

JAHRESBERICHT 2020



LANDESMEDIENANSTALT
SAARLAND

Jahresbericht

2020

Landesmedienanstalt
Saarland

INHALT

Vorwort Direktorin und Vorsitzender des Medienrats	4
Die Landesmedienanstalt Saarland	6
Wir im Kreis der Medienanstalten	10
Bürgerportal Programmbeschwerde	14
Programm und Werbung im Rundfunk und Kommunikation im Internet	16
Jugendschutz, Regulierung, Technik und Aufsicht	18
Glücksspielaufsicht	22
Medienkompetenz: Medien verstehen, nutzen und gestalten	23
LMS-Betaraum: Zentrum für digitale Kompetenz	30
Medienstandortförderung/Projekte	31
- Onlinerland Saar	32
- Media & Me	35
- Das ERBE on Tour	37
- #DoppelEinhorn	38
Ausbildung: Mediengestalter Bild und Ton	40
Die saarländische Filmförderung und Filmcommission	41
Die Game Base Saar	43
Digitalisierung	45
Forschung: Fakten ermitteln, Entwicklungen erkennen	47
Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit	50
Saarbrücker Medienimpulse	52
Impressum	54

VORWORT

Direktorin der LMS und Vorsitzender des Medienrats

Liebe Leserin, lieber Leser,

der vorliegende Geschäftsbericht fügt sich scheinbar nahtlos in die Reihe der seit Bestehen der LMS jährlich herausgegebenen Berichte ein. Jedoch beschreibt er ein Geschäftsjahr, das aus vielerlei Gründen ein besonderes war.

Seit März 2020 hat die Pandemie alle Abläufe auch in der LMS erheblich beeinflusst. Fast jede unserer jährlich nahezu 1000 Veranstaltungen und Sitzungen musste auf ihre Durchführbarkeit überprüft und inhaltlich oder methodisch angepasst werden. Es ist ein Beleg für die Agilität der LMS und ihrer Beteiligungen, dass es insbesondere durch Online- und Hybrid-Veranstaltungen gelungen ist, Ausfälle zu verhindern und gleichzeitig neue Formate zu kreieren. Der coronabedingte digitale Bildungsbedarf wurde hierdurch saarlandweit wesentlich unterstützt.

Um die wirtschaftlichen Einflüsse der Pandemie auf die Medienbranche abzufedern, konnte die LMS ein gezieltes Landesprogramm initiieren sowie Bundeshilfen aus dem Programm „Neustart Kultur“ für die privaten Hörfunkveranstalter regional verfügbar machen. Darüber hinaus soll die Forcierung einer landesweiten DAB+-Plattform dem regionalen Privatrundfunk die digitale Zukunft bahnen.

Mit Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags am 7. November 2020 sind den Medienanstalten eine Vielzahl neuer Aufsichtsaufgaben zugewachsen. Das modernisierte Medienrecht trägt der enormen Bedeutung Rechnung, welche Suchmaschinen, Social-Media-Angebote oder Videoplattformen für die Meinungsbildung entwickelt haben. Im Fokus der Landesmedienanstalten sind somit die großen Internetanbieter genauso, wie journalistisch-redaktionell gestaltete Blogs und Foren Einzelner. Dass intransparente Algorithmen und Social Bots oder gezielte Desinformation die Meinungsvielfalt nicht behindern und wertvolle regionale und lokale Angebote auch im Netz auffindbar sind, hierum kümmert sich die LMS nun im Konzert mit den übrigen Landesmedienanstalten.

Unsere Verantwortung, Diskriminierungsfreiheit, journalistische Sorgfalt, Persönlichkeits- und Jugendschutz zu wahren, wächst mit der Fülle der Medienangebote. Es ist ein besonderes Anliegen der seit Mai 2020 amtierenden Direktorin, den Medienrat in seiner Breite verstärkt in diese Themen einzubeziehen und damit eine kritisch-selbstbewusste Nutzung digitaler Medien in allen gesellschaftlichen Gruppen im Saarland zu befördern.

DEN MEDIALEN WANDEL AUCH KÜNFTIG DURCH AUFSICHT UND REGULIERUNG, DURCH FORSCHUNG UND BILDUNG POSITIV IM SINNE DER SAARLÄNDISCHEN BEVÖLKERUNG ZU GESTALTEN, IST UNS AUFTRAG UND VERPFLICHTUNG.



Ruth Meyer M.A.
Direktorin der LMS

Prof. Dr. Stephan Ory
Vorsitzender des Medienrats der LMS

DIE LMS

Die Landesmedienanstalt Saarland (LMS) ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit Sitz in Saarbrücken und eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland. Sie hat das Recht zur Selbstverwaltung und übt ihre Tätigkeit unabhängig und in eigener Verantwortung aus.

Die Zulassung und Aufsicht privater Hörfunk- und Fernsehveranstalter sowie die Aufsicht über Telemedien im Saarland sind Angelegenheit der LMS. Des Weiteren hat sie den gesetzlichen Auftrag, den aktiven und bewussten Umgang der Saarländer:innen mit Medieninhalten zu fördern und ihre Medienkompetenz zu stärken.

Zu den Aufgaben der LMS gehören zudem die Entwicklung des Medien- und Medienforschungsstandortes Saarland, die Förderung neuer Techniken und Verfahren der Rundfunkübertragung sowie die Ausbildung von Mediengestalter:innen Bild und Ton.

Als einzige Landesmedienanstalt ist die LMS auch zuständig für die Untersagung des Veranstaltens und Vermitteln nicht nach § 4 Absatz 5 GlöStV erlaubter öffentlicher Glücksspiele in Telemedien. Zudem ist es ihre Aufgabe Werbung für unerlaubtes öffentliches Glücksspiel und unerlaubte gewerbliche Spielvermittlung im Rundfunk und in Telemedien zu unterbinden.

Organe der LMS: Direktor/in und Medienrat

Der Medienrat der LMS setzt sich aus ehrenamtlichen Vertreter:innen von derzeit 39 entsendungsberechtigten Institutionen zusammen. Die 9. Amtszeit des Medienrates begann im Januar 2019 und endet Ende 2022.

Vorsitzender des Gremiums, das in der Regel viermal im Jahr tagt, ist der Medienjurist Prof. Dr. Stephan Ory, seine Stellvertreterin ist Isolde Ries, MdL.

Die Aufgaben des Medienrates umfassen die Zulassung



LANDESMEDIENANSTALT
SAARLAND

landesweiter, regionaler und lokaler privater Rundfunkveranstalter, die Aufsicht über deren Rundfunkprogramme, die Zuweisung und die Mitwirkung bei der Zuordnung von Übertragungsmöglichkeiten, die Feststellung des Jahresabschlusses und des Wirtschaftsplans, den Erlass einer Geschäftsordnung sowie von Satzungen und Richtlinien für die Arbeit der LMS und die Untersuchung von Inhalten der Programme privater Rundfunkanbieter. Die Aufgaben sind in § 57 des Saarländischen Mediengesetzes beschrieben.

In vier Ausschüssen werden die Beschlüsse des Medienrates vorbereitet: Medienkompetenzausschuss, Wirtschafts- und Finanzausschuss, Ausschuss für Medienschutz, Aufsicht und Zulassung sowie Ausschuss für Medienethik, Vielfalt und Innovation.

Der/die Direktor:in der Landesmedienanstalt wird vom Landtag des Saarlandes für die Dauer von sieben Jahren gewählt. Seit dem 1. Mai 2020 steht Ruth Meyer an der Spitze der Medienbehörde. Seit Ausscheiden ihres Amtsvorgängers Uwe Conradt im Oktober 2019, übernahm der stellvertretende Direktor der LMS, Dr. Jörg Ukrow, die Aufgaben des Direktors.

Der Direktorin obliegt die Leitung der Behörde. Sie ist für die Organisation der Verwaltung zuständig und Vorgesetzte der Beschäftigten. Ferner übernimmt sie die Geschäftsführung der Sitzungen des Medienrates und seiner Ausschüsse und vertritt die LMS gerichtlich und außergerichtlich.

Medienratsmitglieder und ihre Vertreter:innen (Stand Dezember 2019)

Vorsitzender: Prof. Dr. Stephan Ory



Entsendende Institution Mitglied (Stellv. Mitglied)

Landesregierung Prof. Dr. Stephan Ory | CDU-Landtagsfraktion Timo Mildau MdL (Gabriele Herrmann MdL) | SPD-Landtagsfraktion Heike Becker MdL (Dr. Magnus Jung MdL) | Die Linke-Landtagsfraktion Barbara Spaniol MdL | AfD-Landtagsfraktion Rudolf Müller MdL (Lutz Hecker MdL) | Interregionaler Parlamentarierrat Karl-Heinz Lambertz (Liesa Scholzen) |

Evangelische Kirche Wolfgang Klein (Dr. Sigrun Welke-Holtmann) | Katholische Kirche Tobias Weyand (Katja Göbel) | Synagogengemeinde Erika Hügel (Marianna Margolina) | Saarländischer Integrationsrat Sadija Kavcic (Patrizio Maci) | Staatliche Hochschulen des Saarlandes Prof. Gabriele Langendorf (Dr. Michael Schmitz) | Landessportverband für das Saarland Dr. Sabine Glück | Saarländische Lehrerschaft Stefan Nagel (Simone Groh) | Landesjugendring Saar e. V. Martin Rybak (Sandra Aedtner) | Landesarbeitsgemeinschaft Katholischer Frauenverbände im Saarland Diana Balanescu (Marliese Weber) | Saarverband der Evangelischen Frauenhilfe e.V. Sabine Tobisch | Frauenrat Saarland Dr. Annette Keinhorst (Rita Hengesbach) | Landesarbeitsgemeinschaft der Familienverbände im Saarland Allwit Gerritsmann (Lydia Oschmann) | Deutscher Gewerkschaftsbund Landesbezirk Saar Thomas Schulz (Edgar Werner Müller) | Deutscher Beamtenbund Landesverband Saar Brunhilde Puhar (Friedrich H. Singer) | Verband der freien Berufe des Saarlandes e. V. Michael Leistenschneider (Martin Abegg) | Vereinigung der Saarländischen Unternehmensverbände e. V. Jens Colling (Tina Mayer) | Industrie- und Handelskammer des Saarlandes Dr. Mathias Hafner (Rupert Stillemunke) | Handwerkskammer des Saarlandes Claus Ochner (Sarah Materna) | Landwirtschaftskammer des Saarlandes Monika Lambert-Debong (Theresia Croon) | Arbeitskammer des Saarlandes Petra Baltes (Sabine Engelhardt-Cavelius) | Saarländischer Städte- und Gemeindetag Jörg Aumann (Thomas Redelberger) | Landkreistag Saarland Patrik Lauer (Dr. Theophil Gallo) | Saarländischer Journalistenverband Karin Richter (Dr. Michael Kuderna) | Landesausschuss für Weiterbildung Monika Steffen-Rettenmaier (Monika Steffgen-Staut) | Landesakademie für musisch-kulturelle Bildung e. V. Marianne Hurth (Eva Kieser) | Saarländische Natur- und Umweltschutzvereinigungen Aribert von Pock | Liga der Freien Wohlfahrtsverbände Ines Reimann-Mathes (Dr. Martin Rieger) | Behindertenverbände im Saarland Barbara Kronenberger (Michael Immig) | Verbraucherzentrale des Saarlandes e. V. Martin Nicolay (Manuela Pöhlchen) | Landesarbeitsgemeinschaft Pro Ehrenamt e. V. Martina Westhäuser (Martin Erbeling) | Lesben- und Schwulenverband Saar Frank Biehler (Stephan Wolsdorfer) | CDU-Landtagsfraktion Stefan Thielen MdL (Jutta Schmitt-Lang MdL) | SPD-Landtagsfraktion Isolde Ries MdL (Reiner Zimmer MdL).

Quelle: LMS

Abteilungen der LMS



Direktorin der LMS
Ruth Meyer
(seit 01.05.2020)



Stv. Direktor,
Europaangelegenheiten,
Rechtsfragen der
Informationsgesellschaft
und Jugendschutz
Dr. Jörg Ukrow



Justitiariat
Petra Wolf-Müller



Büroleitung und
Pressestelle
Liane Stieler-Joachim



Programm,
Jugendschutz und
Medienforschung
Ina Goedert



Personal, Organisation
und Finanzen
Alexander Gessinger
(seit 01.10.2020)



Medienkompetenz
Karin Bickelmann

Personal und Finanzen

Personal

Die Landesmedienanstalt beschäftigt derzeit 24 Mitarbeiter:innen. Davon sind drei Beamte, 18 Angestellte und 2 Auszubildende zum Mediengestalter Bild und Ton. Im Berichtsjahr wurden vier Jahrespraktikant:innen der Fachoberschule beschäftigt.

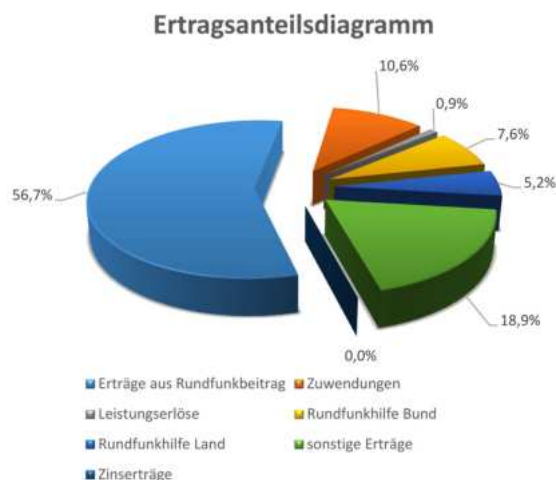
Der detaillierte Stellenplan ist im Wirtschaftsplan dargestellt. Dieser ist auf der Internetseite der LMS abrufbar:

www.lmsaar.de/service/publikationen

Finanzen

Die Landesmedienanstalt Saarland finanziert sich zum größten Teil aus Mitteln des Rundfunkbeitrags.

Die voraussichtliche Bilanzsumme zum 31.12.2020 beträgt 5.048.362,73 €. Das Eigenkapital beläuft sich voraussichtlich zum Jahresende auf 3.080.655,72 € und setzt sich zusammen aus Basiskapital in Höhe von 2.060.000,00 €, dem Gewinnvortrag in Höhe von 168.850,16 € und dem voraussichtlichen Jahresüberschuss in Höhe von



851.805,56 €. Der Jahresabschluss war zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht geprüft. Die Zahlen sind daher nur vorläufig kalkuliert. Die Finanzlage ist geordnet. Die Zahlungsverpflichtungen konnten jederzeit erfüllt werden. Die Zahlungsfähigkeit ist auch in Zukunft gesichert und erlaubt die Durchführung der geplanten und begonnenen Maßnahmen.



Die Erträge setzen sich aus Erträgen aus Rundfunkbeitrag, Zuwendungen, Leistungserlösen, sonstigen betrieblichen Erträgen und Zinserträgen zusammen und betragen im Berichtszeitraum 3.824.597,33 €.

Die Aufwendungen setzen sich aus den Transferaufwendungen, dem Personalaufwand, Abschreibungen, sonstigen betrieblichen Aufwendungen, dem Zinsaufwand, den sonstigen Steuern und den außergewöhnlichen Aufwendungen zusammen und betragen im Berichtszeitraum 2.206.871,46 €.

Die Jahresabschlüsse und Wirtschaftspläne sind auf der Internetseite der LMS abrufbar:

www.lmsaar.de/service/publikationen

WIR IM KREIS DER MEDIENANSTALTEN

Da weder Hörfunk und Fernsehen noch das Internet ausschließlich oder überwiegend durch landesweite Angebote geprägt sind, arbeiten die 14 Medienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) bei der Zulassung und Aufsicht über bundesweite Angebote zusammen. Die Zusammenarbeit erfolgt über die staatsvertraglich vorgesehenen Organe - die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), zum anderen die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und die Gesamtkonferenz (GK). Die Gemeinsame Geschäftsstelle (GGS) befindet sich in Berlin.

Die [Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten \(DLM\)](#), der alle 14 Direktor:innen und Präsident:innen der Landesmedienanstalten angehören, unterhält den Austausch mit den Rundfunkveranstaltern und Plattformbetreibern, befasst sich mit gemeinsamen Angelegenheiten sowie Fragen grundsätzlicher Bedeutung für ihre Mitgliedsanstalten und beobachtet und analysiert die Programmentwicklung.

Die DLM hat sich seit dem 20. März 2020 auf ein pragmatisches Vorgehen beim Live-Streaming von kulturellen oder religiösen Veranstaltungen sowie Bildungsangeboten während der Zeit der Corona-Krise verständigt. Soweit diese Live-Streams unter den Rundfunkbegriff fielen, sollte ein einfaches Anzeigeverfahren genügen. Eine Zulassung entsprechend der geltenden Vorschriften wurde in diesen Fällen nicht gefordert. Selbstverständlich mussten aber die geltenden Gesetze, allen voran der Jugendschutz und die journalistischen Sorgfaltspflichten, eingehalten werden. Für die konkreten Anforderungen der Anzeige dieser Angebote stellen die Medienanstalten auf ihrer Homepage ein Merkblatt sowie ein abrufbares Online-Anzeigeformular zur Verfügung.

Die Kommission für [Zulassung und Aufsicht \(ZAK\)](#) ist personengleich mit der DLM und trifft in Zulassungs- und

Aufsichtsverfahren bei bundesweiten Rundfunkveranstalter:innen für die einzelnen Landesmedienanstalten verbindliche Entscheidungen.

Die ZAK entschied im Jahr 2020 in 39 Verfahren über 253 Neuzulassungen von bundesweiten Hörfunk- und Fernsehprogrammen (darunter 72 Hörfunkangebote). Vier bundesweite Zulassungen wurden verlängert.

In 27 Fällen wurde über Veränderungen der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse von lizenzierten Veranstaltern (inkl. Veränderungen der Geschäftsführung) durch die ZAK entschieden.

