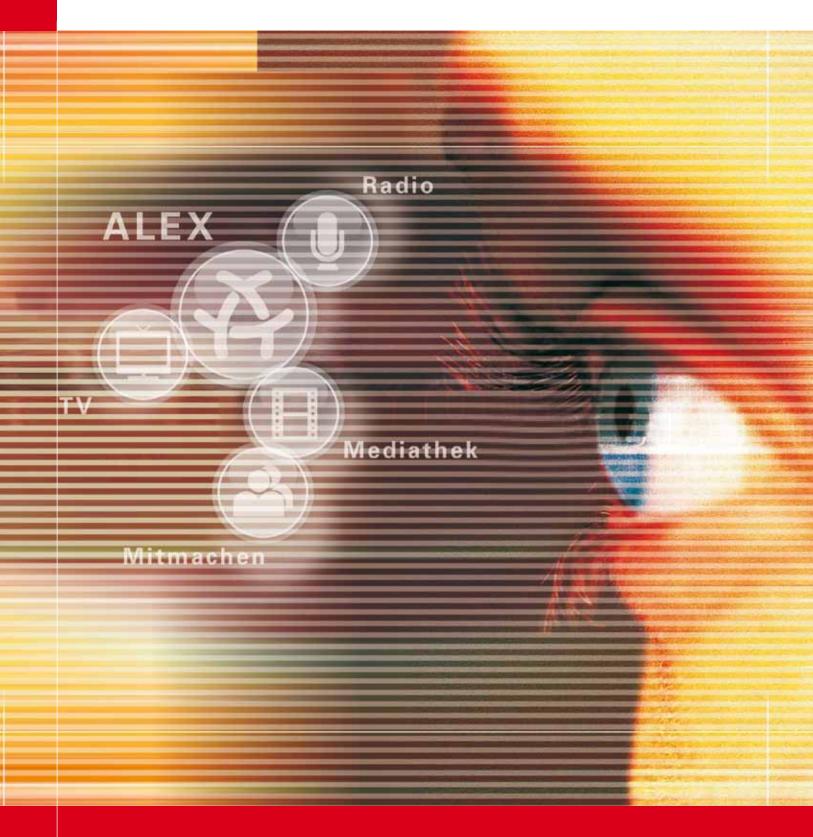
mabb medienanstalt_berlin_brandenburg

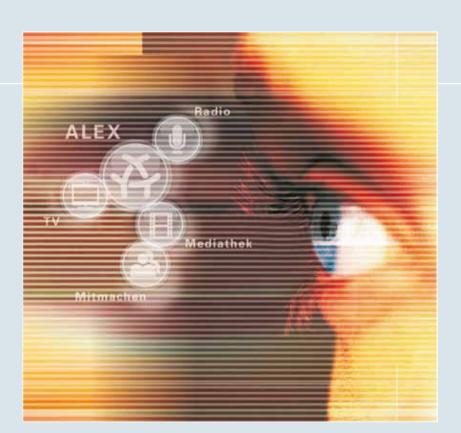


Geschäftsbericht_2009

Schwerpunktthema: ALEX – der Offene Kanal Berlin

mabb medienanstalt_berlin_brandenburg

Geschäftsbericht_2009



Inhalt

1.	Einleitung	
1.1	Die mabb 2009 – Aufbruch in die Zukunft	. 4
1.2	mabb aktuell: Das MIZ	. 6
2 .	Schwerpunktthema	
	ALEX – der Offene Kanal Berlin	8
3.	Organisation	
3.1	Aufgaben	. 16
3.2	Rechtsgrundlagen	. 17
3.3	Medienrat	
3.4	Struktur	
3.5	Zusammenarbeit	. 19
4.	Arbeitsschwerpunkte	
4.1	Radio & TV	. 22
4.2	Medienkompetenzförderung und Medienausbildung	30
4.3	Digitale Projekte/technische Infrastruktur	38
4.4	Öffentlichkeitsarbeit	39
5 .	Finanzen	
	Aufwands- und Ertragsplan	42
	Bilanz	43
6.	Information	
	Service, Ansprechpartner, Impressum	. 44

1. Einleitung

1.1 Die mabb 2009 - Aufbruch in die Zukunft



Dr. Hans Hege, Direktor der mabb

Das vergangene Jahr stand für die mabb ganz im Zeichen des Aufbruchs – mit Projekten und Prozessen, die wir angestoßen und begleitet haben. Federführend war hierbei der neue Medienrat, der sich im März unter dem Vorsitz von Prof. Jutta Limbach konstituierte.

In Potsdam Babelsberg entsteht zurzeit ein Medieninnovationszentrum (MIZ). Mit dem Bau wollen wir u. a. unser Engagement im Ausbildungsbereich verstärken, Medienkompetenz fördern, Innovationen unterstützen und Fortbildungen zur Förderung von Bürgerpartizipation anbieten. Im November 2009 war die Grundsteinlegung, und bereits am 22. Juni diesen Jahres



Das neue Medieninnovationszentrum (MIZ)

konnten wir das Richtfest der neuen Institution mit dem Namen "Medieninnovationszentrum" (MIZ) feiern.

Schon im Mai 2009 hatte der Reformprozess im Offenen Kanal eine neue Stufe erreicht: Der Offene Kanal Berlin ging unter dem Namen ALEX mit neuen Inhalten und Konzepten an den Start. Die mabb hatte die Reform 2007 mit ihrer Evaluierung des Bürgersenders angestoßen. ALEX tritt nun an, als trimediale Mitmach-Plattform (Fernsehen, Radio, Internet) engagierte Programmmacher in der Region Berlin-Brandenburg anzuziehen und den Zuschauern ein attraktives Programm zu bieten.

Mehr über ALEX erfahren Sie im Schwerpunktthema dieses Geschäftsberichts – alle weiteren Inhalte unserer Arbeit im Jahr 2009, darunter auch die ausführliche Darstellung des MIZ-Projektes, finden Sie auf den folgenden Seiten.



1. Einleitung

- 1.1 Vorwort
- 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlir

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlage
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktu
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

1.2 Das Medieninnovationszentrum (MIZ)

Medienkompetenz zu fördern, ist eine der wichtigsten Aufgaben der mabb. Dafür engagieren wir uns seit Jahren durch die Entwicklung und Unterstützung zahlreicher Initiativen und Projekte – ob für Kinder und Jugendliche, Auszubildende der Medienbranche, medieninteressierte BürgerInnen oder allgemein die breite Öffentlichkeit. Die Novellierung des Medienstaatsvertrages zwischen Berlin und Brandenburg, die am 1. Juni 2009 in Kraft getreten ist, hat diese Aufgabe besonders in den Bereichen Innovationsund Ausbildungsförderung erweitert.

_Die Planungsphase

Im Jahr 2009 war der Zeitpunkt gekommen, in Abstimmung mit beiden Ländern ein auch für uns außergewöhnliches neues Projekt zu beginnen: Mit dem Bau eines eigenen Medieninnovationszentrums in Potsdam-Babelsberg betreten wir Neuland im Bereich der Nachwuchsund Medienkompetenzförderung. Den Beschluss hierzu hatte der Medienrat noch in seiner alten Zusammensetzung im November 2008 getroffen. 2009 hatte die mabb nach einem entsprechenden Auswahlverfahren und einer Wirtschaftlichkeitsberechnung das Grundstück für das Innovations-





Grundsteinlegung am 13. November 2009

zentrum erworben, die Baugenehmigung beantragt und erhalten. In Kooperation mit dem Land Brandenburg und der Stadt Potsdam wurden auch die Möglichkeiten eines zweiten Bauabschnittes geprüft. Die mabb selbst beschränkte sich auf den von ihr genutzten Abschnitt. Der Bau wurde durch transparente, aber auch die Besonderheiten der Anforderungen berücksichtigende Vergabeverfahren vorbereitet.

_Ziele und Inhalte des MIZ

Das Zentrum soll der Förderung der Ausbildung und Berufsorientierung im Medienbereich, der Förderung von Kreativität und interdisziplinären Projekten, der experimentellen Entwicklung und Erprobung von neuen Inhalten sowie der Vernetzung von verschiedenen Ausbildungsinstitutionen dienen.

Dieser Anspruch spiegelt sich auch im Entwurf des Berliner Architekturbüros Busman & Haberer wieder: Großformatige Fenster erinnern an Monitore und verweisen gleichzeitig ins Innere zu den Seminarräumen.

Am 13. November 2009 erfolgte die Grundsteinlegung. Trotz des harten Winters schritten die Arbeiten zügig voran: In nur 88 Tagen wurde der Rohbau einschließlich Tiefgarage für den ersten Bauabschnitt erstellt. So konnten wir am 22. Juni 2010 ein zünftiges Richtfest feiern. Geplant ist, das MIZ im März 2011 zu eröffnen – und der Region Berlin-Brandenburg damit eine weitere wichtige Anlaufstelle für Medieninnovation, -ausbildung und -kompetenz zu geben.

Richtfest am 22. Juni 2010



1. Einleitung

1.1 Vorwort

1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

Alex – der Offene Kanal Berlii

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktu
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Service Ansprechpartne Impressum

7

2. ALEX – der Offene Kanal Berlin

Neustart der Bürgerpartizipationsplattform

Am 27. Mai 2009 um 18.00 Uhr ging ALEX an den Start. Mit dem Relaunch war der erste Höhepunkt im Reformprozess des Offenen Kanal Berlin erreicht. ALEX präsentiert sich seitdem als partizipative, trimediale Bürgermedienplattform mit neuem Namen, neuem Logo, einem einheitlichen Corporate Design, einer neuen Internetseite, einem mehrstufigen Aus- und Fortbildungsprogramm (ALEX WERKSTUDIO) und mit einer neuen Programmstruktur im Fernsehen und im Radio.

Die Idee von ALEX: Für kreative Medienmacher ist die Plattform der Raum für Innovationen, in dem Medienlogik Vorrang vor Wirtschaftslogik hat. Mit ALEX können Menschen Medieninhalte erleben und aktiv gestalten. ALEX ist ein publikums- und produzentenorientierter Fernseh- und Radiosender und ein verlässlicher Partner für Medienproduktion und Medienkompetenzvermittlung der Region Berlin-Brandenburg.

Seit dem Relaunch von ALEX wurden zahlreiche Maßnahmen sichtbar, die seit Februar 2008 angestoßen worden waren:

- Jeweils mehr als 50 regelmäßige Formate im Fernsehen und im Radio bereichern das neue Programm von ALEX.
- I 2009 haben 420 Sendeverantwortliche regelmäßig bei ALEX im Fernsehen gesendet. Dies entspricht in etwa 1.200 aktiven Fernsehproduzenten, denn schätzungsweise gehören zu jedem Fernsehteam drei Produzenten. Die Zahl der Sendeverantwortlichen im Radio lag bei ca. 200.
- Die ALEX-Internetseite (www. alex-berlin.de) präsentiert übersichtlich und strukturiert alle wichtigen Informationen zu ALEX und seinem Programm, den Radio- und Fernsehlivestream in verbesserter Qualität, die ALEX-Mediathek (Videothek und Podcasts) und einen umfassenden Pressebereich (News, Pressemitteilungen, Presse- und Newsletterverteiler).
- I Ein wichtiges Ziel der Reform ist das Schaffen von Transparenz und Wiedererkennbarkeit für das Publikum. Neben der ALEX-Internetseite unterstützen vor allem die klare Programmstruktur im Fernsehen und Radio, der Videotext und regelmäßig eingesetzte Programmtrailer diese Maßgabe.



Der ALEX-Übertragungswagen

Das ALEX WERKSTUDIO läuft stabil und zieht die Aufmerksamkeit zahlreicher Interessenten auf sich. Angeboten im Zeitraum zwischen April und Dezember 2009 wurden 89 Kurse, die Basiswissen vermitteln, und 33 weiterführende Qualifizierungsseminare. 20 Mal wurde "ALEX Lectures & Networking" durchgeführt. Insgesamt besuchten über 1.000 Teilnehmer die unterschiedlichen Veranstaltungen.

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaber
- 3.2 Rechtsgrundlage
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktu
- .4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

_ALEX im Fernsehen

53 regelmäßige Fernsehsendungen hat ALEX im Jahr 2009 gesendet. Etwa 420 Produzentinnen und Produzenten waren für diese Inhalte verantwortlich. Feste Sendeplätze und eine klare Programmstruktur machen das ALEX-Programm transparent und wiedererkennbar. Das einheitliche On-Air-Design bringt zusätzlich Struktur in die Vielfalt des Programms. Regelmäßig eingesetzte Trailer bewerben die Inhalte der unterschiedlichen Medien. Jingles und Showbrandings (Vorspann und Abspann, Bauchbinden) erleichtern dem Publikum darüber hinaus die Einordnung der Inhalte. Beispiele für neue, regelmäßig in Berlin produzierte Sendungen sind das Filmmagazin "Film gevagued", die Musikshow "TV Noir" und das Satireformat "Lotte TV". Altbewährte Inhalte, die seit der Reform in einem neuen Gewand präsentiert werden, sind beispielsweise die Talksendung "Trotha trifft...", das Magazin "Der Spitze Kreis" und die Unterhaltungsshow "Pfeiffers Ballhaus".



