

KLAR UND KREATIV FÜR BREMEN

Geschäftsbericht 2018

Inhalt

Grußwort	1
Kurzporträt	2
Unsere Highlights 2018	4
Neue Entwicklungen im Influencer-Marketing	
Vorstellung des neuen Leitfadens zur Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten	7
Klare Linie	
Auch bundesweit klare Stellung beziehen	11
Best-of Beschlüsse des Medienrats 2018	13
Clever connected	
#fake entlarven – Unsere Kooperationen zur Förderung von Medienkompetenz im Land Bremen	15
Smarte Kompetenzvermittlung	
Mit dem media lab nord neue Medien entdecken	19
Inklusion in Bremen	
Inklusion wird in Bremen großgeschrieben – bei uns auch!	21
Das Ruder – Preis für kreative Medienkompetenzvermittlung in Bremen und Bremerhaven	23
Einnahmen und Ausgaben: Jahresrechnung	25

Impressum

Herausgeber: Bremische Landesmedienanstalt –
Anstalt des öffentlichen Rechts

Direktorin: Cornelia Holsten (gesetzliche Vertreterin)

Richtweg 14

28195 Bremen

Telefon: 0421/33 49 40

Telefax: 0421/33 49 430

E-Mail: info@bremische-landesmedienanstalt.de

Redaktion: Franziska Riedel, Jana Praßke, Katharina Nölle,

Edina Medra, Christian Sanders, Inna Grebe

Fotos/Composings: Elisa Kuczorra, Christine Rost

Konzept und Gestaltung: www.beckmann-verlag.de, Lehrte

Druck: WIRMachenDRUCK GmbH,

71522 Backnang

Hinweis: Mit der in diesem Bericht verwendeten Gender-Schreibweise sind alle Geschlechter und Identitäten gemeint.

Grußwort zum Geschäftsbericht

Das Jahr 2018 liegt hinter uns und wir freuen uns – trotz oder gerade wegen der temporeichen und schnelllebigen Medienwelt – mit diesem Geschäftsbericht eine Dokumentation unserer innovativen Projekte in den Bereichen Programmaufsicht, Medienkompetenz und Bürgermedien vorlegen zu können.

„Klar und kreativ“ – unser Anspruch ist es, beides in unserer Arbeit zu kombinieren. Mit einer klaren Linie und kreativen Perspektiven bewegen wir uns stets am Puls der Zeit, reagieren mit kreativen Lösungen auf neue Entwicklungen in der Medienwelt und gehen immer wieder neue Wege, ohne dabei unsere klaren Ziele aus den Augen zu verlieren. In Zeiten einer spürbaren Dynamik in unserer Mediengesellschaft sehen wir die Kombination aus Neugier auf Phänomene und Durchsetzung von Recht als unsere Aufgabe, die wir sehr ernst nehmen.

In unserer modernen Mediengesellschaft tut sich besonders in der Werbeaufsicht viel: Influencer-Marketing spielt eine immer größere Rolle in sozialen Netzwerken und die Zahl der Influencer wächst, womit Online-Werbung immer mehr in den Fokus unserer Aufsichtsarbeit rückt. Werbung auf Social-Media-Plattformen muss klar gekennzeichnet werden, aber Influencer-Marketing darf nicht zur Spielwiese von Abmahnanwälten werden.

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist nicht nur unsere gesetzliche Aufgabe, sondern Herzenssache. Besonders stolz und glücklich sind wir über das große Interesse an unserem Workshop-Angebot, sodass wir im Jahr 2018 unsere Synergien mit verschiedenen Kultur- und Bildungsinstitutionen stetig ausbauen konnten. In enger Zusammenarbeit mit der Kunsthalle Bremen und der Stadtbibliothek Bremerhaven gelang es uns, auf aktuelle Medienthemen zu reagieren und einen aktiven, reflektierten Medientumgang im Land Bremen zu fördern.

Dr. Robert Hodonyi
Vorsitzender des Medienrats
Cornelia Holsten
Direktorin

Auch 2018 sind unsere Bürgermedien Radio Weser.TV/media lab nord wieder neue Wege gegangen. Neben dem klassischen Angebot des Bürgerrundfunks, der allen Bürgerinnen und Bürgern im Land Bremen ermöglicht, eigene Radio- und Fernsehsendungen zu produzieren und zu senden, unterstützen wir weiterhin verstärkt den alltäglichen Umgang mit neuen Medien – zum Beispiel mit der offenen Mediensprechstunde sowie den Smartphone-Kursen in Seniorentreffpunkten.

Die Medien verändern sich und wir uns mit ihnen – und deswegen bleibt weiterhin viel zu tun. Dies belegt auch der vorliegende Rückblick. Wir müssen uns umsichtig fortentwickeln, um in unserer Funktion auch unter veränderten medialen Lebenswelten und rechtlichen Rahmenbedingungen Schritt zu halten.

Lassen Sie sich durch die Lektüre über das Jahr 2018 zu Ihren ganz persönlichen Ausblicken in die Zukunft inspirieren.

Wir wünschen viel Freude bei der Lektüre unseres Geschäftsberichts 2018!



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 UKW oder DAB+ senden darf.
- 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 Werberegulungen 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 die Bürgermedien Radio Weser-TV und das media lab nord in Bremen und Bremerhaven.
- Wir geben praxisorientierte Forschungsprojekte in Auftrag.

Bundesweite Zusammenarbeit

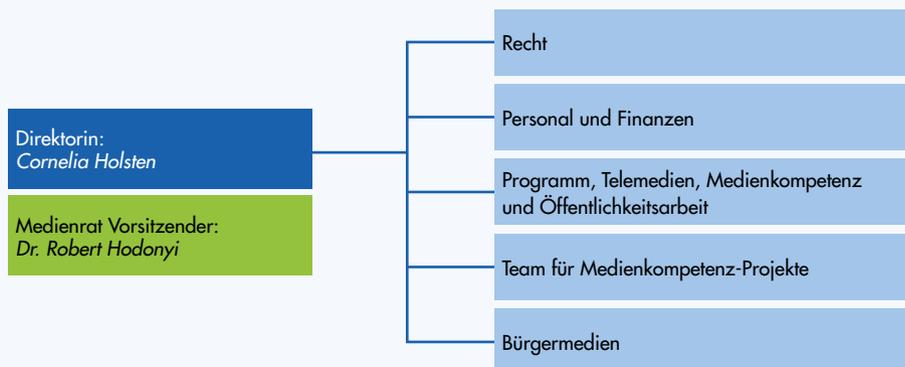
Medien sind Aufgabe der Länder, deshalb erfordern medienrechtliche Angelegenheiten eine bundesweite Abstimmung. Wir haben uns mit den anderen 13 Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, kurz ALM, organisiert. In den Gremien der Gemeinschaft bringt sich die (bre(ma aktiv ein und nimmt zahlreiche bundesweite Aufgaben wahr. 2018 waren das:

- Die Direktorin der (bre(ma war Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).
- Die Direktorin der (bre(ma war stellvertretendes Mitglied in der Kommission für Jugendschutz (KJM).
- Die Direktorin der (bre(ma war Ersatzmitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK).
- Referenten der (bre(ma nahmen regelmäßig an Prüfgruppen in den Bereichen Jugendschutz, Programm, Werbung, Recht und Zulassungen teil.

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.



Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt

Medienrat, 2. Amtsperiode, September 2016 bis September 2020, Stand: 14. August 2019



Foto © Koch

Behrens, Frank	Deutscher Gewerkschaftsbund
Brünings, Gabriele	Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union dju
Buchelt, Andrea	Bremer Frauenausschuss / Landesfrauenrat Bremen
Cengiz, Ebru	Vertretung der islamischen Religionsgemeinschaften Magistrat Bremerhaven
Cordes, Horst	Stadtgemeinde Bremerhaven
Deneke, Sigrun	Bremerhavener Volkshilfe
Dyx, Alexander	Die Unternehmensverbände im Lande Bremen e.V.
Harms, Karl-Otto	Landesseniorenvertretung im Land Bremen
Hein, Jörg Hendrik	Arbeitnehmerkammer Bremen
Heuer, Dr. phil. Ulrike	Bündnis 90/Die Grünen
Hodonyi, Dr. Robert	Stadtgemeinde Bremen
Höhl, Christoph	Die Linke
Holsten, Reiner	SPD
Horn, Prof. Dr. Helmut	Gesamtverband Natur- und Umweltschutz Unterweser e. V.
Noa, Elvira	Jüdische Gemeinde
Offenhäuser, Dr. Stefan	Handelskammer Bremen

Piepho, Katrin	FDP
Prieser, Malte	Verein „Stadtkultur Bremen e.V.“
Quade, Dr. Andreas	Bremische Evangelische Kirche
Rohmeyer, Claas	CDU
Rolfes, Prof. Dr. Helmuth	Katholische Kirche Bremen
Sell, Dieter	DJV-Landesverband Bremen e.V.
Stegmann, Dieter	LandesAG Selbsthilfe behinderter Menschen
Theermann, Eiko	Bremer Jugendring
Uzuner, Dr. Sabine	Bremer Rat für Integration
Voigt-Köhler, Inge	Landessportbund
Warnken, Linda	Bundesrat für Nedderdütsch
Wedemeier, Maik	bremen digitalmedia
Wolter, Thomas	Sozialverband Deutschland
Wulff-Schwarz, Waltraud	Verbraucherzentrale Bremen
N.N.	AfD
N.N.	Berufsständische Organisationen des Handwerks
N.N.	Studierendenschaft

Highlights 2018: Unser Jahr im Überblick

1.1.

Volle Fahrt voraus!

Unsere Direktorin Cornelia Holsten startet in den DLM- und ZAK-Vorsitz (Seite 11).

8.3.

Schlager on air

Start des Schlagersenders Radio Roland auf der UKW-Frequenz 96,1 MHz.

RADIO ROLAND
Musik für Dich



7.5.

Medienanstalten fordern Regulierung von Intermediären

Die Medienanstalten formulieren vier Mindeststandards für die Regulierung von Informationsintermediären im Rundfunkstaatsvertrag.

1. Transparenz im Hinblick auf die Selektion der Inhalte,
2. keine Diskriminierung in der Auswahl meinuingsrelevanter Inhalte,
3. gesetzlich verpflichtendes Reporting von bevorzugter Behandlung und Vergütung für die Präsentation von Inhalten sowie
4. die verpflichtende Angabe eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten.

6.2.

Safer Internet Day

Safety first: Im Rahmen einer Expertenkonferenz an der Gesamtschule-West mit ca. 100 Schülern des 7. Jahrgangs wurde recherchiert und diskutiert – alles unter Einsatz ihrer eigenen Smartphones oder Computer.



5.4.

Crossmedia-Preis die Sechste: Die Gewinner-Programme

And the Crossmediapreis goes to:

- Kategorie TV: „Weltspiegel“
- Kategorie Hörfunk: „Zur Herstellung der Aussagebereitschaft“
- Kategorie Online: „Die RTLII-Wahlparty powered by facebook“

Radio Bremen und die (bre)ma sagen Glückwunsch!



27.2.

Hoher Besuch in der Hansestadt

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier spricht bei der Veranstaltung „U20 und politisch aktiv – echt normal oder total exotisch?“ mit über 80 Jugendlichen über Engagement und Demokratie. Radio Weser.TV überträgt live aus dem Plenarsaal der Bremischen Bürgerschaft.



24.5.

Erklär mir die Medienwelt

Ab sofort bietet das media lab nord wöchentliche Sprechstunden an: Jeden Donnerstag zwischen 14 und 16 Uhr haben Interessierte die Möglichkeit, sich ihre Fragen beantworten zu lassen (Seite 19).



30.5.

Filmpremiere in der Glocke

Präsentation der im Rahmen des Zukunftstages entstandenen Erklärvideos der Bremer Philharmoniker und der (bre|ma in der Glocke. Die Ergebnisse sind auf dem YouTube-Kanal der (bre|ma zu sehen: https://www.youtube.com/playlist?list=PLVmePQ0A_OmBAV87Tx6W5vKMU1Xleb0Em



27.6.

Start des „Bremen-Mux“

Die ersten privaten Regionalprogramme sind nun über DAB+ empfangbar (Energy Bremen, Nordseewelle, radio B2, radio ffn, Radio Roland).

7.7.

„Von Amor bis Tinder“

Im Rahmen der Ausstellung „What is Love? Von Amor bis Tinder“ thematisiert die Kunsthalle Bremen als erste museale Kunstaussstellung Dating in Zeiten der Digitalisierung – und die (bre|ma als Kooperationspartner war mit dabei!



Beitrag Sat. 1
Regional

30.8.

Preisverleihung „Das Ruder“

Der Medienkompetenzpreis der (bre|ma geht an drei Initiativen zu Inklusion, Teilhabe und politischem Empowerment durch Einsatz von Medien (Seite 23). Herzlichen Glückwunsch!



7.6.

„Medien-Kids“ als beispielhaftes Pilotprojekt

Mehrere Kitas wurden ein Jahr lang durch Fortbildungen, Coaching und Technik unterstützt. Bei der Abschlussveranstaltung wurden die Ergebnisse – von Trickfilmen über Hörspiele bis zum Fotorätsel – präsentiert und die Zertifikate an die pädagogischen Fachkräfte feierlich übergeben.



Informationen zum bundesweiten Engagement der (bre|ma erhalten Sie im Jahrbuch der Medienanstalten (abrufbar unter <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/jahrbuch/news/jahrbuch-2018>).

8.8.

Digitalumstieg – erledigt!

Im Land Bremen ist das analoge Kabelfernsehen endgültig abgeschaltet. Damit war Bremen das erste Bundesland des vollständigen Digitalumstiegs.

15.11.

Fachtag #Teilhabe 2.0

Der Fachtag für mediale Selbstbestimmung in der Praxis fand mit Medienexperte Raul Krauthausen und Bürgermeister Carsten Sieling statt (Seite 21).



15.11.

Werbematrix

Die Medienanstalten beschließen ihren neuen Leitfaden „Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten“ für Influencer in sozialen Medien, der die bisherigen FAQ zu einer detaillierten Werbekennzeichnungs-Matrix mit Erläuterungen weiterentwickelt (Seite 7).





Neue Entwicklungen

IM INFLUENCER- MARKETING



Vorstellung des neuen Leitfadens zur Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten

Influencer-Marketing spielt eine immer größere Rolle in sozialen Netzwerken und macht mittlerweile einen beträchtlichen Anteil des weltweiten Werbemarktvolumens aus. Über Instagram, Facebook, YouTube und Co. werden diverse Produkte zielgruppengenaue durch reichweitenstarke Influencer beworben. Unternehmen haben diese Art des Marketings, das auf eine persönliche Ansprache der Kaufinteressenten abzielt, längst für sich entdeckt. Um klarzustellen, wann und wo Werbung bei Social-Media-Angeboten gekennzeichnet werden muss, hatten die Landesmedienanstalten bereits 2015 FAQ zum Thema Werbekennzeichnung veröffentlicht, welche 2017 erneuert und 2018 schließlich erweitert und in eine übersichtliche Werbematrix für Social-Media-Angebote überführt wurden.

Der neue Leitfaden zur Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten wurde im Rahmen der Veranstaltung *#watchdog 18: Recht(s) sicher durch die Welt des Influencer-Marketings* in Köln präsentiert. Zu der Veranstaltung kamen bereits zum dritten Mal rund 150 Akteure und Vertreterinnen der Social-Media-Branche zusammen, um gemeinsam über aktuelle Fragen der Kennzeichnung von Werbung in sozialen Netzwerken zu diskutieren. Unsere Direktorin und die Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten Cornelia Holsten wies in ihrer Begrüßungsrede darauf hin, dass die Landesmedienanstalten eine klare Kennzeichnung von Werbung auf Social-Media-Plattformen erwarten, Influencer-Marketing aber auch nicht zur Spielwiese von Abmahnanwälten werden dürfe. Die Matrix solle eine transparente Werbekennzeichnung erleichtern.