Seit 2014 bereiten [Fachausschüsse](#) die Entscheidungen der ZAK und der DLM vor. Der Fachausschuss 1 beschäftigt sich mit dem Thema Regulierung. Die Direktorin der LMS, Ruth Meyer, ist Mitglied im Fachausschuss 2 Netze, Technik und Konvergenz.

Der [Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich \(KEK\)](#) gehören sechs Direktor:innen, u.a. die Direktorin der LMS sowie sechs Sachverständige der Länder an. Ihre Aufgabe ist die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Um zu vermeiden, dass ein Unternehmen eine vorherrschende Meinungsmacht erlangt, bedürfen neue Programme oder Veränderungen in der Beteiligungsstruktur von Veranstaltern der Zustimmung durch die KEK.

Im Oktober 2020 veröffentlichten die Medienanstalten ihren Vielfaltsbericht. Er informiert unter anderem darüber, wie der Erhalt einer vielfältigen Medienlandschaft gelingen kann. Vor dem Hintergrund der Corona-Krise und deren wirtschaftlichen Folgen stehen viele Anbieter vor großen Herausforderungen. Mit dem Medienvielfaltsmonitor untersuchen und dokumentieren die Medienanstalten kontinuierlich die Entwicklung der Medienlandschaft in Deutschland. Er weist das Gewicht von Medienkonzernen und einzelnen Medienangeboten für die Meinungsbildung in Deutschland aus.

Der Medienvielfaltsmonitor stellt somit ein Verfahren zur Bestimmung der Anteile der Medienunternehmen am konvergenten Meinungsmarkt in Deutschland dar. Seine Ergebnisse offenbaren, dass die TOP 5 der Medienunternehmen fast 55 Prozent des Gesamtmarkts auf sich vereinen. Dahinter zeigt sich – quantitativ betrachtet – eine große Anbietervielfalt. Die Unternehmen der Plätze 6 bis 15 erreichen über 25 Prozent, weitere 15 Anbieter vereinen rund 12 Prozent auf sich. In der TOP 5 erreicht die ARD mit 21 Prozent den höchsten Anteil am Meinungsbildungsmarkt. Das ist insbesondere auf ihre hohen TV-Marktanteile und ihre Dominanz im Hörfunkmarkt zurückzuführen. Der Bertelsmann-Konzern ist mit knapp 12 Prozent der größte private Medienkonzern und findet sich im Gesamtranking auf Platz zwei wieder. Bertelsmann ist zwar in allen Märkten aktiv, profitiert aber besonders von hohen Zuschauermarktanteilen der RTL Group. Das ZDF platziert sich mit 7,5 Prozent auf Platz drei. Auf Platz vier und fünf folgen mit KKR und Springer Unternehmen, deren vordere Platzierung sich zum einen auf starke Positionen im Printbereich und zum anderen auf ihre publizistischen Onlineangebote zurückführen lässt. Im Mai 2020 hat KKR auch Anteile an ProSiebenSat.1 erworben, was sich zukünftig ebenfalls in den Ergebnissen des Medienvielfaltsmonitors zeigen dürfte. Die Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors werden halbjährlich aktualisiert. Sie sind online über die interaktiv gestaltete Seite www.medienvielfaltsmonitor.de abrufbar und werden darüber hinaus jährlich im Vielfaltsbericht der Medienanstalten veröffentlicht und eingeordnet.

Die Mediengewichtungsstudie misst die Relevanz der fünf Mediengattungen Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften und Internet für die Meinungsbildung und ermittelt das Meinungsbildungsgewicht zur Berechnung des Medienvielfaltsmonitors. Die bevölkerungsrepräsentative Mediennutzungsstudie wird zweimal jährlich im Auftrag der Medienanstalten durchgeführt. Die aktuellen Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie zeigen, dass der Rundfunk bei der informierenden Tagesreichweite nach wie vor an der Spitze liegt. Mehr als jede/r Zweite (57%)

die medienanstalten



informiert sich täglich im Fernsehen über das nationale und internationale Zeitgeschehen, 48 Prozent nutzen hierfür täglich das Radio. TV und Internet haben das höchste Meinungsbildungsgewicht, wenn die subjektive Relevanzzuschreibung als wichtigstes Informationsmedium mitberücksichtigt wird. Das Meinungsbildungsgewicht des Internets steigt dabei seit Jahren kontinuierlich an.

Mit dem Medienstaatsvertrag, der seit 7. November 2020 in Kraft ist, haben die Länder einen wichtigen Schritt in Richtung einer konvergenten Medienordnung unternommen. Bis auf die Möglichkeit einer verfahrensrechtlichen Entlastung der KEK bei Bagatellfällen lässt das überarbeitete Vertragswerk die materiellen medienkonzentrationsrechtlichen Vorschriften jedoch unverändert

Die [Kommission für Jugendmedienschutz \(KJM\)](#) ist die zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und im Internet. Sie stellt sicher, dass wirksam gegen jugendschutzrelevante, elektronische Medieninhalte vorgegangen wird. Die KJM besteht aus zwölf Mitgliedern, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktor:innen der Medienanstalten.

Im August 2020 veröffentlichte die KJM den Report „Filtermechanismen von Suchmaschinen“, in dem die Sicherheitseinstellungen der beiden in Deutschland meist genutzten Suchmaschinen Google und Bing überprüft wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass Kinder und Jugendliche trotz aktivierter Sicherheitseinstellungen leicht in Kontakt mit relativ unzulässigen Inhalten kommen.

Im September 2020 aktualisierte die KJM ihre Aufsichtskriterien für Rundfunk und Telemedien. Damit reagiert die Kommission insbesondere auf die gestiegene Bedeutung von Online-Spielen und Influencer-Marketing.

Die **Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)**, die sich aus den Vorsitzenden der jeweiligen Beschlussgremien aller Medienanstalten zusammensetzt, fällt bundesweite Zuweisungsentscheidungen und beschäftigt sich mit Fragen der Medienpolitik, der Medienethik sowie der Programmqualität.

Die **Gesamtkonferenz (GK)** besteht aus den Mitgliedern der DLM sowie der GVK und behandelt Themen von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung.

Die LMS war auch im Jahr 2020 in eine Vielzahl von **Arbeits- und Prüfgruppen** von DLM, ZAK und KJM auf Fachebene eingebunden.





Quelle: Medienanstalten

BÜRGERPORTAL PROGRAMMBESCHWERDE.DE

Bürgerportal „programmbeschwerde.de“ verzeichnet Rekordjahr

Anstieg (steigende Fallzahlen) um 25% belegt die gestiegene Sensibilität für mehr Qualität in den Medien



Das Portal www.programmbeschwerde.de ist seit 2004 digitale Anlaufstelle, um Verstöße bei Jugendschutz, Werbung, Gewinnspielen oder unangebrachte Inhalte im privaten Rundfunk sowie in Online-Angeboten zu melden. Insgesamt 2.613 Fälle (2019: 2.058) bearbeitete die LMS im Jahr 2020. Sie betreibt das Portal seit Gründung für die Gemeinschaft der Landesmedienanstalten.

Über 500 Beschwerden mehr als im Vorjahr zeigen, dass es in Deutschland eine gestiegene Sensibilität für Qualität in den Medien und das Bedürfnis nach Information gibt. Die Bürger:innen nutzen diese übergreifend agierende Anlaufstelle, um sich aktiv einzubringen. Dabei spiegeln die Beschwerden aktuelle medienrechtliche Fragestellungen sowie gesellschaftlich diskutierte Problemlagen in der Entwicklung und Nutzung auch digitaler Medien wider. Programmbeschwerde.de leistet einen wichtigen Beitrag dazu, die Wirksamkeit regulatorischen Handelns zu verdeutlichen und dabei auch die Bedürfnisse und Wahrnehmungen des Medienpublikums zu berücksichtigen.

Im Einzelnen gingen 513 Eingaben zum Programm privater Fernseh- und Rundfunkveranstalter ein, 186 Beschwerden betrafen Online-Inhalte insbesondere bei Instagram und YouTube. Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen wurden an die zuständigen Medienanstalten weitergeleitet, reine Programmkritik ging direkt an die Redaktionen der privaten Sender. 309 übergreifende Fragen wurden direkt beantwortet. 1446 Beschwerden betrafen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Letztere hat die LMS ohne weitere Bearbeitung an die

Rundfunkanstalten weitergeleitet, da die Medienanstalten nur für den privaten Rundfunk zuständig sind.

Wie in den Vorjahren lag ein inhaltlicher Schwerpunkt der Zuschriften im Bereich des Jugendschutzes, hier wurden besonders Erotik-Werbung und für Kinder überbelastende Trailer im Tagesprogramm kritisiert. Ein Ärgernis im Bereich des Fernsehens blieben aus Sicht des Publikums zu lange Werbeblöcke und als aufdringlich empfundene Platzierungen – eine Beobachtung, welche vermehrt auch im Internet festgestellt und bei Programmbeschwerde.de beanstandet wurde. Zunehmend zeigt sich in den Zuschriften, dass Inhalte multimedial genutzt werden. Beschwerden zu Inhalten in Mediatheken und Streaming-Diensten nehmen daher deutlich zu. Daneben erreichten das Portal der Medienanstalten auch Beschwerden zu Themen wie (Cyber)mobbing, Kinder-Influencing/Darstellung von Kindern in den Medien sowie Verschwörungstheorien und Desinformationen im Netz.

In den Beschwerden wird deutlich, dass die Bürger:innen eine hohe Qualität der Berichterstattung und des Unterhaltungsprogramms von den Medienanbietern, sei es öffentlich-rechtlich, privat oder online, fordern. Die LMS führte das u.a. auf die Corona-Krise zurück: Hierdurch wurden sich viele Bürger:innen der Notwendigkeit gut recherchierter Informationen bewusst und sie verlangten Orientierung in der Fülle der Nachrichten. Außerdem suchten sie Ablenkung und Unterhaltung und setzen dementsprechend hohe Maßstäbe an die Programmacher:innen.

ZULASSUNGEN UND ZUWEISUNGEN

Zulassungen

Mit Blick auf die durch die Corona-Pandemie bedingte Einschränkung von Gottesdiensten mit Kirchenbesuchern in der Weihnachtszeit wurde der evangelischen Kirchengemeinde Schiffweiler eine zeitlich auf insgesamt 30 Tage im Zeitraum 28.11.2020 bis 01.01.2021 befristete Zulassung als lokale Hörfunkanbieterin zur Veranstaltung und Verbreitung eines Adventsradios über eine von der BNetzA koordinierte UKW-Frequenz erteilt.

Zuweisungen

Die unter dem Vorbehalt der Vorlage rechtsverbindlicher Einzelverträge mit allen Antragstellern im September 2019 erfolgte Zuweisung des landesweiten DAB+-Frequenzblocks 11C an die DIVICON MEDIA HOLDING GmbH, Leipzig, konnte von der Plattformbetreiberin leider nicht umgesetzt werden. DIVICON hat im Dezember 2020 mit Blick auf die Inbetriebnahme des 2. bundesweiten privaten DAB+ -Multiplexes und die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie den Verzicht auf die bedingte Zuweisung erklärt. Die bis zum Ablauf des 31. Dezember 2020 befristete Zuweisung von 54 CU im DAB+-Block 9A des SR an die RADIO SALÜ Euro-Radio Saar GmbH für „Radio Salü“ wurde aus diesem Grund nochmals befristet bis zur Inbetriebnahme eines privaten DAB+-Blocks, längstens bis zum 31. Dezember 2021, verlängert.



Quelle: Pixabay



Quelle: Pixabay

Verlängert wurden auch vier UKW-Frequenzzuweisungen an private Hörfunkveranstalter, allerdings jeweils mit der Nebenbestimmung, dass sie vorzeitig erlöschen, wenn durch eine landesgesetzliche Regelung ein Zeitpunkt für die endgültige Umstellung von der analogen auf eine ausschließlich digitale terrestrische Hörfunkverbreitung im Saarland bestimmt wird, der vor dem Ablauf der Zuweisungsfrist liegt.

Corona-Hilfen

Die LMS förderte zum einen auf der Grundlage des Programms des Bundes „Neustart KULTUR“, zum anderen auf der Grundlage eines Projekts des Saarlandes private Rundfunkveranstalter mit LMS-Lizenz zur Abmilderung durch die Corona-Pandemie entstandener wirtschaftlicher Probleme. Ein vergleichbares Förderprojekt für die Kino-Szene wurde durch die Saarland Medien als Tochter der LMS abgewickelt.

PROGRAMM UND WERBUNG IM RUNDFUNK UND KOMMUNIKATION IM INTERNET

Die LMS prüft Programminhalte und Werbepraktiken saarländischer Rundfunkveranstalter anlassbezogen oder in Stichproben auf die Einhaltung von Programmgrundsätzen und Werberichtlinien. Auch Online-Kommunikation auf Webseiten, Profile sogenannter „Influencer:innen“ auf Social-Media-Plattformen oder Anbieter publizistischer Inhalte haben diese Standards einzuhalten: Redaktionelle Inhalte und Werbebotschaften sind klar zu trennen, journalistische Sorgfaltspflichten gelten unabhängig vom genutzten Verbreitungsweg. Die Inhalte bundesweit verbreiteter, privater Fernsehprogramme und die Werbepraxis sind im Rahmen der Zusammenarbeit der Medienanstalten Gegenstand der Arbeit der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Sie prüft auf der Grundlage von Stichproben und koordinierten Schwerpunktuntersuchungen, aber auch bei Beschwerden und Hinweisen aus dem Publikum mögliche medienrechtliche Verstöße, die durch die Landesmedienanstalten zu ahnden sind. Die LMS ist in der ZAK durch ihre Direktorin vertreten und auf Arbeitsebene in Arbeits- und Prüfgruppen.

Bundesweite Aufsicht 2020

Die Aufsicht der Medienanstalten über die Programme im bundesweiten Rundfunk beschäftigte sich im vergangenen Jahr vor allem mit werberechtlichen Fällen. Die dafür zuständige Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) zielt auf die Vermeidung der Irreführung der Mediennutzer:innen und damit die Förderung der freien Meinungsbildung.

Insgesamt wurden 22 Aufsichtsfälle gegen verschiedene bundesweite TV-Programme wegen Programmverstößen auf der Basis des mittlerweile durch den Medienstaatsvertrag ersetzten Rundfunkstaatsvertrag entschieden.

Journalistische Grundsätze

Eine Verletzung der journalistischen Grundsätze im Sinne des § 10 Abs. 1 RStV wurde in zwei Fällen festgestellt. Die gerügten Berichte in Nachrichtensendungen zeigten Kriminalfälle, in denen die Opfer bzw. der Täter identifizierbar waren. In einem Fall wurde die gebotene Zurückhaltung bei der Recherche gegenüber Kindern missachtet.

Werberechtliche Anforderungen

Verstöße gegen werberechtliche Bestimmungen (§§ 7 ff. RStV) wurden in insgesamt 16 Fällen festgestellt. Dabei handelte es sich um unzureichende Trennung von Programm und Werbung, die unvollständige Kennzeichnung von Werbung bei Splitscreen-Werbung bzw. bei Dauerwerbesendungen, zu stark herausgestellte Produktplatzierung oder Verstöße gegen das Schleichwerbeverbot. Viele der Aufsichtsverfahren wurden im Rahmen einer werberechtlichen Schwerpunktanalyse in der Vorweihnachtszeit 2019 festgestellt. Andere Verfahren wurden aufgrund von Programmebeobachtungen der für die bundesweiten Veranstalter:innen zuständigen Landesmedienanstalten oder aufgrund von Programmbeschwerden eingeleitet. Auch 2020 wurde wieder eine Schwerpunktanalyse in diesem Zeitrahmen durchgeführt, an der sich die LMS durch die Sichtung und Prüfung eines bundesweiten TV-Programms beteiligte.

Neue werberechtliche Vorgaben und Zuständigkeiten der ZAK durch Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags (MStV)

Der neue Medienstaatsvertrag, der ab 7. November 2020 in Kraft ist, hat der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) die Werbeaufsicht für bundesweit ausgerichtete Telemedien übertragen. Die Medienanstalten werden mit den Akteuren der Social-Media-Branche weiterhin im Dialog stehen, um eine pragmatische Umsetzung der neuen Anforderungen sicherzustellen.

Im TV-Bereich wurden die Werbezeitenbeschränkungen im Tages- und Primetime-Bereich liberalisiert. So kann nun jeweils insgesamt 20 % der Sendezeit in den Zeiträumen von 6 bis 18 Uhr, 18 bis 23 Uhr sowie 23 bis 24 Uhr mit Werbung gefüllt werden. Die bisher geltende 20 %-Grenze pro Einstundenzeitraum ist entfallen.

Alle Anpassungen werden in einer neuen Werbesatzung der Medienanstalten konkretisiert, die nach erfolgter Entscheidung in den Gremien der 14 Landesmedienanstalten seit dem 15. April 2021 in Kraft ist.

(Politische) Werbung in Sozialen Medien - #watchdog2020

Was bringt der neue Medienstaatsvertrag für die Social-Media-Branche? Worauf müssen sich Influencer und andere Akteure der Branche angesichts der neuen Rahmenbedingungen des Medienstaatsvertrages einstellen? Die Informationsveranstaltung #watchdog2020 nahm die Neuregelungen des Medienstaatsvertrages in den Blick. In der Veranstaltung wurde zudem auch zu den zu



Quelle: Youtube/ALEX Berlin



Quelle: Pixabay

beachtenden medienrechtlichen Vorgaben im Hinblick auf politische Werbung, journalistische Sorgfaltspflichten informiert.

Die Aufzeichnung der #watchdog20 ist unter <https://www.youtube.com/watch?v=Nd2qg2V-JCE> abrufbar.