ALEX-Jugendredaktion BÄRENSTARK auf der Berlinale

Durch eine starke Vernetzung mit anderen Offenen Kanälen in Deutschland (z.B. TIDE Hamburg oder Offener Kanal Magdeburg) und dem partizipativen Fernsehsender Okto in Wien konnte zusätzlich ein Programmaustausch eingerichtet werden, der das Fernsehprogramm von ALEX noch abwechslungsreicher macht. Regelmäßig in anderen Bundesländern produzierte und bei ALEX ausgestrahlte Formate sind "KKK – Konspirative Küchen Konzerte" und "D-Zentral".

_ALEX im Radio

Beim ALEX-Radio sind der Lokalkolorit und der Livecharakter der Sendungen besonders hervorzuheben: Täglich werden bei ALEX mindestens sechs Livesendungen ausgestrahlt, Wiederholungen werden kaum gesendet. Im Jahr 2009 lag in der Kernzeit von 15.00 bis 23.00 Uhr der Liveanteil auf die Woche gesehen bei bis zu 90 Prozent. Die Sendungen beschäftigen sich vor allem mit Berliner Themen





und berichten aus den verschiedenen Kiezen. Neue Formate seit Beginn der Reform sind beispielsweise die Musikformate "Freequency" und "Planet Sounds", "Kalter Kaffee – Das ALEX-Praktikantenradio", "Tinnitus - Phantastische Hörspiele", "Hörsturz - Die ALEX-Schülerredaktion" und "ALEX-Leseradio". Viele langjährige ALEX-Radioproduzenten (z. B. die Produzenten von "Strassenfeger Radio" oder "Kofferradio") beteiligen sich aktiv am Relaunch, indem sie ihre eigenen Sendungen durch das neue ALEX-Sounddesign bereichern. Insgesamt gestalteten im Jahr 2009 ca. 200 Sendeverantwortliche das Radioprogramm von ALEX. 59 regelmäßige Formate wurden im ALEX-Radio ausgestrahlt.

Analog zum ALEX-Fernsehen sorgen auch im Bereich Radio eine klare Programmstruktur, die Einführung von Programmtrailern sowie die konsequente Unterbringung der ALEX- Station-ID dafür, dass das Publikum weiß, dass es das Programm von ALEX hört, und welche Beiträge im Laufe des Tages bzw. der nächsten Tage auf dem Sendeplan stehen. Bereits 2009 hat ALEX Kontakt zu anderen nicht-kommerziellen Radios, freien Radios und Webradios aufgenommen. Hintergrund war die Entwicklung eines Konzepts für die Nutzung der neu ausgeschriebenen UKW-Frequenzen 88,4 MHz und 90,7 MHz. Ziel ist es, bis Ende 2010 eine Plattform nicht-kommerzieller Radioanbieter in der Berliner Hörfunklandschaft zu etablieren.

_ALEX im Internet

Zum Start von ALEX wurde auch die Internetseite des Offenen Kanal Berlin vollkommen überarbeitet: Es wurde eine logische Menüstruktur entwickelt und das Corporate Design von ALEX übertragen. Auch über seinen Internet-



www.alex-berlin.de

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderun und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

auftritt (www.alex-berlin.de) vermittelt ALEX durch die einheitliche Verwendung von Buttons und Icons auf der einen und durch ausführliche und aktuelle Informationen auf der anderen Seite Klarheit und Übersicht über sein Angebot. Die Internetseite wurde außerdem mit neuen Modulen ausgestattet: In der ALEX-Mediathek (www. alex-berlin.de/mediathek) stehen archivierte Sendungen sowie speziell für das Internet produzierte Beiträge zur Verfügung. Eine digitale Programmzeitschrift bietet einen Überblick über das Fernseh- und Radioprogramm der jeweils kommenden vier Wochen. Und sowohl direkt auf der Startseite als auch auf den Unterseiten wird immer wieder auf die Inhalte verwiesen, die im Moment des Aufrufs on air sind. Besonders hervorzuheben sind der TV-Livestream (www.alex-berlin.de/tv) und der Radio-Livestream (www.alexberlin.de/radio). Beide präsentieren das ALEX-Programm in angemessener Qualität: Der TV-Livestream wurde von einer 400 Kbps-Videobitrate auf 800 Kbps verbessert; der Audiostream läuft inzwischen auf 192 kb. Im Vergleich zu der Zeit vor dem Relaunch haben sich die Zahl der Seitenzugriffe und die durchschnittliche Besuchszeit verdoppelt. Knapp ein Jahr nach dem Start von ALEX haben bereits über 50.000 Hörer den Radio-Livestream und über 60.000 Zuschauer den TV-Livestream genutzt.

Neben seiner eigenen Internetseite ist ALEX auch in verschiedenen sozialen Netzwerken vertreten. ALEX-Profile bei Facebook, Twitter oder MySpace bieten zum einen generelle Informationen über ALEX, zum anderen ermöglichen sie ALEX, in seiner Fangemeinde tagesaktuell und gezielt auf Veranstaltungen, Stellenangebote oder das Fernseh- und Radioprogramm hinzuweisen. Darüber hinaus können Fans bzw. Follower auf den ALEX-Profilen miteinander in Kontakt treten und sich in der Community austauschen. In Zukunft soll diese Möglichkeit über Web 2.0-Funktionen wie beispielsweise ein virtuelles "Workbook" auch auf der ALEX-Internetseite bestehen. So wird ALEX nicht nur ein realer, sondern auch ein virtueller Treffpunkt für Produzenten und Interessierte.

_Aus- und Fortbildung bei ALEX

Das ALEX WERKSTUDIO ist ein mehrstufiges Aus- und Weiterbildungsprogramm. Mehr als zehnmal pro Monat finden im Rahmen des ALEX WERK-STUDIO Kurse in den Räumlichkeiten von ALEX statt.

Das ALEX WERKSTUDIO klassik (www.alex-berlin.de/werkstudio/klassik) bildet die erste Stufe. Es wird seit April 2009 angeboten und vermittelt ALEX-Produzenten inhaltliche, gestalterische und technische Grundlagen der Medienproduktion (Fernsehen und Radio). In Vorträgen, Workshops und Feedbackrunden lernen Teilnehmer u.a. journalistische Arbeitstechniken und den Umgang mit moderner Produktionstechnik kennen. Bis Ende



Aufnahmen zu "Du bist Geschichte"



ALEX WERKSTUDIO im Internet

2009 haben über 600 Teilnehmer die insgesamt 89 Veranstaltungen des ALEX WERKSTUDIO klassik besucht. Die zweite Stufe, das ALEX WERK-STUDIO plus (www.alex-berlin.de/werkstudio/plus), bietet weiterführende Qualifizierungsangebote und

richtet sich vor allem an diejenigen, die bereits Sendungen im Fernsehen oder Radio produzieren oder produziert haben. Im Zeitraum zwischen Juli und Dezember 2009 haben 181 Interessierte an den Kursen, z.B. den Moderations- und Sprechertrainings, den



ALEX-Studioproduktion

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mahh aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaber
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderun und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktu
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

Service Ansprechpartner Impressum

13

ALEX Lectures



Jingle- und Trailer-Produktionsworkshops oder den Feedbackseminaren teilgenommen.

Die Veranstaltungsreihe ALEX Lectures & Networking, die 2009 bereits zweimal stattgefunden hat, rundet das Angebot des ALEX WERKSTUDIO plus ab. In jeweils zehn kostenlosen Workshops mit bis zu 40 Teilnehmern sprachen erfahrene Medienschaffende aus den Bereichen Fernsehen, Radio, Print und Online über medienrelevante Themen und gaben Studierenden und Einsteigern der Branche Feedback auf ihre Fragen. Zu Gast bei ALEX waren u.a. Radiomoderatorin Silke Super, Zitty-Chefredakteur Kai Röger, ZEIT-Kolumnist Matthias Kalle, Fernsehmoderatorin Sandra Maischberger, Feature-Autor Jens Jarisch, Tagesspiegel-Chefredakteur Lorenz Maroldt sowie Fernseh- und Radiomoderator Jörg Thadeusz.

Über 1.000 Personen haben 2009 am ALEX WERKSTUDIO teilgenommen. Mit seinem Fortbildungsangebot erleichtert ALEX allen gesellschaftlichen Gruppen die Partizipation am Rundfunk. Darüber hinaus ist es die Basis der Programmqualität: Die gezielte Vermittlung des Handwerks der Medienproduktion kann zur Qualitätssteigerung des Programms beitragen. Auf diese Weise begegnet ALEX aktiv der Herausforderung, Qualität bei offenem Zugang zu gewährleisten.

Medienkompetenzförderung und Kooperationen bei ALEX

In seinen Schülerredaktionen "Hörsturz" (Radio) und "Volltreffer" (TV) bietet ALEX jungen Nachwuchsmedienmachern die Möglichkeit, selbst Medien zu gestalten und ihre Ideen auszuprobieren. Darüber hinaus produziert die junge Fernsehredaktion

"treppe5" regelmäßig bei ALEX. Die Redaktionsmitglieder werden jeweils von Studierenden betreut, die im Auftrag von ALEX die Redaktionssitzungen leiten, die Redakteure bei der Entwicklung ihrer Beiträge und Moderationen beraten und ihnen Feedback geben. Ein Engagement, das sich auszahlt: Viele interessante Beiträge entstehen zu unterschiedlichen Themen, immer aus der Sicht der jungen Medienmacher. 2009 wurde die Redaktion von "treppe5" sogar für den alternativen Medienpreis nominiert.

ALEX beschäftigt regelmäßig Praktikanten für den Zeitraum von einem halben Jahr. Während ihrer Tätigkeit bei ALEX haben sie die Möglichkeit, ihre eigenen Inhalte zu gestalten. 2009 wurde die Radiosendung "Kalter Kaffee" ins Leben gerufen, die ausschließlich von ALEX-Praktikanten gestaltet wird.

Neben den eigenen Projekten im Bereich Medienkompetenzvermittlung war ALEX 2009 ein wichtiger Partner für zahlreiche Institutionen in Berlin. Sie nutzten ALEX regelmäßig als Plattform, um ihre Projekte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, als Kompetenzvermittler und als Unterstützer bei der technischen Umsetzung. Dazu gehören u.a. das Haus der Kulturen der Welt, das Musikfestival "So klingt Berlin", die Filmfestivals "achtung berlin", "Interfilm" und "The 48 Hour Film Project", sämtliche politische Stiftungen sowie etliche Ausbildungsinstitutionen wie z.B. die Klara Journalisten Schule oder die filmArche.

Das Projekt "Du bist Geschichte" (www.dubistgeschichte.de) ist in diesem Zusammenhang besonders zu erwähnen: ALEX war einer der Partner. Die Idee: 20 Jahre nach dem Fall der innerdeutschen Mauer sollten Jugendliche aus Berlin und Brandenburg, die die Zeit um 1989 nur aus Erzählungen kennen, die persönlichen "Wendegeschichten" ihrer Familien, Bekannten und Nachbarn entdecken und verfilmen. Darüber hinaus wurde eine ALEX-Jugendredaktion gegründet. 20 Jugendliche produzierten im Zeitraum von August bis November 2009 acht 30-minütige Magazinsendungen zum Thema "20 Jahre Mauerfall". Im Vorfeld wurden die Redaktionsmitglieder in einem einwöchigen Intensivworkshop im Umgang mit den notwendigen Produktionsmitteln und journalistischen Arbeitstechniken geschult. Das Ergebnis war ein einheitliches Sendeformat mit Wiedererkennungswert. "Du bist Geschichte"

wurde alle zwei Wochen produziert und bei ALEX ausgestrahlt. Die innerhalb des Projekts entstandenen Filme der Jugendlichen wurden ebenfalls im ALEX-Fernsehen präsentiert.