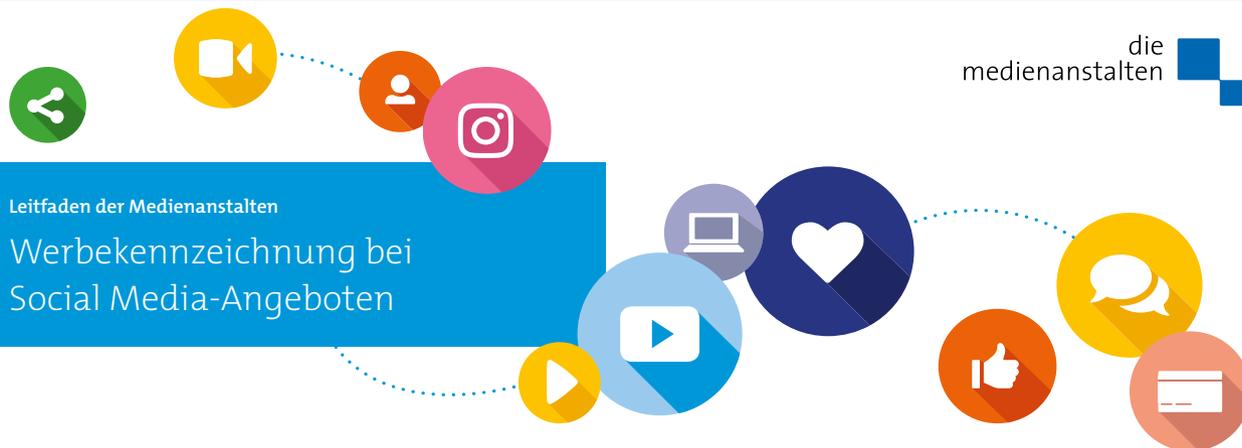
Anders als bei den 2015 erschienenen FAQ ist der Leitfaden als Tabelle aufgebaut und sortiert nach den Fragen, wann, wo und wie Werbung auf den unterschiedlichen Social-Media-Plattformen gekennzeichnet werden muss. Die Matrix geht dabei zunächst vom Inhalt aus. Wenn beispielweise Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events oder Reisen gegen eine Gegenleistung veröffentlicht werden sollen, müssen sie immer gekennzeichnet werden. Abhängig davon, ob der Beitrag in Video, Bild-/Text-Form oder auf einem Blog veröffentlicht werden soll, unterscheidet sich die erforderliche Art und Platzierung der Kennzeichnung zwischen Werbung und Produktplatzierung. Anhand der übersichtlichen Tabelle ist zu erkennen, wie eine Kennzeichnung zu erfolgen hat. Dank der erwei-

terbaren Gestaltung des Leitfadens können laufend neue Phänomene wie beispielsweise Rabattcodes in die Matrix aufgenommen werden. Darüber hinaus enthält der Leitfaden Erläuterungen, die Begriffe und Abgrenzungsfälle konkretisieren und erklären.

Nach der Vorstellung der Kennzeichnungs-Matrix auf der *#watchdog*-Veranstaltung folgten spannende Diskussionen über die aktuelle rechtliche Bewertung und gerichtlichen Entscheidungen zum Influencer-Marketing. Im Jahr 2018 hatte der Verband sozialer Wettbewerb e.V. mehrere Influencer wegen vermeintlich ungekennzeichneter Werbung abgemahnt und sich dabei auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) berufen. Nach Ansicht des Verbands



Auf der *#watchdog*-Veranstaltung diskutierte unsere Direktorin Cornelia Holsten mit Influencerin Vreni Frost.



Leitfaden der Medienanstalten

Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten

Einleitung

Dieser Leitfaden der Medienanstalten enthält in Fortschreibung der bisherigen FAQs der Medienanstalten grundlegende Hilfestellungen und Regelungen zu den Kennzeichnungs- und Trennungspflichten bei Werbung in Social Media-Angeboten wie Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, Twitch etc. und sonstigen Internetseiten. Er konzentriert sich auf Fragen des Medienrechts, blendet das Wettbewerbsrecht aber nicht aus.

Die Trennung und Kennzeichnung von Werbung dient dem Erhalt der Medien- und Meinungsfreiheit, der Unabhängigkeit und Integrität medialer Angebote, der Glaubwürdigkeit und

Authentizität der Anbieter und dem Schutz der Nutzer vor Irreführung. Sie ist im Telemediengesetz (TMG) und im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) geregelt.

Was heißt das für einzelne Social Media-Angebote? Wie ist eine solche Kennzeichnung medienrechtlich umzusetzen? Dazu gibt dieser Leitfaden die notwendigen Hilfestellungen.

Die Gesetzgebung unterscheidet hinsichtlich der Anforderungen an die Trennung und Kennzeichnung von Werbung zwischen Video- und Foto-/Text-Angeboten.

Für Videoangebote gelten die Trennungs- und Kennzeichnungsbestimmungen der §§ 7 und 8 RStV entsprechend (siehe § 58 Abs. 3 RStV). Für reine Foto-/Text-Angebote gelten § 58 Abs. 1 RStV sowie § 6 Abs. 1 Satz 1 TMG. Daneben sind auch die jugendmedienschutzrechtlichen Anforderungen des § 6 JMStV zu berücksichtigen. Werbung darf Kinder und Jugendliche nicht körperlich oder seelisch beeinträchtigen oder mit direkten Kaufappellen deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen.

Der Leitfaden der Medienanstalten zur Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten umfasst zunächst

eine Kennzeichnungs-Matrix. So ist auf den ersten Blick erkennbar, ob für das jeweilige Angebot eine Kennzeichnung notwendig ist und wie diese zu erfolgen hat. Neben der Matrix gibt es Erläuterungen, die Begriffe und Abgrenzungsfälle konkretisieren und erklären.

Der Leitfaden ersetzt die bisherigen FAQs der Medienanstalten. Er wird regelmäßig an die Entwicklungen von Social Media-Angeboten sowie die Rechtsprechung angepasst.

sei jeder Post eines Influencers zu kennzeichnen, da der gesamte Account Werbezwecken diene. Im Gegensatz dazu fordern die Medienanstalten nur dann eine Werbekennzeichnung, wenn eine Werbeabsicht gegeben ist. Dies sah bei der #watchdog-Veranstaltung auch die Vorsitzende Richterin am Landgericht München I, die für den Fall Cathy Hummels zuständig war, so. Sie sprach sich für eine aufgeklärte Haltung der Richterinnen und Richter gegenüber Influencern aus: Ob man die Tätigkeit von Influencern befürworte oder ablehne, sei keine Rechtsfrage und unerheblich für die Prüfung, ob ein Werbeverstöß vorliege. Im Fall Cathy Hummels gab das Gericht der Beklagten Recht, dass es sich bei Verlinkungen auf Produkte, für deren Präsentation keine finanziellen Mittel geflossen seien, nicht um Werbung handelt. Ausschlaggebend für die Entscheidung war, dass durch den verifizierten, reichweitenstarken Account für die Nutzerin

oder den Nutzer ohnehin ersichtlich war, dass die Influencerin ein kommerzielles Interesse verfolgt. Auch wenn in diesem speziellen Fall noch keine einheitliche Rechtsprechung vorliegt und andere Gerichte dies möglicherweise anders bewerten, bietet der Leitfaden der Medienanstalten eine medienrechtliche Übersicht zur korrekten Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten und bietet dadurch auch Schutz vor unberechtigten Abmahnungen.