Öffentliche Kommunikation in Sozialen Medien und auf Webseiten

Wer Medien im Netz anbietet, muss sich als Anbieter:in zu erkennen geben. Nicht eindeutig zu identifizierende Anbieter:innen, z.B. bei YouTube oder Instagram, fallen auch häufig mit fragwürdigen Geschäftsmodellen auf - bis hin zu Fake-Shops. Die Impressumspflicht gilt für alle gewerblichen und redaktionell gestalteten Telemedien und damit für Webseiten, Fanpages, viele Profile und Webchannels. Um Privatnutzer:innen wie professionelle Anbieter:innen dabei zu unterstützen, ihre Angebote korrekt zu kennzeichnen, hat die LMS auch 2020 den „Leitfaden zur Impressumspflicht in sozialen Medien und auf Webseiten“ weiterentwickelt. Verstöße können bei einfach gelagerten Fällen ein Verwarngeld bis höchstens 55 € nach sich ziehen. Der vom Gesetzgeber festgelegte Rahmen zur Ahndung von Verstößen reicht allerdings bis zu einer maximalen Geldbuße von 50.000 €.

JUGENDSCHUTZ, REGULIERUNG, TECHNIK UND AUFSICHT

Rechtliche Grundlage der Aufsicht im Bereich des Jugendmedienschutzes ist der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) in seiner seit November 2020 novellierten Fassung. Die Staatsvertragsgeber haben mit Art. 3 des Staatsvertrages zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland die aus den Vorgaben der audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie (AVMD-RL) notwendigen Änderungen in den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) integriert. Der JMStV ist in der Fassung des Modernisierungsstaatsvertrages am 07.11.2020 in Kraft getreten. Durch die neuen Regelungen werden insb. Anbieter sog. Video-Sharing-Dienste verpflichtet, weitergehende Maßnahmen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen zu ergreifen. Auch wenn der JMStV nur wenige Änderungen erfahren hat, so sind diese für die Arbeit der LMS durchaus relevant. Eine weitere Überarbeitung des JMStV, um diesen an das geänderte Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen sowie an die technischen Neuerungen anzupassen, wird derzeit auf Länderebene diskutiert. Über § 2 Abs. 1 Satz 1 JMStV wird die Geltung des JMStV auf die vom Medienstaatsvertrag (MStV) erfassten Anbieter:innen von Rundfunk und Telemedien ausgeweitet. Damit gilt der JMStV für alle Anbieter:innen, die in Deutschland niedergelassen sind, sowie für die Anbieter:innen, die der MStV aufgrund bestimmter Voraussetzungen als in Deutschland niedergelassen betrachtet. Unter den Begriff der Telemedien fallen nach dem MStV nun bspw. auch Medienintermediäre und Medienplattformen.

Schwerpunktanalyse zum Thema „Tagesprogramm bundesweiter Fernsehveranstalter unter jugendmedienschutzrelevanten Gesichtspunkten“

Die LMS koordinierte 2019/2020 eine bundesweite Schwerpunktanalyse zum Thema „Tagesprogramm bundesweiter Fernsehveranstalter unter jugendmedienschutzrelevanten Gesichtspunkten“.

Schwerpunktmäßig wurden die Themenkomplexe „Werbung für Online-Glücksspiel-Angebote“, „Werbung für Erotik-Angebote“ sowie „Scripted-Reality-Formate“ behandelt. Durch die Schwerpunktanalyse soll speziell das Bewusstsein für den Medienschutz von Kindern gestärkt werden.

Schwerpunktanalyse 2020 „Alternative Medien und Influencer:innen als Multiplikatoren von Hass, Desinformation und Verschwörungstheorien“

Die LMS beteiligte sich 2020 an der Schwerpunktanalyse „Alternative Medien und Influencer:innen als Multiplikator:innen von Hass, Desinformation und Verschwörungstheorien“ der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Die LMS hatte sich zunächst durch die Recherche und Zulieferung möglicher Angebote für die Stichprobe beteiligt und wertete die ihr zugeordneten Angebote mit dem Ziel, strafbare, rechtswidrige, jugendgefährdende und entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte zu identifizieren, zu dokumentieren und zu verfolgen, aus. In der Schwerpunktanalyse untersuchten die 14 Landesmedienanstalten mehr als 700 relevante Webseiten, YouTube-Kanäle und Social-Media-Angebote. In rund 35 Prozent der Fälle stellten sie dabei einen Anfangsverdacht auf strafbare, jugendgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte fest.

Der Anteil der Angebote, bei denen ein Anfangsverdacht festgestellt wurde, variierte auf den verschiedenen Plattformen deutlich: Vor allem bei VK- und Telegram-Angeboten fand sich vergleichsweise häufig ein Anfangsverdacht. Auffällig ist außerdem eine Häufung der Verdachtsfälle bei rechtsextremen und rechtspopulistischen Angeboten sowie bei Angeboten aus dem rechtsextremen Spektrum.



Quelle: LMS

LMS-Schwerpunkthema 2020 „Weibliche Rollenbilder, KI und Social Media“

2020 widmete sich die LMS in allen Bereichen von der Regulierung und Aufsicht bis hin zur Medienkompetenz dem Schwerpunkthema „Weibliche Rollenbilder, KI und Social Media“. Auf Beschluss des LMS-Mediennrats informierte und sensibilisierte die LMS in mehreren Informationsveranstaltungen und Konferenzen zum Schwerpunkthema. Ziel war es, ein Bewusstsein in der Öffentlichkeit für mit klischeeartigen Rollenbildern in Social Media und Videosharing-Plattformen verbundene medienethische und gesellschaftliche Problemlagen zu schaffen und Impulse für eine Durchbrechung problematischer Wirkungen solcher Stereotype im Interesse einer qualitativen Vielfaltsförderung zu geben.

Teilnehmer:innen aus ganz Deutschland waren im November 2020 bei der dreistündigen Webkonferenz „Weibliche Rollenbilder, KI und Social Media“ online und haben live mit verfolgt, wie komplex Frausein in der medialen Welt heutzutage sein kann. Sie nutzten die Gelegenheit, sich mit namhaften Expert:innen aus den Bereichen Forschung, Ethik und Recht sowie Influencerinnen und prominenten Frauen persönlich auszutauschen. Die gemeinsame Veranstaltung der LMS und des Ministeriums für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie bot mit ihrer hochkarätigen Besetzung ein bundesweites Forum für eine fachlich fundierte Debatte zu klischeeartigen



Quelle: LMS

Rollenbildern und den damit verbundenen gesellschaftlichen Problemlagen. Dabei standen die Fragen „Welchen Einfluss haben Social Media und Künstliche Intelligenz auf unsere Rollenbilder?“, „Und wie verhält sich das deutsche Recht zu solchen Themen?“ im Mittelpunkt. Moderiert wurde die Veranstaltung mit Vorträgen von Dr. Maya Götz und Prof. Dr. Petra Grimm von Laura Karasek.



Quelle: LMS

Die Themen Digitalisierung und weibliche Rollenbilder werden die LMS auch weiterhin beschäftigen. Themeninput, Studienergebnisse und Veranstaltungshinweise können gerne an die E-Mailadresse lms-pressestelle@LMSaar.de gesendet werden. Bereits jetzt sind zahlreiche Studien sowie weiterführende Informationen zum Konferenzthema unter www.LMSaar.de/rollenbilder2020 zu finden.

Aufsichtsmaßnahmen der LMS

Rundfunk

Die neun im Saarland durch die LMS zugelassenen und über UKW empfangbaren privaten Hörfunkprogramme, die hier ansässigen Internetradioprogramme sowie die in Kabelanlagen verbreiteten TV-Werbekanäle „Saarland Fernsehen 1“ und „Saarland Fernsehen 2“ wurden in Stichproben oder anlassbezogen beobachtet. Hierfür steht der LMS eine Aufzeichnungs- und Auswertungsanlage zur Verfügung, die laufend für neue Übertragungstechniken (z. B. HD oder DAB+) optimiert wird und auf die Empfangswege Antenne, Kabel, Satellit und Online ausgelegt ist. Überprüft werden die Einhaltung der jeweiligen Programmschemata, die regionale Informationsleistung sowie die Ausgestaltung der Werbung und des Sponsorings bei den Hörfunkprogrammen sowie die Beschränkung auf werbliche Inhalte bei den TV-Angeboten. 2020 musste im Bereich des privaten Rundfunks eine Beanstandung ausgesprochen werden.

Auch im Jahr 2020 beteiligte sich die LMS wieder an der Schwerpunktanalyse zu Werbepraktiken im Rundfunk der Landesmedienanstalten. Hierbei wurden die 14 bundesweit reichweitenstärksten TV-Angebote analysiert. Auffälligkeiten der Werbung können sich z.B. ergeben durch ihre spezielle Gestaltung, ihre besondere Platzierung, ihre ungewöhnliche Länge oder ihre besondere Kennzeichnung.

Telemedien

Telemedien, deren Anbieter:innen ihren Sitz im Saarland haben, werden dann beobachtet, wenn es in der Vergangenheit zu Verstößen gekommen war oder sie eine publizistische Relevanz aufweisen. Die Aufzeichnung solcher Beobachtungen erfolgt mittels eines Screen-Cam-Verfahrens, das neben dem Surfvorgang auch Datum und Uhrzeit speichert. Im Rahmen von Social Media- und Telemedien-Screenings, insbesondere von Angeboten sogenannter "Influencer:innen", hat die LMS in mehreren Fällen, in denen Impressumsverstöße und Verstöße gegen die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung festzustellen waren,

Verwarngeldverfahren eingeleitet, um die rechtswidrigen Zustände im Netz effektiver zu unterbinden. Die Verstöße wurden auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter, YouTube und TikTok sowie anderen Web-Angeboten festgestellt. In 31 Fällen wurde eine Verwarnung ausgesprochen und ein Verwarngeld festgesetzt wegen Verstoßes gegen die Impressumspflicht und/oder wegen Verstoßes gegen die Pflicht zur Werbekennzeichnung. Sechs Fälle mussten in ein Bußgeldverfahren übergeleitet werden. In einem Fall erfolgte nach erfolgloser Androhung der Vollstreckung von Forderungen aus einem Bußgeldbescheid ein Vollstreckungsauftrag an den zuständigen Gerichtsvollzieher. In einem Fall eines Anbieters einer .de-Website mit fragwürdigen Beratungsangeboten hat die LMS im Wege der Amtshilfe durch die zuständige Gewerbeaufsicht Auskunft über die aktuell angezeigten Gewerbe des Anbieters erhalten.

Darüber hinaus untersuchte die LMS 56 Accounts von saarländischen Influencer:innen über 5.000 Follower im Rahmen einer Schwerpunktanalyse der Landesmedienanstalten am Black Friday und Cyber Monday 2020. Hiervon wurden 20 Influencer:innen wegen fehlender oder unzureichender Impressumsangaben kontaktiert. Die Schwerpunktanalyse der Landesmedienanstalten zu Werbekennzeichnung auf Instagram zeigte deutliches Verbesserungspotenzial. Der Black Friday und der Cyber Monday wurden für Online-Rabattaktionen mit Influencer:innen genutzt. Die Landesmedienanstalten, die für die Aufsicht über die Einhaltung der Internet-Werberegeln zuständig sind, hatten daher Ende November eine Schwerpunktanalyse zur Werbekennzeichnung auf Instagram durchgeführt. Dabei wurde insbesondere auf die Kennzeichnung von Rabattcodes in Instagram-Stories geachtet. Insgesamt wurden 1.334 Influencer:innen durch die Landesmedienanstalten gesichtet. Dabei wurden bei 210 Influencer:innen Verstöße festgestellt. Bei 77 Angeboten war keine Werbekennzeichnung vorhanden, bei 118 Beiträgen/Stories war die Kennzeichnung von Rabattcodes nicht ausreichend oder schlecht sichtbar. In weiteren Fällen wurde auf ein fehlendes Impressum, Werbelinks im Profil und andere werberechtliche Auffälligkeiten hingewiesen. Werbliche Instagram-Stories waren teilweise nur vereinzelt oder schlecht gekennzeichnet. Notwendig ist die Kennzeichnung jedes Slides, sofern eine

Kooperation zu Grunde liegt. Außerdem muss die Werbekennzeichnung auch erkennbar sein. Die LMS bietet hierzu Webseminare zum Thema „Impressumpflicht und Online-Werbekennzeichnung: FAQ“ an.

Außerdem hat die LMS den „Leitfaden zur Impressumpflicht in Sozialen Medien und auf Webseiten“ weiterentwickelt, um Privatnutzer:innen wie professionelle Anbieter:innen dabei zu unterstützen, ihre Angebote korrekt zu kennzeichnen. Der Impressumsleitfaden wird stetig fortgeschrieben und aktualisiert. Der Leitfaden ist unter www.lmsaar.de/impressumsleitfaden/ abrufbar.

Ebenso arbeitet die LMS im Kreise der Landesmedienanstalten an der Fortschreibung von Leitfäden zu „Gewinnspielen auf Social-Media-Angeboten“ und „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“.

Die Leitfäden sind abrufbar unter:

<https://www.lmsaar.de/service/gewinnspielregeln/>

<https://www.lmsaar.de/service/werbekennzeichnung/>

The infographic features a blue background with white and light blue geometric shapes. At the top left, there are three circular icons: a yellow video camera, an orange person silhouette, and a pink camera. At the top right, the logo for 'die medienanstalten' is displayed. On the right side, there are several overlapping circular icons: a blue play button, a white play button, a blue speech bubble, and a blue heart. The main title is in a white box with blue text. Below the title, there are three white text boxes with blue and black text. The first box contains introductory text about the guide's purpose. The second box, titled 'Medienrechtliche Grundlagen', lists legal references for video/audio and image/text content. The third box provides information on where to find more details.

Leitfaden der Medienanstalten
Werbekennzeichnung bei Online-Medien

Dieser Leitfaden der Medienanstalten enthält Hilfestellungen zu den Kennzeichnungspflichten bei Werbung in Social-Media-Angeboten (wie Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, TikTok, Twitch etc.) und sonstigen Online-Medien wie z. B. Blogs und Podcasts.

Grundlage sind allein die Werberegeln des Medienstaatsvertrags (MStV) und des Telemediengesetzes (TMG), die dem Schutz der Nutzenden vor Irreführung dienen und kommerzielle Inhalte transparent machen. Dabei gelten für Video- und Audio-Angebote andere Kennzeichnungsanforderungen als für Bild-/Text-Angebote, sodass zwischen diesen beiden unterschieden werden muss (siehe Kasten „Medienrechtliche Grundlagen“).

Der Leitfaden enthält zunächst eine Kennzeichnungsmatrix. So ist auf den ersten Blick erkennbar, ob, wie und wo für das jeweilige Angebot eine Kennzeichnung zu erfolgen hat. Wichtige Begriffe und Abgrenzungsfälle der Matrix werden in den anschließenden Erläuterungen erklärt und konkretisiert.

Medienrechtliche Grundlagen

Video- und Audioangebote: § 8 und § 10 MStV gelten entsprechend über § 74 Satz 1 MStV

Bild-/Text-Angebote: § 22 Abs. 1 MStV, § 6 Abs. 1 Satz 1 TMG

Für alle Angebote gelten zudem u. a. jugendmedienschutzrechtliche Anforderungen aus § 6 Jugendmedienschutzstaatsvertrag.

Weitere Informationen zu Gewinnspielen, Impressumsvorgaben u. a. gibt es bei den Landesmedienanstalten

Quelle: die medienanstalten

GLÜCKSPIELAUFSICHT

Auch 2020 war die LMS intensiv mit der ihr vom saarländischen Gesetzgeber durch das Ausführungsgesetz zum Glücksspielstaatsvertrag übertragenen Zuständigkeit zur Untersagung des Veranstaltens und Vermittelns nicht erlaubter, öffentlicher Glücksspiele in Telemedien und von Werbung für nicht erlaubtes öffentliches Glücksspiel im Rundfunk und in Telemedien befasst.

Da es einem einzelnen Bundesland nicht möglich ist, effektiv gegen die Flut illegaler Internetangebote vorzugehen, hat die LMS weiterhin an der Koordinierung der Vollzugsaktivitäten der Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder mitgewirkt, mit dem Ziel, vorrangig die mit Abstand am stärksten nachgefragten Angebote durch ein arbeitsteiliges Zusammenwirken zu untersagen.

Die von der LMS beim Vollzug eingeleiteten Schritte lösen bereits im Stadium der Anhörung einen intensiven Schriftsatzwechsel mit spezialisierten Rechtsanwaltskanzleien aus. Umfangreiche Anträge, Erwiderungen, Repliken, Dupliken, etc. prägen die Vollzugsaktivitäten der LMS. Die Rechts- und Vollzugsprobleme der Verfahren sind zahlreich: Diese gehen von den Schwierigkeiten, im Ausland erfolgreich Schreiben zuzustellen über Beweisschwierigkeiten bis zu der Frage, inwieweit in anderen Bundesländern geführte Untersagungs- und Gerichtsverfahren mittelbar Einfluss auf den Erfolg der hiesigen Gerichtsverfahren haben.

Eine besondere Rolle eingenommen hat die LMS, die als einzige Landesmedienanstalt nicht nur für die Aufsicht über die Beachtung werberechtlicher Bestimmungen durch private Rundfunkanbieter, sondern auch für die glücksspielrechtliche Untersagung von Werbung für unerlaubte Angebote nicht nur im Internet sondern auch im Rundfunk gegenüber dem Glücksspielanbieter zuständig ist, auch 2020 bei der Koordinierung der Zusammenarbeit der Medienaufsichtsbehörden und der Glücksspielaufsichtsbehörden.

Als Glücksspielaufsichtsbehörde bemühte sich die LMS im Berichtszeitraum insbesondere um die Eindämmung der bundesweiten TV- und Internet-Werbung für ausschließlich für das Gebiet des Landes Schleswig-Holstein lizenzierte Glücksspielanbieter.