_Ausblick

Die Reform des Offenen Kanal Berlin ist auf etwa fünf Jahre angelegt. Mit dem Start von ALEX 2009 ist sie zum ersten Mal explizit sichtbar geworden. Bis Ende 2010 gilt es, die Reformmaßnahmen zu konsolidieren. Dabei steht auch weiterhin die Gewinnung neuer Produzenten und Kooperationspartner als wichtigstes Ziel auf der Agenda. Im ALEX-Fernsehen und ALEX-Radio soll das Beratungsangebot für die Produzenten erweitert werden: Systematisches Feedback, Unterstützung bei der Entwicklung von Trailern und Jingles und Beratung bei der Gestaltung der Sendung - von der Dekoration bis zur Moderation. Durch die Umschaltung auf die neue UKW-Frequenz wird im Bereich Radio darüber hinaus neues technisches Equipment in den Produktionsablauf eingebaut und den Produzenten im Rahmen des WERK-STUDIO vermittelt werden. Die ALEX-Internetseite soll als Web 2.0-Plattform den interaktiven Austausch der ALEX-Produzenten fördern. Das ALEX WERKSTUDIO wird sein Angebot im Bereich plus ausbauen und die ALEX Lectures weiter fortführen.

Weitere Informationen: www.alex-berlin.de

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaber
- 3.2 Rechtsgrundlage
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderun und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

3. Organisation

3.1 Aufgaben

Im Mittelpunkt der Arbeit der mabb steht die Förderung der Angebotsvielfalt und damit der Informations- und Meinungsfreiheit im privaten Fernsehen und Hörfunk. Dazu gehören sowohl die Verhinderung möglicher Konzentrationen von Medienmacht vor und nach der Zulassung von Radio- und Fernsehveranstaltern als auch die Förderung der Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden sowie die Unterstützung von Projekten zur Medienkompetenz und -pädagogik. Ebenso überwacht die mabb die Einhaltung der Jugendschutz- und Werbebestimmungen sowie der Programmgrundsätze.

Eine wichtige Aufgabe der mabb zur Gestaltung der Medienlandschaft in Berlin und Brandenburg ist die Feststellung und Zuweisung der Übertragungskapazitäten. Alle in Berlin und Brandenburg verfügbaren oder künftig verfügbaren Frequenzen werden durch sie an den privaten ebenso wie an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk vergeben.

Die mabb entscheidet auch über die Belegung der Kanäle in den Kabelanlagen. Allerdings hat sie von der gesetzlichen Möglichkeit Gebrauch gemacht, den Netzbetreibern Spielräume bei der Kanalbelegung einzuräumen. Hier überwacht sie nur noch, dass diese nicht missbräuchlich genutzt und dass die gesetzlichen Kriterien für die Kanalbelegung eingehalten werden. Neben

den Zulassungs- und Kontrollfunktionen rücken zunehmend auch Moderationsaufgaben in den Vordergrund, so fungiert die mabb etwa als neutrale Instanz und Berater im komplizierten Prozess um den Ausbau des Kabelnetzes. Darüber hinaus gehört zu den Aufgaben der mabb die Beratung privater Veranstalter, die Planung und Durchführung des Offenen Kanal Berlin, die Förderung der technischen Infrastruktur in Berlin und Brandenburg sowie die Wahrnehmung der Interessen der beiden Länder gegenüber nationalen und internationalen Rundfunkorganisationen.

Die Förderung der Medienkompetenz, die seit 2001 zu den Aufgaben der Medienanstalt Berlin-Brandenburg gehört, wurde durch die vierte Novelle des Staatsvertrags über die Zusammenarbeit von Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 1. Juni 2009 erweitert. Zukünftig kann die mabb Einrichtungen zur Förderung der Medienausbildung oder -fortbildung und der Medienkompetenz auch eigenständig fördern oder wie bisher in Kooperation betreiben bzw. fördern. So ist die mabb bereits Gesellschafterin der ems und fördert das Projekt Campus-TV XEN.ON. Neuestes Projekt ist der Bau des Medieninnovationszentrums.

3.2 Rechtsgrundlagen

- I Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 29. Februar 1992 in der Fassung des Vierten Staatsvertrages zur Änderung des Staatsvertrages über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks vom 6. Januar 2009, gültig ab 1. Juni 2009
- Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag JMStV) vom 10. bis 27.9.2002 in der Fassung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages vom 30. Oktober bis 20. November 2009 (Berlin GVBI. S. 138; Brandenburg GVBI. S. 70), gültig ab 1. April 2010
- Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag RStV –) vom 31. August 1991 in der Fassung des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages vom 30. Oktober bis 20. November 200918. Dezember 2008 (Berlin GVBI. S. 138; Brandenburg GVBI. S. 70), gültig ab 1. April 2010
- Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten und zur Plattformregulierung gemäß § 53 RStV vom 11. Dezember 2008
- Satzung über die Umstellung auf die digitale terrestrische Fernsehübertragung und die Vergabe der dafür zur Verfügung stehenden Frequenzen (DVB-T-Satzung) vom 9. Juli 2001
- Satzung über die Vergabe der terrestrischen Digital Audio Broadcasting (DAB)-Frequenzen vom 4. Oktober 2000
- Satzung zur Gewährleistung des Jugendschutzes in digital verbreiteten Programmen des privaten Fernsehens vom 9. Dezember 2003
- Richtlinien zur Förderung von Projekten der Medienkompetenz (Förderrichtlinien) vom 12. Oktober 2007
- Satzung zur Erhebung von Kosten im Bereich des bundesweiten privaten Rundfunks (Kostensatzung) vom 9. Oktober 2009
- Satzung über die Zurverfügungstellung der notwendigen personellen und sachlichen Mittel für die Organe nach § 35 Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrages und zur Erfüllung der Gemeinschaftsaufgaben (Finanzierungssatzung − FS) vom 17. März 2010
- I Satzung über das Zulassungsverfahren und die Verteilung der Kapazitäten des Mischkanals im Berliner Kabelnetz der Deutschen Telekom AG vom 2. September 1995
- Satzung über den Zugang zu ALEX Offener Kanal Berlin vom 22. Juni 2010
- Satzung über die Gebührentatbestände und die Höhe der Gebühren vom 28. Januar 2000
- I Finanzordnung der Medienanstalt Berlin-Brandenburg vom 6. November 2000
- Satzung zur Festlegung der Aufwandsentschädigung der Mitglieder des Medienrates vom 2. September 1995
- I Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, die Produktplatzierung, das Sponsoring und das Teleshopping im Fernsehen (WerbeRL / FERNSEHEN) (i.d.F. vom 23. Februar 2010)

Stand Juni 2010

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

3.3 Medienrat

Der Medienrat besteht aus sieben unabhängigen, von den Länderparlamenten Berlin und Brandenburg bestimmten Mitgliedern. Anders als die Rundfunkräte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die von gesellschaftlich relevanten Gruppen entsandt werden, müssen die ehrenamtlichen mabb-Medienratsmitglieder eine hohe parlamentarische Hürde

nehmen: Sie brauchen eine Mehrheit von zwei Dritteln der Stimmen eines Parlaments. Drei Mitglieder werden vom Berliner Abgeordnetenhaus und drei vom Brandenburger Landtag gewählt. Die Vorsitzende benötigt die Zustimmung beider Parlamente. Der Medienrat ver-gibt die Sendelizenzen, teilt die Frequenzen zu und überwacht die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen.

Die Mitglieder des Medienrates



Prof. Dr. Jutta Limbach, Vorsitzende



Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer, Stellv. Vorsitzender



Markus Beckedahl



Bärbel Romanowski-Sühl



Hannelore Steer



Dr. Wolfram Weimer



Gabriele Wiechatzek

3.4 Struktur

Die mabb ist als eine der beiden Zwei-Länder-Anstalten Deutschlands verantwortlich für die Bundesländer Berlin und Brandenburg. Wie alle anderen 13 Medienanstalten hat die mabb ein beschlussfassendes Gremium – den Medienrat – und einen Direktor, der die Beschlüsse des Medienrates vorbereitet und umsetzt sowie die mabb nach außen vertritt. Der Direktor wird dabei unterstützt durch 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Stand: 2010

3.5 Zusammenarbeit

Auch wenn Rundfunk grundsätzlich der Hoheit der Länder untersteht und die Landesmedienanstalten in Zulassungsfragen teilweise unterschiedlichen Vergabegrundsätzen folgen, besteht insbesondere in Fragen der Zulassung und Programmaufsicht

eine enge und effektive Zusammenarbeit zwischen den Medienanstalten. Durch Informationsaustausch und die gemeinsame Arbeit in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und den dort angesiedelten Kommissionen wird Transparenz für

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderun und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

Anbieter und Öffentlichkeit geschaffen und die Gleichbehandlung privater Veranstalter gewährleistet.

Die Beteiligung der mabb an konkreten Projekten wird in Kapitel 4.2 beschrieben.

_ALM

Zur Lösung grundlegender, länderübergreifender Aufgaben arbeiten die 14 deutschen Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten ALM zusammen. Im Mittelpunkt stehen die Themen Zulassung und Kontrolle sowie der Aufbau und die Förderung des privaten Rundfunks. Ziel ist es, für eine Gleichbehandlung privater Veranstalter zu sorgen und getroffene Grundlagenentscheidungen gemeinsam effektiver durchsetzen zu können.

Die Zusammenarbeit innerhalb der ALM erfolgt über die Kommission für Zulassung und Aufsicht ZAK, die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten DLM, die Gremienvorsitzendenkonferenz GVK und die Gesamtkonferenz GK.

In der ZAK werden Fragen der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstalter, Plattformregulierung sowie die Entwicklung des Digitalen Rundfunks bearbeitet. Die Aufgaben im Einzelnen hat der Gesetzgeber in §36 Abs. 2 RStV vorgeschrieben (www.mabb.de/rechtsgrundlagen. html).

_KJM

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) führt die Aufsicht über den privaten Rundfunk und Telemedien. Dr. Hans Hege ist seit Gründung der KJM stellvertretendes Mitglied. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) stärkt das Prinzip der regulierten Selbstregulierung mit dem Ziel, die Eigenverantwortung der Rundfunk- und Internetanbieter zu stärken und die Möglichkeiten der Vorabkontrolle zu verbessern. Den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugebilligt, den die Medienaufsicht nur begrenzt überprüfen darf. Selbstkontrolleinrichtungen, die diese "Privilegierung" ihren Mitgliedern anbieten, müssen von der KJM anerkannt (zertifiziert) sein. Die Freiwilligen Selbstkontrolleinrichtungen stellen den Antrag auf Zertifizierung bei der Landesmedienanstalt, in deren Land sie ihren Sitz haben. Bei der mabb sind die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia (FSM) zertifiziert.

_KEK

Zur Sicherung der Meinungsvielfalt prüft die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich KEK die Beteiligungen verschiedener Mediengruppen an den Sendern. Die KEK besteht aus sechs Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, die von den Ministerpräsidenten der Länder berufen werden und sechs Direktoren der Lan-

desmedienanstalten. Der Direktor der mabb, Dr. Hans Hege, ist Mitglied der KEK.

Beauftragter für Plattformregulierung und Digitalen Zugang

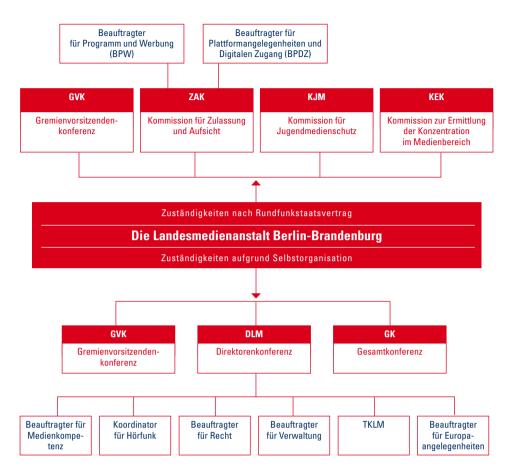
Beauftragter für Plattformregulierung und Digitalen Zugang ist der Direktor der mabb, Dr. Hans Hege.

Der Schwerpunkt im Bereich Plattformregulierung und Digitaler Zugang
lag 2009 auf der Bearbeitung von
Plattformanzeigen. Anbieter von Plattformen – im Wesentlichen fallen Netzbetreiber und Anbieter von Pay-TVPaketen hierunter – sind nach
§ 52 Abs. 3 RStV verpflichtet, dies
der zuständigen Landesmedienanstalt
anzuzeigen. Dabei geht es u.a. um die
Zugangsoffenheit von elektronischen
Programmführern (EPGs) oder die
Belegung der Netze.

In Bezug auf die sog. technische Zugangsfreiheit nach § 52 c RStV stehen in der praktischen Arbeit vor allem die sogenannten elektronischen Programmführer (EPGs) im Mittelpunkt. Die ZAK hat hier zu prüfen, ob die Darstellung, insbesondere die Listung der EPGs, so gewählt ist, dass kein Anbieter diskriminiert wird und die Wahlfreiheit des Zuschauers nicht eingeschränkt ist.