So stellte Cornelia Holsten zum Abschluss der #watchdog-Veranstaltung fest, dass die Zahl der Verstöße bei der Werbekennzeichnung im Vergleich zu den Vorjahren nach der Einführung der Werbematrix und Gesprächen mit Vertreterinnen und Vertretern der Branche rückläufig seien. Die Matrix, welche auch online abrufbar ist, wird auch in Zukunft stetig weiterentwickelt.

KENNZEICHNUNGSMATRIX SOCIAL MEDIA							
	Kennzeichnung notwendig?	Wie kennzeichnen?			Wo kennzeichnen?		
Inhalte	Ja oder nein	Video (YouTube, Facebook etc.)	Bild / Text (Instagram, Facebook, Twitter etc.)	Blog	Video (YouTube, Facebook etc.)	Bild / Text (Instagram, Facebook, Twitter etc.)	Blog
A	Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen, die gegen eine Gegenleistung veröffentlicht werden.	ja	a) Produkt spielt Hauptrolle: deutlich lesbar „Werbevideo“ oder „Werbung“ b) Produkt spielt Nebenrolle: „Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	a) Als Dauereinblendung im Video b) Zu Beginn des Videos	Zu Beginn des Posts Zu Beginn des Beitrags
	1	2/3	3			4	4
B	Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen, die kostenlos in Anspruch genommen oder erhalten wurden, deren Veröffentlichung aber an Vereinbarungen/Bedingungen geknüpft ist.	ja	a) Produkt spielt Hauptrolle: deutlich lesbar „Werbevideo“ oder „Werbung“ b) Produkt spielt Nebenrolle: „Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	a) Als Dauereinblendung im Video b) Zu Beginn des Videos	Zu Beginn des Posts Zu Beginn des Beitrags
	1	2/3	3			4	4
C	Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen, die aus eigener Motivation ohne kommerziellen Anreiz Dritter veröffentlicht werden.	in der Regel nein (Achtung Falle: zu positive Darstellung)					
	5	5					
D	Beiträge/Darstellungen von eigenen Produkten, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen – wenn für die Nutzer die Unternehmenschaft deutlich ist.	in der Regel nein (Achtung Falle: zu positive Darstellung)					
	6	5					
E	Beiträge/Darstellungen von eigenen Produkten, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen – ohne dass die eigene Unternehmenschaft deutlich wird.	ja	a) Produkt spielt Hauptrolle: deutlich lesbar „Werbevideo“ oder „Werbung“ b) Produkt spielt Nebenrolle: „Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	a) Als Dauereinblendung im Video b) Zu Beginn des Videos	Zu Beginn des Posts Zu Beginn des Beitrags
	6	2/3	3				
F	Affiliate Links	ja	Symbol (*) + Erläuterung	Symbol (*) + Erläuterung	Symbol (*) + Erläuterung	in unmittelbarer Nähe des Links	in unmittelbarer Nähe des Links in unmittelbarer Nähe des Links
		7	7	7			
G	werbliche Links	ja	deutlich lesbar „Werbung“	deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“	vor / während Link / Produkthinweis	in unmittelbarer Nähe des Links / Produkthinweises in unmittelbarer Nähe des Links / Produkthinweises
	8						
H	Links/Tags auf Freunde, Quellenangaben, eigene Produkte, eigene Marken, eigene Unternehmen, eigene Dienstleistungen	in der Regel nein (Achtung Falle: zu positive Darstellung)					
	8	5					
I	Rabattcodes	ja	deutlich lesbar „Werbung“	deutlich lesbar „Werbung“	deutlich lesbar „Werbung“	in unmittelbarer Nähe des Rabattcodes/Links	in unmittelbarer Nähe des Rabattcodes/Links in unmittelbarer Nähe des Rabattcodes/Links
	8						

Klare

LINIE



Auch bundesweit klare Stellung beziehen

Unsere Direktorin als oberste Medienhüterin. Ein Rückblick

Bewusst konsumieren, neugierig auf Trends reagieren, sich jedoch nicht davon bestimmen lassen: Dies ist der Umgang mit Medieninhalten, für den sich Cornelia Holsten einsetzt – nun auch an der bundesweiten Spitze. Im Januar 2018 wurde Cornelia Holsten, die seit 2009 die Direktorin der |bre|ma ist, zur ersten Frau an die Spitze der beiden bundesweiten Kommissionen der Medienanstalten gewählt, der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Dank dieses bundesweiten Vorsitzes kann Bremen auch über die Landesgrenzen hinaus eine erfreuliche Vorbild- und Vorreiterrolle einnehmen. Bremen hat nun nicht mehr nur die kleinste der 14 Medienanstalten, sondern auch die lauteste.

Lauter Start: Schleichwerbung bei Pastewka

Und das war gleich zu Beginn des Jahres zu beweisen, denn das Jahr startete für unsere Direktorin mit einem lauten Fall: Schleichwerbungsverdacht bei der beliebten Serie Pastewka. Als diese noch auf dem Privatsender Sat.1 lief, waren alle Markenprodukte unkenntlich gemacht. Nachdem Anfang Januar die achte Staffel auf Amazons Streamingdienst Prime Video lief, änderte sich das. Zahlreiche ungekennzeichnete Marken fielen auf, allen voran die Marke Media Markt, wo die vierte Folge der neuen Staffel spielte. An dieser Marke konnte man gar nicht vorbeisehen.

Unsere Direktorin wollte das nicht auf sich beruhen lassen und nahm Kontakt zu Amazon auf. Formal zuständig für die Medienaufsicht ist in Europa immer der Mitgliedsstaat, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat. Da Amazon Prime seinen europäischen Sitz in Luxemburg hat, war die Autorité Luxembourgeoise Indépendante de l'Audiovisuel (ALIA) einzubinden. In ihrer Funktion als Vorsitzende der Medienanstalten wandte sich unsere Direktorin unter anderem an den Präsidenten dieser Behörde und brachte den Fall ins Rollen. Die Serie Pastewka richtete sich indes an den deutschen Markt und war in Luxemburg gar nicht empfangbar. Was nun? Nach intensiver Diskussion mit allen Beteiligten wurde mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die zuständige Anstalt gefunden, weil für die



Unsere Direktorin Cornelia Holsten

deutschen Inhalte für Prime Video die Gesellschaft Amazon Instant Video Germany mit Sitz in München redaktionell verantwortlich ist.

Nach der Prüfung war der Fall von Erfolg gekrönt: Die vierte Folge der achten Staffel ist nun in einer neuen und überarbeiteten Schnittfassung zu sehen – ohne Schleichwerbung.

Der Fall zeigte ganz deutlich: In unserer konvergenten Medienwelt ist eine gute, auch grenzüberschreitende Zusammenarbeit wichtiger denn je. Auf den ersten Blick unklare Zuständigkeiten dürfen kein Grund für Nichthandeln sein. Manchmal ist einfach pragmatisches Vorgehen gefragt. Gerade für Bremen, wo die Menschen so intensiv Angebote wie Amazon Prime und Netflix nutzen wie in keinem anderen Bundesland, ist es wichtig, auch selbst aktiv zu werden. Das weiß auch Holsten, die im Fall Pastewka den ersten Schritt machte: „Resignation ist auch bei übermächtig erscheinenden Playern wie Amazon keine Option. Meine Grundüberzeugung besteht darin, dazu beizutragen, dass wir etwas mit den Medien machen und nicht umgekehrt.“



Seit 2018 die oberste Medienhüterin in Deutschland

Foto © Marco Meister

Eine moderne Mediengesellschaft braucht moderne Regulierung

Das erste Jahr des Bundesvorsitzes war für unsere Direktorin von Themen moderner Regulierung geprägt, deren gesetzliche Grundlagen dringend novelliert werden müssen. So wurde im Sommer 2018 ein Diskussionsentwurf eines neuen Medienstaatsvertrags vorgestellt, der im Sinne einer grundlegenden Modernisierung eine Abkehr von der analogen Welt beschreibt. Die Kernforderungen der Medienanstalten: Ein schlankes und zügiges Verfahren für Rundfunkzulassungen durch eine qualifizierte Anzeigepflicht erreichen und eine moderne Regulierung von Intermediären einführen. Für die Regulierung von Intermediären formulierten die Medienanstalten vier gesetzlich verpflichtende Mindeststandards: Transparenz im Hinblick auf die Selektion der Inhalte, keine Diskriminierung in der Auswahl meinungsrelevanter Inhalte, Reporting von inhaltlicher Auswahl und Selektion sowie die Angabe eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten.