Die LMS war zudem über ihren stv. Direktor federführend im Länderkreis in die Erarbeitung eines Normvorschlages für die Einführung der Möglichkeit von IP-Blocking als Aufsichtsmaßnahme im Rahmen des neuen Glücksspielstaatsvertrages 2021 sowie eines Regelungsvorschlags, zur verbesserten Zusammenarbeit von Regulierungsbehörden mit Bezügen zur Glücksspielregulierung eingebunden. Des Weiteren war die LMS an der Erarbeitung eines Normvorschlages für ein verbessertes Payment Blocking als Aufsichtsmaßnahme sowie an der Weiterentwicklung des Rechts für Sportwetten und des Rechts kommerzieller Kommunikation im Glücksspielbereich beteiligt.



Quelle: Pixabay

MEDIENKOMPETENZ: MEDIEN VERSTEHEN, NUTZEN UND GESTALTEN

Medienangebote wie Fernsehen, Radio, Internet und Smartphone beeinflussen das Leben der Menschen und prägen zunehmend ihr Weltbild. Unsere Gesellschaft hat die Aufgabe, die neuen medialen Entwicklungen zu verfolgen, aktiv zu begleiten, zu bewerten und nach individuellem Nutzen zu selektieren. Hierzu bedarf es der Fähigkeit der Medienkompetenz. Medienkompetenz bedeutet, sich mit unterschiedlichen Medien aktiv und kritisch auseinanderzusetzen, um kreativ und sicher mit ihnen umzugehen. Ein kompetenter Umgang mit digitalen Medien schließt auch mit ein, aktuelle Trends zu hinterfragen, um zum Beispiel Medienangebote wie Soziale Netzwerke sinnvoll zu nutzen. Den aktiven und reflektierten Umgang mit Medien kann jede und jeder lernen. Hierbei geht es nicht darum, Foto- oder Technikprofi zu werden, sondern die Fähigkeit zu entwickeln, ein (neues) Medium zu begreifen, zu hinterfragen und sinnvoll zu nutzen.

Die Förderung von Medienkompetenz ist einer der Kernarbeitsbereiche der LMS und als Aufgabenbereich der LMS in § 60 (1) SMG gesetzlich verankert:

„Die LMS unterbreitet und koordiniert Angebote zur Förderung des aktiven und bewussten Umgangs mit Medieninhalten für alle Saarländerinnen und Saarländer. Sie leistet hierbei einen Beitrag zur gleichberechtigten Teilhabe an der Medienkommunikation sowie zur Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs des Rundfunks und der Telemedien, insbesondere zur Medienerziehung und Medienpädagogik.“

Das MedienKompetenzZentrum (MKZ) übernimmt diese Aufgabe und bietet Seminare, Projekte und Veranstaltungen für Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Senior:innen, Lehrkräfte und Eltern zu aktuellen Themen aus dem Bereich der elektronischen Medien an. Aspekte des Internets, Smartphone, Radio, Fernsehen und der digitalen Spiele werden aufgegriffen und genauer betrachtet. Dem MKZ

ist es ein Anliegen, zu mehr Gleichberechtigung bei der Teilhabe an der Medienkommunikation beizutragen und die Medienkompetenz als vierte Kulturtechnik zu stärken, als Grundlage für persönlichen, beruflichen und gesellschaftlichen Erfolg in sich verändernden Medienwelten.

Soziale Medien und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft bildeten 2020 einen Teil der Veranstaltungsschwerpunkte. Auch die Themen Künstliche Intelligenz, digitale Kommunikation, weibliche Selbstinszenierung und Rollenbilder in digitalen Medien sowie digitales Lernen fanden aufgrund der Aktualität bei den MKZ-Veranstaltungen Berücksichtigung. Im Fokus des Interesses standen für die LMS dabei die Auseinandersetzung mit Nutzungsgewohnheiten, Kenntnisse über Bewertung und Einordnung von Inhalten und Wirkungsweisen sowie Einsatz- und Handlungsmöglichkeiten im Hinblick auf die Vermittlung von Medienkompetenz. Im MedienKompetenzZentrum (MKZ) bot die LMS im Berichtsjahr über 200 Fortbildungstermine rund um das Thema Medienkompetenz an. Die Veranstaltungen fanden vor Covid-19 zum überwiegenden Teil in Präsenzform vor Ort in der LMS, darüber hinaus aber auch an externen Standorten wie Schulen, Vereinen oder anderen Institutionen im Saarland statt.



Von Mitte März bis Ende Mai mussten aufgrund der Coronapandemie mehr als 40 geplante Seminare abgesagt werden.

Die LMS stellte deshalb den Seminar- teilnehmer:innen Unterlagen mit themenspezifischen Inhalten zu abge- sagten Seminaren zu Verfügung. Angesichts

der pandemiebedingten Einschränkungen wurde ein Teil der für Mai geplanten Medienkompetenz-Fortbildungen von Präsenzveranstaltungen zu Webseminaren umgestellt. Damit ermöglichte die LMS den Saarländer:innen die Teilnahme an Weiterbildungen rund um das Thema Medienkompetenz, ohne sich einem Infektionsrisiko aussetzen zu müssen. Im Mai konnten mehrere ursprünglich als Präsenzveranstaltung geplante Seminare in Absprache mit den Referent:innen alternativ als Webseminare angeboten werden. Sie erfreuten sich großen Interesses und waren sehr gut besucht.

Das MKZ hat außerdem auf den bestehenden Bedarf reagiert, die saarländische Bevölkerung im Hinblick auf die Funktionsweisen sowie die sichere Nutzung von Video- konferenzsystemen zu schulen und hat die Veranstaltung „Internet zum Thema Videokonferenzen“ konzipiert, die in Form eines Webseminars Einsteiger:innen einen ersten Überblick über das Thema bietet. Mit dem neuen webbasierten Angebot „Webmeetings und Webseminare souverän leiten und spannend gestalten“ wurden auch Multiplikator:innen aus dem Bildungsbereich geschult. Die Veranstaltungen waren sehr gut nachgefragt und wurden mehrfach durchgeführt.



Die positiven Erfahrungen und das positive Feedback der Teilnehmer:innen und Referent:innen im Hinblick auf die Durchführung von Webseminaren haben das MKZ dazu bewogen, sein internetbasiertes Programmangebot weiter auszugestalten. Auch im zweiten Halbjahr wurden weitere Webseminar-Veranstaltungen durchgeführt und somit flexibel auf die Covid-19-Pandemie reagiert. Neben neuen Seminaren wurden die im März und April coronabedingt abgesagten Veranstaltungen nachgeholt. Das Seminarangebot von August bis Dezember umfasste sowohl virtuelle als auch Präsenzseminare und bot allen Saarländer:innen vielfältige Möglichkeiten, sich mit der sinnvollen Anwendung digitaler Medien auseinander- zusetzen. Selbstverständlich galten bei den Präsenzver- anstaltungen vor Ort in der LMS die coronabedingten Abstands- und Hygieneregeln.

Medienkompetenz vermitteln – MedienKompetenzZentrum (MKZ)

143 (Web-)Seminare, Projekte, Fortbildungen, Fachtagungen, Elternabende und Informationsveranstaltungen des MKZ wurden von mehr als 2.300 Teilnehmer:innen während ca. 550 Zeitstunden besucht. Das Seminarprogramm bot 2020 zahlreiche Veranstaltungen rund um das Thema digitale Medien.

Veranstaltungen wie „Das geht viral! Inhalte im Netz pushen“ oder „TikTok: Einführung und Einblicke“ stießen ebenso auf große Resonanz wie das Online-Seminar „Webmeetings und Webseminare souverän leiten und spannend gestalten“.

Die Auftaktveranstaltung anlässlich des Safer Internet Day behandelte das Thema „Digitalisierung und Sicherheit – ein Widerspruch?“. Im Anschluss führten die LMS, das Onlinerland Saar und die Arbeitskammer des Saarlandes den Aktionstag „Internet: mit Sicherheit!“ in den saarlän- dischen Landkreisen fort. Aufgrund der Corona-Pandemie haben die Aktionstage teilweise virtuell unter dem Namen „Tatort Internet“ in Kooperation mit dem Landespolizeiprä- sidium stattgefunden.

Auch die Webkonferenz „Weibliche Rollenbilder, KI und



Social Media – Herausforderungen für Medienethik und Recht“ und das Webseminar „Meinung Macht Medien - Wie wir unsere Demokratie bewahren“ in Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildung fanden großen Anklang. Der Internet-Intensivkurs für Kinder, Vorträge zu Web-Analytics oder E-Marketing, Seminare zu Fotografie und Film, Weiterbildungen zum Thema „Make Love Not Hate Speech“ für pädagogische Fachkräfte

sowie Internetkurse für Kinder während der Ferienzeiten erfreuten sich großer Beliebtheit.

Die LMS befragt ihre Besucher:innen regelmäßig zu den angebotenen Veranstaltungen. Die Feedback-Auswertung ergab eine sehr große Akzeptanz der Angebote: Mehr als 97 % der Befragten bewerteten ihre Erfahrungen in den Veranstaltungen positiv.

Das interaktive Live-Format „Online-Elternabend: Medienwelt heute – digitale Medien im Familienalltag“ wurde 2020 erneut mit aktuellen Schwerpunktthemen durchgeführt.

Auch traditionelle Seminarangebote zu Video, Audio oder digitaler Bildbearbeitung stießen bei den MKZ-Kund:innen wieder auf reges Interesse.

Neben ihrem umfangreichen Angebot baute die Abteilung Medienkompetenz den Bekanntheitsgrad ihrer Medienkompetenzkampagne Die goldenen Medienregeln weiter aus. Zusätzlich zum bestehenden Angebot wurde im März die Sonderedition „Goldene Regeln zur Mediennutzung für Eltern in Corona-Zeiten“ veröffentlicht, um Eltern auch während der Schulschließungen Tipps und Hilfestellungen



für einen kompetenten Umgang mit Medien in der Familie zu geben.

Im Berichtsjahr hat die LMS erneut Infomaterialien an saarländische Grundschul-kinder und Eltern verteilt. LMS-Direktorin Ruth Meyer und Bildungsministerin Christine Streichert-Clivot verteilten an der Lindenschule Riegelsberg die „Goldenen Medienregeln“, um Eltern und Kindern einen Wegweiser für den Umgang mit digitalen Medien an die Hand zu geben.

Im September und Oktober 2020 wurden die „Goldenen Medienregeln“ im Rahmen der Familienbustour des Ministeriums für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie saarlandweit verteilt. Mit Herausforderungen wie Home-schooling und der zunehmenden Internetnutzung von Kindern im Grundschulalter stieß die Kampagne in diesem Jahr auf besonders große Resonanz. Bis Ende des Berichts-



jahres wurden von rund 40 Grundschulen (ca. 25 % aller saarländischen Grundschulen) mehr als 13.000 Poster angefordert.

Beim **1. Tag der digitalen Bildung** des Ministeriums für Bildung und Kultur am 26. Februar 2020 war die LMS neben einem Infostand zu den Goldenen Medienregeln auch mit dem Workshop „AR-Anwendungen für die pädagogische Praxis“ vertreten. Im Rahmen des dort ebenfalls



Quelle: LMS

stattfindenden Bar Camps stellte sie gemeinsam mit den Mitgliedern der AG Cybermobbing das Projekt „Schule gegen Cybermobbing“ vor. Darüber hinaus haben die LMS und das Ministerium für Bildung und Kultur während einer **Bar Camp Session** die Preisträger:innen ihres saarlandweiten Medienwettbewerbs **DigiSAAR** prämiert. Zur Teilnahme am Wettbewerb sollte ein Beitrag zu einer der fünf Kategorien (Coding, Partizipation und Mitbestimmung, Inklusive Medienbildung, Vernetztes Lernen zwischen Bildungseinrichtungen, Vernetztes Lernen über Grenzen hinweg) eingebracht werden.



Quelle: LMS

laubschule Weiskirchen in Zusammenarbeit mit der Grundschule Reimsbach mit dem Projekt „Lernen digital – für uns ganz normal“ in der Kategorie Vernetztes Lernen zwischen Bildungseinrichtungen, sowie zwei weitere Projekte der Eichenlaubschule Weiskirchen: „DigiSnick – ein Schulalltag in Schülerhand“ in der Kategorie Partizipation und Mitbestimmung und „Each one teach one – Codingprojekte von Schülern für Schüler“ in der Kategorie Coding. Die Gewinnerbeiträge erhielten Bildungsgutscheine für Workshops rund um das Thema der digitalen Bildung und Medienkompetenz.

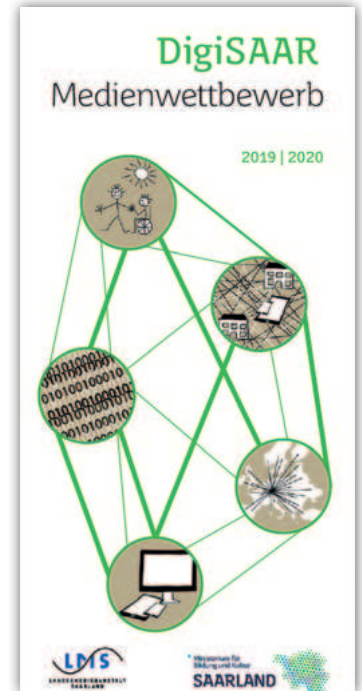


Quelle: LMS

Nachwuchs fördern – Medienkompetenzprojekte für Schulen

Zwei mit jeweils halber Stelle zur LMS abgeordnete Lehrkräfte konzipierten und organisierten 2020 bereits im elften Jahr Angebote zur Förderung von Medienkompetenz an Schulen. Im Berichtsjahr wurde das Projekt Mobipaed@Schule weitergeführt, im Rahmen dessen Schulen Tablet-Projekte bei der LMS abrufen können. Aus der Angebotspalette von 40 Unterrichtsprojekten haben 97 Veranstaltungen stattgefunden.

Das Projekt Internet-ABC Schule wurde bereits zum siebten Mal erfolgreich durchgeführt. Insgesamt 36 Grundschulen qualifizierten sich bis zum Ende des Schuljahres 2019/2020 für das Internet-ABC Siegel. Weitere 22 Schulen konnten die erforderlichen Bedingungen bis zum Ende des Jahres 2020 nachholen. Die Nachholfrist wurde gewährt, da es durch den Lockdown im Frühjahr vielen Schulen organisatorisch nicht mehr



möglich war, das Projekt noch rechtzeitig vor den Sommerferien abzuschließen. Im Schuljahr 2019/2020 erhielten 16 Grundschulen ein goldenes Siegel, weil sie sich bereits im vierten Schuljahr in Folge am Projekt beteiligt haben. Aufgrund der Covid-19- Pandemie und den damit einhergehenden Beschränkungen und Fristverlängerungen wurde die Siegelverleihung 2020 ins Folgejahr verlegt. Im Herbst bot die LMS den beteiligten Siegelschulen erstmals vier Online-Elternabende zum Projekt an, da diese wegen der Beschränkungen nicht vor Ort an der Schule selbst stattfinden konnten.

Insgesamt drei Fortbildungen „Internet-ABC: Projektideen für den Unterricht“ in Kooperation mit dem saarländischen Lehrerfortbildungsinstitut (LPM) wurden durchgeführt. Coronabedingt fanden die Veranstaltungen erstmals im Webseminar-Format statt.



Die Fortbildung „Internet-ABC: Do it yourself“ für Lehrkräfte von Grundschulen, die das Goldene Internet-ABC Siegel bereits erhalten haben und die das Internet-ABC Siegelprojekt zukünftig eigenständig an ihrer Schule durchführen, wurde im Februar als Präsenztermin durchgeführt.

Die LMS unterstützte weiterhin das Projekt Medienkomp@ss des Ministeriums für Bildung und Kultur mit der Broschüre „Wege zum Medienkomp@ss – Unterrichtsideen für die Primarstufe“ für Lehrkräfte, die 2020 um drei neue Projekte ergänzt und in 3. Auflage herausgebracht wurde.

Zudem hat die LMS dem Ministerium für Bildung und Kultur im März des Berichtsjahres weitere Infomaterialien zum Thema „Lernen von Zuhause“ zur Verfügung gestellt.



Netzwerke schaffen - Mitwirkung in Arbeitsgemeinschaften

Die LMS beteiligte sich an verschiedenen Arbeitsgemeinschaften, die sich mit dem kritischen und bewussten Medienumgang beschäftigen. So tauschen sich die in der AG Medienkompetenz vertretenen Institutionen auf Landesebene über neueste Entwicklungen im Medienbereich aus und klären Eltern, Schüler:innen sowie Lehrkräfte über Risiken, aber auch Chancen und Möglichkeiten neuer Medien auf. Im Berichtsjahr wurde das in der untergeordneten AG Cybermobbing entwickelte Programm „Schule gegen Cybermobbing: Bausteine für Prävention und Intervention“ für weiterführende Schulen weitergeführt. Die AG Cybermobbing stellte ihre Aktivitäten im Februar im Rahmen des 1. Tags der digitalen Bildung in Form einer Bar Camp Session vor.



Anlässlich des Europäischen Datenschutztages im Januar 2020 veröffentlichte die AG Medienkompetenz die aktualisierte Fassung der Datenschutzhefte „Meine Daten!“. Mit drei Faltschichten sensibilisiert die AG Medienkompetenz im Saarland Grundschul Kinder, Eltern und Lehrkräfte für einen kritischen und bewussten Umgang mit den eigenen Daten und Daten anderer. Die Flyer wurden unter Berücksichtigung der Datenschutzgrundverordnung der EU inhaltlich überarbeitet.



Die AG Medienkompetenz unterstützt seit 2018 das bundesweite Projekt DigiBits – Digitale Bildung trifft Schule. Das von „Deutschland sicher im Netz“ initiierte Projekt richtet sich an weiterführende

Schulen und stellt mit Hilfe eines Online-Materialpools und eines Medienkoffers Medienkompetenz-Materialien bereit mit dem Ziel, Lehrkräfte fachspezifisch für die digitale Bildung in ihrem Unterricht zu befähigen. Die AG

Medienkompetenz fungiert im Saarland als Beirat und berät die Initiative regelmäßig bei der Fortentwicklung. Der Saarländische Medienkompetenztag der AG Medienkompetenz findet alle 2 Jahre statt und ist je nach Pandemielage geplant für 2021 oder 2022.