Die ZAK hat 2009 den fünften Digitalisierungsbericht vorgelegt. Er weist die Entwicklung der Digitalisierung differenziert nach Übertragungswegen aus. Das terrestrische Fernsehen ist inzwi-

Die Struktur der Medienaufsicht



Quelle: ALM Jahrbuch 2009/2010 (bearbeitet)

schen vollständig digital, nachdem ARD und ZDF Ende 2008 auch die letzten analogen TV-Sender umgestellt haben. Weiterhin bleibt das Kabel in Deutschland der wichtigste Übertragungsweg. Bei den Satellitenzuschauern nutzen inzwischen knapp drei Viertel das digitale Signal. Hier erscheint eine Analogabschaltung in Reichweite.

Während sich die Übertragungswege im Blick auf ihre Digitalisierung deutlich unterscheiden und unterschiedlich dynamisch entwickeln, bleiben die Marktanteile der Übertragungswege stabil. Neben den Daten und Fakten

zum Digitalfernsehempfang bietet der Bericht wieder einen Analyseteil, der aktuelle Entwicklungen im Bereich des digitalen Fernsehens beschreibt. Im Mittelpunkt stand dabei das Zusammenwachsen von Internet und Rundfunk.

Die Digitalisierungsberichte finden Sie als PDF zum Dowonload unter www.alm.de

1. Einleitung

1.1 Vorwort

1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthe<u>ma</u>

ALEX – der Offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderun und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

4. Arbeitsschwerpunkte

4.1 Radio & TV

Die mabb ist für die Programmorganisation und -aufsicht des privaten Rundfunks in Berlin und Brandenburg verantwortlich. Einerseits trifft sie die Entscheidungen über die Zulassung privater Veranstalter und die Zuweisung von Frequenzen. Andererseits kontrolliert sie die Einhaltung der Lizenzvoraussetzungen und Programmgrundsätze bei den zugelassenen Anbietern.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Übersicht der Tätigkeiten in diesen Bereichen sowie eine Kurzvorstellung der von der mabb beauftragten Programmanalysen und die aktuell in Berlin und Brandenburg zugelassenen Hörfunk- und Fernseh-Veranstalter.

_Aufsicht

Jugendschutz

Aufsichtsfälle im Bereich des Jugendschutzes betreffen nicht alle der insgesamt 51 von der mabb zugelassenen TV-Programme, sondern im Wesentlichen die Sender ProSieben, MTV, n-tv und DMAX. Im Jahr 2009 gingen bei der mabb zu 54 verschiedenen Sendungen Beschwerden ein, die einen (vermeintlichen) Verstoß gegen den Jugendmedienschutzstaatsvertrag betrafen.

Alle Fälle wurden intensiv geprüft: Bei insgesamt 37 Fällen konnte kein Anfangsverdacht auf eine Rechtsverletzung festgestellt werden. Die übrigen 17 sind im Verfahren bei der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM); keines ist bisher abgeschlossen.

Ein Programmtrailer von ProSieben erregte besonderes öffentliches Interesse. Zum Neustart der Serie "Fringe" warb der Sender mit einem Programmtrailer, der wie die eigene Nachrichtensendung "Newstime" gestaltet war. Mehr als 200 Beschwerden gingen bei der mabb ein. Nach Prüfung durch die KJM wurde der Trailer als Verstoß gegen die Jugendschutzbestimmungen beanstandet, da die gezeigten Bilder ein grausames und für Kinder ängstigendes Szenario zeigten. Das Format des Programmtrailers, das von vielen Zuschauerbeschwerden als unzulässig kritisiert wurde, wurde von der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) geprüft. Diese stellte keinen Verstoß fest, da es sich hier nicht um Werbung, sondern um einen Programmtrailer handelte. Das für kommerzielle Werbung geltende Verbot der Irreführung und die Abgrenzung zwischen Werbung und Nachrichtensendungen gilt nicht für eigene Programmhinweise.

Im Jahr 2009 wurden 19 neue Telemedienfälle geprüft, davon 15 im Bereich der "einfachen Pornografie ohne Sicherstellung einer geschlossenen Benutzergruppe". Bei vier Internetangeboten wurde die Bestellung eines Jugendschutzbeauftragten angemahnt.

Werbung

Im Bereich Werbung hat sich die Zusammenarbeit im Rahmen der Prüfgruppen auf überregionaler Ebene weiter positiv entwickelt. Ein Schwerpunkt war die grundlegende Überarbeitung der Werberichtlinien, um die stark geänderten Vorgaben des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages rechtzeitig zu dessen Inkrafttreten am 1. April 2010 umsetzen zu können.

Nutzung des Offenen Kanals. Eine Klage betraf die Ablehnung der Verlängerung einer Sendeerlaubnis für ein lokales Kabelprogramm, verbunden mit der Zulassung eines anderen Veranstalters für das betreffende Verbreitungsgebiet.

Ein Verfahren aus dem Vorjahr wegen der Beanstandung von Schleichwerbung endete durch Erledigung.

Gewinnspiele

Schon vor Inkrafttreten der Gewinnspielsatzung war die mabb mit einer Reihe von Aufsichtsfällen insbesondere bei ProSieben befasst, das mit "NightLoft" seit einigen Jahren eine einschlägige Sendung veranstaltet. Im Berichtszeitraum kam mit "Quizbreak" ein weiteres Format hinzu.

Im Berichtszeitraum wurden eine Reihe von Verfahren – auch Bußgeldverfahren – wegen Verstößen hauptsächlich gegen das Irreführungsverbot eröffnet. Zwei Verfahren wurden mit Beanstandungen abgeschlossen, gegen ProSieben und eines gegen BB-Radio.

Rechtsstreitigkeiten

Im Berichtszeitraum gab es in fünf Fällen neue Klagen gegen Bescheide der mabb: Zwei betrafen Beanstandungsbescheide in Jugendschutzangelegenheiten; eine inzwischen wieder erledigte Klage betraf ein Hausverbot im Offenen Kanal; eine weitere Klage betraf eine zeitweilige Sperre von der

3. Organisation

1. Einleitung

1.1 Vorwort

1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlage
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

_UKW-Hörfunk

Die Medienlandschaft im Großraum Berlin-Brandenburg ist mit 28 UKW-Radiofrequenzen die nach wie vor vielfältigste in Deutschland. Einige der Berliner Radios senden auch mit regionalen Sendeformaten in Brandenburg. Rein Brandenburgische Radioprogramme sind neben dem landesweiten BB Radio die Sender "Radio Cottbus", "Power-Radio", "OldieStar Radio", "Elsterwelle", "105.8 Paradiso" und "Radio KW".

Im Jahr 2009 gab es eine Entscheidung der mabb zu den UKW-Frequenzen 88,4 MHz (Standort Postgiroamt) und 90,7 MHz (Standort Schäferberg), deren gemeinsames Verbreitungsgebiet größere Teile von Berlin und Potsdam erreicht. Hierfür wurde für ein nichtkommerzielles Nutzungskonzept mit den Schwerpunkten Bürgerfunk (nach den Regeln des Offenen Kanals) und Ausbildungsradio (als Fortentwicklung von Uniradio und in Anknüpfung an XEN.ON) ausgeschrieben. Darüber hinaus sollen die Frequenzen für nichtkommerzielle Programmschienen und zur Erprobung neuer Formate zur Verfügung stehen.

Lokales und regionales Fernsehen

Beim lokalen Fernsehen in Brandenburg bleibt die Gesamtreichweite stabil, Veränderungen gab es jedoch bei den Veranstaltern: Ein Veranstalter hat den Sendebetrieb aufgegeben und die Sendegebiete wurden von anderen übernommen, so dass den Zuschauern weiterhin lokales Fernsehen angeboten wird. In einem weiteren Fall hat die mabb das Sendegebiet ausgeschrieben, die Lizenz nach Anhörung an einem neuen Veranstalter erteilt.

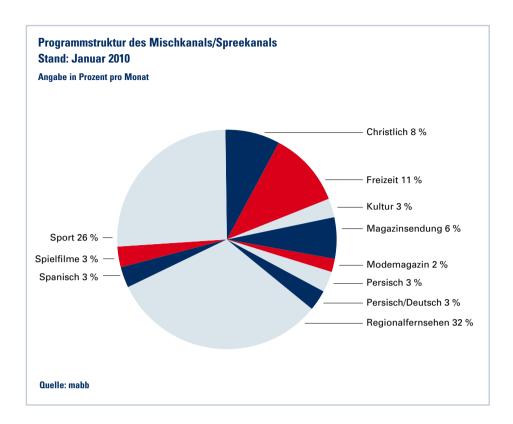
Die mabb unterstützt die Lokal-TV-Veranstalter weiterhin bei der Programmheranführung, vornehmlich durch Zuschüsse bei den Betriebskosten für die zentrale Programmplattform "Landesserver"

Ein Projekt zur Entwicklung innovativer Lokal-TV-Formate für neue Übertragungswege, das die mabb fördert, hat erste Ergebnisse erbracht. So wurden inzwischen neue Inhalte entwickelt, die von Dritten auf Internetseiten und bei Handydiensten genutzt werden können. Ein Regelbetrieb wird mit mehreren Partnern angestrebt. Die Trägerschaft für das Projekt, das aus wechselnden Qualifizierungs- und Konzeptionsphasen besteht, liegt beim BFN (Brandenburgisches Fernsehnetz).

Weiterhin sieht die mabb bei den lokalen Veranstaltern einen Bedarf an Ausund Weiterbildung, den die Sender aus eigener Kraft oft nicht decken können. Gemeinsam mit der electronic media school (ems) bietet die mabb daher verschiedene Grund- und Aufbauseminare mit journalistischen und TV-produktionsbezogenen Schwerpunkten an.

Die Brandenburger Lokal-TV-Tage als Gemeinschaftsveranstaltung von mabb und dem Brandenburgischen Fernsehnetz e. V. fanden auch 2009 als inzwischen fest etablierte Veranstaltung statt. Sie dienen dem Austausch der Sender untereinander und der Diskussion über aktuelle TV-Entwicklungen. Die Lokal-TV-Tage sind mittlerweile auch für Gäste außerhalb der Landesgrenzen ein fester Termin. Die Lokal-TV-Tage 2010 werden zusammen mit der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern veranstaltet.

Gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten hat die mabb eine Akzeptanz- und Reichweitenanalyse in Auftrag gegeben, die im Mai 2010 offiziell vorgelegt wurde.



Überregionales Fernsehen

Im Jahr 2009 hat die mabb aufgrund von Beschlüssen der KEK und der ZAK insgesamt dreizehn Zulassungen erteilt.

Kabel

Nachdem Kabel Deutschland nahezu das gesamte Berliner Kabelnetz ausgebaut hat, gilt der zuvor auf den 31. Dezember 2009 befristete Beschluss zur Einräumung von Spielräumen nunmehr unbefristet fort.

Im Bereich des lokalen Fernsehens hatte der Medienrat sechs Kabel-Sendeerlaubnisse verlängert. In einem Fall hatte er über die Neuvergabe eines Sendegebietes zu entscheiden und dabei eine Auswahl unter drei Antragstellern zu treffen. Hier wurde eine neue Sendeerlaubnis erteilt. Der

frühere, nicht erneut ausgewählte Veranstalter hat hiergegen Klage erhoben, über die noch nicht entschieden ist. In vier Fällen wurden bestehende Sendegebiete erweitert, in drei Fällen wurden gesellschaftliche Veränderungen genehmigt. Im Berliner Spreekanal wurde eine Sendeerlaubnis neu erteilt, eine wurde verlängert und in einem Fall wurde eine gesellschaftliche Veränderung genehmigt.