Auch zukünftig wird Cornelia Holsten für Bremen und über die Landesgrenzen hinaus dafür einstehen, der algorithmusbasierten Medienzukunft mit moderner Regulierung zu begegnen und die Grundprinzipien der Medienanstalten zu verteidigen: der Schutz der Menschenwürde und der Jugendmedienschutz, die Vielfaltssicherung und der Nutzer-schutz. Und das alles mit der richtigen Portion Neugier auf die Zukunft.

Weitere Informationen zu Aufgaben, Struktur, Organisation und Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten finden Sie hier: <https://www.die-medienanstalten.de>.

Best-of Beschlüsse des Medienrats 2018

Der Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt hat auch im Jahr 2018 wieder wegweisende, klare Beschlüsse für die Entwicklung der Medienlandschaft in Bremen und Bremerhaven gefasst. Die Themen, die vom Medienrat bearbeitet und diskutiert wurden, sind so vielfältig wie die digitale Welt selbst. In diesem Rückblick beleuchten wir einige der wichtigsten Beschlüsse des Medienrats.

39. SITZUNG

Zulassungsverlängerung für Sat.1 Regional für Niedersachsen und Bremen

Der Medienrat verlängerte am 8. März 2018 die Zulassung der Sat.1 Norddeutschland GmbH zur Veranstaltung des 30-minütigen landesweiten Regionalfensterprogramms für Niedersachsen und Bremen. Die Zulassung ermöglicht die Ausstrahlung des Regionalfensters bis ins Jahr 2025.



SONDERSITZUNG DES MEDIENRATS

Wiederwahl unserer Direktorin Frau Holsten

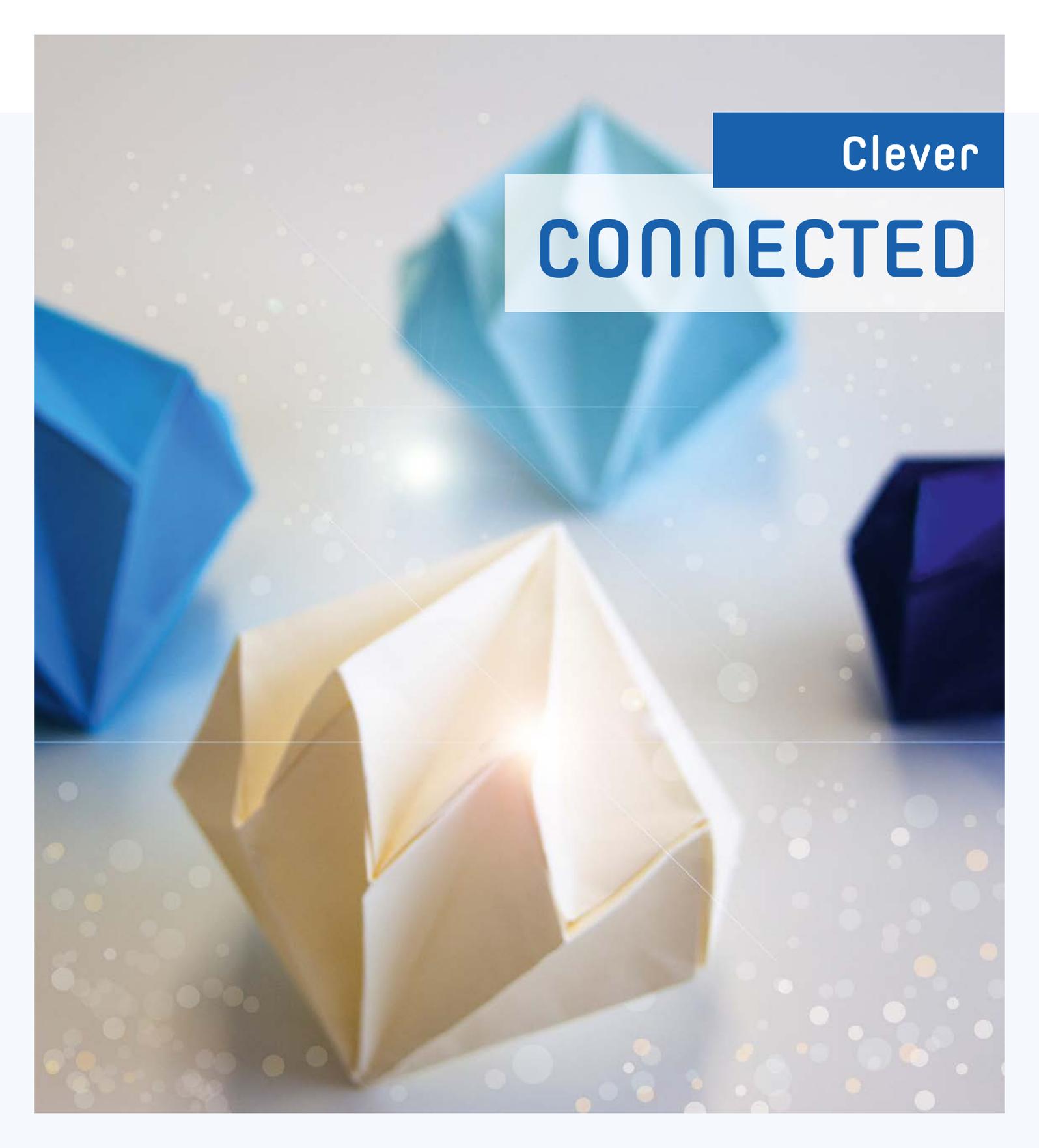
Am 13. September 2018 wählte der Medienrat Cornelia Holsten zum nunmehr dritten Mal zur Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt. Die dritte Amtszeit begann am 1. Juli 2019 und beträgt fünf Jahre.

40. + 42. SITZUNG

Investitionen für den Bürgerrundfunk

Der Medienrat beschloss 2018 in zwei Sitzungen die Finanzierung neuer Technik für den Bürgerrundfunk in Bremen und Bremerhaven. So können Kopflampen für die Kameras und drei Kamerastative für Radio Weser.TV angeschafft werden und die rundfunkschaffenden Bürgerinnen und Bürger diese neue Technik nutzen.





Clever

CONNECTED

#fake entlarven – Unsere Kooperationen zur Förderung von Medienkompetenz im Land Bremen

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist nicht nur unsere gesetzliche Aufgabe, sondern Herzenssache. Mit Freude stellen wir fest, dass das Interesse an unserem Workshop-Angebot so groß ist, dass wir im Jahr 2018 unsere Synergien mit verschiedenen Kultur- und Bildungsinstitutionen stetig ausbauen konnten. In enger Zusammenarbeit mit der Kunsthalle Bremen und der Stadtbibliothek Bremerhaven gelang es uns, auf aktuelle Medienthemen zu reagieren und einen aktiven und reflektierten Medienumgang im Land Bremen zu fördern. Dabei stand im Jahr 2018 ganz klar das Medienthema „Fake News“ im Fokus – was steckt hinter diesen laut Duden „in manipulativer Absicht verbreiteten Falschmeldungen“ und wie können wir lernen sie zu erkennen?

