Verbraucherzentrale Bremen	Schwarz, Hartmut
Deutscher Journalisten-Verband (DJV)	Sell, Dieter
Landessportbund	Soares, Joaquim
Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe behinderter Menschen e. V.	Stegmann, Dieter
Bremer Jugendring	Theermann, Eiko
Bremer Rat für Integration	Uzuner, Dr. Sabine
bremen digitalmedia e. V.	Wedemeier, Maik
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju)	Zietlow, Markus
Berufsständische Organisationen des Handwerks im Land Bremen	N. N.
Bundesrat für Nedderdüütsch	N. N.
Gesamtverband Natur- und Umweltschutz Unterweser e. V.	N. N.
Studierendenschaft/Landes-Asten-Konferenz	N. N.

Impulse für die STADTTEILE

© Siegel-Foto: Victoria Buschmann, LIS – Zentrum für Medien; Gruppenbild Internet-ABC: Victoria Buschmann, LIS – Zentrum für Medien; alle weiteren Bilder: Ibrelna

Medienkompetenz – „Unterwegs, vor Ort!“

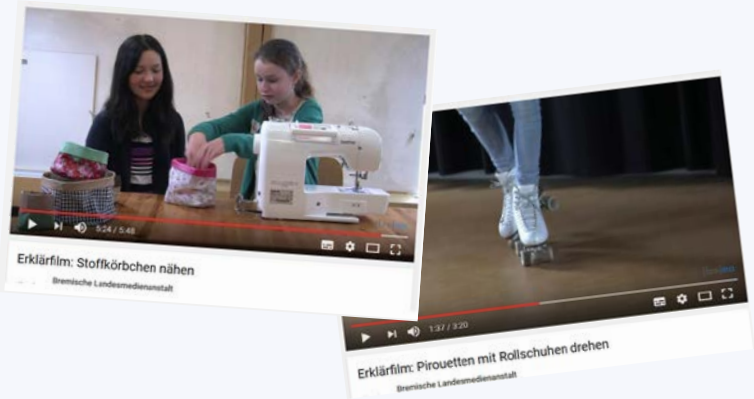
Einmal selbst hinter der Kamera stehen, auf Entdeckungsreise nach der Faszination von Computerspielen gehen oder sich über Pokémon Go informieren. Dies und noch viel mehr bieten die Medienkompetenz-Angebote der (bre(ma. Zentral beheimatet in der Innenstadt macht sich das Medienkompetenz-Team für die Durchführung zumeist auf den Weg zu Kooperationspartnern in die Stadtteile von Bremen und Bremerhaven. „Unterwegs, vor Ort!“ ist unsere Devise. Vier Beispiele aus dem Jahr 2015:

Erste Station: Findorff
Zukunftstag im Kulturzentrum Schlachthof

Am jährlich stattfindenden Zukunftstag, auch bekannt als Girls' und Boys' Day, am 23.04.2015 ging es zum Kulturzentrum Schlachthof. Mit im Gepäck: Kamera-Kits, allerlei Requisiten und ein buntes Tagesprogramm. Gemeinsam mit der Medienwerkstatt gab die (bre(ma den 12- bis 14-Jährigen die Möglichkeit, Erklärvideos im YouTube-Stil zu produzieren. Dabei konnten 11 Kinder Berufe vor und hinter der Kamera kennenlernen und zeigen, was in ihnen steckt. Die Kids sammelten Erfahrungen im Technikbereich (Kamera, Ton, Schnitt) und lernten auf diese Weise bestehende YouTube-Formate zu reflektieren.

Entstanden sind drei Videos, die Schritt für Schritt zeigen, wie man mit der Nähmaschine Stoffkörbe näht, wie man Pirouetten mit Rollschuhen dreht und aus einfachen Verpackungen hübsche Geschenkboxen kreiert. Die Filmchen wurden auf Radio Weser.TV gesendet und sind auf dem YouTube-Kanal der Bremischen Landesmedienanstalt abrufbar. Die Anleitung, wie Pirouetten mit Rollschuhen gedreht werden, wurde ein kleiner YouTube-Hit – Wahnsinn!

Der YouTube-Kanal der (bre(ma findet sich hier: https://www.youtube.com/channel/UCZBahfvLOOtyYgMmtB8QTjQ



Zweite Station: Neue Vahr
Wii bis WoW in Kooperation mit der Stadtbibliothek Bremen

Einen Großteil ihrer Freizeit verbringen Kinder und Jugendliche mit digitalen Spielen. Woher kommt die Faszination für PC-, Konsolen- oder Online-Spiele und worum geht es in den beliebten Spielen inhaltlich? Um interessierten Erwachsenen eine Orientierung im Dschungel der digitalen Spielewelt zu bieten, veranstalten die (bre(ma und die Stadtbibliothek Bremen zweimal im Jahr einen Info-Nachmittag mit Workshop-Charakter. Die Events sollen zu einem bewussten Umgang mit digitalen Spielen bewegen und Eltern für das Thema Medienkompetenz bei Computerspielen sensibilisieren.

Der Nachmittag startet mit einem Expertenvortrag. Dabei geht es zum Beispiel um Themen wie Spiele- bzw. Mediensucht, Cybermobbing oder Gewalt. Anschließend geben Spielefachleute der (bre(ma Einblick in ihre Welt und stehen den Teilnehmenden für einen gegenseitigen

Austausch zur Verfügung. Angestoßen und gefördert wird dieser durch die Möglichkeit, vor Ort einige der beliebten Spiele selbst auszuprobieren. Das Spielrepertoire unserer Experten reicht von Casual Games wie Candy Crush und Pokémon GO bis hin zu Ego-Shootern wie League of Legends und Call of Duty.