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlager
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

Übersicht über die in Berlin-Brandenburg zugelassenen Hörfunk-Veranstalter

Programme

- 1. BB RADIO Landeswelle Brandenburg
- 1a. BB RADIO Niederlausitz
- 1b. BB RADIO Nord/Ost
- 1c. BB RADIO Oderland
- 2. BBC World Service
- 3. Berliner Rundfunk 91!4
- 4. Best of Modern Rock and Pop
- 5. blu.FM
- 6. DEFJAY
- 7. ELSTERWELLE
- 8. ENERGY Berlin
- 9. JAM FM
- 10. JazzRadio
- 11. KISS FM
- 12. Klassik Radio
- 13. Metropol FM
- 14. 100,6 MotorFM
- 15. NPR FM 104.1
- 16. OHRFUNK
- 17. oldiestar*
- 18. place2be
- 19.PowerRadio
- 20. Radio Cottbus 94.5
- 21. Radio Paloma
- 22. Radio Paradiso
- 23. Radio Russkij
- 24. Radio TEDDY
- 25. RFI
- 26. rs2 Berlin-Brandenburg
- 27. 104.6 RTL
- 28. SENDER KW
- 29. Spreeradio 105,5
- 30. Star FM 87.9 MAXIMUM ROCK
- 31. Stimme Russlands
- 32. sunshine live
- 33. WRN Deutsch
- 34. ABSV-Radio

Frequenzen Veranstalter

	UKW Berlin 107,5 MHz; Brandenburg-Stadt 105,0 MHz; Pritzwalk 104,3 MHz; Rhinow 90,9 MHz; weitere Frequenzen gemeinsam mit den Lokalpartnern – s. u.	BB RADIO Länderwelle Berlin/Brandenburg GmbH & Co. KG, Potsdam
	UKW Cottbus/Calau 107,2 MHz - gemeinsam mit der Landeswelle	Lokalpartner: BB RADIO Niederlausitz GmbH, Cottbus
	UKW Casekow 102,1 MHz; Oranienburg 95,4 + 107,9 MHz – gemeinsam mit der Landeswelle	Lokalpartner: BB RADIO Nord/Ost GmbH, Eberswalde
	UKW Booßen 107,8 MHz; Eisenhüttenstadt 103,7 MHz – gemeinsam mit der Landesweile	Lokalpartner: BB Oder Radio Verwaltungs GmbH & Co. Betriebs KG, Frankfurt/Oder
	UKW Berlin 90,2 MHz	British Broadcasting Corporation, London, Großbritannien
	UKW Berlin 91,4 MHz; Casekow 100,9 MHz; Cottbus-Stadt 102,2 MHz; Booßen 104,2 MHz	Neue Berliner Rundfunk GmbH & Co. KG, Berlin
	Radio über DVB-T in Berlin	RCB Radio Center Berlin GmbH, Berlin
	UKW Berlin 97,2 MHz	DAA Deutsche Audio Agentur GmbH, Berlin
	Satellitenzulassung bundesweit	UNITCOM GmbH, Berlin
	UKW Großräschen 103,8 MHz	SGS Rundfunkgesellschaft mbH, Hoyerswerda
	UKW Berlin 103,4 MHz; Casekow 91,6 MHz; Herzberg 91,7 MHz; Prenzlau 87,6 MHz; Wittstock 96,6 MHz	Radio 2000 Gesellschaft mbH, Berlin
	UKW Berlin 93,6 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Skyline Medien GmbH, Berlin
	UKW Berlin 101,9 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Jazz Radio und Verlag GmbH, Berlin
	UKW Berlin 98,8 MHz	KISS FM Radio GmbH & Co. KG, Berlin
	UKW Berlin 101,3 MHz; Booßen 91,0 MHz; Brandenburg-Stadt 87,6 MHz; Luckenwalde 96,9 MHz	Klassik Radio GmbH & Co. KG, Hamburg
	UKW Berlin 94,8 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Radyo METROPOL FM - Erstes türkischsprachiges Radio in Deutschland Betriebs-GmbH & Co. KG, Berlin
	UKW Berlin 100,6 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH, Berlin
	UKW Berlin 104,1 MHz	NPR Media Berlin gGmbH, Berlin
	Satellitenzulassung bundesweit	Medien-Initiative blinder und sehbehinderter Menschen in Deutschland e. V. (MIBS), Berlin
	UKW Oranienburg 104,9 MHz; Pausin 96,7 MHz; MW 603 kHz Zehlendorf bei Oranienburg; DAB-Zulassung; Satellitenzulassung bundesweit	Digital Radio Berlin Betriebsgesellschaft mbH, Berlin
	Radio über DVB-T in Berlin; Satellitenzulassung bundesweit	BLU.FM Europe GmbH, Berlin
	UKW Oranienburg 91,8 MHz; Angermünde 107,0 MHz; Belzig 95,2 MHz; Casekow 93,3 MHz; Erkner 97,0 MHz; Neuruppin 88,3 MHz; Perleberg 94,4 MHz; Prenzlau 92,7 MHz; Rauener Berge 95,3 MHz; Seelow 98,2 MHz; Templin 89,2 MHz	Power Radio GmbH, Berlin
	UKW Cottbus 94,5 MHz; Forst 102,7 MHz; Guben 92,1 MHz; Spremberg 90,3 MHz	Lokal-Radio Cottbus GmbH, Cottbus
	Satellitenzulassung bundesweit	UNITCOM GmbH, Berlin
7	UKW Berlin 98,2 MHz; Eisenhüttenstadt 95,5 MHz; Frankfurt/Oder 105,9 MHz; Guben 90,4 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Radio Paradiso GmbH & Co. KG, Berlin
	UKW Berlin 97,2 MHz	Radio Russkij Berlin RRB GmbH, Berlin
	UKW Berlin 106,8 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	Radio im Filmpark Babelsberg GmbH & Co. KG, Potsdam
	UKW Berlin 106,0 MHz	Radio France Internationale (RFI), Paris, Frankreich
	UKW Berlin 94,3 MHz; Booßen 94,7 MHz; Casekow 107,3 MHz; Cottbus-Stadt 95,6 MHz; Finsterwalde 96,7 MHz; Forst 103,9 MHz; Lauchhammer 91,3 MHz; Lübben 100,1 MHz; Spremberg 106,3 MHz	Radio-Information Audio-Service Zwei GmbH, Berlin
	UKW Berlin 104,6 MHz; Elsterwerda 89,5 MHz; Finsterwalde 88,0 MHz; Satellitenzulassung bundesweit	RTL Radio Berlin GmbH, Berlin
	UKW Königs Wusterhausen 105,1 MHz; Lübben 99,1 MHz; Rauener Berge 93,9 MHz	rKW Radio Königs Wusterhausen GmbH & Co. KG, Königs Wusterhausen
	UKW Berlin 105,5 MHz	Neue Spreeradio Hörfunkgesellschaft mbH, Berlin
	UKW Berlin 87,9 MHz	Berlin 87,9 Rundfunkveranstalter GmbH & Co. KG, Berlin
	MW 693 kHz Zehlendorf bei Oranienburg	Burkhard Beyer, Kelsterbach, als Treuhänder der Russischen Staatlichen Rundfunkgesellschaft "Golos Rossii" - Stimme Russlands, Moskau, Russland
	UKW Templin 94,9 MHz	RNO Rhein-Neckar-Odenwald Radio GmbH & Co. KG, Mannheim
	UKW Berlin 97,2 MHz	World Radio Network Limited, London, Großbritannien
	Kabel 90,80 MHz – in den Morgenstunden	Allgemeiner Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin e. V.

Stand: Juni 2010

Satellitenzulassung bundesweit	Veranstalter
1. 13th Street	NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland GmbH, München
2. Astro TV	Questico AG, Berlin
3. Beate Uhse-TV	tmc Content Group GmbH, Berlin
4. BLUE MOVIE, BLUE MOVIE Extra, BLUE MOVIE Gay (Mediendienste)	erotic media GmbH, Berlin
5. CLB TV	Just Music Fernsehbetriebs GmbH, Landshut
6. Da Vinci Learning	Da Vinci Media GmbH, Berlin
7. Da Vinci Universitas	Da Vinci Media GmbH, Berlin
8. Detskij Mir	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH, Berlin
9. Digital Signage (Mediendienst)	Wall AG, Berlin
10. DMAX	DMAX TV GmbH & Co. KG, München
11. Food Channel	Food Channel GmbH, Potsdam
12. Fox Channel	Fox International Channels Germany GmbH, Unterföhring
13. GayBoys LIVE! (Mediendienst)	Skydex GmbH, Berlin
14. Gute Laune TV	Gute Laune TV GmbH, München
15. Hustler TV Deutschland	Sapphire Media International BV, Niederlassung Deutschland, Wiesbaden
16. International TV (Fremdsprachenplattform)	Mediapool Content Services GmbH, Hamburg
17. iTVone	iTVone Betriebsgesellschaft mbH, Nürnberg
18. Jamba! TV (Teleshopping, Mediendienst)	Fox Mobile Distribution GmbH, Berlin
19. Jukebox	Just Music Fernsehbetriebs GmbH, Landshut
20. Juwelo TV (Teleshopping, Mediendienst)	Juwelo TV Deutschland GmbH, Berlin
21. K1010	Gems TV Deutschland GmbH, Berlin
22. kabel eins classics	SevenSenses GmbH, Unterföhring
23. KosmicaTV	Questico AG, Berlin
24. Lust Pur	tmc Content Group GmbH, Berlin
25. Movie Channel (Arbeitstitel)	SevenSenses GmbH, Unterföhring
26. MTV	MTV Networks Germany GmbH, Berlin
27. MTV Entertainment	MTV Networks Germany GmbH, Berlin
28. Nashe Kino	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH, Berlin
29. n-tv	n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH, Köln
30. Peep TV (Mediendienst)	GTM Global Television Marketing AG, Berlin
31. Planet TV	HV Fernsehbetriebs GmbH, Landshut
32. ProSieben 33. ProSiebenSat.1 Facts (Arbeitstitel)	ProSieben Television GmbH, Unterföhring ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring
	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring
34. ProSiebenSat.1 Family (Arbeitstitel) 35. ProSiebenSat.1 Favorites (Arbeitstitel)	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring
36. ProSiebenSat.1 Fiction (Arbeitstitel)	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring
37. ProSiebenSat.1 Welt	SevenSenses GmbH, Unterföhring
38. RCK TV	Just Music Fernsehbetriebs GmbH, Landshut
39. redXclub (Mediendienst)	erotic media GmbH, Berlin
40. RLX TV	Just Music Fernsehbetriebs GmbH, Landshut
41. RTVi	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH, Berlin
42. Sat.1 Comedy	SevenSenses GmbH, Unterföhring
43. Sci Fi	NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland GmbH, München
44. sixx	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring
45. StarParadies TV (Teleshopping, Mediendienst)	AC Distribution & Marketing GmbH, Berlin
46. Studio Universal	NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland GmbH, München
47. Teleclub	RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft mbH, Berlin
48. tele6.tv (Teleshopping, Mediendienst)	GTM Global Television Marketing AG, Berlin
49. TIER.TV	United Screen Entertainment GmbH, Berlin
50. TIMM	DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH, Berlin
51. xgrad.tv (Teleshopping, Mediendienst)	XGrad medien betriebsgesellschaft mbH, Hamburg
52. XXHome	CUBICO MEDIA TV GmbH, Berlin

Übersicht über die in Berlin-Brandenburg originär zugelassenen Fernseh-Veranstalter

Kabel

53. yourfamily

Neukölln.TV (Kabelsendeerlaubnis Berlin-Neukölln)	traumpfad e. V., Berlin
Parlamentsfernsehen (Kabelsendeerlaubnis Berlin, digital)	Deutscher Bundestag, Ref. PuK4, Online-Dienste, Berlin
3. TV.BERLIN (Kabelsendeerlaubnis Berlin und Potsdam)	Berlin 1 Fernsehen Beteiligung GmbH & Co. KG, Berlin

Your Family Entertainment AG, München

Allteline		
Bibel TV (digitaler Fernsehkanal Berlin)	Bibel TV Stiftung gemeinnützige GmbH, Hamburg	
2. DAS VIERTE (digitaler Fernsehkanal Berlin)	DAS VIERTE GmbH, München	
3. HSE24 (digitaler Fernsehkanal Berlin)	Home Shopping Europe GmbH, Ismaning	
4. place2be (Visual Radio; digitaler Fernsehkanal Berlin)	BLU.FM Europe GmbH, Berlin	
5. Tele 5 (digitaler Fernsehkanal Berlin)	TM-TV GmbH, Grünwald	
6. TVP Polonia (digitaler Fernsehkanal Berlin)	Telewizja Polska S. A., Warschau, Polen	
7 TV BERLIN (digitaler Fernsehkanal Berlin)	Berlin 1 Fernsehen Beteiligung GmhH & Co. KG. Berlin	

Wirtschaftliche Entwicklung des Hörfunks Berlin-Brandenburg in der digitalen Welt

Studie von Johannes Kors im Auftrag der mabb

Infolge der konjunkturellen Abschwächung und des Einbruches am Werbemarkt hat in den Jahren 2002 bis 2006 eine Konsolidierung im Radiomarkt Berlin-Brandenburg stattgefunden. Mit der Finanzkrise und den erneut dramatischen Einbrüchen am Werbemarkt stehen die Medien und mithin auch die Privatradios vor der Herausforderung, die Folgen einer zweiten tiefgreifenden Rezession in diesem Jahrzehnt zu überwinden. Parallel dazu ist erkennbar, dass auch der Hörfunk von dem grundlegenden Strukturwandel im Medienbereich betroffen ist und neue Impulse für die digitale Zukunft benötigt.

In der von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg in Auftrag gegebenen Studie wird die wirtschaftliche Lage der Privatradios ermittelt, eine Analyse der Wettbewerbsbedingungen im Hörer- und Werbemarkt vorgenommen sowie die Potenziale der digitalen Verbreitungsplattformen für den Hörfunk und die Folgen des Strukturwandels im Rezipienten- und Werbemarkt analysiert.