#fake #selfie – Inszenierung in Kunst und Social Media in der Kunsthalle Bremen

„Mein Leben besteht quasi aus Internet“ und „Ich bin eigentlich dauerhaft im Netz“ sind Aussagen, die man oft hört, wenn Jugendliche über ihre Internetnutzung sprechen. So auch an einem Dienstagvormittag in der Kunsthalle Bremen. Zwei Referentinnen der (bre)ma sprachen in den Ausstellungsräumen mit etwa fünfzehn Schülerinnen und Schülern über ihre Social-Media-Favorits. Im Austausch wurde schnell klar: Alle hier verbringen täglich mehrere Stunden online. Für die *Generation Selfie*, die *Millenials* oder *Digital Junkies*, wie man Menschen, die zwischen 1995 und 2010 geboren sind, gerne nennt, sind die Nutzung digitaler Medien und alle damit einhergehenden (Selbstdarstellungs-)Praktiken selbstverständlich und werden häufig nicht hinterfragt.

Umso wichtiger, was die Referentinnen der (bre)ma, Maren Schwartz und Tamira Mühlhausen, in Zusammenarbeit mit der Kunsthalle konzipiert hatten: den Workshop *#fake #selfie – Inszenierung in Kunst und Social Media in der Kunsthalle Bremen* für Jugendliche, der das Thema Inszenierung im Netz ganz genau unter die Lupe nimmt. In der Sammlung der Kunsthalle ließen sich zahlreiche Beispiele dafür finden, dass (Selbst-)Inszenierung kein neues Phänomen ist. Durch den Vergleich alter und aktueller (Medien-)Bilder und mithilfe einer analogen Social-Media-Simulation reflektierten die Jugendlichen

schnell: „Es ist nicht alles Gold, was glänzt.“ Am Ende stand die Erkenntnis: Hinter dem perfekten Schein steckt und steckte schon immer viel Aufwand und Kalkül. Das *Wie* und *Wo* der (Selbst-)Darstellung hat sich lediglich unserer Zeit angepasst.

Wir sind stolz, für dieses innovative Workshop-Format gemeinsam mit der Kunsthalle Bremen mit dem Förderpreis Museumspädagogik 2018 der VGH-Stiftung ausgezeichnet worden zu sein.



Die Referentinnen Tamira Mühlhausen und Maren Schwartz beim Workshop *#fake #selfie* in der Kunsthalle Bremen.



01

#fake – Falschmeldungen im Internet in der Stadtbibliothek Bremerhaven

Im August 2018 drehte sich während der Projektwoche der Paula-Modersohn-Schule Bremerhaven alles um Medien- und Informationskompetenz. Die Stadtbibliothek Bremerhaven realisierte erstmalig in Kooperation mit der (bre)ma einen sechstägigen Workshop-Marathon in der Stadtbibliothek, den rund 270 Schülerinnen und Schüler besuchten. Dort nahmen die Schülerinnen und Schüler begeistert an dem Angebot der (bre)ma, dem Peer-to-Peer-Workshop *#fake – Falschmeldungen im Internet*, teil.



02



03

Nach einem knackigen Input zum Thema Fake im Netz waren gleich die Schülerinnen und Schüler gefragt. In einem Fake-News-Quiz mussten sie entscheiden: Sind die gezeigten Fotos, Videos und Meldungen real oder fake? Danach wurde es witzig: Donald Trump betrügt Melania mit einem Geflüchteten? Angela Merkel im Knast? Natürlich fake! Die Jugendlichen dachten sich selber Fake News aus, um hinter das Prinzip dieser Nachrichten zu kommen. Wie sind solche vermeintlichen Nachrichten aufgebaut? Was tun die Verfasserinnen und Verfasser, um möglichst glaubwürdig zu klingen und wie kann ich diese Formulierungen entlarven? Der Workshop klärt genau diese Fragen im Austausch und auf Augenhöhe mit den Jugendlichen.



04

Am Ende des Workshops sagte eine 15-jährige Schülerin: „Das Thema ist so wichtig, weil durch Fake News viele Menschen falsche Sachen glauben und dadurch auch viel Hass aufkommen kann.“ Ja, es ist unerlässlich, einen hinterfragenden, reflektierten und kritischen Medienumgang zu fördern. Daher freuen wir uns, auch über die sechs Tage hinaus, gemeinsam mit der Stadtbibliothek Bremerhaven zum Thema Fake aktiv zu sein!

Durch das große Interesse am Thema ergaben sich weitere Kooperationen. So auch mit dem Lernzentrum OstKurvenSaal im gemeinsamen Workshop *Videobeweis – #fake news entlarven*, der 2019 an den Start ging.

01 Die Jugendlichen vergleichen die Selbstdarstellung in der Kunst und auf Social-Media-Plattformen und schauen hinter die Mechanismen der beiden Darstellungsarten.

02 Natürlich #fake! Einmal selbst eine Falschnachricht zu schreiben macht deutlich, was eigentlich dahintersteckt und wie man die Mechanismen besser erkennt.

03 Unsere Referentin Maren Schwartz beim Workshop #fake in der Stadtbibliothek Bremerhaven.

04 Das Interesse an Quellenprüfung und Entlarvung von Falschmeldungen ist groß: Medienvertreter bei der Pressekonferenz am 15. August in der Stadtbibliothek Bremerhaven.

Smarte

KOMPETENZ- VERMITTLUNG



Mit dem media lab nord neue Medien entdecken

Auch 2018 sind unsere Bürgermedien Radio Weser.TV/media lab nord wieder neue Wege im Bereich der Medienkompetenzvermittlung gegangen. Neben dem klassischen Angebot des Bürgerrundfunks, das allen Bürgerinnen und Bürgern im Land Bremen ermöglicht, eigene Radio- und Fernsehsendungen zu produzieren und zu senden, unterstützen wir weiterhin verstärkt den alltäglichen Umgang mit neuen Medien.

Offene Medien-Sprechstunde

Smartphones, soziale Netzwerke und Sprachassistenten werden zu einem immer größeren Bestandteil unseres Alltags. Da kann man leicht den Anschluss verlieren.

Das media lab nord in Bremerhaven bietet aus diesem Grund seit 2018 eine wöchentliche Medien-Sprechstunde an. Die Nutzerinnen und Nutzer dieser Sprechstunde bringen einfach ihr eigenes Smartphone, Tablet oder auch ihren Laptop mit und können sich so direkt am eigenen Gerät weiterhelfen lassen. Seien es Fragen zur grundlegenden Bedienung, Unsicherheiten bei der Nutzung von sozialen Medien oder akute Schwierigkeiten: Im Laufe der vergangenen Monate konnte das media lab nord zahlreiche Personen beim Überwinden kleinerer bis größerer medialer Hürden unterstützen.



Wissen weitergeben: Die Teilnehmerinnen helfen sich auch gegenseitig.

Smartphone-Kurse in Seniorentreffpunkten

Gerade das Smartphone ist aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken: per WhatsApp kommunizieren, schnell ein Foto schießen, die aktuellen Nachrichten lesen. Besonders für Menschen, die nicht mit dem Smartphone aufgewachsen sind, kann der Umgang hiermit jedoch alles andere als selbstverständlich sein und eine große Barriere darstellen.

Da ein Großteil des gesellschaftlichen Zusammenlebens heute aber nun einmal online stattfindet und hiervon niemand – geschweige denn ganze Altersgruppen – ausgeschlossen sein sollte, bietet das media lab nord seit 2018 neben der Medien-Sprechstunde auch regelmäßige Smartphone-Kurse in Seniorentreffpunkten der Stadt Bremerhaven an. In den 90-minütigen Kursen lernen Seniorinnen und Senioren, wie sie aktiv am digitalen Leben teilnehmen und sicher mit den internetfähigen Geräten umgehen können. Die Kurse eignen sich sowohl für Smartphone-Einsteiger als auch für bereits etwas fortgeschrittene Nutzerinnen und Nutzer.