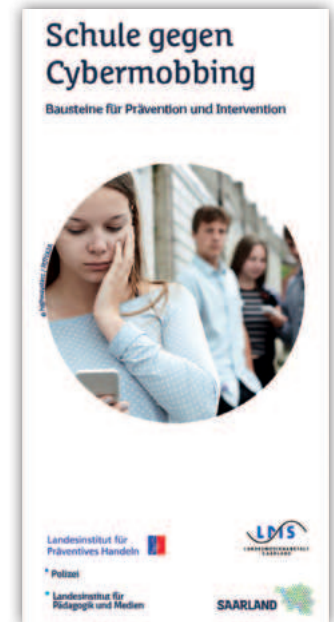
Die LMS ist Mitglied des regelmäßig tagenden Beirats des Jugendservers Saar.

Seit 2019 kooperiert die LMS mit der Initiative CoderDojo Saar. Die Initiative fördert die Programmierkompetenzen von Kindern und Jugendlichen zwischen 7 und 17 Jahren. Dazu treffen sie sich regelmäßig mit CoderDojo-Mentoren und arbeiten an Coding-Projekten.

Im Rahmen der Veranstaltung „Gender Digital“ des Paritätischen Bildungswerks Rheinland-Pfalz / Saarland fungierte die LMS im Berichtsjahr als Kooperationspartner und Unterstützer der Veranstaltungsreihe.

Im Dezember beteiligte sich die LMS als Kooperationspartner beim Online-Barcamp „Digitale Aspekte der Erwachsenenbildung“ der Initiative Wergedigital.at aus Österreich. Über 100 Teilnehmer:innen aus Österreich, Deutschland und der Schweiz diskutierten an zwei Tagen darüber, mit welchen Methoden Online-Veranstaltungen in der Erwachsenenbildung erfolgreich durchgeführt werden können. Die Veranstaltung wurde vom österreichischen Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung gefördert.

Zu Beginn des Berichtsjahres wurde der Artikel „Demokratie - Medien - Gesellschaft: Ein System im Umbruch!“ der LMS in der Broschüre „10 Jahre - Beratungsstelle für Opfer von Diskriminierung und Rechter Gewalt“ veröffentlicht.



Beteiligung an überregionalen Vereinen

Zusammen mit anderen Landesmedienanstalten beteiligte sich die LMS aktiv an überregional tätigen Vereinen, die sich dem Thema Medienkompetenz widmen.

- Internet-ABC e. V. (www.internet-ABC.de)
- JUUUPORT e.V.



Das Internet-ABC hat im Jahr 2020 seine Arbeitshefte 1-4 sowie das Lehrerhandbuch aktualisiert. Nach einem technischen Relaunch Ende März ist die Plattform des Internet-ABC nutzerfreundlicher geworden. Mit dem Verzicht auf Cookies wurde die Erhebung der Nutzungszahlen zugunsten des Datenschutzes verbessert. Aufgrund der Corona-Pandemie und des damit einhergehenden Home-schoolings konnten sehr hohe Nutzungszahlen verzeichnet werden.

Im Berichtsjahr wurde die interaktive und vertonte Mitmach-Geschichte „Mein erstes Internet-ABC online“ für Grundschul Kinder der 1. und 2. Klasse als Ergänzung zum analogen Mitmachheft entwickelt. Ziel ist es, leseunkundigen und lese schwachen Kindern einen ersten Zugang zum Thema „Internet und Medien“ zu ermöglichen.

Auf der bundesweiten Online-Beratungsplattform www.juuuport.de helfen sich Jugendliche und junge Erwachsene gegenseitig, wenn sie Probleme im oder mit dem Internet haben. Die ausgebildeten JUUUPORT-Scouts sind zwischen 14 und 22 Jahre alt, engagieren sich ehrenamtlich und beantworten Fragen zu Themen wie Cybermobbing, Stress in sozialen Medien, Abzocke, Datensicherheit oder Technik. Dabei stehen ihnen psychologisch und pädagogisch geschulte Fachkräfte zur Seite. Die Beratung erfolgt kostenfrei via Kontaktformular auf der Website oder in Form einer Chat-Beratung.

Die Plattform wurde 2010 von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt ins Leben gerufen und wird vom Verein JUUUPORT e.V. getragen, dem 6 weitere Landesmedienanstalten als ordentliche Mitglieder angehören. JUUUPORT e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, der das ehrenamtliche Engagement von jungen Leuten für ein respektvolles Miteinander im Netz fördert. Die Landesmedienanstalt Saarland ist seit 2018 förderndes Mitglied von JUUUPORT.



LMS-BETARAUM

ZENTRUM FÜR DIGITALE KOMPETENZ

Um den Menschen die Chancen der Digitalisierung näher zu bringen und verständlich zu machen, hat die Landesmedienanstalt 2016 den sogenannten LMS-Betaraum eröffnet. Ein Jahr später wurde das Angebot um den LMS-Betaraum II ergänzt. Besucher:innen können sich in den beiden Räumen über aktuelle Geräte wie Virtual Reality-Brillen, digitale Assistenten, smarte TVs, aktuelle Spielekonsolen und vieles mehr informieren. Zur Veranschaulichung des Smarthome-Konzepts wurden einige Beispiele dazu integriert. So können Gäste etwa die Beleuchtung und Temperatur wahlweise mit einer App oder einem digitalen Assistenten wie Alexa regulieren. Es stehen auch aktuelle Augmented-Reality-Anwendungen (AR) z.B. für Lern- und Spielumgebungen, Social Media-Apps, Spiele u.v.m. bereit.

Die LMS-Betaräume verstehen sich als „work in progress“, d.h. sie werden permanent an aktuelle Entwicklungen angepasst. Dies versinnbildlicht auch der Name „Betaraum“.

Im Berichtsjahr wurde begonnen, Teile des Betaraums zu „mobilisieren“ und ein Konzept zur Demonstration einzelner Anwendungen außerhalb der LMS vorzusehen. Coronabedingt konnte dies jedoch nicht durchgeführt werden.

lms[be:ta]raum
Zentrum für digitale Kompetenz



Quelle: LMS

MEDIENSTANDORTFÖRDERUNG/PROJEKTE

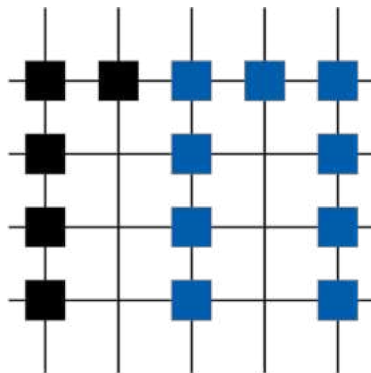
Die Landesmedienanstalt Saarland setzt sich insbesondere über das [MedienNetzwerk SaarLorLux e.V.](#) für die Förderung des Medienstandortes Saarland bzw. der Großregion SaarLorLux ein. Sie ist nicht nur Mitglied des Vereins, sondern stellt diesem auch die zur Wahrnehmung seiner Aufgaben erforderlichen personellen und sachlichen Mittel zu Selbstkosten zur Verfügung.

Ziel des ‚MedienNetzwerks‘ ist die Förderung einer engeren und effizienteren Kooperation im Medienbereich, um damit nicht nur einen Beitrag zum Aufbau eines gemeinsamen Kommunikationsraumes in der Region, sondern auch zur Förderung der kulturellen Vielfalt und zur besseren Verständigung der Menschen in SaarLorLux zu leisten.

Dem Verein gehören aktuell 17 Mitglieder an, darunter private Wirtschaftsunternehmen ebenso wie Einrichtungen der öffentlichen Hand. Vorstandsvorsitzender ist Dr. Gerd Bauer.

In Kooperation mit dem MedienNetzwerk führte die Landesmedienanstalt Saarland im Berichtsjahr folgende Medienkompetenzprojekte durch: [#DoppelEinhorn](#), [Media & Me - Backstage bei Medienberufen](#), [Onlinerland Saar](#) und [Das ERBE on Tour](#).

Informationen zum MedienNetzwerk sind auf der Internetseite einsehbar: www.netzwerk-mns.de



MEDIENNETZWERK
RÉSEAU MÉDIAS
SAAR | LOR | LUX

ONLINERLAND SAAR

Seit Juni 2005 wird die Kampagne „Onlinerland Saar“ in Trägerschaft des Vereins MedienNetzwerk SaarLorLux e.V. in Zusammenarbeit mit der Landesmedienanstalt durchgeführt und von der Staatskanzlei des Saarlandes und der Landesmedienanstalt Saarland gefördert. Die Schirmherrschaft hat Ministerpräsident Tobias Hans inne.

Ziel ist es, Saarländer:innen (insbesondere der Generation 60+) mit verschiedenen attraktiven (Einstiegs-) Angeboten an das Internet heranzuführen, ein wohnortnahes Bildungsangebot bereitzustellen und so die Onlinerquote nachhaltig zu steigern. Seit 2016 finden die Kursangebote unter ausschließlichem Einsatz von Tablet-PCs statt. Im April 2020 wurde aufgrund der Corona-Pandemie das Kursangebot in den virtuellen Raum übertragen und in Webinare umgewandelt: „Onlinerland Saar - virtuell“.

Partner

Das Projekt wird von vier Sponsoren (Classic Rock Radio, Radio Saarbrücken, Radio Salü, Saarländischer Wochen Spiegel) unterstützt und kooperiert mit über 350 Projektpartnern (z.B. Vereine) im ganzen Saarland.

Kurse

In der 6. Kampagnenphase (2019-2020) wurden die beiden Tablet-Einsteigerkurse „Kaffee-Kuchen-Tablet“ und „Kommunikation mit Tablets“ sowie die beiden Aufbaukurse „Sicher Einkaufen und Bezahlen mit Tablets“ und „Kultur und Reisen per App“ angeboten. Für Einsteiger:innen und Fortgeschrittene wurden in diesen Kursen die Möglichkeiten des mobilen Internets erklärt, auf Gefahren hingewiesen und praktische Beispiele gegeben, um in die Welt der Apps und mobilen Endgeräten einzusteigen. Die zweistündigen Sprechstunden „Tablet, Handy & Co.“ richteten sich an Personen, die sich im Umgang mit dem Gerät noch



unsicher fühlen und gerne in Anwesenheit einer hilfeleistenden Person üben möchten, bzw. an Personen ohne eigenes Gerät.

Die Kurse wurden landesweit angeboten und sind praktisch ausgerichtet. Jedem / jeder Teilnehmer:in wird ein eigener Übungs-Tablet-PC mit Internetzugang zur Verfügung gestellt und sofern die Institutionen und Vereine, bei denen die Veranstaltungen durchgeführt wurden, nicht über einen eigenen Internetanschluss verfügen, wird dieser über ein Mobilfunknetz hergestellt.

Im Rahmen der „Sprechstunde Tablet, Handy und Co.“ können die Teilnehmenden auch ihr eigenes Gerät mitbringen: Tablet, Handy oder Smartphone, auch das Betriebssystem spielt keine Rolle. Es besteht die Möglichkeit, kleinere Probleme am eigenen Gerät im Rahmen der Möglichkeiten vor Ort zu beheben oder an einem der Schulungsgeräte unter Anleitung den Umgang mit dem Tablet-PC zu üben.

Onlinerland Saar - virtuell

Aufgrund der Ausgangsbeschränkungen und Maßnahmen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie im Frühjahr 2020 wurde innerhalb von 2 Wochen „Onlinerland Saar – virtuell“ entwickelt und umgesetzt. Die Kurse von Onlinerland Saar – vor Ort wurden didaktisch und medienpädagogisch für ein Online-Angebot in Form eines Webinars / einer Videokonferenz aufbereitet und in den virtuellen Raum übertragen. Ergänzt wurde das Angebot durch regelmäßig stattfindende Telefon- und Onlinesprechstunden sowie ein neues Angebot an Erklärvideos rund um die Themen Internet, Digitalisierung, digitale Medien und Kommunikationsarten sowie die Bedienung von Tablet, Handy und Co.

Onlinerland Saar – virtuell ist in drei Module aufgeteilt:

- I. Virtuelle Kränzchen zu den Kursthemen in Form einer Videokonferenz / eines Webinars
- II. Telefon- und Online-Sprechstunden
- III. Video-Tutorials / Erklärfilme

Die Angebote von Onlinerland Saar – virtuell wurden über den Zeitraum des Lockdowns hinaus angeboten und erfreuten sich einer festen Stammkundschaft.

In den Monaten September und Oktober konnten kurzfristig Kurse vor Ort angeboten werden. Um jedem/jeder interessierten Projektpartner:in ein Angebot machen zu können und gleichzeitig auch die Hemmschwelle zur

Nutzung (digitaler) Online- Angebote zu senken, hat das Projektteam nur die Einstiegskurse „Kaffee-Kuchen-Tablet“ und „Kommunikation mit Tablets“ sowie die „Sprechstunde Tablet Handy und Co.“ vor Ort zusammen mit den Projektpartner:innen durchgeführt. Als Einladung zu den Virtuellen Kränzchen wurden den Kurs-Teilnehmer:innen vor Ort Kaffeetassen im Onlinerland Saar-Design sowie Moderationskarten für eine Videokonferenz überreicht. Zudem wurde in den Kursen die Teilnahme an einer solchen geübt.

Mit diesem neuen und zukunftsfähigen, am Bedarf der Bevölkerung orientierten Kursprogramm bot die Kampagne auch fortgeschrittenen Kursteilnehmer:innen eine ortsunabhängige Weiterbildungsmöglichkeit an und fördert so nachhaltig die Digitalisierung im Saarland und die Transformation hin zu einer Informationsgesellschaft.

Internetseite/App

Kurstermine, Broschüren und aktuelle Informationen zur Kampagne finden sich auch auf der Internetseite www.onlinerlandsaar.de.

Das Online-Angebot von Onlinerland Saar und Onlinerland Saar - virtuell umfasst darüber hinaus auch Erklärvideos, zum Beispiel zu den Themen Teilnahme an einer Videokonferenz, Onlineshops sicher benutzen, Bezahlmethoden im Internet, YouTube-Videos über die App schauen oder auch Online auf's Amt – mit Bürgerdienste-Saar.de.

Außerdem bietet Onlinerland Saar alle Informationen zur Kampagne und zum Projekt „Virtuelles Mehrgenerationenhaus“ auch in einer übersichtlichen App an. Die App bietet neben der „Kurssuche“ spannende Zusatzelemente wie interessante App-Tipps und Anlaufstellen für Weiterbildungsinteressierte. Die App gibt es für Android- und iOS-Geräte.

The infographic is titled "Onlinerland Saar - virtuell" and features a blue header with a logo. It is divided into three columns, each with a title and a description of services. The first column is titled "Telefon- und Online Sprechstunde" and lists service hours for Monday, Wednesday, and Friday (9 AM to 11 AM) and Tuesday and Thursday (10 AM to 12 PM). The second column is titled "Virtuelle Kränzchen" and describes bi-weekly virtual meetings. The third column is titled "Erklärvideos" and provides a URL for more information. At the bottom, there is contact information and logos for Saarland, UNF, and other partners.