Dazu wurden alle Privatradios in Berlin-Brandenburg mittels eines Fragebogens schriftlich befragt. Das große Interesse der Hörfunkunternehmen an einer transparenten Datenlage hat zu einer außergewöhnlich hohen Antwortquote von 95 Prozent geführt.



Aus dem Inhalt:

- I Entwicklung der Angebotsstruktur und Reichweite des Hörfunks in Berlin-Brandenburg
- I Wirtschaftliche Lage der Privatradios in Berlin-Brandenburg
- I Rahmenbedingungen für die Werbe-Erlösentwicklung des Privatfunks in Berlin-Brandenburg
- I Entwicklung des Hörfunks in der digitalen und vernetzten Welt

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlager
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan

6. Information

Service
Ansprechpartne

4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung

_Medienkompetenz

Medien prägen zunehmend unsere Gesellschaft, sie spielen eine entscheidende Rolle für Information und Kommunikation. Wer sich in unserer medial bestimmten Welt kompetent bewegen will, muss die Fähigkeit besitzen, Medien zu durchschauen, sie zu nutzen und mitgestalten zu können. Diese Fähigkeit wird als Medienkompetenz bezeichnet und gilt neben Lesen, Rechnen und Schreiben mittlerweile als vierte Kulturtechnik. Seit 2001 gehört die Förderung von Medienkompetenz auf Grundlage von § 8 des Staatsvertrages über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks (MStV) zu den Aufgaben der Medienanstalt Berlin-Brandenburg. Die mabb fördert seitdem Projekte, die die Medienkompetenz insbesondere von Kindern, Jugendlichen und Senioren stärken oder die Weiterbildung und Sensibilisierung von Multiplikatoren wie Eltern, Lehrern oder Erziehern zum Ziel haben. Dabei steht nicht primär die Vermittlung von technischem Wissen im Mittelpunkt. Gefördert wird vielmehr die Kompetenz, Medien zu durchschauen und verantwortungsvoll zu nutzen. Der Medienbegriff

beschränkt sich dabei nicht nur auf die traditionellen audiovisuellen Medien, sondern bezieht auch die neuen Medien ein

Neben zeitlich begrenzten Projekten unterstützt die mabb Initiativen und Plattformen, die kontinuierlich über das Mediensystem informieren und aufklären und/oder die das Erlernen des richtigen Umgangs mit den neuen Medien zum Ziel haben. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg führt zudem gemeinsam mit Partnern eigene Projekte sowie Wettbewerbe durch und initiiert Aktionstage. Auch in

Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten engagiert sie sich in Projekten wie "Internet ABC", "Klick-Safe" und "FLIMMO".

_Medienkompetenzprojekte 2009

Im Jahr 2009 förderte und initiierte die mabb zahlreiche Medienkompetenzprojekte. Im Folgenden werden einige davon vorgestellt, eine vollständige Auflistung finden Sie auf der mabb-Website www.mabb.de unter dem Stichwort Medienkompetenz.



Filmfest Eberswalde



Projekt "Du bist Geschichte"

Du bist Geschichte

Anlässlich des 20. Jahrestags des Mauerfalls recherchierten Jugendliche aus ihrer Perspektive Geschichte(n) zur deutsch-deutschen Grenze und bereiteten diese in einem virtuellen Geschichtsbuch auf. Es entstanden achtzehn filmische Dokumentationen, so unterschiedlich und interessant wie ihre jungen Macher selbst. Darüber hinaus produzierte eine "Du bist Geschichte"-Jugendredaktion Sendungen auf ALEX zu Themen der DDR-Geschichte und Wiedervereinigung. Das Projekt wurde von der mabb in Kooperation mit der Jugendund Familienstiftung des Landes Berlin, der Stiftung Großes Waisenhaus zu Potsdam und der Stiftung Demokratische Jugend sowie mit Unterstützung des Landes Brandenburg realisiert. Die Schirmherrschaft übernahmen Schauspieler Axel Prahl und Freerider Timo Pritzel.

www.dubistgeschichte.de

Eltern-Medien-Trainer

Im Rahmen dieses Projektes wurden in speziellen Lehrgängen im Bereich der Medienkompetenz in Familien "Eltern-Medien-Trainer" ausgebildet. Diese gaben anschließend ihr Wissen in Seminaren an Bildungs- und Betreuungseinrichtungen weiter. Sie unterstützten Lehrer und Betreuer bei der Vorbereitung und Durchführung von Elterninformationsabenden, auf denen sich interessierte Eltern zu Themen wie Handys, Computerspiele und Internetnutzung informieren und Sicherheit im Umgang mit der Mediennutzung ihres Kindes gewinnen konnten.

Die von der mabb geförderte Ausbildung sowie Vermittlung der Eltern-Medien-Trainer fand in Berlin und Brandenburg statt und hatte mit der Fortbildungseinrichtung BITS 21 Berlin und der Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg kompetente Initiatoren.

www.jugendschutz-brandenburg.de www.bits21.de

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlager
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information



M100



Schulradio Network

Kinder machen Kurzfilm 2009

Dieses Projekt des Vereins Bewegliche Ziele brachte Künstler und Filmschaffende mit Berliner Schülern zusammen. Es beinhaltete einen Schreibwettbewerb an verschiedenen Berliner Grundschulen, einen Drehbuch- sowie einen Produktionsworkshop. Am Ende stand die Produktion eines Kurzfilms, welcher Premiere im Rahmen des Internationalen Kinder- und Jugendkurzfilmfestivals KUKI hatte.

www.kindermachenkurzfilm.de

M100 Jugendmedienworkshop

Im Rahmen des M100 Sanssouci Colloquiums fand im September 2009 der jährliche M100 Jugend Medien Workshop für Nachwuchsjournalisten aus ganz Europa statt. Der Workshop hatte den thematischen Schwerpunkt "Migration und die Medien". Dabei hatten 26 junge Journalisten die Möglichkeit, die Themen Integration und Immigration in verschiedenen europäischen Ländern zu diskutieren und die Unterschiede zu erörtern. Während des Workshops erstellten die Teilnehmer gemeinsam Videos, einen Radiobeitrag und einen Blog. Gefördert wurde der Workshop von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, die sich bereits zum dritten Mal beteiligte.

www.m100potsdam.org

Schulradio-Network

Das Schulradio-Network ist eine Medienkompetenz-Initiative der Medienanstalt Berlin-Brandenburg und wird unterstützt von Radio Fritz. Neben der praktischen Hilfe beim Aufbau eines Schulradios und der Bereitstellung von kostenloser Radiosoftware bietet das Schulradio-Network Schülern und Lehrern Vorträge, Workshops mit Rundfunkjournalisten und Seminare für den Umgang mit digitaler Technik an. Mehrmals im Jahr finden Jugendradiocamps statt, außerdem werden regelmäßig Wettbewerbe ausgelobt.

www.schulradio-network.de

Medienausbildung

Die vierte Novelle des Staatsvertrags über die Zusammenarbeit von Berlin und Brandenburg im Bereich des Rundfunks wies der Medienanstalt Berlin-Brandenburg neue Aufgaben im Bereich der Medienausbildung zu: Einrichtungen und Projekte, die der Förderung der Medienausbildung, der Medienfortbildung sowie der Medienkompetenzvermittlung dienen, können eigenständig oder in Kooperation betrieben bzw. unterstützt werden.

_Förderung von Ausbildungsradios

Die mabb fördert die Gründung und den Betrieb von Ausbildungsredaktionen im Hörfunk. Institutionen der beruflichen und wissenschaftlichen Medienausbildung in Berlin und Brandenburg können sich um Fördermittel für die Anschaffung von Technik bewerben. Darüber hinaus stehen Mittel zur Verfügung, um die Redaktionsarbeit durch erfahrene Mentoren zu unterstützen.

Medieninnovationszentrum Babelsberg (MIZ)

Die Ausbildungsförderung der mabb wird durch das Medieninnovationszentrum (MIZ) in Potsdam-Babelsberg verstärkt. Zu den Aufgaben des MIZ zählen die Ausbildungsförderung und Berufsorientierung im Medienbereich, die Förderung von Kreativität und interdisziplinären Projekten, die Möglichkeit zur experimentellen Entwicklung und Erprobung von neuen Inhalten und die Vernetzung von verschiedenen Ausbildungsinstitutionen.



ems und XEN.ON

Die mabb ist Gesellschafterin der electronic media school (ems) und fördert das Ausbildungsprojekt XEN.ON. Die ems ist sowohl Journalistenschule als auch Mediendienstleister und bietet u.a. Volontariate und Trainings an. Das Ausbildungsfernsehen XEN.ON bietet eine professionelle Plattform der Berufsorientierung und des Berufseinstiegs.



Volontariat

Radio, Fernsehen, Online: Für den journalistischen Nachwuchs bietet die ems ein hochklassiges multimediales Volontariat. Sie schult journalistisches Handwerk, technisches Know how und Softskills. Beim Volontariat bekennt sich die ems eindeutig zum Leistungsprinzip und zur Exzellenz – dieses Bekenntnis ist bereits Maßstab bei der Auswahl der Volontärinnen und Volontäre.

Ende September 2009 endete der fünfte Volontärsjahrgang. Auch die Absolventinnen und Absolventen dieses Jahrgangs sind gut in den Beruf gestartet. Ein Überblick über den Karriereweg aller ems-Absolventinnen und -Absolventen zeigt: Sie arbeiten heute - oftmals bi- oder sogar trimedial - als Reporter, Redakteurinnen, Moderatoren und Producerinnen für den rbb, Deutsche Welle-TV, den WDR, den SWR, den Deutschlandfunk, den NDR, den MDR, das ZDF oder für diverse Produktionsfirmen. Der nun bereits sechste Jahrgang hat im Oktober mit den ersten Ausbildungsabschnitten "Journalistisches Basiswissen" und "Online-Training" begonnen. Für die Teilnahme an diesem Jahrgang hatten sich zehn junge Frauen und sechs junge Männer im aufwändigen Auswahlverfahren gegen rund 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchgesetzt.

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX - der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaber
- 3.2 Rechtsgrundlager
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Im Rahmen der ständigen Qualitätssicherung hatte die ems im vorangegangenen Jahr das Curriculum für ihr Volontariat erneut akzentuiert und aktualisiert, entsprechende Veränderungen wurden im Lehrplan für den neuen Jahrgang umgesetzt. Die ems überprüft regelmäßig ihre Ausbildungsinhalte, da Veränderungen in der

Medienwelt und im journalistischen Berufsbild oder beim Einsatz von Techniken und sich daraus ergebende neue Anforderungen an die Journalistinnen und Journalisten in der Volontärsausbildung berücksichtigt werden sollen. Im Auftrag der beiden Gesellschafter mabb und rbb wurde das ems-Volontariat von der Universität Leipzig, Lehrstuhl Journalistik, evaluiert - hinsichtlich Qualität, Wirtschaftlichkeit, Marktkonformität der Ausbildung und bezogen auf die Erfolgsaussichten der Volontäre. Die Evaluierenden haben der ems in allen Bereichen gute bis sehr gute Noten gegeben.

XEN.ON im Einsatz



XEN.ON

Außer dem ems-Volontariat ermöglicht die ems dem Mediennachwuchs ein berufsorientierendes Fernseh-Praktikum. Im Rahmen einer Reihe kompakter Ausbildungsmodule können die Praktikantinnen und Praktikanten im Ausbildungskanal XEN.ON erste Redaktionserfahrungen unter echten



Redaktionssitzung bei XEN.ON



Dreh für "24h Berlin"

Produktionsbedingungen sammeln. Die Teilnahme an diesem Angebot ist generell offen für junge Menschen, die sich für einen Einstieg in die Arbeit der elektronischen Medien interessieren.

Vierteljährlich wurden im Jahr 2009 zehn neue Praktikantinnen und Praktikanten aufgenommen. Nach ihrem Praktikum von drei Monaten arbeiteten viele von ihnen weiter in der XEN.ON-Redaktion mit - als Autoren, Realisatorinnen, Redakteurinnen, Moderatoren - oder sie gaben als Tutorinnen und Tutoren ihr Wissen an neue Praktikanten weiter. Alle zwei Wochen entstand eine neue Sendung von 45 Minuten Länge. Diese Sendungen wurden in elf Offenen Kanälen gezeigt. Darüber hinaus hat XEN.ON seine Aktivitäten im Internet verstärkt und pflegt Präsenzen bei Youtube, Facebook, Myspace sowie Studi- und MeinVZ.

XEN.ONisten hatten sich – wie die gesamte ems – mit großem Engagement am Medienereignis 24h-Berlin aktiv beteiligt, ihre Produkte wurden am 5. September 2009 ausgestrahlt. Die in diesem Projekt entstandene Zusammenarbeit mit arte wurde im Herbst 2009 fortgesetzt. Mehrere XEN.ON-Teams haben den Auftritt der "Riesen in Berlin" zum 20. Jahrestag des Mauerfalls aktuell für arte-Online dokumentiert.