Eines der Events fand 2015 im Rahmen der Computerbörse 2.0 im Einkaufszentrum Berliner Freiheit in der Stadtteilbibliothek Vahr statt. Die jugendlichen Referenten Senihad und Christian präsentierten das Trendspiel des Jahres Minecraft und dessen vielfältige Möglichkeiten. In dem beliebten „Klötzchen"-Spiel können ganz neue Welten erschaffen oder bestehende nachgebaut werden. Außerdem haben die beiden Referenten sich den Themen Facebook, WhatsApp und Co. gewidmet und in einem Vortrag die Bedeutung von Datenschutz- und Privatsphäre-Einstellungen erläutert angesichts der Risiken von Identitätsklau und Cybermobbing.

Dritte Station: Vegesack
App gezockt – Info-Nachmittag zu (Spiele-)Apps im Gustav-Heinemann-Bürgerhaus

Aus dem Format Wii bis WoW heraus entstand die Idee von „App gezockt", einem Info-Nachmittag speziell zu (Spiele-)Apps.

Die meisten Apps, wie Candy Crush Saga oder Angry Birds sind „free-to-play", das bedeutet, sie sind umsonst – zumindest auf den ersten Blick. Während des Spiels wird man aufgefordert, neue Leben oder für den Spielverlauf wichtige Gegenstände gegen echtes Geld zu kaufen. Manchmal reichen schon wenige Klicks. Das ist besonders für jüngere Kinder reizvoll und deshalb problematisch. Brigitte, Spielereferentin der (bre(ma, ist selbst Mutter und weiß, wo die Knackpunkte bei den Spielen liegen und was man an den Einstellungen verändern kann, damit keine ungewollten Kostenfallen entstehen. Ihr Wissen und ihre Erfahrung gibt sie als Expertin gerne weiter.

„App gezockt" ist ähnlich aufgebaut wie unsere „Wii bis WoW"-Veranstaltungen: Ein praxisnaher Vortrag führt in das Thema ein. Gemeinsam mit der Spieleexpertin der (bre(ma geht es anschließend für die Teilnehmenden auf Entdeckungsreise in die Spielewelt. Sich selbst einmal durch die Apps zu wischen und verschiedene digitale Smartphone-Spiele auszuprobieren ist vor Ort möglich.

Der Info-Nachmittag fand 2015 zum ersten Mal im Gustav-Heinemann-Bürgerhaus Vegesack statt und kam so gut an, dass dieses Angebot seither ab einer Mindestteilnehmerzahl von 10 bei der (bre(ma angefragt werden kann.

Vierte Station: Bremerhaven-Mitte
Internet-ABC in Kooperation mit dem Lehrerfortbildungsinstitut (LFI) Bremerhaven

Das Internet-ABC (www.internet-abc.de) bietet Hilfestellung und Informationen im Netz und informiert über einen sicheren Umgang mit dem Internet. Die Plattform richtet sich an Kinder von fünf bis zwölf Jahren sowie Eltern und Lehrkräfte. Sie ist aufgrund ihres didaktischen Aufbaus und umfangreicher Zusatzmaterialen perfekt im Schulunterricht einsetzbar.

Die (bre(ma ist seit 2006 Mitglied im Verein Internet-ABC und engagiert sich seither in dem bundesweiten Projekt. Als erstes Bundesland überhaupt startete Bremen Ende 2012 mit dem Projekt Internet-ABC-Schule.

Teilnehmende Schulen werden mit Fortbildungen und Materialien versorgt und erklären sich im Gegenzug bereit, mit dem Internet-ABC zu arbeiten bzw. auch eigene Medienprojekte durchzuführen. Um das Internet-ABC in den Schulen Bremerhavens bekannter zu machen, kooperiert die (bre(ma mit dem Lehrerfortbildungsinstitut (LFI) Bremerhaven. Für Lehrkräfte der teilnehmenden Schulen finden drei bis vier Mal im Jahr Projekttreffen statt. Als Fortbildungsmöglichkeit gibt es jedes Mal ein Schwerpunktthema, wie beispielsweise WhatsApp, YouTube, Fotografieren, Trickfilme und Hörspiele erstellen und noch vieles mehr. Zudem bieten die regelmäßigen Treffen Gelegenheit zum Austausch und für gegenseitige Unterstützung. Die Treffen finden im Medienzentrum Bremerhaven in der Deichstraße in Mitte statt.

Natürlich führen wir das Projekt auch in Bremen durch, hier in Kooperation mit dem Zentrum für Medien des Landesinstitut für Schule.

Mittlerweile sind 23 Bremer und 10 Bremerhavener Grundschulen im Projekt Internet-ABC-Schule mit dabei. Jedes Jahr verleiht die (bre(ma in Kooperation mit dem Zentrum für Medien (LIS) das Internet-ABC-Qualitätssiegel an Grundschulen für ihr Engagement in unserem Projekt Internet-ABC-Schule. Für das Schuljahr 2015/2016 wurden 15 Schulen aus Bremen und Bremerhaven mit einer feierlichen Verleihung in der Grundschule Freiligrathstraße mit dem Siegel ausgezeichnet.