Wir freuen uns sehr darüber, dass es eine so hohe Nachfrage an den Smartphone-Kursen gibt, die wir in Bremerhaven in den Seniorentreffpunkten Kogge, Ernst-Barlach-Haus und Altbürgerhaus anbieten. Egal ob 55 oder 80 plus: Mit der richtigen Portion Neugier sollte dem Kennenlernen der digitalen Welt nichts im Wege stehen!



So wird's gemacht: Kursleiter Christian Sanders im Gespräch mit Teilnehmerinnen des Smartphone-Kurses.

Inklusion

IN BREMEN



Inklusion wird in Bremen großgeschrieben – bei uns auch!

Digitale Medien bringen immer wieder neue Phänomene und Möglichkeiten in die Gesellschaft. Doch nicht alle Menschen haben den gleichen Zugang zu digitalen Medien – deswegen muss die Teilhabe an Medien aktiv gefördert werden. Oftmals werden Online-Medien in der Bevölkerung mit kritischem Auge oder mit großer Unsicherheit betrachtet. Unser Anliegen ist es, gerade innerhalb der skeptischen und unsicheren Zielgruppen für Klarheit zu sorgen und der Angst vor Gefahren im Internet die Vermittlung von Medienkompetenz entgegenzusetzen. „Das Internet bietet nämlich auch unglaublich schöne Potenziale“, freut sich Raul Krauthausen, Gründer des Vereins Sozialhelden e. V. und Gastredner des Fachtages #Teilhabe 2.0 der (bre)ma. Sich mit Emojis oder Bildern über WhatsApp auszutauschen oder sich mit Lernvideos auf YouTube weiterzubilden bietet für alle Menschen tolle Möglichkeiten der Nutzung von digitalen Medien, auch für Menschen mit Behinderungen.

Mediale Selbstbestimmung für Menschen mit Behinderungen

Eine anspruchsvolle Aufgabe für alle Fachkräfte der Behindertenhilfe, noch dazu in einer Zeit des rasanten medialen Wandels. Seit 2016 steht für uns die Aufgabe im Mittelpunkt, Medienkompetenz besonders im Bereich der Inklusion zu stärken.

Dazu fand am 15. November 2018 zum zweiten Mal der Fachtag #Teilhabe gemeinsam mit dem Landesbehindertenbeauftragten Bremens und dem Martinsclub Bremen statt. Den Fachkräften wurden unter dem Motto *Mediale Selbstbestimmung in der Praxis* Impulse zur praktischen Medienarbeit mit Behinderten gegeben.

In der Begrüßung unserer Direktorin Cornelia Holsten wurde deutlich: Das Ermöglichen digitaler Teilhabe in der Gesellschaft ist das klare Ziel. So betonten auch der Landesbehindertenbeauftragte Bremens Joachim Steinbrück und Thomas Bretschneider vom Martinsclub Bremen e. V., wie wichtig es ist, bei dieser Aufgabe zusammenzuarbeiten.

In seinem Impulsvortrag *Mediale Selbstbestimmung* sprach Medienexperte und Inklusionsaktivist Raul Krauthausen über die mediale Darstellung von Menschen mit Behinderungen und den inklusiven Umgang mit digitalen Medien. Dabei sind eine klischeefreie Bericht-

erstattung und der barrierefreie Zugang zu den Medien wichtige Grundsätze von Krauthausen und dem von ihm mitgegründeten Verein SOZIALHELDEN e. V., der Menschen, Institutionen und Unternehmen dafür sensibilisiert, sich verstärkt mit den Themen Behinderung und Inklusion auseinanderzusetzen. Diesem Impuls sind auch wir in der Förderung von Medienkompetenz gefolgt.

Grundlage für die Ansätze zur Medienkompetenzvermittlung in der Behindertenhilfe sind die Ergebnisse einer von der (bre)ma in Auftrag gegebenen aktuellen Studie von Prof. Dr. Ingo Bosse von der Technischen Universität Dortmund zum Thema *Medienkompetenz in der Behindertenhilfe*. Die Ergebnisse und erste Handlungsempfehlungen wurden auf dem Fachtag rund 50 Fachkräften präsentiert. Die Empfehlungen richten sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Wohneinrichtungen und Werkstätten für behinderte Menschen. Sie wurden so angelegt, dass sie individuell an die Voraussetzungen in den einzelnen Einrichtungen anpassbar sind. Der Ergebnisbericht enthält übergreifende handlungsorientierte Empfehlungen für Themen und Umsetzungskriterien für Weiterbildungsangebote. Die Ergebnisse sollen dazu beitragen, dass wir unseren gesetzlichen Auftrag erfüllen, allen Bremerinnen und Bremern „Angebote zur Förderung des aktiven und bewussten Umgangs mit Medieninhalten“ zu unterbreiten.



Der Ergebnisbericht der 2017 durchgeführten Studie Medienkompetenz in der Behindertenhilfe in Bremen (MeKoBe) ist unter diesem QR-Code abrufbar.

In den drei Praxis-Workshops entwickelten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeinsam mit den Expertinnen und Experten konkrete Ideen und Konzepte für ihre Einrichtung und ihren Arbeitsalltag zur Förderung von Mediengebrauch und -kompetenz.

Der erste Workshop *Selbstinszenierung im Netz* von Melanie Schaumburg, Dozentin an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, und Nico Oppel, Fachleitung Wohnen, Martinsclub Bremen e. V. und Instagram-Influencer, behandelte die Rolle der digitalen Medien in Beruf und Freizeit. Insbesondere die ungeschützte Privatsphäre, Cybermobbing, Sucht sowie Online-Kontaktbörsen sind immer wie-



01 Unsere Direktorin Cornelia Holsten begrüßt die Teilnehmenden des Fachtages #Teilhabe 2.0.

02 Netzaktivist Raul Krauthausen spricht in seinem Impulsvortrag über die bildliche Darstellung von Menschen mit Behinderungen in den Medien.

03 Dr. Carsten Sieling beim Abschluss des Fachtages #Teilhabe im Martinsclub.

derkehrende Themen. Sie wurden im Workshop aufgegriffen und näher beleuchtet. Chancen und Risiken sowie rechtliche Grundlagen wurden ebenfalls dargestellt.

Der zweite Workshop *Aktive Medienarbeit* unter der Leitung des Medienkompetenzteams der (bre)ma stellte sich den Fragen: Wie lässt sich Selbstbestimmung im Umgang mit Medien in der eigenen Einrichtung alltagsorientiert verankern? Welche Projekte lassen sich niedrigschwellig umsetzen? Beispiele aus der Praxis wurden gezeigt und über deren Machbarkeit in den verschiedenen Einrichtungen wurde diskutiert.

Im dritten Peer-to-Peer-Workshop *Medienkompetenz auf Augenhöhe* von Elisabeth Hermanns und Bernhard Spelten (PIKSL Labor Düsseldorf) wurde gezeigt, wie Menschen mit geistiger Behinderung zu Expertinnen und Experten für Wissensvermittlung werden können.

Dieser Peer-to-Peer-Ansatz und die Begegnung auf Augenhöhe sind die Grundpfeiler von PIKSL (Personenzentrierte Interaktion und Kommunikation für mehr Selbstbestimmung im Leben).

In dem Workshop wurden praktische Methoden zur Umsetzung dieses Ansatzes im Zusammenhang mit der Vermittlung von Medienkompetenz erläutert.

Zum Abschluss des Fachtages wurden die Ergebnisse der Workshops präsentiert. Zu dieser Präsentation kam auch Bremens Bürgermeister Dr. Carsten Sieling. In seinem Schlusswort hob er die Bedeutung des erfolgreichen Fachtages als ein klares Vorbild für Inklusion und Teilhabe auch für andere Bundesländer hervor.



Die Gewinnerinnen und Gewinner des Medienkompetenz-Preises *Das Ruder* freuen sich zusammen mit den Laudatoren, Moderator Jens Schnieders, Medienratsmitglied Frank Behrens und Direktorin Cornelia Holsten über den gelungenen Abend in der Union Brauerei.