Aus- und Fortbildung

Neben dem eigenen Volontariat trainierte die ems im Auftrag mehrerer Sender deren Volontärinnen und Volontäre während ihrer Ausbildung. Inhalte der Ausbildungsmodule sind beispielsweise VJ-Kurse, bei denen die Volontärlnnen u. a. den eigenständigen Umgang mit der Kamera und der Schnittsoftware erlernen, Online-Trainings, bei denen umfängliche Websites erstellt werden, sowie Radiound Fernsehsendungswochen, bei denen unter Anleitung erfahrener

1. Einleitung

1.1 Vorwort 1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlager
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Service Ansprechpartner Impressum

ems TV-Studio





ems Hörfunk-Studio

Trainerinnen und Trainer komplette Sendungen erstellt werden. Nachwuchsjournalistinnen und Journalisten von Radio Bremen, verschiedener BFN-Sender (Lokalsender im Verbund des Brandenburgischen Fernsehnetzes), von N24, ProSiebenSAT.1 nahmen an entsprechenden ems-Kursen teil.

Im Bereich Fortbildung schulte die ems im Auftrag der mabb auch 2009 die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BFN-Sender. Dieses wichtige Angebot für die Lokalfernsehsender fand auch in diesem Jahr großen Anklang, fast alle Kurse waren deutlich überbucht, die Rückmeldungen aus den Sendern waren überaus positiv. Für den rbb fanden mehrere Fortbildungsmaßnahmen statt – für komplette Radioredaktionen sowie für Gruppen von Redakteurinnen und Reportern.

Wie alle anderen vergleichbaren Fortbildungsträger hatte auch die ems im durch die Wirtschaftskrise gezeich-

neten Jahr 2009 damit zu kämpfen, dass Kunden deutlich weniger Geld für Fortbildung ausgeben konnten oder wollten. In manchen Fällen kamen, im Gegensatz zu den Vorjahren, keinerlei Kurse mehr zustande - mit den damit verbundenen spürbaren Umsatzeinbußen für die ems. Gleichwohl konnten eine ganze Reihe von Trainings für verschiedene Sender und Einzelpersonen durchgeführt werden. Auch die von der ems angebotenen Medientrainings für Menschen, die sich im Umgang mit den Medien professionalisieren wollen - zum Beispiel mit Interviewund Kameratrainings, Nachrichten- und Textworkshops - waren 2009 erheblich schlechter nachgefragt als in den Vorjahren. Gegen Ende des Jahren 2009 begann sich abzuzeichnen, dass sich die Situation 2010 wieder deutlich verbessern würde.

_ALEX - Offener Kanal Berlin

ALEX ist eine regionale Plattform, über die alle interessierten Bürgerinnen und Bürger am Rundfunk mitwirken können. Der Kanal bietet sein Programm im Fernsehen, im Radio sowie im Internet an, wobei das Angebot von Musiksendungen über Talkshows, Dokumentationen und Reportagen bis hin zu Aufzeichnungen von Konzerten, Podiumsdiskussionen und Festivals reicht. Produzenten der ALEX-Programminhalte sind vorrangig Bürgerinnen und Bürger der Region Berlin-Brandenburg, die hier aktiv an der Programmgestaltung teilnehmen und eigene Inhalte veröffentlichen können.

Eine ausführliche Darstellung des Reformprozesses des Offenen Kanals und des Relaunches als "ALEX" finden Sie im Schwerpunktteil dieses Geschäftsberichts.

www.alex-berlin.de



BÄRENSTARK-Reporterin für ALEX

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berli

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbei

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Service Ansprechpartner Impressum

4.3 Digitale Projekte/Technische Infrastruktur

_Pilotprojekt Breitband-Internet für ländliche Regionen in Brandenburg

Mit dem Pilotprojekt in Wittstock/
Dosse in Brandenburg wurde europaweit zum ersten Mal eine Rundfunkfrequenz (UHF Kanal 55) für
breitbandiges Internet vorwiegend zur
Versorgung ländlicher Räume zur Verfügung gestellt und unter Praxisbedingungen mit einer repräsentativen Auswahl von etwa 100 Nutzern getestet.

Das Projekt dient in erster Linie dazu, die technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für einen Regelbetrieb im Rundfunkspektrum zu klären. Dabei ging es um die Ermittlung der praktisch erzielbaren Reichweiten, der übertragbaren Bandbreiten unter realen Ausbreitungsbedingungen, des Verhaltens und den Umgang der Nutzer mit einer Breitband-Internet-Funklösung sowie um die Analyse wechselseitiger Interferenzen zwischen DVB-T und dem Funkbetrieb für Breitband-Internet sowie deren Beseitigung oder Reduzierung.

Das Pilotprojekt beruht auf einer Kooperationsvereinbarung zwischen der mabb und T-Mobile.

Die hohe Nutzerakzeptanz des Piloten in Verbindung mit der noch ungeklärten Frage, welche alternative Breitbandversorgung den Nutzern nach Abschluss der Pilotphase Ende 2009 angeboten werden könnte, hat zur Entscheidung geführt, den Piloten im Jahr 2010 fortzuführen, bis eine Lösung auf Basis eines Regelbetriebes verfügbar ist.

Das Pilotprojekt hat die überregionale Entwicklung zur Nutzung von Teilen des Rundfunkspektrums zur Schließung von Lücken bei der Versorgung mit Breitband-Internet insbesondere in ländlichen Gebieten unterstützt. In einem Kompromiss zwischen Bund und Ländern in der Frequenzbereichszuweisungsplanverordnung steht der Bereich oberhalb 690 MHz künftig für die mobile Breitbandversorgung zur Verfügung. Ob die Verbindung mit anderen Frequenzbereichen in einem Versteigerungsverfahren tatsächlich dazu beiträgt, dass das Ziel der Breitbandversorgung in ländlichen Regionen beschleunigt erreicht wird, ist abzuwarten.

Die mabb unterstützt daher nach wie vor das Land Brandenburg darin, im Rahmen eines Gesamtkonzeptes unter Einsatz verschiedener Technologien Lösungen für einen funkgestützten Basis-Internetzugang über Rundfunkfrequenzen in ländlichen Regionen zu finden. Sie hat deshalb die Erprobung des VHF-Bereichs ermöglicht.

_Digitale Terrestrik

DVB-T ist weit über die ursprünglichen Erwartungen hinaus von den Verbrauchern akzeptiert worden. Im Ballungsraum um Berlin empfangen fast 20 Prozent der Haushalte Fernsehen (auch) über DVB-T. Schwächer ist die Akzeptanz in den Gebieten Brandenburgs, in denen nur öffentlich-rechtliche Programme empfangen werden können.

Das Europäische Gericht hat in erster Instanz mit Urteil vom 6. Oktober 2009 die Klagen der Bundesrepublik Deutschland, der mabb und des Veranstalters FAB gegen die Entscheidung der Europäischen Kommission zurückgewiesen, die die Förderung des DVB-T-Umstiegs durch die mabb als mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar erklärt hatte. Das Gericht ist der Auffassung der Kommission gefolgt, dass der Umstieg auch ohne Förderung hätte erreicht werden können. Die Klage der mabb wurde als unzulässig zurückgewiesen, weil ihr eine entsprechende Klagebefugnis fehle.

Die mabb hat nach Prüfung des Urteils auf ein Rechtsmittel verzichtet, weil sie keinen Anlass für einen Grundsatzrechtsstreit über die Klagebefugnis sah; die aus Sicht der mabb unzutreffende Bewertung der Tatsachen hätte in der Rechtsmittelinstanz nicht mehr überprüft werden können. Die Bun-

desregierung hat aus grundsätzlichen Erwägungen ein Rechtsmittel eingelegt. Nach Einschätzung der mabb wird es aber selbst im Erfolgsfall nicht dazu führen, dass die Europäische Kommission die inzwischen lange zurückliegende Förderung für rechtmäßig erklärt. Die mabb wird die zurückgeforderten und die nicht ausgezahlten Mitteln für die DVB-T Förderung daher für neue Aufgaben im Rahmen der ursprünglichen Zielsetzung der Förderung digitaler Projekte einsetzen.

Digitales Radio hat sich insbesondere im Internet weiter entwickelt, während die Radio-Nutzung von DVB-T eher rückläufig ist. Die Länder haben eine neue Bedarfsanmeldung für DAB für einen bundesweiten Multiplex abgegeben, die Bundesnetzagentur hat daraufhin dem einzigen Bewerber Media Broadcast die entsprechenden Frequenzen zugewiesen. Entsprechend den neuen Möglichkeiten des Rundfunkstaatsvertrags wurden die Kapazitäten koordiniert durch die ZAK ausgeschrieben.

Regionale DAB-Kapazitäten stehen in Berlin-Brandenburg hinreichend zur Verfügung, so dass keine neue Bedarfsanmeldung notwendig war. Allerdings gibt es weder beim rbb, der seine bisherige Verbreitung reduziert hat, noch bei privaten Veranstaltern entsprechendes Interesse.

4.4 Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungen

medienwoche@IFA 2009

Die Medienwoche fand vom 04. bis 09. September 2009 statt. Mit über 15.000 Fach- und Kongressbesuchern aus dem In- und Ausland, über 6.000 Journalisten aus 70 Ländern und an die 1.250 Aussteller sind Medienwoche und IFA eines der größten Branchentreffen Europas und die wichtigste Kommunikationsplattform der internationalen Medienbranche in Deutschlands Hauptstadt.

Der Kongress der medienwoche@IFA wurde auf zwei Tage mit den drei Bereichen Medienpolitik, Medienwirtschaft und Content Screening konzentriert. Der Medienkongress hatte das Leitthema "Medienstandort Deutschland – zwischen Hype und Krise".

Die Zuschauerzahlen beim Medienkongress blieben im Vergleich zum Vorjahr trotz der Konzentration des Programmangebotes nahezu konstant. Der Kongress 2009 war mit 2.081 (2.100 in 2008) Besuchern erfolgreich.

www.medienwoche.de

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MIZ

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5. Zusammonarhoit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Service Ansprechpartner Impressum

Prix Europa

Der Prix Europa ist ein auf die qualitative und distributive Förderung europäischer Fernseh- und Radioprogramme angelegter Wettbewerb, der neben europäischen Einrichtungen, auch z. B. von arte, rbb und ZDF getragen wird.

Der Prix Europa sammelt jedes Jahr aus ca. 40 Ländern Europas die besten Programme ein, prämiert und promotet die Sieger. Der heutige Prix Europa entstammt der Fusion des 1962 in Berlin gegründeten Prix Futura und des 1987 in Amsterdam ins Leben gerufenen Prix Europa. Er ist sowohl einer der ältesten Medienwettbewerbe Berlins als auch eine paneuropäische Unternehmung.

Der 23. Prix Europa fand vom 17. bis 24. Oktober 2009 statt und wurde in drei Bereichen (Fernsehen, Radio, Emerging Media) und acht Kategorien ausgetragen.

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg fördert den Prix Europa.

www.prix-europa.de

Brandenburger Lokal-TV-Tage 2009

Bereits zum 7. Mal fanden die Brandenburger Lokal-TV-Tage statt, die die mabb gemeinsam mit dem Brandenburgischen Fernsehnetz e. V. durchführt. Wie in den Jahren zuvor kamen zu den über 50 Brandenburger Teilnehmern noch einige Interessenten aus Nachbarbundesländern hinzu. Die zweitägige Veranstaltung ist ein wichtiger Kommunikationsrahmen - sie dient nicht nur dem Ideenaustausch der Sender untereinander. sondern auch zwischen der mabb und den Veranstaltern. Gemeinsam werden aktuelle Entwicklungen in Medienwirtschaft und -politik analysiert und diskutiert. 2009 standen die Themen "Lokale Inhalte für Internet und Mobile-Plattformen" und "Hybrid-TV" genauso auf dem Programm wie "Digitalisierung des Kabels". Fest etabliert hat sich inzwischen der parallel dazu stattfindende Technik-Workshop. 2009 standen hier Audio- und Videostandards, ihre Kompatibilität und die wichtigsten Parameter auf der Themenliste. Einzelne ausgewählt Beiträge von der Veranstaltung finden sie auch hier:

www.mabb.de/veranstaltungentermine/veranstaltungen.html

_Publikationen

Die Schriftenreihe der mabb (publiziert im Vistas Verlag) befasst sich mit verschiedenen Aspekten der Medienlandschaft insbesondere in Berlin und Brandenburg. 2009 erschienen folgende Bände:

Programmanalyse Regional- und Lokal-TV Berlin und Brandenburg

Florian Kerkau, Christine Link und André Wiegand, mabb-Band 24





Radioprofile in Berlin-Brandenburg

Lothar Wichert, mabb-Band 25

_Weitere Publikation der mabb 2009:



Geschäftsbericht 2008 Schwerpunktthema: Breitband-Internet im ländlichen Raum

Der Geschäftsbericht steht auch als PDF auf www.mabb.de zum Download zur Verfügung.