Ausgezeichnete Schulen aus Bremerhaven:
Gaußschule I, Goetheschule, Marktschule, Surheider Schule, Veernschule

Ausgezeichnete Schulen aus Bremen:
Schule Arsten, Schule Burgdamm, Schule an der Freiligrathstraße, Schule Grolland, Schule an der Horner Heerstraße, Schule an der Lessingstraße, Schule am Osterhop, Schule Mahndorf, Schule am Pürschweg, St.-Pius-Schule

Impulse für die SZENE

© anyaberkut/123rf.com

Willkommen auf der MEKOcloud

Olli (34) ist Erzieher in einer Bremer Kindertageseinrichtung. Die Arbeit mit den Kindern macht ihm großen Spaß, vor allem dann, wenn es praktisch wird. Besonders toll findet er es, wenn er die basalen Entwicklungsaufgaben, wie den Spracherwerb der Kinder, spielerisch unterstützen kann. Außerdem liegt ihm ein aktueller Bezug zur Lebenswelt der Kleinen sehr am Herzen. Seit einiger Zeit schon hat er den Wunsch, digitale Medien mehr in den Kita-Alltag einzubinden. Von den Kindern hört er, dass viele von ihnen zuhause außer dem Fernseher auch das Tablet, das Smartphone oder sogar den Laptop nutzen. Digitale Medien sind also bereits im Alltag der ganz Kleinen angekommen. Olli hat eine Idee: Er möchte mit den Kindern ein eigenes kleines Medienprojekt realisieren – vom Konsumenten zum Produzenten sozusagen! Aber wie genau funktioniert das? Und ist das nicht viel zu kompliziert?

Er fängt an, online zu recherchieren. Schnell stößt er auf die Seite MEKOcloud.de. Es handelt sich dabei anscheinend um einen offenen Blog. Über ganz unterschiedliche Themen gibt es hier Beiträge – aber alle beziehen sich auf die Vermittlung von Medienkompetenz. In der Themenübersicht findet er das Thema „Frühkindliche Bildung". Mal sehen, ob er hier etwas Hilfreiches findet.

Nach ein paar Minuten hat Olli entdeckt, wonach er gesucht hat: einen Beitrag mit dem Titel „Was haben Medien mit Sprachförderung zu tun?". Beschrieben wird eine Methode, das genaue Zuhören zu schulen und Sprachanlässe zu schaffen, indem man mit einfachen Mitteln, wie z. B. einem Luftballon und etwas Reis, Geräusche wie Regen erzeugt und zu diesen Geräuschen eine Geschichte erfinden kann. Aufgenommen mit einem Mikro und geschnitten mit einem Freeware-Programm ist so in Nullkommanix ein eigenes Hörspiel produziert. Eine genaue Anleitung findet er in einer Broschüre, die im Beitrag verlinkt ist. Super! Olli ist zufrieden.

Als Ansprechpartnerin ist eine Frau Roboom von Blickwechsel e. V., einem Verein für Medienpädagogik, angegeben. Er fackelt nicht lange und schreibt ihr kurzentschlossen eine Mail mit der Frage, ob sie über ihre Erfahrungen vielleicht mal in einem Elternabend in seiner Kita berichten würde. Nebenbei entdeckt er, dass in ein paar Wochen ein großer Fachtag zum Thema „Medienbildung in der Kita" stattfindet. Er hat Glück, es sind noch ein paar Plätze frei. Schnell meldet er sich an.

Ein paar Wochen später: Olli hat das Projekt mit den Kindern durchgeführt und ist begeistert. Nun möchte er über seine Erfahrungen auf der MEKOcloud berichten – zudem hat er noch ein paar Vorschläge und Tipps für Kolleginnen und Kollegen. Er klickt auf „Autor werden" und ist bereits nach kurzer Zeit als Autor auf der MEKOcloud registriert. Schnell schreibt er einen kleinen Erfahrungsbericht und gibt damit wichtige Impulse für andere ErzieherInnen. Frau Roboom hat übrigens zugesagt: Nächsten Monat kommt sie im Auftrag der (bre(ma zu einem Elternabend in die Kita.

Eine gewöhnliche Datenbank war uns zu wenig. Wir wollten eine Seite, mit der sich jeder identifizieren kann und die von jedem mitgestaltet werden kann. Die Wahl fiel daher auf die Form eines Blogs. Dieser gibt einen Überblick über registrierte Medienkompetenz-Vermittler des Landes und wird gleichzeitig von diesen mitgestaltet. Wir nutzen so die Möglichkeit, wichtige Impulse zu setzen, das Thema Medienkompetenz weiter voranzutreiben und haben zugleich eine Seite, die sich nicht nur an Medienkompetenz-Akteure richtet, sondern auch an die interessierte Öffentlichkeit – egal ob alt oder jung – über die Landesgrenzen hinweg.

Sie möchten sich über ein bestimmtes Medienthema informieren? Sie suchen eine Veranstaltung zu einem Thema in Ihrer Nähe? Sie möchten selbst etwas zu einem bestimmten Thema loswerden?