Telefon- und Online Sprechstunde	Virtuelle Kränzchen	Erklärvideos
Wir helfen Ihnen bei kleineren Problemen und bieten Hilfe zur Selbsthilfe an – ganz unkompliziert per Telefon oder WhatsApp-Chat. Servicezeiten*: Montag, Mittwoch, Freitag: 9 Uhr bis 11 Uhr Dienstag und Donnerstag: 10 Uhr bis 12 Uhr Sie erreichen uns unter: Montag, Mittwoch, Freitag: 0177/2226474 oder 0177/2226475 Dienstag, Donnerstag: 0177/2240796 oder 0177/2240797 <small>* Anwesenheit Freitags</small>	Unsere Kursreihe bieten wir ab sofort als „Virtuelle Kränzchen“ zweimal pro Woche im Rahmen einer Videokonferenz an. Über Ihren Webbrowser können Sie an dieser teilnehmen. Alle Informationen zur Teilnahme, zu den Terminen und Themen finden Sie unter: https://www.onlinerlandsaar.de/virtuell/	Mithilfe unserer Erklärvideos können Sie Ihre Fähigkeiten im Umgang mit Ihrem Tablet oder Smartphone verbessern und vertiefen. Hier finden Sie Anleitungen zu verschiedenen Themen, wie Sie bspw. Bilder oder Textnachrichten versenden können oder wie die Videotelefonie funktioniert. Die Videos finden Sie unter: https://www.onlinerlandsaar.de/virtuell/

Quelle: OLS

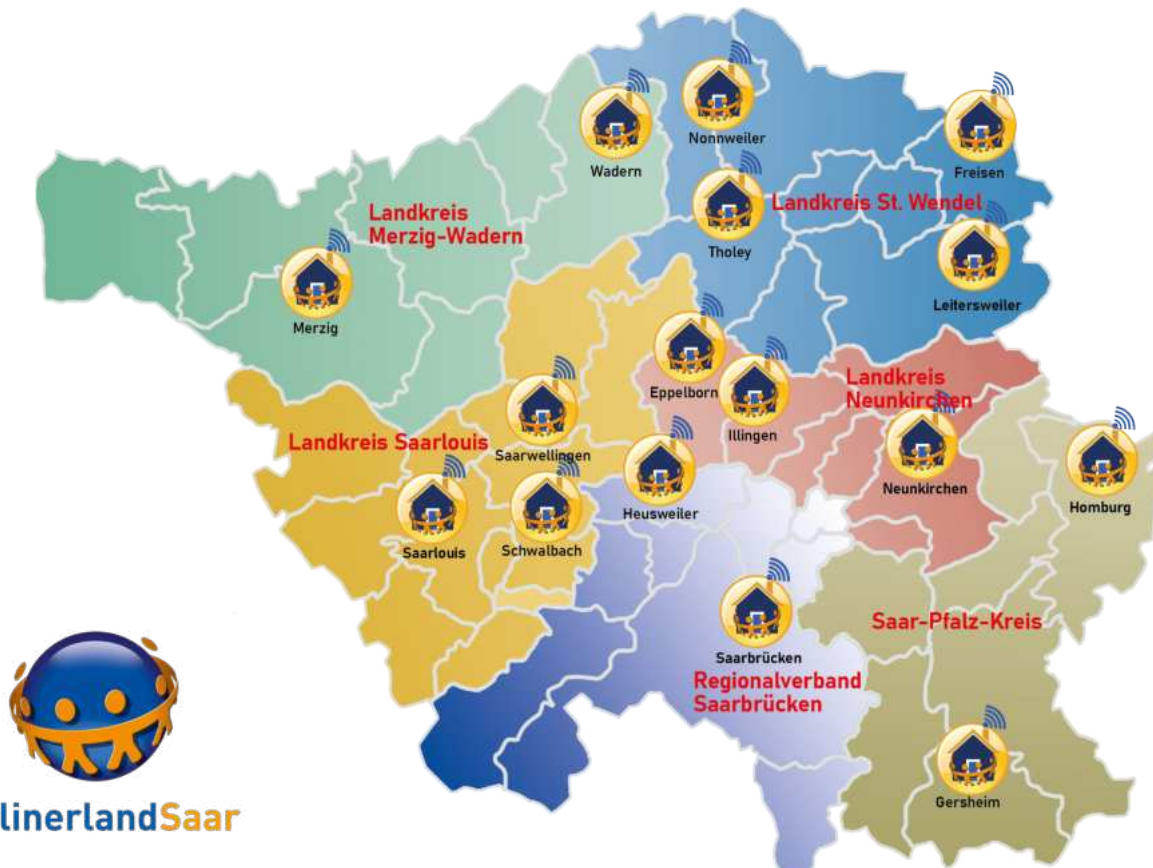
Virtuelles Mehrgenerationenhaus

Das Modul „Virtuelles Mehrgenerationenhaus“ (VMGH) hat sich mittlerweile zu einem digitalen Leuchtturmprojekt des Saarlandes entwickelt. 2020 wurden drei weitere Virtuelle Mehrgenerationenhäuser in das Netzwerk aufgenommen:

- Gemeinde Eppelborn
- SOS Kinderdorf / MGH der Stadt Merzig
- Gemeinde Nonnweiler

Insgesamt wurden nun saarlandweit 18 „Virtuelle Mehrgenerationenhäuser“ in Kooperation mit dem Ministerium für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie im Saarland eröffnet.

Aufgrund der pandemischen Lage konnte das Netzwerk-Treffen aller Virtuellen Mehrgenerationenhäuser nicht in Präsenz stattfinden und wurde am 30.11.2020 als Virtuelles Netzwerktreffen in Form einer Videokonferenz umgesetzt. Die Urkunden mussten den Teilnehmer:innen aus fünf Virtuellen Mehrgenerationenhäuser der Modellphase 2018-2019 per Post zugestellt werden. Thema des Netzwerktreffens war „Digitale Gesundheit: KI auf Rezept?!“. Dr. med Enise Lauterbach, Fachärztin für Innere Medizin und Kardiologie, vom Digital Health Hub Trier, referierte zu ihrem Projekt „HERZ-HELD®“, einer plattformgestützten mobilen Applikation für Patient:innen - ein KI-basiertes elektronisches Frühwarnsystem für Patient:innen mit Herzinsuffizienz. Sie erläuterte anschaulich, wie KI-Technologie in der Medizin Einzug gehalten hat.



MEDIA & ME - BACKSTAGE BEI MEDIENBERUFEN

Das Projekt *Media & Me - Backstage bei Medienberufen* wurde 2016 von der Landesmedienanstalt Saarland ins Leben gerufen und wurde seither vom MedienNetzwerk SaarLorLux e.V. durchgeführt. Ziel ist es, Angebote in der Großregion zu bündeln und dem Mediennachwuchs mit einem umfassenden und crossmedialen Qualifizierungsprogramm grundlegende journalistisch-technische Fertigkeiten zur Berufsorientierung in den Medienberufen zu vermitteln. Das Besondere an dem Projekt ist die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von über 20 beteiligten (Medien-) Unternehmen und (Medien-) Institutionen aus Deutschland, der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens/Ostbelgiens sowie aus Frankreich und Luxemburg.

Schirmherr ist seit Projektstart Jan Hofer, ehemaliger Chef-sprecher der ARD-Tagesschau.

Ziel des Projektes

Durch eine Teilnahme an *Media & Me - Backstage bei Medienberufen* gewinnen junge Erwachsene aus der Großregion zum einen Einblicke in die Medienlandschaften der beteiligten Länder und in die Herausforderungen der länderübergreifenden Berichterstattung. Zum anderen hilft ihnen das Projekt bei der Berufsorientierung im breiten Feld der Medienberufe und sie können erste journalistische Medienprodukte unter professioneller Anleitung



erstellen. Media & Me bündelt die Angebote in der Großregion und bietet somit dem Nachwuchs eine strukturierte Qualifizierung an. Hierbei werden den Teilnehmenden nicht nur Medienkompetenz, journalistisch-technische Fähigkeiten, Kenntnisse im Medienrecht und in der Medienethik vermittelt, sondern sie werden gleichzeitig für regionale und interregionale Berichterstattung sensibilisiert und lernen, politische, wirtschaftliche und kulturelle Zusammenhänge – auch im Hinblick auf Marketingaspekte – zu verstehen und zu interpretieren.

Durch die thematischen Schwerpunkte in den Bereichen Print, Radio, Online- und TV-Journalismus sowie Marketing und Social Media und praktische Schulungen bei den Projektpartnern in den Regionen, bauen die Teilnehmer:innen frühzeitig ein berufliches Netzwerk auf. Sie können nach Absprache mit den Projektpartnern eigene Beiträge in den Publikationen bzw. Programmen der Veranstalter veröffentlichen und so erste Berufserfahrungen und Arbeitsproben sammeln. Die Partner leisten mit dem Projekt einen Beitrag zur Sicherung und zum Ausbau des Medienstandortes Großregion und sensibilisieren den Nachwuchs für die stärkere Medien-Fokussierung auf die Chancen der Großregion.



Trotz der Corona-Pandemie konnte ein Großteil der Module im Jahr 2020 unter Einhaltung der geltenden Hygienevorschriften durchgeführt werden und neue digitale Formate etabliert werden.

Im Projektjahr 2020 wurde das Projekt vom Städteternetzwerk QuattroPole als Hauptförderer unterstützt. Des Weiteren beteiligten sich die Landesmedienanstalt Saarland, die L'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA Luxembourg), das Ministerium für Finanzen und Europa sowie das Medienzentrum der DG Belgien finanziell und organisatorisch an der Umsetzung des Projekts.

www.media-and-me.de
facebook.com/mediaandme.backstage



Quelle: LMS

Die Teilnehmer von Media & Me 2020

DAS ERBE ON TOUR

Die Landesregierung initiierte die Ausstellung „DAS ERBE“ in Landsweiler-Reden, um auch nach dem Ende des Steinkohlebergbaus im Saarland an die kulturelle und historische Bedeutung der bergbaugeprägten Zeit zu erinnern. Die Ausstellung wurde im Jahr 2015 digitalisiert und wird seither zusammen mit Museen und Kultureinrichtungen aus aller Welt auf der Webplattform „Google Arts & Culture“ präsentiert. Diese digitale Fassung ist das Herzstück des Projektes „Das ERBE on Tour“.

Von 2017 bis 2020 machte dieses Projekt des Medien-Netzwerks SaarLorLux e. V. (MNS) die Geschichte des Saarlandes digital erlebbar, stärkte die Medienkompetenz der Besucher:innen und regte die Kulturvermittlung in der digitalen Welt an. Digitalisierte Exponate, virtuelle Ausstellungsräume, historische Filmdokumente und Virtual Reality ermöglichten es, in die Geschichte des saarländischen Bergbaus einzutauchen. Didaktische Workshops für Groß und Klein halfen beim Erkunden der eigenen Kulturgeschichte im digitalen Raum.

Für 2020 war eine noch stärkere Fokussierung auf den Bildungsbereich geplant: zum einen durch die Schulworkshops „Das Erbe erfahren und erleben“ und „Das Erbe on Tour – VR-Touren“, zum anderen über die gemeinsam mit der RAG-Repräsentanz und dem LPM entwickelten Kulturwandertage, die einmal im Quartal mit jeweils



einer teilnehmenden Schule am Bergbaustandort Ensdorf durchgeführt werden sollten. Aufgrund der Absage aller Großveranstaltungen und der teilweisen Schließung der Schulen konnten viele der bereits geplanten Aktionstage nicht durchgeführt werden.

Durch die Entwicklung der „Das Erbe on Tour – Schulbox“ konnte ein Angebot geschaffen werden, mit dem auch in Pandemiezeiten die Schulen weiterhin erfolgreich erreicht und im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung unterstützt werden können. Für die Schulbox wurden des Weiteren sechs Video-tutorials zu verschiedenen Inhalten der Workshops und zur Schulung von verschiedenen Themen aus dem Bereich der Medienkompetenzstärkung produziert, die auch unabhängig vom Projekt genutzt werden können.



Durch Webinare und Onlineworkshops konnten auch weitere Zielgruppen erreicht werden (z.B. in Zusammenarbeit mit den Virtuellen Mehrgenerationenhäusern von Onlinerland Saar) und so weiterhin dazu beigetragen werden, die Medienkompetenz der Saarländer:innen zu stärken.

Überregional wurde „Das ERBE on Tour“ im Oktober als erfolgreiches Praxisbeispiel einer digitalen Kulturvermittlung im Rahmen der Fachtagung „What’s next? Wege der kulturellen Bildung in der digitalen Welt?“ vorgestellt (Veranstalter: Landesmedienanstalt, Landesfilmdienst und Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Thüringen). Der Workshop „Mit Virtual Reality neue Erlebnisorte kreieren - Mit moderner 360°-Technologie neue Momentaufnahmen erstellen am Beispiel des Projektes „Das ERBE on Tour““ wurde äußerst positiv aufgenommen.

Für das Jahr 2021 war eine weitere didaktische Aufbereitung und Digitalisierung des Projekts mit einer entsprechenden Anbindung an bestehende Lernplattformen im Saarland geplant. Leider konnte hierfür keine Anschlussfinanzierung gefunden werden.



#DOPPELEINHORN

Die Kampagne [#DoppelEinhorn](#) befindet sich 2020 im vierten Jahr. Sie wurde vom Verein MedienNetzwerk Saar-LorLux und der Landesmedienanstalt Saarland am 23. Mai 2017 ins Leben gerufen. Dieses Datum ist kein Zufall, denn es handelt sich um den Tag des Grundgesetzes und genau dafür setzt sich das DoppelEinhorn in den sozialen Medien und im öffentlichen Raum ein: für unser Grundgesetz, unsere Demokratie, für Meinungsfreiheit und gegen Hass und Hetze. Das Projekt wird mit Mitteln des Bundesprogrammes „Demokratie Leben!“ über das Sozialministerium gefördert. Eine zusätzliche Förderung erhält die Kampagne seit 2018 speziell für die Schulveranstaltungen vom Landesministerium für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie. Das Projekt wird auch im Jahr 2021 mit vielen Erneuerungen und Erweiterungen fortgeführt.

Der Erfolg der vergangenen Jahre und die große Resonanz auf die [#DoppelEinhornPausen](#), sorgte auch Anfang 2020 dafür, dass sich das Projekt schwerpunktmäßig auf praktische, medienpädagogische Präventionsarbeit in saarländischen Schulen konzentrierte.



Das Ziel der [#DoppelEinhornPausen](#) besteht darin, junge Menschen insbesondere für das Thema Hate Speech, aber auch das daran angrenzende Phänomen Cybermobbing zu sensibilisieren. Mit dieser Schulveranstaltung entwickeln Schüler:innen ein Bewusstsein für Demokratie, Menschen- und Grundrechte, insbesondere für das Grundrecht der Meinungsfreiheit, Toleranz sowie ein Bewusstsein dafür, Verantwortung für das Fortbestehen unserer Demokratie zu übernehmen. Dank dieser Schulveranstaltungen und der aktiven Nutzung der sozialen Netzwerke Facebook und Instagram konnte eine hohe Reichweite erzielt werden. Durch die Einbindung bekannter, regionaler Influencer:innen als Workshopleiter, gewann die Kampagne [#DoppelEinhorn](#) an Popularität, da Jugendliche noch gezielter angesprochen werden. Die Kampagne wird seit ihrem Beginn von Schauspieler Pascal Kappés, Rapper EstA, Musikproduzent Eric Philippi, Gitarrist Georg Maier, YouTuber Dennis Keller von Ungekocht genießbar sowie von dem Gründer von Outdoor Nation, Rouven Christ und seinem Geschäftspartner Chris Becker, unterstützt.

Für das Projekt tätig sind auch weitere Influencer:innen, so die Gewichtheberin Viviane Hähne sowie Singer/Songwriter Philipp Leon Altmeyer. Regelmäßig unterstützt wurde das [#DoppelEinhorn](#) auch vom Sänger Kevin Jenewein, der in den vergangenen Jahren mehrfach erfolgreich an der Castingshow „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) teilnahm.

Die Corona-Pandemie wurde zu einer Herausforderung für das Projekt. Präsenzveranstaltungen wie die [#DoppelEinhornPause](#) durften nicht mehr in ihrer ursprünglichen Form stattfinden. Auch andere Veranstaltungen des Projekts waren von den Einschränkungen betroffen.

Um die Zielgruppen dennoch zu erreichen eröffnete das Projekt einen eigenen Kanal auf der Social Media Plattform TikTok und setzt dabei darauf, durch einige regionale Influencer:innen die Zielgruppen mit regelmäßig gepostetem Content zu den Themen Hass und Hetze, Demokratie und freie Meinungsäußerung anzusprechen.

Die zunächst geplante YouTube-Reihe mit Aufzeichnungen von Interviews wurde u.a. aufgrund wechselnder Auflagen zur Kontaktbeschränkung und -nachverfolgung nicht umgesetzt. Alternativ konnte in der Fancy PopUp Gallery, einem Selfie-Museum im Saarland, ein eigener Raum für das Doppeleinhorn eingerichtet werden. Dieser wurde bunt, farbenfroh, vielseitig und kreativ und im Stil des CI des Doppeleinhorns gestaltet. Dieser wurde bunt, farbenfroh, vielseitig und kreativ und im Stil des CI des Doppeleinhorns gestaltet. Das Selfie Museum ist als ein großes Fotostudio zu verstehen, das mit bereits fertig gestalteten Kulissen und entsprechender Ausleuchtung, Jugendlichen, aber auch Fotograf:innen und Influencer:innen die Möglichkeit bietet, mit kleinen Mitteln, professionelle Fotos zu gestalten.

Im Netz: www.doppeleinhorn.org



Quelle: LMS



Quelle: LMS



Quelle: LMS

AUSBILDUNG

MEDIENGESTALTER BILD UND TON

Seit 1997 bildet die LMS Mediengestalter:innen Bild und Ton aus. Sie organisiert zudem federführend seit mehreren Jahren überbetriebliche Unterweisungsmaßnahmen zur Qualitätssteigerung für alle Ausbildungsjahrgänge. Aufgrund der Covid-19-Pandemie musste im Berichtsjahr das Modul „Audiobearbeitung auf Tonworkstation“ von Mai auf September verschoben werden, das Modul „Serverbasierende Produktionstechnik/Lichtlesen/Schnittgestaltung“ im April fand erstmals online als Webseminar statt.

Die Unterweisungsmaßnahmen wurden im Förderzeitraum 2018 bis 2020 vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr finanziell gefördert. Eine Fortführung wurde im Berichtsjahr beantragt.

Die Auszubildenden der LMS produzierten im Berichtsjahr Videospots zu unterschiedlichsten Themen (z.B. Tutorials für die Onlinerland-Kurse „Kultur und Reisen per App“,

„Sicher einkaufen und bezahlen mit Tablets“ sowie Trailer für die Preisverleihung des Game Award Saar 2020), begleiteten Veranstaltungen (z.B. Webkonferenz „Weibliche Rollenbilder, KI und Social Media“, Webkonferenz „Meinung Macht Medien - Wie wir unsere Demokratie bewahren“) und zeichneten Beiträge im Rahmen der Saarbrücker Medienimpulse auf, wie zum Beispiel den Videobeitrag „Medien und Einsamkeit“ mit Ruth Meyer und Diana Kinnert. Die Auszubildenden haben zudem den EDV-Gerichtstag filmisch begleitet. Als Illustration der „Goldenen Regeln der Mediennutzung“ produzierten die Auszubildenden einen ersten Erklär-Trickfilm, der im Rahmen der Familienbustour des Ministeriums für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie vorgeführt wurde.

Auch 2020 wurden die auszubildenden Mediengestalter:innen der LMS zu verschiedenen Medienunternehmen (u.a. RADIO SALÜ, Promotion Pictures, LEICO-Tonstudios) abgeordnet, wo sie unter produktionsrelevanten Bedingungen praktische Erfahrungen im jeweiligen Spezialgebiet sammeln konnten.

Im Berichtsjahr unterstützte außerdem eine Studentin der Medieninformatik im Rahmen ihres Praxissemesters das Team der LMS.