"Medienkompetenz"

Fördern – Vermitteln – Unterstützen:

Die Broschüre vermittelt eine Übersicht über die Aufgaben, Ziele und Projekte der Medienanstalt Berlin Brandenburg im Bereich Medienkompetenz.



_www.mabb.de

Der Internetauftritt der mabb bietet alle Informationen zu Aufgaben, Aktivitäten und Verantwortlichen der Zwei-Länder-Medienanstalt.

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mabb aktuell: Das MI

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX - der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgaben
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3.3 Medienrat
- 3.4 Struktu
- 3.5 Zusammenarbei

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/ technische Infrastruktur
- 4.4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Rilanz

6. Information

Service Ansprechpartne Impressum

5. Finanzen

Finanzielle Entwicklung der mabb

Jahresabschluss 2009

Die mabb hat gemäß § 5 Abs. 1 der Finanzordnung einen Jahresabschluss entsprechend den Regelungen des HGB für große Kapitalgesellschaften aufzustellen.

Aufwands- und Ertragsplan vom 1.1.2009 bis 31.12.2009

Medienanstalt Berlin-Brandenburg – Anstalt des öffentlichen Rechts, Berlin				2008 IST
			in EUR	in EUR
B.1.	ERTRAGSPLAN			
B.1.1.1	Rundfunkgebühren	-6.892.116	-9.091.078	
B.1.1.2	Gebühren und Beiträge		-119.815	-133.810
B.1.2	sonstige betriebliche Erträge		-3.812.664	-224.210
B.1.3	Zinserträge		-312.524	-718.231
B.2.2.4	Entnahmen aus dem Sonderposten		-187.568	-749.871
Summe Erträge				-10.917.199
B.2	AUFWANDSPLAN			
B.2.1	KERNBEREICH mabb		2.844.076	3.024.477
	B.2.1.1	Medienrat	115.078	104.941
	B.2.1.2	mabb	1.782.247	1.847.330
		B.2.1.2.1 Personalkosten	881.908	843.887
		B.2.1.2.2 Sachkosten	900.339	1.003.443
	B.2.1.3	Öffentlichkeitsarbeit/eigene Veranstaltungen	476.298	553.661
	B.2.1.4	Medienforschung/-gutachten	172.596	166.827
	B.2.1.5	Gemeinsame Aufgaben	297.856	351.718
B.2.2	PROJEKTE		4.548.825	1.801.299
	B.2.2.1	Digitale Projekte	144.582	830.012
	B.2.2.2	Medienkompetenz	578.716	611.970
	B.2.2.3	Medienausbildung	221.247	59.317
	B.2.2.4	Sonderposten Projektfinanzierung	3.604.281	300.000
B.2.3	OFFENE KANÄLE/BETEILIGUNGEN		2.303.764	2.012.038
	B.2.3.1	Offener Kanal Berlin	1.717.203	1.338.263
		B.2.3.1.1 Personalkosten	926.253	803.022
		B.2.3.1.2 Sachkosten	790.950	535.241
	B.2.3.2	ems	183.320	333.000
	B.2.3.3	XEN.ON	384.648	340.775
	B.2.3.4	GARV	18.594	
Summe A	Aufwendungen		9.696.665	6.837.814
Jahresül	perschuss	-1.628.022	-4.079.385	
D.1	Kapitalrücklage		1.293.667	1.502.075
	D.1.1	Entnahmen	-444.321	-453.281
	D.1.2	Einstellungen	1.737.988	1.955.356
D.2	Abführungsverpflichtung		334.355	2.577.311
Bilanzer	gebnis	0	0	

Bilanz zum 31. Dezember 2009

AKTIVA

Medienanstalt Berlin-Brandenburg – Anstalt des öffentlichen Rechts, Berlin

				Euro	Euro
A.	Anl	agevermögen			
l.	lmn	naterielle Vermögensgegenstände			
	1.	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		24.742,00	31.944,00
II.	Sachanlagen				
	1.	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten			
		einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.544.873,46		1.963.711,4
	2.	Technische Anlagen und Maschinen	458.570,00		441.470,0
	3.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	188.334,00		148.279,0
	4.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	829.628,01	_	70.941,69
				4.021.405,47	2.624.402,10
III.		anzanlagen			
	1.	Beteiligungen		196.046,27	196.046,27
В.		laufvermögen			
I.		derungen und sonstige Vermögensgegenstände			
	1.	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	66.825,00		2.650,00
	2.	Sonstige Vermögensgegenstände	123.730,19		201.675,37
				190.555,19	204.325,37
II		ssenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei ditinstituten und Schecks		16.066.138,79	16.831.331,2
C.	Rec	chnungsabgrenzungsposten		51.520.51	62,704,08
C.	Rec	chnungsabgrenzungsposten		51.520,51 20.550.408,23	
	Rec		Furo	20.550.408,23 Geschäftsjahr	19.950.753,10 Vorjah
PAS	SSIVA		Euro	20.550.408,23	19.950.753,10 Vorjah
PAS	SSIV <i>A</i> Eige	1	Euro	20.550.408,23 Geschäftsjahr	19.950.753,10 Vorjah
PAS	SSIV <i>A</i> Eige	A enkapital	Euro	20.550.408,23 Geschäftsjahr	19.950.753,10 Vorjah Euro
PAS	Eige Rüc 1.	enkapital klagen	Euro	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro	19.950.753,10 Vorjah Euro 10.878.360,30
PAS A .	Eige Rüc 1.	e nkapital eklagen Rücklage für Investitionen	Euro	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09	19.950.753,10 Vorjah Euro 10.878.360,3
PAS A. I.	Eige Rüc 1.	enkapital eklagen Rücklage für Investitionen Iderposten für Projektfinanzierung	Euro	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09	19.950.753,10 Vorjah Euro 10.878.360,3 2.210.012,2
PAS A. I.	Eige Rüc 1. Son	enkapital klagen Rücklage für Investitionen Iderposten für Projektfinanzierung kstellungen	Euro 519.937,49	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09	19.950.753,10 Vorjah Euro 10.878.360,30 2.210.012,23
PAS A. I.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen nderposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09	19.950.753,10 Vorjah Eure 10.878.360,3 2.210.012,2 1.471.884,0 4.297.168,1
PAS A. I. B.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen nderposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	19.950.753,10 Vorjah Eure 10.878.360,3 2.210.012,2 1.471.884,0 4.297.168,1
PAS A. I. B.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen derposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sonstige Rückstellungen		20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	19.950.753,10 Vorjah Eur 10.878.360,3 2.210.012,2 1.471.884,0 4.297.168,1 5.769.052,1
PAS A. I. B. C.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1. 2.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen rderposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sonstige Rückstellungen	519.937,49	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	19.950.753,10 Vorjah Eur 10.878.360,3 2.210.012,2 1.471.884,0 4.297.168,1 5.769.052,1
PAS A. I. B.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1. 2.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen nderposten für Projektfinanzierung ekstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sonstige Rückstellungen bindlichkeiten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr	519.937,49	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	19.950.753,10 Vorjah Euri 10.878.360,3 2.210.012,2 1.471.884,0 4.297.168,1 5.769.052,1
A. I. B. C.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1. 2.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen derposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sonstige Rückstellungen bindlichkeiten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 240.940,20 (Euro 582,05) Sonstige Verbindlichkeiten - davon gegenüber rbb Euro 326.855,27 (Euro 377.310,59)	519.937,49	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	19.950.753,10 Vorjah Eure 10.878.360,30 2.210.012,22 1.471.884,00 4.297.168,10 5.769.052,10 582.825,00
PAS A. I.	Eige Rüc 1. Son Rüc 1. 2.	enkapital klagen Rücklage für Investitionen derposten für Projektfinanzierung kstellungen Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sonstige Rückstellungen bindlichkeiten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 240.940,20 (Euro 582,05) Sonstige Verbindlichkeiten - davon gegenüber rbb Euro 326.855,27	519.937,49	20.550.408,23 Geschäftsjahr Euro 12.172.027,09 5.626.724,47	10.878.360,30 2.210.012,22 1.471.884,00 4.297.168,11 5.769.052,11 582.825,01

Geschäftsjahr

Vorjahr

1. Einleitung

1.1 Vorwort
1.2 mahh aktuell: Das Mi

2. Schwerpunktthema

2.1 ALEX – der offene Kanal Berlin

3. Organisation

- 3.1 Aufgabe
- 3.2 Rechtsgrundlagen
- 3 Medienrat
- 3.4 Struktur
- 3.5 Zusammenarbeit

4. Arbeitsschwerpunkte

- 4.1 Radio & TV
- 4.2 Medienkompetenzförderung und Medienausbildung
- 4.3 Digitale Projekte/
- .4 Öffentlichkeitsarbeit

5. Finanzen

Aufwands- und Ertragsplan Bilanz

6. Information

Service Ansprechpartne Impressum

6. Information

Herausgeber:

Medienanstalt
Berlin-Brandenburg (mabb)
Anstalt des öffentlichen Rechts
Kleine Präsidentenstraße 1
10178 Berlin
Tel.: 030/26 49 67-0
Fax: 030/26 49 67-90

Redaktion und Gestaltung:

E-Mail: mail@mabb.de www.mabb.de

index

Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH Zinnowitzer Straße 1 10115 Berlin Tel.: 030/390 88-300 Fax: 030/390 88-199

Fax: 030/390 88-199 E-Mail: info@index.de www.index.de

Bildmaterial (soweit nicht begleitend angegeben):

mabb: S. 4, 5, 6, 7, 18
ALEX: S. 9, 10, 11, 12, 13, 14
Alle Fotos und Logos in Kapitel 4.2:
jeweils vorgestellte Institutionen

Service

Weitere Informationen zur Medienanstalt Berlin-Brandenburg stehen Ihnen im Internet unter www.mabb.de zur Verfügung. Hier finden Sie nützliche Hinweise zum Rundfunkangebot, aktuelles Pressematerial, Links zu unseren Kooperationspartnern und vieles mehr.

Seit 1995 veröffentlicht die mabb Studien und Stellungnahmen zu den verschiedenen Aspekten der Medienlandschaft insbesondere in Berlin und Brandenburg in einer eigenen Schriftenreihe. Alle Bände der Schriftenreihe können direkt beim Vistas Verlag bestellt werden.

Vistas-Verlag GmbH

Goltzstraße 11, 10781 Berlin

Tel.: 030/3270 74-46 Fax: 030/3270 74-55

E-Mail: medienverlag@vistas.de

Weiteres Informationsmaterial wie unsere Info-Broschüre "Menschen und Medien. Wir verbinden" oder Flyer und Unterlagen zum DVB-T-Umstieg sowie diverse Materialien im Bereich Medienkompetenz – wie etwa das Klicksafe-Leherhandbuch – können Sie direkt bei uns anfordern. Mehr Informationen dazu finden Sie auf www.mabb.de

Medienanstalt Berlin-Brandenburg

Kleine Präsidentenstraße 1 10178 Berlin

Tel.: 030/26 49 67-0 Fax: 030/26 49 67-90 E-Mail: mail@mabb.de

Ihre Ansprechpartner bei der mabb

Susanne Grams

Programm, Öffentlichkeitsarbeit, Vertreterin des Direktors Tel.: 030/26 49 67-30 E-Mail: grams@mabb.de

Ingeborg Zahrnt

Recht, Zulassung, Werbung Tel.: 030/26 49 67-20 E-Mail: zahrnt@mabb.de

Anka Heinze

Zentrale Aufgaben, Projekte Tel.: 030/26 49 67-55 E-Mail: heinze@mabb.de

Anja Kienz

Medienkompetenz Tel.: 030/26 49 67-53 E-Mail: kienz@mabb.de

Jan Czemper

Regionaler und lokaler Rundfunk, Projekte Tel.: 030/26 49 67-13

E-Mail: czemper@mabb.de

Uwe Haaß

Technik u. Frequenzen Tel.: 030/26 49 67-80 E-Mail: haass@mabb.de

Heide Roßkopf

Verwaltung, Personal Tel.: 030/26 49 67-40 E-Mail: rosskopf@mabb.de

ALEX – Offener Kanal Berlin

Volker Bach Tel.: 030/46 40 05-11

E-Mail: bach@alex-berlin.de



Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) Anstalt des öffentlichen Rechts Kleine Präsidentenstraße 1 10178 Berlin

Tel.: +49(0)30/26 49 67 0 Fax.: +49(0)30/26 49 67 90 E-Mail mail@mabb.de www.mabb.de