Machen Sie mit unter
www.MEKOcloud.de

Hier kann die Broschüre „Sprach-Förderung mit Medien unterstützen" als PDF heruntergeladen werden:
www.bremische-landesmedienanstalt.de/uploads/downloads/druck2016_broschuere_medien_kitaneu.pdf

Impulse für

POLITIKER

© Ibrelma

Medienkompetenz meets Politik – Medienkompetenz-Vermittler und Abgeordnete der Bremischen Bürgerschaft ziehen an einem Strang

Die Bremische Landesmedienanstalt ist die offizielle Koordinierungsstelle für Medienkompetenz im Land Bremen. Das bedeutet, dass wir uns zum einen regelmäßig mit allen relevanten Akteuren treffen und gemeinsame Veranstaltungen planen. Zum anderen sehen wir es als unsere Aufgabe an, die Bedeutung der Medienkompetenz als wichtiger Lebenskompetenz zu stärken und damit die Unterstützung der vielen tollen Projekte und Veranstaltungen dauerhaft zu sichern. Dafür bedarf es auch politischer Einmischung. Daher hat das Medienkompetenz-Netzwerk bereits im Vorfeld der Bürgerschaftswahlen 2015 über die (bre(ma den Kontakt zu den medienpolitischen Sprechern der Parteien gesucht. Gemeinsam haben wir ein Positionspapier vorgelegt und der Politik zugeleitet – mit Erfolg.

Im nach der Wahl veröffentlichten Regierungsprogramm der rot-grünen Regierung wurde bekundet:

„… wir [wollen] gemeinsam mit allen Akteurinnen und Akteuren eine umfassende Strategie zur Medienkompetenzentwicklung, die insbesondere auch Schulen sowie Kinder- und Jugendeinrichtungen umfasst, entwerfen. Medienkompetenz ist eine Voraussetzung, um selbstbestimmt und selbstbewusst am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.“

Diesen Ball hat das Medienkompetenz-Netzwerk nur zu gerne angenommen und die Sprecher der in Bremen und Bremerhaven regierenden Parteien (SPD, Bündnis 90/Die Grünen und CDU) im Dezember 2015 zu einem gemeinsamen Gespräch eingeladen. Das Format „MeKo meets Politik“ war geboren.

Unter Moderation des Vorsitzenden unseres Medienkompetenz-Ausschusses Frank Behrens wurden in zwei aufeinanderfolgenden Terminen folgende grundlegende Schritte vereinbart:

- Das Thema Medienkompetenz soll eine stärkere Präsenz im zuständigen Ausschuss für Wissenschaft, Medien, Datenschutz und Informationsfreiheit erhalten
- Medienkompetenz soll ganzheitlich und nicht als reines Schulthema betrachtet werden
- Es soll gemeinsam mit dem Medienkompetenz-Netzwerk eine Strategie für das Land Bremen entwickelt werden.

Bereits Anfang 2016 fand ein Anschlusstermin statt, bei dem die Politiker gemeinsam mit den VertreterInnen des Netzwerks in einem Workshop weitere Ideen entwickelt haben. Für das Jahr 2016 ist ein öffentlicher Austausch zur digitalen Zukunft des Landes Bremen geplant.

Die landesweite Strategie zur Medienkompetenz rückt in greifbare Nähe.

Eine ausführliche Dokumentation von „Meko meets Politik“ finden Sie auch auf der MEKOcloud:
www.mekocloud.de/thema/medienpolitik/

© bremia / Antonia von der Beeck bzw. Lina Weimann

Radio Teddy und Metropol FM bringen neuen Schwung ins UKW-Spektrum

Das Bundesland Bremen hat sich lange Zeit schwergetan mit dem privaten Rundfunk. An der Weser wurde erst 1989 eine Landesmedienanstalt gegründet, der erste private Sender ging 1999 mit Radio „Wir von hier" auf Sendung (heute ENERGY Bremen). Lange Zeit war ENERGY Bremen das einzige Privatprogramm in Bremen und Bremerhaven, seine Mitbewerber kamen aus dem niedersächsischen Umland – zu nennen sind Radio ffn, Antenne Niedersachsen oder Radio 21.

2015 brachte mehr Vielfalt!

2015 änderte sich einiges im privaten Radiosektor: Die (bre(ma hatte gleich zwei UKW-Kapazitäten zu vergeben. Zunächst wurde Ende 2014 die landesweite Frequenz von Antenne Niedersachsen ausgeschrieben. Die (bre(ma erreichten zwölf Bewerbungen. Der Medienrat wählte Anfang 2015 nach einer Anhörung aller Bewerber das Kinder- und Familienprogramm Radio Teddy aus. Es sendet seit Juni 2015 und beinhaltet regionale Inhalte für unsere beiden Städte.

Bereits im Sommer 2015 wurde eine weitere UKW-Kapazität – dieses Mal allerdings nur für die Stadt Bremen – ausgeschrieben. Die Frequenz 97,2 MHz war seit dem Rückzug von Flux FM ungenutzt. Auch in diesem Verfahren bewarben sich zwölf Programme. Im November stand fest: Das deutsch-türkische Radio Metropol FM erhält den Zuschlag. Seit Februar 2016 sendet Metropol FM in Bremen – ebenfalls mit regionalen Inhalten, z. B. Nachrichten.

Wie wählt die (bre(ma die Programme aus?

Immer wieder erreichen uns Fragen, nach welchen Kriterien die UKW-Kapazitäten vergeben werden. Daher an dieser Stelle einige Informationen zum Auswahlverfahren.