Das Ruder – Der Preis für kreative Medienkompetenzvermittlung in Bremen und Bremerhaven

Dass sich Projekte als Ziel setzen, durch inklusive Medienpraxis Menschen mit Behinderungen medienkompetent zu machen, verdient eine Auszeichnung. Das dachte sich auch der Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt: Dieser entschied zum dritten Mal über die Vergabe von insgesamt 12.500 Euro zur Förderung von ausgezeichneten Medienkompetenz-Projekten mit dem Ruder-Preis. Unter Berücksichtigung der Kriterien Innovation, Nachhaltigkeit sowie unter Berücksichtigung von aktuellen Trends und Phänomenen wurden drei Gewinnerprojekte ausgewählt. Der Fokus der Projekte lag klar auf der Inklusion durch die Verwendung medialer Angebote. So fördern die Projekte nicht nur gesellschaftliche, sondern auch politische und kulturelle Teilhabe.

Mit dieser Förderung geht die Bremische Landesmedienanstalt ihrem gesetzlichen Auftrag nach, landesweite Initiativen bei der Vermittlung von Medienkompetenz zu unterstützen. Neben der Förderung von Projekten und Veranstaltungen vergibt die (bre)ma seit 2016 das Ruder an Einrichtungen oder engagierte Einzelkämpfer. Nach dem Motto „*Das Ruder*“ nimmt alle mit ins Boot wurden die Gewinnerprojekte bei der feierlichen Preisverleihung am 30. August 2018 in der Freien Union Brauerei Bremen Walle gewürdigt. Ausgezeichnet wurden die Preisträger und Preisträgerinnen von Mathias Bartels (Chefredakteur Energy Bremen), Lars Gräßer (Sprecher Grimme Institut) und Dr. Tim Nesemann (Vorstandsvorsitzender Sparkasse Bremen). Moderator Jens Schnieders (17:30 Sat.1 Regional) führte durch den Abend.

1. Elbe-Weser Werkstätten: „Alles Inklusive! Persönlichkeitsentwicklung und Chancengleichheit durch Medien schaffen“

Das erste Ruder des Abends wurde dem Konzept „Alles Inklusive! Persönlichkeitsentwicklung und Chancengleichheit durch Medien schaffen“ der Elbe-Weser Werkstätten überreicht.

Projekt- idee

Der Zugang zu digitalen Medien und die Teilhabe an sozialen Medien soll in den Elbe-Weser Werkstätten für Menschen mit Behinderungen ermöglicht werden. In dem Projekt soll es Kurse unter anderem zum Thema „Cybermobbing“ geben und ein Regelwerk für bewussten Medienumgang entwickelt werden.

Ziel des Projekts

Es soll ein Bewusstsein für den besseren Umgang mit der Privatsphäre geschaffen werden. Außerdem soll die kreative Mediengestaltung durch praktische Anwendung gefördert werden.

Besonder- heit des Projekts

Der Personenkreis mit Behinderung wird dazu befähigt Tablets und digitale Medien selbstbestimmt zu nutzen. Damit wird auch das Selbstbild geformt und eine eigene Form der Selbstdarstellung entwickelt.

2. Jugendbildungsstätte LidiceHaus: „#Fight4UrRights – Politisches Empowerment und Medienarbeit“

Ein weiterer Ruder-Preis ging an die Jugendbildungsstätte LidiceHaus für ihre Idee „#Fight4UrRights – Politisches Empowerment und Medienarbeit“.

Projekt- idee

Mit dem Projekt richtet sich das LidiceHaus an Jugendliche und junge Erwachsene mit Migrations- und Fluchterfahrung. In einer Projektwoche setzen sich die Teilnehmenden mit verschiedenen Aktionsformen des gewaltfreien Widerstandes auseinander. Sie werden ermutigt ihr eigenes politisches Engagement zu stärken und sich mithilfe von verschiedenen Ansätzen der Medienarbeit zu empowern.

Ziel des Projekts

Das Verständnis über die Einforderung von Grundrechten der Teilnehmenden soll gefördert und politische Teilhabe durch kreative Medienarbeit ermöglicht werden.

Besonder- heit des Projekts

Die Jugendlichen mit Fluchterfahrung werden inspiriert und motiviert, eigenständig, selbstbewusst und sachkundig digitale Medien zu nutzen, um ihrer politischen Stimme in der Gesellschaft Gehör zu verschaffen.

3. Kunsthalle Bremen: „Spezialeffekte! Gemeinsam die Kunsthalle Bremen entdecken!“

An die Kunsthalle Bremen für ihr Vorhaben „Spezialeffekte! Gemeinsam die Kunsthalle Bremen entdecken!“ wurde der dritte Medienkompetenz-Preis übergeben.

Projekt- idee

Die Schüler und Schülerinnen von Inklusionsklassen können eigene Geschichten zu bekannten Kunstwerken der Kunsthalle mit dem Schwerpunkt „Gemeinschaft“ entwickeln und digital umsetzen. Dazu produzieren sie kleine Trickfilme.

Ziel des Projekts

Innerhalb von sechs Modulen werden Medien kreativ genutzt, um die Medien- und Sozialkompetenzen von jungen Menschen zu stärken.

Besonder- heit des Projekts

Das Projekt richtet sich vor allem an inklusive Schulklassen und lädt dazu ein, das Museum als Ort des inklusiven Lernens zu nutzen, der an die Lebensrealität der Schülerinnen und Schüler anknüpft.

Einnahmen- und Ausgabenstruktur der (bre|ma

	2018		2017		Veränderung	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Verwaltungseinnahmen	1.680	95,1	1.722	97,1	-42	-2,4
Einnahmen aus Zuweisungen und Zuschüssen mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungseinnahmen)	86	4,9	52	2,9	34	65,4
Gesamteinzahlungen	1.766	100	1.774	100	-8	-0,5
Personalausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein (ohne Zuführungen zu Rückstellungen)	-708	-40,1	-708	-39,9	0	0
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	-463	-26,2	-402	-22,7	-61	-15,2
Sächliche Verwaltungsausgaben						
Landesmedienanstalt allgemein	-191	-10,8	-161	-9,1	-30	-18,6
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	-191	-10,8	-201	-11,3	10	5
Ausgaben für Zuweisungen und Zuschüsse mit Ausnahme von Investitionen (Übertragungsausgaben)						
Landesmedienanstalt allgemein	-171	-9,7	-145	-8,2	-26	-17,9
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	-8	-0,5	-7	-0,4	-1	-14,3
Sonstige Ausgaben für Investitionen						
Landesmedienanstalt allgemein	-7	-0,4	-14	-0,8	7	50
Teilhaushalt Bürgerrundfunk	-44	-2,5	21	1,2	-65	-309,5
Abführung an Radio Bremen	-36	-2	-111	-6,2	75	67,6
Gesamtauszahlungen	-1.819	-103	-1.728	-97,4	-91	-5,3
Kassenmäßiges Jahresergebnis	-53	-3	46	2,6	-99	-215,2
Entnahmen aus den Rücklagen und Übertragungseinnahmen	197	11,2	226	12,7	-29	-12,8
Zuführung zu den Rücklagen	-60	-3,4	-135	-7,6	75	55,6
Ergebnisverwendung	137	7,8	91	5,1	46	50,5
Kassenmäßiges Gesamtergebnis	84	4,8	137	7,7	-53	-38,7

Die Direktorin der (bre|ma hat im Jahr 2018 eine Vergütung entsprechend B4 erhalten.

(bre)ma Bremische
Landesmedienanstalt

Anstalt des öffentlichen Rechts

Richtweg 14 · 28195 Bremen

Telefon: 0421/33 49 40

Telefax: 0421/33 49 430

info@bremische-landesmedienanstalt.de

www.bremische-landesmedienanstalt.de

www.facebook.com/BremischeLandesmedienanstalt

www.instagram.de/_bre_ma



mehr medien transparenz