Quelle: LMS

LMS Auszubildender hinter der Kamera

DIE SAARLÄNDISCHE FILMFÖRDERUNG UND FILMCOMMISSION



Die LMS gründete im Januar 1998 gemeinsam mit dem Saarland die Gesellschaft zur Medienförderung Saarland – Saarland Medien – mbH (SLM). Geschäftsführerin der Gesellschaft ist die Direktorin der LMS, Ruth Meyer. Der Leiter Abteilung 1 (Personal, Organisation und Finanzen) der LMS, Alexander Gessinger, ist Prokurist der Gesellschaft. In den Aufsichtsrat entsenden das Saarland und die LMS jeweils drei Mitglieder. Amtierender Vorsitzender ist Prof. Dr. Stephan Ory (LMS), sein Stellvertreter Dr. Christopher Wolf (Saarland).

Um die Folgen der Covid-19-Pandemie für den saarländischen Kinostandort abzufedern, vergab und verwaltete die Saarland Medien GmbH im Wege der Beleihung und Beauftragung durch die Staatskanzlei des Saarlandes Zuwendungsmittel aus dem Stabilisierungspaket des Saarlandes für die saarländischen Kinos. Hierbei zahlte die Gesellschaft Umsatzkompensationen in Höhe von 200.000 € an saarländische Kinos. In Kooperation mit dem Ministerium für Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie wurde erstmals der Saarländische Landesprogrammpreis vergeben. Dabei erhielt den mit 6.000 € dotierten Hauptpreis für das beste Kinoprogramm im Jahr 2019 das Kino Thalia Lichtspiele in Bous.

Die SLM unterstützt im Rahmen der Filmförderung Filmschaffende von der Stoffentwicklung bis zur Verwertung

Die LMS gründete im Januar 1998 gemeinsam mit dem Saarland die Gesellschaft zur Medienförderung Saarland – Saarland Medien – mbH (SLM). Geschäftsführerin der Gesellschaft ist die Direktorin der LMS, Ruth Meyer. Der

Institutionelle und Festivalförderung	Projektförderung
Kino achteinhalb (48.000 Euro)	Oona von Maydell „Missfits“ (1.000 € Stoffentwicklungs- förderung)
Kinowerkstatt St. Ingbert (36.000Euro)	Walter Schmuck „Des Kaisers neue Krone“ (3.000 € Stoffentwicklungs- förderung)
Saarländisches Filmbüro (26.000 Euro + 8.000 Filmschau Großregion)	Johne Never „(T)Oxygen“ (8.000 € Produktionsförderung)
Filmfestival Max Ophüls Preis (30.000 Euro + 7.500 Euro Preisgeld)	Barbara Wackernagel-Jacobs „Der Mensch ist vergessen, wenn sein Name vergessen ist“ (10.000 € Produktionsförderung)
Kreiskinderkino Merzig-Wadern (3.500 Euro)	Roman Eich „Blockchains – Revolution oder Rohrkrepierer“ (12.000 € Produktionsförderung)
Günter Rohrbach Filmpreis (3.500 Euro Preisgeld)	Oona von Maydell „Somnambule“ (14.000 € Produktionsförderung)
	Philipp Lippert „Kurzeitschwester“ (15.000 € Produktionsförderung)
	Philipp Majer und Lukas Ratius „18 in Deutschland“ (17.000 € Produktionsförderung)

und setzt sich für die Stärkung des Film- und Medienstandortes Saarland / Großregion ein. Folgende Förderungen wurden vergeben.

Der Förderausschuss setzte sich aus den drei stimmberechtigten Mitgliedern Gabriella Bandel, Martin Hofmann und Waldemar Spallek zusammen. Bei der Ausschusskonstellation wurde darauf geachtet, dass sowohl wirtschaftliche, als auch künstlerische und gesellschaftspolitische Kriterien bei der Förderempfehlung Berücksichtigung fanden. Die Gesellschaft unterstützte als Film Commission auch Langfilme.

Mit der Filmmotivdatenbank Location Guide und dem Portal für Filmdienstleister Production Guide unterstützt

die SLM als Film Commission Filmschaffende bei der Realisierung ihrer Filmprojekte. Der Location Guide zählte zum Jahresende insgesamt 915 Filmmotive, davon 578 aus dem Saarland. Der Production Guide umfasste insgesamt 451 Mitglieder, wovon 396 aus dem Saarland stammen. Trotz den erschwerten Drehbedingungen unter der Covid-19-Pandemie konnten die geplanten Dreharbeiten für das Langfilmprojekt „Immenhof 2 – Das große Versprechen“ sowie die neue Folge der „In Wahrheit“-Reihe mit dem Arbeitstitel „Zweifel“ durchgeführt werden.

Weitere Informationen sind auf www.saarland-medien.de zu finden.



Quelle: LMS

Besuch am Set des
Filmdrehs *Immenhof 2*



Quelle: LMS

Hauptdarstellerin
Lea Holtwig im Interview

Die Game Base Saar

„**Game On!**“ hieß es im August 2018, als Ministerpräsident Tobias Hans und Uwe Conradt, Geschäftsführer der Saarland Medien, den Startschuss für die Game Base Saar, die saarländische Gamesförderung, gaben. Das Projekt ist bei der Gesellschaft zur Medienförderung Saarland – Saarland Medien mbH angesiedelt. Unter dem Motto „fördern, bilden und vernetzen“ setzt die Game Base Saar seither ein 3-Säulen-Förderkonzept um, um die Branche im Saarland zu stärken und Spieleentwickler*innen nachhaltig zu unterstützen.



Säule 1 – Förderung

Im Dezember 2020 wurde der Game Award Saar zum dritten Mal vergeben. Die besten saarländischen Spieleentwickler:innen wurden mit Preisgeldern von insgesamt 41.500 € ausgezeichnet.

Bestes Spiel (10.000 €) – Sebastian Wagmann (Konsonautic) „Space Game“

Bester Prototyp (10.000 €) – Van An Nguyen „Yarn Guardians“

Gründerpreis der Sparkasse SB (10.000 €)
Sebastian Wagmann (Konsonautic) „The Wicked Souls“

Bestes Konzept (5.000 €) – Felix Klein (Radical Fish Games) „Project Terra“



Pokale des Game Award 2020 ©Game Base Saar

Sonderpreis der Jury I (3.250 €) – Sebastian Krause & Tobias Borns (battyRabbit) „Skuggor“

Sonderpreis der Jury II (3.250 €) – Jasmin Pfeiffer & Julian Colbus (DigiTales) „Storyvania“

Erstmals wurde 2020 auch eine Projektförderung für Spieleentwickler:innen ausgezahlt. Hierbei wurden insgesamt 40.000 € an drei Projekte ausgezahlt. Diese wurden von der gleichen Jury bestimmt wie die Gewinner des Game Award.

DigiTales „Storyvania – gefördert mit 17.000 €

Konsonautic „The Wicked Souls“) – gefördert mit 10.000 €

Säule 2 – Qualifizierung

Im Rahmen der Qualifikationsförderung wurden 2020 insgesamt drei Masterclasses geplant. Davon konnten zwei umgesetzt werden. Bei diesen Veranstaltungen gaben Expert:innen aus der Branche angehenden Programmierer:innen Einblicke in ihr Arbeitsfeld.

- 21.02.2020 – „The inner Management – Gameprojekte sicher im Griff“ (Tobias Frisch / Studio Fizbin)

- 17.10.2020 – „Einführung in Musik- und Sounddesign für Games“ (Julian Colbus / DigiTales)

Säule 3 – Vernetzung & Vermarktung

Vom 31.01. bis 02.02.2020 organisierte die Game Base Saar die Teilnahme am Global Game Jam und stellte den Teilnehmer:innen eine Jam-Site sowie Rundumbetreuung. Im Rahmen dieses weltweiten, jährlich stattfindenden Events können Entwickler:innen innerhalb eines Wochenendes ein Spiel zu einem Thema entwickeln, das zum Start des Events bekannt gegeben wird. Weltweit wurden bei diesem Event mehr als 9.000 Spiele programmiert. Das Saarland leistete seinen Beitrag mit gleich zwei Videospiele, die in dieser Zeit komplett vor Ort erstellt wurden.

Ein weiterer Schritt zur Vernetzung der Szene wurde durch den von der Game Base Saar organisierten Community-Tag anlässlich der GamesCom geleistet. Da die GamesCom 2020 zum ersten Mal komplett digital stattfand, konnten am 31.08.2020 alle Bundesländer in einem Livestream jeweils eine Stunde lang ihre Gameslandschaft vorstellen. Die Game Base Saar bot Interessierten hierzu an, den ganzen Tag eine Übertragung des Livestreams in den Räumen der LMS zu besuchen. Zur Präsentation des Saarlandes von 18.30 Uhr bis 19.30 Uhr waren auch Vertreter:innen von Politik und Presse anwesend, um sich mit den Spieleentwickler:innen vor Ort auszutauschen und zu vernetzen.



fördern•bilden•vernetzen



Gamescomtag im Zylinder. ©Game Base Saar



Screenshot der Masterclass mit Jörg Friedrich (2.v.o.)
©Game Base Saar

DIGITALISIERUNG



Im gemeinsamen Verbund der Medienanstalten wurden im Jahr 2020 erneut die Digitalisierungsberichte Audio und Video veröffentlicht. Sie geben einen aktuellen Einblick in die Entwicklung und Trends der Audio- und Videonutzung und analysieren die jüngsten Entwicklungen der Branchen:

Auch 2020 nahm die Digitalisierung der Rundfunkversorgung weiter zu. Im Bereich des Hörfunks war dies unter anderem an der „Netto-Digitalisierungsquote“ zu erkennen. Sie stieg im Jahr 2020 auf 63%: Fast zwei Drittel der deutschen Bevölkerung empfangen über alle Gerätegruppen hinweg Radio digital. Das entsprach einem Zuwachs von 5% gegenüber dem Vorjahr. Die Ergebnisse des Audioberichts der Medienanstalten belegten auch das starke Wachstum von DAB+ im Vergleich zur letzten Erhebung 2019 - mehr als ein Viertel der Menschen in Deutschland hatten 2020 Zugang zu einem Empfangsgerät mit dem digitalen terrestrischen Standard. Die Digitalradiopflicht für neu zugelassene Automobile und stationäre Radiogeräte mit Display ab Dezember 2020 sowie der Sendestart des zweiten nationalen Multiplex im Oktober 2020 trugen zur Verbreitung der digitalen Radioübertragung bei. Auch die zunehmende IP- und Webradionutzung lenkte die Hörfunkübertragung immer weiter in Richtung digital. UKW nahm

hingegen 2020 deutlich ab, mit 5% weniger Radioempfang als im Vorjahr. Online-Audioangebote wie Hörbücher, Podcasts und Musikstreaming-Dienste konnten im Jahr 2020 im Vergleich zum vorangegangenen Jahr ihren Nutzerkreis deutlich ausweiten.

Die LMS unterstützt den Prozess der Digitalisierung des Hörfunks von Beginn an. Die Bescheide über die Verlängerung der Zuweisung von Übertragungskapazitäten auf dem 1. bundesweiten DAB+ Multiplex wurden 2020 erneut ausgestellt – ein Verfahren, das die LMS für die Gesamtheit der Landesmedienanstalten betreute. Damit konnte Rechts- und Planungssicherheit bis ins Jahr 2031 für die privaten Pioniere des Digitalradios in Deutschland geschaffen werden.

Auch im Bereich Video zeigte der Digitalisierungsbericht 2020 der Medienanstalten weiterhin Wandlung. Die Corona-Pandemie hat zu einem Hoch der Fernseh- und Videonutzung geführt. Nach wie vor dominierten 2020 in den deutschen TV-Haushalten die Empfangswege Kabel und Satellit. Die Zahl der TV-Haushalte, die ihr TV-Programm über IP-basierte Netze bezogen, legte im Trend weiter zu. Videokonsum fand 2020 nicht nur am Fernseher, PC oder Laptop statt, sondern jederzeit und überall auf einer Vielzahl von Devices. Dennoch nahm der Fernseher für den größten Teil der Bevölkerung nach wie vor die zentrale Rolle ein. 94% der Bevölkerung hatten 2020 Zugang zu einem TV-Gerät mit klassischem Empfang und 58% der Personen ab 14 Jahren in Deutschland nannten den TV-Bildschirm als wichtigstes Gerät zur Videonutzung. Damit wurde der rückläufige Trend der letzten Jahre gestoppt. Dies muss allerdings vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie betrachtet werden. Auch Internetvideo-Anbieter:innen konnten von dem veränderten Nutzungsverhalten während der Corona-Beschränkungen profitieren. So konnte sich 2020 Disney+ neu und erfolgreich auf dem dritten Platz hinter Netflix und Amazon Prime positionieren.

Nach der vollständigen Digitalisierung der TV-Übertragungswege im Jahr 2019 lag der Fokus 2020 auf dem Wechsel zur reinen HDTV-Übertragung. Die Digitalisierung ist Grundvoraussetzung für den Empfang von HDTV, da die hohe Bildauflösung nur digital übertragen werden kann. Pläne öffentlich-rechtlicher Sender, Anfang 2021 die SD-Abschaltung durchzuführen, wurden aufgrund der Corona-Pandemie vorerst zurückgenommen. Neben der Haushaltsausstattung mit HDTV-Geräten stieg auch die Anzahl der Sender, die in hochauflösender Qualität zu empfangen sind, kontinuierlich. In mehr als vier von fünf TV-Haushalten war 2020 mindestens ein HDTV-

Gerät zu finden, das entspricht einem Zuwachs von 1,5% gegenüber dem Vorjahr 2019. Die Ausstattung mit HDTV-Geräten ist somit mittlerweile für die meisten Haushalte 2020 der Standard. Und auch der HD-Empfang machte einen deutlichen Sprung nach vorne mit 6% im Vergleich zu 2019.

VIDEO Digitalisierungsbericht



AUDIO Digitalisierungsbericht



FORSCHUNG: DATEN, FAKTEN UND ENTWICKLUNGEN

Medien- und Programmforschung leisten für die Landesmedienanstalten einen wichtigen Beitrag zur Bewertung der Medienlandschaft und Medieninhalte. Die LMS beteiligt sich im Rahmen der Zusammenarbeit regelmäßig an der Vergabe von gemeinsamen Gutachten und Forschungsprojekten. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die kontinuierliche Digitalisierungsforschung im Bewegtbild- und Audio-Angebot (vgl. S.22).

Medienvielfaltsmonitor

Die Medienmärkte sind seit Jahren tiefgreifenden strukturellen Veränderungen unterworfen, die mit der voranschreitenden Konvergenz zusammenhängen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, Medienvielfalt und Konzentrationen von Meinungsmacht konvergent, d.h. vor allem gattungsübergreifend zu beschreiben und zu analysieren.

Die Landesmedienanstalten haben hierfür 2014 das Projekt Medienvielfaltsmonitor gestartet. Die gattungsübergreifende Beobachtung der in Deutschland vorherrschenden Strukturen der Rundfunk- und Medienlandschaft soll Transparenz schaffen hinsichtlich der Verteilung (medialer) Meinungsmacht.

Der Medienvielfaltsmonitor bietet eine Lösung zur Messung von Meinungsmacht und Medienvielfalt in Deutschland. Er bricht mit der nicht mehr zeitgemäßen fernsehzentrierten Perspektive, bietet einen empirisch fundierten Ansatz und wird den Realitäten einer zunehmend konvergenten Medienwelt damit gerecht. Die Sicherung von Medienvielfalt ist elementar für demokratisch verfasste Gesellschaften. Nicht nur, aber besonders in Krisenzeiten wie der Corona-Pandemie. Der Bevölkerung muss es möglich sein, sich unabhängig und umfassend zu informieren; ein vielfältiger

öffentlicher Diskurs ist Voraussetzung für die individuelle Meinungsbildung zu gesellschaftlich relevanten Themen. Es ist deswegen Aufgabe des Gesetzgebers, eine Medienordnung vorzugeben, anhand derer Maßnahmen zum Schutz publizistischer Vielfalt getroffen werden können. Dies gilt umso mehr in einer konvergenten Medienumgebung, in der sich die Nutzung von Inhalten zunehmend diversifiziert und teilweise auf den Onlinebereich verlagert.

Die Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors 2020 zeigen, dass insgesamt die informierende Mediennutzung ansteigt. Ein Grund dürfte hier die Corona-Pandemie mit einem erhöhten Informationsbedürfnis der Bevölkerung sein.

Die aktuellen Ergebnisse werden unter www.medienvielfaltsmonitor.de in interaktiven Schaubildern bereitgestellt.

Mediengewichtungsstudie

Die Mediengewichtungsstudie der Landesmedienanstalten ermittelt auf Grundlage einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung das Gewicht der Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen, Zeitschriften und Internet für die Meinungsbildung der Bevölkerung. Zu diesem Zweck werden die Tagesreichweiten erhoben, die auf informative Zwecke entfallen, sowie die subjektive Wichtigkeit der einzelnen Mediengattungen als Informationsquelle zum Zeitgeschehen.

Die Mediengewichtungsstudie ist wesentlicher Bestandteil des Medienvielfaltsmonitors. Auf ihrer Grundlage werden halbjährlich die Gattungsgewichte zur Berechnung des Medienvielfaltsmonitors ermittelt.

Kernbefunde der Erhebung 2020:

- Der Rundfunk liegt bei der informierenden Tagesreichweite an der Spitze. Mehr als jeder Zweite (57 %) informiert sich täglich im Fernsehen über das (nationale und internationale) Zeitgeschehen, 48 % nutzen hierfür täglich das Radio.
- TV und Internet haben das höchste Meinungsbildungsgewicht, wenn die subjektive Relevanzzuschreibung als wichtigstes Informationsmedium mitberücksichtigt wird. Das Meinungsbildungsgewicht des Internets steigt seit Jahren kontinuierlich an.
- Radio und Internet dominieren die Informationsnutzung im Lokalen noch vor den Tageszeitungen. Gut jeder Dritte informiert sich täglich im Radio und/oder Internet zum lokalen Zeitgeschehen.
- Das größte Meinungsbildungsgewicht im Lokalen kommt den Tageszeitungen zu. Trotz kontinuierlich rückläufiger Nutzungszahlen, erfahren Tageszeitungen eine besonders hohe subjektive Relevanzzuschreibung. Das Internet liegt knapp dahinter auf Platz zwei, Radio folgt an dritter Stelle.
- Die unter 29-Jährigen unterscheiden sich stark vom Rest der Bevölkerung, sowohl in ihrer Mediennutzung als auch in Ihrer Relevanzzuschreibung. Das Meinungsbildungsgewicht des Internets liegt in dieser Gruppe fast doppelt so hoch wie das des Rundfunks insgesamt.