Die Entscheidung über die Zuweisung von UKW-Kapazitäten trifft der ehrenamtliche Medienrat der (bre(ma (siehe S. 3). Der Medienrat darf selbstverständlich nicht nach seinem eigenen musikalischen Geschmack auswählen, sondern ist an gesetzliche Vorgaben gebunden. Im Bremischen Landesmediengesetz ist eine möglichst große Anbieter- und Angebotsvielfalt vorgeschrieben. Im Einzelnen muss der Medienrat vor der Vergabeentscheidung für jedes Programm die folgenden Fragen beantworten:

Kriterien der Angebotsvielfalt

Kriterium	Leitfragen
Inhaltliche Vielfalt des Angebots	■ Welchen Anteil haben Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung im Programm? ■ Wie vielfältig ist das Programm für sich selbst betrachtet?
Beitrag zur Vielfalt des Gesamtangebots	■ Welchen Beitrag liefert das Programm zur Gesamtvielfalt im Land Bremen? ■ Wie stark trägt es zur Angebots- und Spartenvielfalt bei? ■ Wie stark trägt es zur regionalen und kulturellen Vielfalt bei? ■ Bietet das Programm Inhalte, die andere in Bremen empfangbare Programme nicht bieten?
Anteil von Eigen- und Auftragsproduktionen	■ Wie hoch ist der Anteil an Eigen- und Auftragsproduktionen? ■ Was bedeutet dieser Anteil für den Vielfaltsbeitrag des Programms?
Umfang des journalistischen Angebots an regionaler und lokaler Information	■ Wie umfangreich sind lokale und regionale Informationen im Programm vertreten? ■ Wie vielfältig sind diese Informationen? ■ Werden Journalisten eingesetzt?

Kriterien der Anbietervielfalt:

Kriterium	Leitfragen
Erfahrungen der Antragstellenden im Medienbereich	■ Welche Erfahrung haben die antragstellenden Unternehmen? ■ Wie würde das antragstellende Unternehmen zur publizistischen Vielfalt im Land Bremen beitragen?
Programmbeirat	■ Soll ein Programmbeirat für das Programm eingerichtet werden? ■ Welchen Einfluss hat der Beirat auf die Programmgestaltung?
Redaktionsstatut	■ In welchem Umfang räumen die Antragstellenden ihren redaktionell Beschäftigten Einfluss auf die Gestaltung des Angebots ein? ■ Ist die innere Medienfreiheit gewährleistet?
Einbindung unabhängiger Produzenten	■ Welcher Anteil des Programms wird von unabhängigen Produzenten zugeliefert? ■ Werden dabei Interessenten aus der Freien Hansestadt Bremen berücksichtigt?
Förderung von Produktionsmöglichkeiten im Land	■ Inwiefern besteht aufseiten der Antragstellenden die Bereitschaft, Produktionsmöglichkeiten für Hörfunk im Land Bremen zu fördern, um den kulturellen Bezug des Programms zur Region zu gewährleisten?

Zu all diesen Fragen sollen die Antragstellenden Angaben machen und haben in einer mündlichen Anhörung die Möglichkeit, ihren Antrag zu ergänzen. Erst nachdem alle Antragstellenden angehört wurden, entscheidet der Medienrat unter Berücksichtigung aller Informationen.

In beiden Fällen gab vor allem die programmliche Ausrichtung der Programme den Ausschlag. Ein Programm für Familien und Kinder und ein Programm für die türkeistämmige Bevölkerung in Bremen gab es bislang nicht. Der Medienrat sah daher in Radio Teddy und in Metropol FM den jeweils größten Beitrag zur Vielfalt.

Bald muss der Medienrat wieder entscheiden. Mitte 2016 wurde ein weiterer Sendeplatz in der Stadt Bremen ausgeschrieben.

Eine Übersicht über alle derzeit empfangbaren UKW-Programme in Bremen gibt es unter
www.bremische-landesmedienanstalt.de/programmuebersicht

Impulse für MACHER

© Ibrelma / Antonia von der Beeck bzw. Lina Wermann

Die FAQ-Liste zur Werbung auf YouTube

In mehreren Bundesländern sind die Medienanstalten für die Aufsicht über Online-Angebote (gesetzlich: Telemedien) zuständig, so auch in Bremen. Die Bremische Landesmedienanstalt leitet den Austausch der zuständigen Aufsichtsbehörden in der sogenannten Expertenrunde Telemedien. Neben dem Dialog über die Gestaltung der Impressen auf den Seiten, ist auch die Werbung in Online-Medien ein großes Thema. Denn auch online gilt: Werbung muss als solche leicht erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote angemessen durch optische und akustische Mittel oder räumlich abgesetzt sein – so will es das Gesetz!

Konkrete Vorgaben – wie beim Radio oder Fernsehen – macht der Rundfunkstaatsvertrag jedoch nicht. Was angemessen ist und was nicht, darüber kann man sicher unterschiedlicher Ansicht sein. Im Fokus der Debatte standen im Jahr 2015 vor allem Social-Media-Angebote, insbesondere kommerzielle Videos auf YouTube.

Was geht, was geht nicht?

Viele YouTuber verdienen durch Produktplatzierungen oder Werbevideos gutes Geld. Sie sind für die Kennzeichnung ihrer Videos selbst verantwortlich, da sie als Anbieter im Sinne des Rundfunkstaatsvertrags gelten. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Werbung in Telemedien zu kennzeichnen.

Um Anbietern eine Orientierung zu geben, haben die Medienanstalten 2015 eine sogenannte FAQ-Liste herausgegeben. Sie informiert über die wichtigsten Werbekonstellationen, welche wir hier vorstellen:

1. Du kaufst das Produkt
2. Du bekommst das Produkt kostenlos zugeschickt
3. Du bekommst von einem Unternehmen Geld oder eine andere Gegenleistung dafür, dass du Produkte in deinem Video präsentierst
4. Du setzt Affiliate-Links
5. Ausstatterhinweise
6. Verlosung von Preisen

Beispiel 1

Du kaufst das Produkt

Du kaufst die Produkte, die du in deinem Video präsentierst, selbst ein, entscheidest also alleine, welche Produkte du kaufst und zeigst und wie du sie bewertest.

Die Betonung liegt hier auf deiner Eigenständigkeit: Du kaufst ein, bezahlst die Produkte aus deiner eigenen Tasche und die Aussagen in deinem Video geben deine eigene Meinung wieder. Dann ist davon auszugehen, dass kein Unternehmen ein werbliches Interesse an deinem Video hat.

Aber auch dann haben die Aussagen in deinem Video zu den Produkten, die du empfiehlst, natürlich eine werbliche Wirkung – und dessen solltest du dir auch insbesondere wegen des Alters deiner Zielgruppe bewusst sein. Du hast hier eine Vorbildfunktion und trägst damit eine gewisse Verantwortung – ebenso wie die YouTuber, die Geld mit ihren Videos verdienen.

Eine Kennzeichnung ist hier nicht notwendig. Aber Vorsicht: Es genügt nicht, einfach nur zu behaupten, dass du die Produkte selbst bezahlt hast. Es kann nachgefragt werden!

Beispiel 2

Du bekommst das Produkt kostenlos zugeschickt

Dabei meint der Begriff „Produkt“ hier nicht nur zum Beispiel Lippenstifte, Deos, Shirts, Hosen oder Handys, sondern etwa auch Flüge, Reisen, Hotelübernachtungen usw.

Das Unternehmen stellt dir das Produkt zwar kostenlos, aber nicht ohne Absicht zur Verfügung. Es geht davon aus, dass du das

Produkt in deinem Video zeigst und es so in deiner Community bekannt machst. Das Unternemen erwartet von dir also eine Gegenleistung dafür, dass es dir das Produkt überlassen hat. Wichtig ist aus der Sicht des Unternehmens, dass du dazu beiträgst, das Produkt bekannt zu machen – es zu bewerben. Du entscheidest:

Variante A: Entweder gestaltest du dein Video so, dass es ausschließlich oder überwiegend aus der Präsentation des Produkts besteht, also das Produkt im Mittelpunkt steht.

Was ist zu beachten?
Wenn das Produkt im Mittelpunkt steht, ist das Werbung. Deshalb musst du im Rahmen des Videos dafür sorgen, dass dies erkennbar ist. Dies kannst du entweder mit einer Einblendung „Werbung" immer dann machen, wenn du das Produkt darstellst. Oder du machst zu Beginn deines Videos eine Einblendung „unterstützt durch (Produkt XYZ)" und weist zusätzlich zu Beginn deines Videos mündlich auf die kostenlose Zurverfügungstellung des Produkts durch das Unternehmen hin. Wenn sich dein Video ganz oder überwiegend um das Produkt dreht, solltest du die ganze Zeit „Dauerwerbung" oder „Werbevideo" einblenden.

Variante B: Der Schwerpunkt deines Videos besteht aus redaktionellen Inhalten, also aus Geschichten, die du erzählst, in denen es aber auch um klar erkennbare Produkte geht. Die Produkte bestimmen hier nicht den Inhalt deines Videos, sondern sind in eine Handlung eingebettet.

Was ist zu beachten?
Hier kommt es auf den Wert des Produkts an. Wenn es üblicherweise unter 1.000,– € kostet, musst du nichts tun.

Wie wird der Wert berechnet, wenn du mehrere Produkte kostenlos erhalten hast?
Hier kommt es auf den Einzelpreis an, die Werte werden nicht zusammengerechnet. Ausnahme: Du erhältst mehrere Produkte von der gleichen Marke, demselben Label oder dem gleichen Store. Hier werden die Einzelwerte addiert!

Beträgt der Wert mehr als 1.000,– €, nennt man dies Produktplatzierung, die gekennzeichnet werden muss. Auch hier solltest du die Zuschauer zu Beginn des Videos auf die Kooperation mit dem Unternehmen hinweisen. Das kannst du entweder mit dem Hinweis „Produktplatzierung" machen oder mit dem Hinweis „unterstützt durch Produktplatzierung" bzw. „unterstützt durch (Produktname)".

Beispiel 3

Du bekommst von einem Unternehmen Geld oder eine andere Gegenleistung dafür, dass du Produkte in deinem Video präsentierst

Wichtig ist aus der Sicht des Unternehmens, dass du dazu beiträgst, das Produkt bekannt zu machen – es zu bewerben. Und dafür wird gezahlt.

Auch hier hast du bei der Produktion deines Videos zwei Möglichkeiten:

Variante A: Du gestaltest dein Video so, dass es ausschließlich oder überwiegend aus der Präsentation des Produkts besteht, also das Produkt im Mittelpunkt steht.

Was ist zu beachten?
Steht das Produkt in deinem Video oder in einzelnen Einstellungen im Mittelpunkt, ist das Werbung. Deshalb musst du im Rahmen des Videos dafür sorgen, dass dies erkennbar ist.

Das kannst du entweder mit einer Einblendung „Werbung" immer dann machen, wenn du das Produkt darstellst.
Oder du machst zu Beginn deines Videos eine Einblendung „unterstützt durch (Produkt XYZ)" und weist zusätzlich zu Beginn deines Videos mündlich auf die Werbekooperation mit dem Unternehmen hin.