Die Ergebnisse 2020 können unter <https://www.die-medienanstalten.de/themen/forschung/mediengewichtungsstudie> abgerufen werden.

GVK-Gutachten „Typen von Desinformation und Misinformation“

Die Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen in digitalen, insbesondere sozialen Medien beschäftigt die Gesellschaft und natürlich auch die Landesmedienanstalten bereits seit einiger Zeit. Dem Thema Desinformation wird in der öffentlichen und politischen Diskussion seit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie zunehmende Bedeutung zuerkannt. Häufig wird der Desinformation in diesem Zusammenhang ein demokratieschädigendes Potenzial beigemessen, wobei Bedeutung, Umfang und Wirkungszusammenhänge des Phänomens insbesondere seit dem Brexit-Referendum und den US-Präsidentenwahlen 2016 Gegenstand vertiefter empirischer Analyse wie ethischer und normativer Reflexion sind. Präventive Aspekte der Sensibilisierung spielen hierbei ebenso eine Rolle wie Fragen einer Aufsichts-, Kontroll- und Sanktionsmöglichkeit.

Doch wie lassen sich einzelne Phänomene der Desinformation kategorisieren und wie begegnet man falschen und bewusst irreführenden Informationen im Netz? Die Landesmedienanstalten stellten im Gutachten „Typen von Desinformation und Misinformation“ eine kommunikationswissenschaftliche Systematisierung der Begrifflichkeiten sowie konkrete rechtswissenschaftliche Handlungsempfehlungen vor. Das Gutachten entwickelt eine Matrix zur Abbildung der sieben dominierenden Ausprägungen von Desinformation und deren Risiken für Gesellschaft und Demokratie. Damit Plattformen und Intermediäre im Kampf gegen Desinformation die Vielfalt der Meinung berücksichtigen und damit das gesellschaftliche Meinungsspektrum abgebildet wird, empfehlen die Gutachter die Schaffung klarer gesetzlicher Rahmenbindungen und Voraussetzungen zum Einsatz präventiver oder repressiver Instrumente.

Das Gutachten wurde erstellt von Dr. Judith Möller, Assistant Professor Faculty of Social and Behavioural Sciences, Universität Amsterdam, Dr. Frederik Ferreau, Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht, Universität Köln, und Dr. Michael Hameleers, Researcher Faculty of Social and Behavioural Sciences, Universität Amsterdam und steht unter www.die-medienanstalten.de als PDF-Dokument kostenfrei zum Download zur Verfügung.

Reichweitenanalyse Hörfunk

Die Reichweitenanalyse Hörfunk (Media Analyse MA) erhebt in zwei Befragungswellen pro Jahr die Hörerzahlen der Radio-Programme. Die MA-Zahlen bilden eine wichtige Grundlage für die Berechnung der Werbepreise und sind somit von zentraler Bedeutung für die Refinanzierung privater Radioveranstalter:innen. Seit 2013 werden mit Unterstützung der LMS im Saarland statt regulär 1.500 insgesamt über 2.000 Personen zu ihrer Radionutzung befragt. Hierdurch werden kleinere Radioanbieter:innen genauer erfasst und es sollen starke Schwankungen zwischen den einzelnen Erhebungen vermieden werden. Die wesentlichen Ergebnisse werden durch die Sender und in der Presse veröffentlicht.

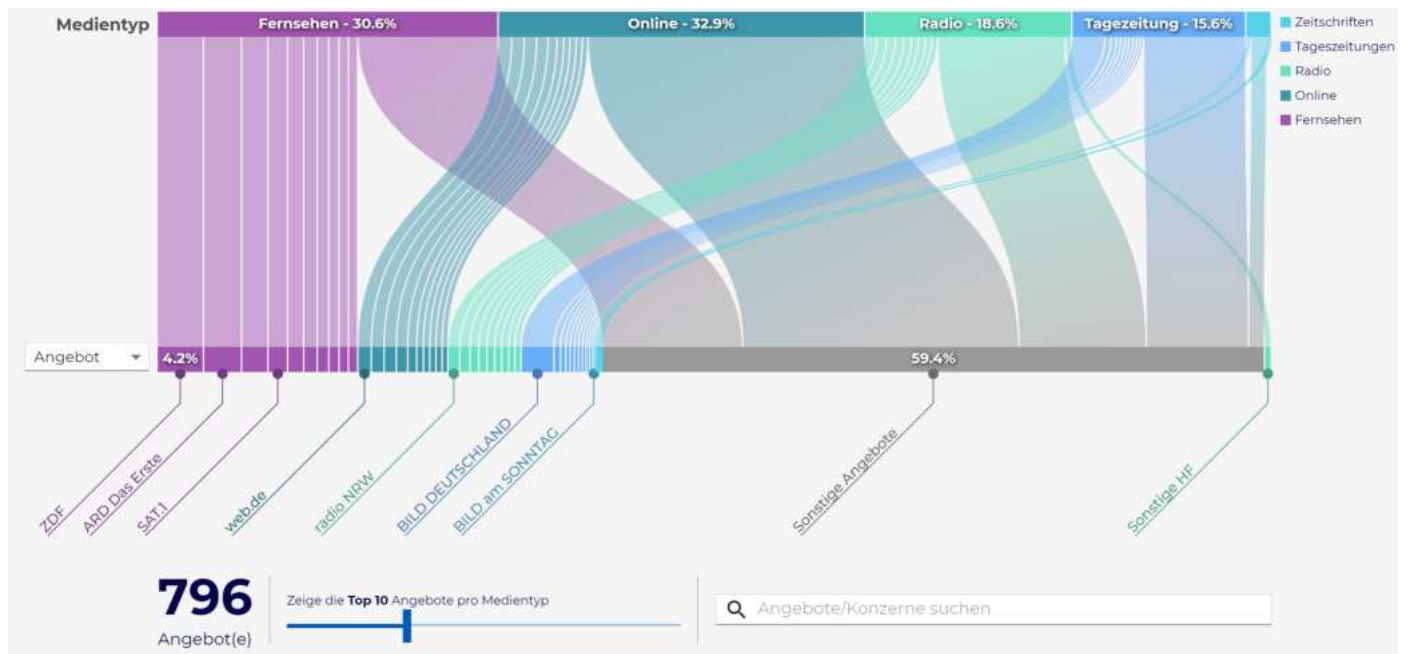
Programmanalyse saarländischer Radiosender

Alle zwei Jahre wird eine Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme hinsichtlich ihrer Programmstruktur und Programminhalte, Aspekte der Programmqualität, ihrer Programmprofile und der Positionierung der Sender zueinander durchgeführt. Die Programm-

analyse 2020 belegte erneut die Stärken des Hörfunks bei Aktualität und Regionalität der Inhalte und damit als Medium mit hoher Identifikation zu Region und Menschen. Die Ergebnisse unterstreichen zudem die Bedeutung des privaten Hörfunk-Angebots im Saarland – insbesondere auch im intermedialen Vergleich. Insbesondere in der Corona Pandemie trat zu Tage, dass lokale Informationen an Bedeutung gewonnen haben. Mit den Hörfunkangeboten der privaten regionalen Veranstalter:innen im Saarland ist es gelungen, den besonderen Bedarf nach aktuellen, lokalen Nachrichten Rechnung zu tragen, unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen und zudem ein breites Unterhaltungs- und Musikspektrum abzudecken.

Die Ergebnisse der Programmanalyse bilden eine wichtige Grundlage zur Beurteilung der Medienvielfalt, sie erlauben aber auch den Veranstalter:innen selbst einen unabhängigen Blick auf das eigene Programm.

Die Ergebnisse der Programmanalyse 2020 sowie der vergangenen Jahre können unter www.lmsaar.de/service/reden-vortraege/ abgerufen werden.



Quelle: die medienanstalten

VERANSTALTUNGEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Webkonferenzen

Die Einschränkungen durch die Corona-Pandemie nahm die LMS als Chance, neue Veranstaltungsformate zu entwickeln, die Vernetzung und Austausch auch digital ermöglichen. Statt großer Veranstaltungen vor Ort initiierte die LMS Webkonferenzen, die online übertragen wurden und auf Facebook und YouTube als Live-Stream zu sehen waren. Teilnehmer:innen konnten sich aktiv beteiligen und mit den Sprecher:innen in Austausch treten.

Menschen aus ganz Deutschland nahmen an der dreistündigen Webkonferenz „Weibliche Rollenbilder, KI und Social Media – Herausforderungen für Medienethik und Recht“ teil und haben live mitverfolgt, wie komplex Frausein in der medialen Welt heutzutage sein kann. Sie nutzten die Gelegenheit, sich mit namhaften Expert:innen aus den Bereichen Forschung, Ethik und Recht sowie Influencer:innen und prominenten Frauen persönlich auszutauschen (vgl. S. 19).

Impulse für eine faire digitale Gesellschaft gab die interaktive Webkonferenz „Meinung-Macht-Medien“ im Rahmen der bundesweiten Aktionstage Netzpolitik & Demokratie. Mit diesem Angebot bot die LMS gemeinsam mit der Landes-

zentrale für politische Bildung ein Forum, um sich über die Themen Demokratie, Meinungsbildung und Digitalisierung auszutauschen (vgl. S. 25).

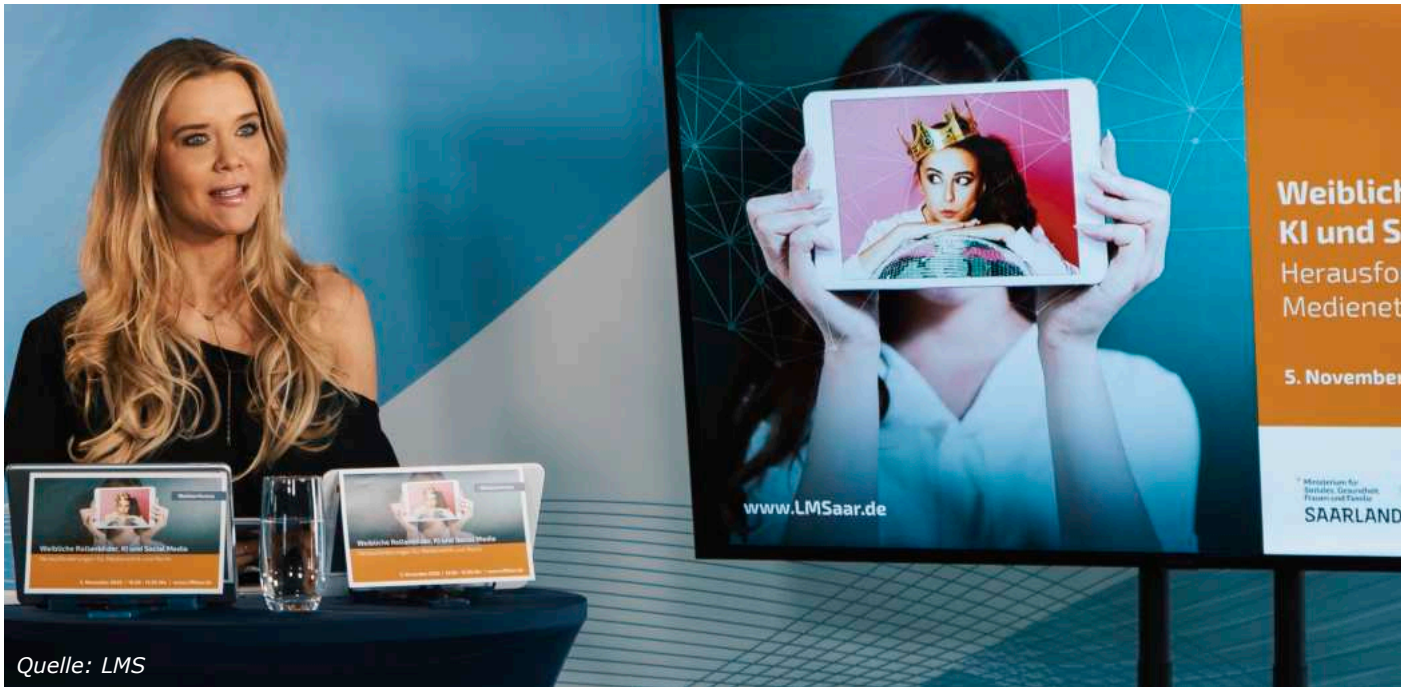
Safer Internet Day 2020

Anlässlich des [Safer Internet Day 2020](#) stellten die LMS und die Arbeitskammer des Saarlandes gemeinsam mit Ammar Alkassar, Bevollmächtigter des Saarlandes für Innovation und Strategie, die Frage „Digitalisierung und Sicherheit – ein Widerspruch?“. An sechs weiteren Aktionstagen klärte die Kampagne „Internet: mit Sicherheit“ im ganzen Land Saarländer:innen über potentielle Gefahren im Internet auf (vgl. S. 24).

Darüber hinaus hat die LMS zahlreiche Fortbildungen, Workshops und Seminare für unterschiedliche Zielgruppen ihres [MedienKompetenzZentrums](#) angeboten. Das interaktive Live-Format „Online Elternabend: Medienwelt heute – digitale Medien im Familienalltag“ informierte Eltern über die Themen Streaming, Bildschirmzeiten und Messenger in Familie, Schule und Alltag.



Quelle: LMS



Quelle: LMS



Quelle: LMS

Saarbrücker Medienimpulse

Ausschnitte aus Veranstaltungen, Statements und Interviews zu Themen aus der Medienwelt werden regelmäßig im Portal Saarbrücker Medienimpulse veröffentlicht: www.medien-impulse.de.

Die LMS und ihre Projekte sind außerdem auf Facebook, Twitter, Instagram und YouTube präsent, wo laufend über aktuelle Entwicklungen und Neues aus der Medienwelt informiert wird.

Programmbeschwerde.de

Im Jahr 2020 verzeichnete das Portal www.programmbeschwerde.de ein Rekordjahr, über 2.600 Meldungen gingen ein. Dies ist ein Zuwachs von 25% zum Vorjahr. Die Zahlen spiegeln die gestiegene Sensibilität für Qualität in den Medien und das Bedürfnis nach Information wieder. Aufgrund der Corona-Krise wurden sich viele Bürger:innen der Notwendigkeit gut recherchierter Informationen bewusst. Das Portal bietet neben dem Beschwerdetool auch übersichtlich aufbereitete Informationen zu Regulierung und Aufsicht.

Förderung des Medien- und Filmstandortes

Seit 1999 führt die LMS die Geschäfte der Saarland Medien GmbH, die gemeinsam von Saarland und LMS gegründet wurde. Schwerpunkte bilden u. a. die Förderung von Filmproduktionen sowie die institutionelle Förderung von kommunalen Kinos und Festivals. Die Saarland Medien betreut zudem den Location und den Production Guide Großregion.

2018 übernahm die Gesellschaft zudem die saarländische Gamesförderung, Game Base Saar.

Im Dezember 2020 wurden zum dritten Mal saarländische Spieleentwickler:innen beim Game Award Saar ausgezeichnet. Außerdem fand die Preisverleihung der Projektförderung durch die Saarland Medien GmbH statt.

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



Folgende Projekte wurden 2020
im Einzelnen betreut:



Onlinerland Saar als die größte
saarländische Internet-
qualifizierungsinitiative.



Die **Virtuellen**
Mehrgenerationenhäuser.



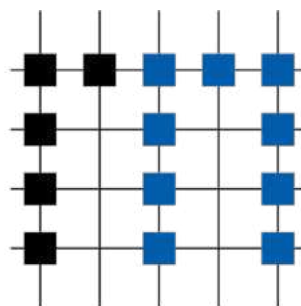
Die Initiative **#DoppelEinhorn**
für Demokratie und Meinungs-
freiheit.



Die virtuelle Landesausstellung
Das ERBE on Tour – zu 250
Jahren Bergbaugeschichte.



Das Projekt **Media & Me –**
Backstage bei Medienberufen,
das dem Mediennachwuchs in
der Großregion eine struktu-
rierte, grenzüberschreitende
Berufsorientierung anbietet.



MEDIENNETZWERK
RÉSEAU MÉDIAS
SAAR I LOR I LUX



IMPRESSUM

Landesmedienanstalt Saarland (LMS)

Anstalt des Öffentlichen Rechts
Nell-Breuning-Allee 6
66115 Saarbrücken

Telefon: 0681/38988-12
Telefax: 0681/38988-20
E-Mail: info@LMSaar.de
Internet: www.LMSaar.de

V.i.S.d.P.: Ruth Meyer

Fotos:

LMS: Titelbild, Seite 5,7,8,19,23,24,25,26,30,
32,33,34,35,36,37,38,39,40,42,43,44,50,51,52,53

Pixabay: Seite 15, 17, 22, 45

Medienanstalten: Seite 12,113,21,46,49

Youtube/ALEX Berlin: Seite 17

Digibits: Seite 27

Landesmedienanstalt Saarland

Nell-Breuning-Allee 6, 66115 Saarbrücken
Telefon: 0681 38988-0
www.LMSaar.de

Folgen Sie uns auf Facebook, Twitter, Instagram und Youtube:

facebook.com/landesmedienanstalt · facebook.com/mkzImsaar ·
twitter.com/LMS_direkt · twitter.com/mkzImsaar · twitter.com/medien_impulse ·
instagram.com/Imsaarland · youtube.com/Imsaar