Wenn sich dein Video ganz oder überwiegend um das Produkt dreht, solltest du die ganze Zeit „Dauerwerbung" oder „Werbevideo" einblenden.

Variante B: Der Schwerpunkt deines Videos besteht aus redaktionellen Inhalten, also aus Geschichten, die du erzählst, in denen es aber auch um klar erkennbare Produkte geht. Die Produkte bestimmen hier nicht den Inhalt deines Videos, sondern sind in eine Handlung eingebettet.

Was ist zu beachten?
Wenn das Produkt selbst nicht im Mittelpunkt deines Videos steht, nennt man das Produktplatzierung, die gekennzeichnet werden muss.

Auch hier solltest du die Zuschauer zu Beginn des Videos über die Kooperation mit dem Unternehmen informieren. Hierzu solltest du den Hinweis „Produktplatzierung" oder „unterstützt durch Produktplatzierung" bzw. „unterstützt durch (Produktname)" verwenden.

Beispiel 4

Du setzt Affiliate-Links

Du setzt in der Infobox – freiwillig oder in Absprache mit dem Unternehmen – Affiliate-Links, mit denen du auf Seiten verlinkst, auf denen das Produkt direkt gekauft werden kann.

Du bewirbst mit dem Link also eine konkrete Produktseite. Das ist Werbung, auch wenn du es letztlich dem User überlässt, wo er das Produkt kauft.

Was ist zu beachten?
Weil der Affiliate-Link immer Werbung darstellt, musst du auch hier den Nutzer darauf hinweisen. Dazu solltest du direkt im unmittelbaren Umfeld der Links einen schriftlichen Hinweis geben. Darin erklärst du dem User, wie ein Affiliate-Link funktioniert und weist darauf hin, dass du am Umsatz beteiligt wirst, wenn der User das Produkt über diesen Link bestellt.

Beispiel 5

Ausstatterhinweise

Du weist in der Infobox auf die technische Ausstattung hin, mit der du dein Video gedreht hast.

Wenn du die Kamera, das Schnittprogramm oder weitere technische Produkte nennst, sind diese Hinweise keine Werbung. Sie gehören zur Ausstattung, die du benutzt hast, um dein Video zu gestalten. Dies gilt auch, wenn du die Geräte von den Herstellern kostenlos zur Verfügung gestellt bekommen hast.

Beispiel 6

Verlosung von Preisen

Du verlost kostenfrei einen Preis in deinem Video, den du entweder gekauft, kostenlos zugesandt oder auch zusätzlich mit einer Geldzahlung erhalten hast.

Das ist weder Werbung noch Produktplatzierung, wenn du das Produkt und die Firma maximal zweimal nennst und maximal zweimal kurz optisch darstellst. Dies gilt auch, wenn die Firma dir dafür Geld gegeben hat oder dir den Preis für die Verlosung geschenkt hat.

Die komplette FAQ-Liste kann hier als PDF heruntergeladen werden:
http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf

Medienkompetenz-Projekte

Weitere Informationen über die Medienkompetenz-Projekte im Land finden Sie unter www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz

Aktion Sicheres Internet

MS: Internet
ZG: Eltern, PädagogInnen, MultiplikatorInnen
AA: Qualifizierung
KP: ServiceBureau Jugendinformation/ Senatorin für Arbeit, Frauen, Gesundheit, Jugend und Soziales

App gezockt: info-Nachmittag zu (Spiele-)Apps

MS: (Spiele-)Apps
ZG: Eltern
AA: Info-Nachmittag

Blended Learning: Expedition ins Neuland

MS: Internet
ZG: Erwachsene
AA: E-Learning-Kurs
KP: ServiceBureau Jugendinformation

Edura FM Bremen – Mein Radio mach ich selbst!

MS: Radio
ZG: Kinder/Jugendliche
AA: Audioproduktion
KP: CoLab gGmbH

Ene Mene Mikrofon … Sprachförderung mit alten und neuen Medien

MS: Audio/Foto/PC
ZG: ErzieherInnen
AA: zweitägige Fortbildung
KP: Blickwechsel e. V.

Fachtag Medien – Medienpraxis

MS: Video/Audio
ZG: SchülerInnen und LehrerInnen
AA: diverse Medienworkshops
KP: Lehrerfortbildungsinstitut, Stadtbildstelle

Geräusch-Jäger: Hörerziehung im Kindergarten

MS: Audio
ZG: (angehende) ErzieherInnen
AA: Inhouse-Fortbildung

Go/NoGo: Was bedeutet Scripted Reality?

MS: Fernsehen
ZG: Grundschulkinder/inklusive Gruppen
AA: Produktion eines Films/einer Fotostorys/eines Hörspiels

In 8 Stunden zur eigenen Fernsehsendung

MS: Fernsehen
ZG: Schulklassen und Gruppen
AA: Workshop und Fernsehstudio-Produktion

MS: Medienschwerpunkt, **ZG:** Zielgruppe, **AA:** Angebotsart, **KP:** Kooperationspartner

In 8 Stunden zur eigenen Radiosendung

MS: Radio

ZG: Schulklassen und Gruppen

AA: Workshop und Radiostudio-Produktion

Internet-ABC-Schule

MS: Internet

ZG: LehrerInnen

AA: Fortbildung

KP: Landesinstitut für Schule, Lehrerfortbildungsinstitut

Jugendfilmfestival

MS: Videoproduktionen

ZG: Jugendliche, SchülerInnen, LehrerInnen, Gruppen

AA: technische Workshops, Wettbewerb

KP: Medienzentrum Bremerhaven, Hochschule Bremerhaven

Juuuport.de

MS: Social Media/Internet

ZG: Kinder

AA: Website

Lange Lesenacht

Jedes Jahr im Rahmen des Leher Kultursommers. 2015: „Faust I+II" von Johann Wolfgang von Goethe

MS: Live und Radio

ZG: BürgerInnen

AA: Event und 14-stündige Radioübertragung

KP: Kulturbüro Lehe, Leher Kultursommer, ESG Eigentümerstandortgemeinschaft Lehe

Legal-Box: Wege zur Musik

MS: Internet/Musik

ZG: Jugendliche

AA: Website www.legal-box.de

KP: Verbraucherzentrale Bremen

(M)ein Vorbild – Was ich kann, das kannst auch du schaffen

MS: Videoproduktionen

ZG: junge ZuwandererInnen

AA: technische Workshops, Beratung und Betreuung bei Sendekonzeption und Studioproduktionen

KP: Pädagogisches Zentrum Bremerhaven e. V.

MEKOcloud.de

MS: Medienkompetenz

ZG: alle Interessierten

AA: offener Blog

Nutzung von Medien

MS: Radio/Fernsehen

ZG: LehrerInnen

AA: Workshop, Audio- und Video-produktion

KP: Lehrerfortbildungsinstitut, Stadtbildstelle

Medienkompetenz-Projekte

Weitere Informationen über die Medienkompetenz-Projekte im Land finden Sie unter www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz

Radio Küstenschnack

Jährlich 2 bis 3 einwöchige Workshops

MS: Radio

ZG: MitarbeiterInnen der Lebenshilfe und Menschen mit geistiger Behinderung

AA: einwöchige Workshops, Planung und Realisierung einer Radiosendung

KP: Lebenshilfe Bremerhaven, externe DozentInnen

Sicheres Internet für Kinder und Jugendliche

MS: Internet

ZG: Eltern, PädagogInnen, MultiplikatorInnen

AA: Qualifizierung

KP: ServiceBureau Jugendinformation

„Stille Post war früher, alle surfen – alle schwimmen"

Jedes Jahr im August zu Beginn des Ausbildungsjahres

MS: Fernsehen

ZG: Auszubildende (Bildungsurlaub)

AA: Videoclips erstellen zum Thema Sicherheit im Internet

KP: Werkstattschule, Bildungsgemeinschaft Arbeit und Leben e. V.

TV, PC & Co – Von Mäusen und Monstern im Kinderzimmer

MS: Fernsehen/PC

ZG: Eltern

AA: Informationsabende

KP: Blickwechsel e. V.

Videospiele machen Schule

MS: Videospiele

ZG: Kinder und Jugendliche

AA: Workshop

Wii bis WoW: Computerspiel-Nachmittag für Erwachsene

MS: Computerspiele/Internet

ZG: Erwachsene (v. a. Eltern)

AA: offener Workshop

KP: Stadtbibliothek Bremen

MS: Medienschwerpunkt, **ZG:** Zielgruppe, **AA:** Angebotsart, **KP:** Kooperationspartner

Einnahmen- und Ausgabenstruktur der (bre(ma

	2015		2014		Veränderung	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Verwaltungseinnahmen	1.789	95,3	1.625	100,0	164	10,1
Einnahmen aus Zuweisungen und Zuschüssen mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungseinnahmen)	88	4,7	0	0,0	88	–
Gesamteinnahmen	1.877	100,0	1.625	100,0	252	15,5
Personalausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein (ohne Zuführungen zu Rückstellungen)	711	37,9	674	41,5	37	5,5
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	431	23,0	444	27,3	–13	–2,9
Sächliche Verwaltungsausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein	156	8,3	146	9,0	10	6,8
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	230	12,2	244	15,0	–14	–5,7
Ausgaben für Zuweisungen und Zuschüsse mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungsausgaben)						
Landesmedienanstalt allgemein	137	7,3	135	8,3	2	1,5
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	8	0,4	9	0,6	–1	–11,1
Sonstige Ausgaben für Investitionen						
Landesmedienanstalt allgemein	13	0,7	8	0,5	5	62,5
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	114	6,1	43	2,6	71	165,1
Abführung an Radio Bremen	41	2,2	45	2,8	–4	–8,9
Gesamtausgaben	1.841	98,1	1.748	107,6	93	5,3
Kassenmäßiges Jahresergebnis	36	1,9	–123	–7,6	159	129,3
Entnahmen aus den Rücklagen und Übertragungseinnahmen	211	11,2	334	20,6	–123	–36,8
Zuführung zu den Rücklagen	–171	–9,1	0	0,0	–171	–
Ergebnisverwendung	40	2,1	334	20,6	–294	–88,0
Kassenmäßiges Gesamtergebnis	76	4,0	211	13,0	–135	–64,0

Die Direktorin der (bre(ma hat im Jahr 2015 bis zum 30.6. eine Vergütung entsprechend B 2 erhalten und ab dem 1.7. eine Vergütung entsprechend B 3.

(bre(ma Bremische Landesmedienanstalt

Anstalt des öffentlichen Rechts

Richtweg 14 · 28195 Bremen
Telefon: 0421/33 49 40
Telefax: 0421/32 35 33
info@bremische-landesmedienanstalt.de
www.bremische-landesmedienanstalt.de
www.facebook.com/BremischeLandesmedienanstalt

mehr medien transparenz