Ausgabe 1/2019

30 Jahre LPR

Patron der Privaten

Was hat die LPR, die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, in ihren Anfangsjahren für hitzige Diskussionen geführt: über die Vergabe der allerersten Lizenz, die schließlich an FFH ging; über die Frage, ob RTL II Big Brother ausstrahlen darf, wozu die Medienaufsicht sich letztlich durchrang; über die Zulassung von Offenen Kanälen und den Anspruch, die vielen Sendeminuten dort zu kontrollieren. 30 Jahre nach ihrer Gründung sind die Debatten nicht mehr so Aufsehen erregend, die Themen gehen der Behörde mit Sitz in Kassel aber nicht aus.

Heute beschäftigen LPR-Direktor Joachim Becker und den Ende Februar zum Kopf der LPR-Versammlung gewählten Jörg Steinbach, Vize-Vorsitzender des DJV Hessen, medienpolitische Herausforderungen, an die vor drei Jahrzehnten noch nicht zu denken war. Etwa die Mäßigung von Influencern auf YouTube oder die Beschränkung staatlicher Rundfunk-Aktivitäten in audiovisuellen Medien. Becker kann dabei als Mann der ersten Stunde die komplette LPR-Geschichte überblicken, Steinbach als Mitglied des „Parlaments“ immerhin die halbe.

Mit reichlich Bedenkzeit war der Anwalt Joachim Becker der Einladung von Gründungsdirektor Wolfgang Thaenert gefolgt, auf Initiative der Politik hin eine Zulassungsbehörde für den aufblühenden privaten Rundfunk in Hessen zu strukturieren. Wenige Jahre nach dem „medienpolitischen Urknall“ zeichnete sich immer klarer ab, dass der Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern reguliert werden musste. Und in Hessen zeichnete sich dieser Bedarf spätestens ab, als mit der Radio/Tele FFH ein von Verlegern angestoßener Anbieter an den Sendestart gehen wollte, der seit April 1989 bereits die technischen Voraussetzungen vorweisen, aufgrund des komplexen Lizenzierungsverfahrens aber erst Mitte November 1989 die Regler hochschieben konnte. Mit dem für den Sender schmerzlichen Effekt, dass er nicht über den Mauerfall eine Woche zuvor berichten konnte.

Die Trabis, die in diesen Tagen aus Thüringen in Richtung Kassel unterwegs waren, beobachteten Thaenert und sein Jurist Becker inmitten ihrer eigenen Aufbruchphase ungläubig vom Fenster des frisch eingerichteten Büros der LPR am Platz der Deutschen Einheit aus. Als Teil eines gerade mal zehnköpfigen Teams leisteten sie in diesen auch für sie spannenden Wochen Pionierarbeit für den privaten Rundfunk in Hessen. Die zunächst nahezu ausschließlich darin bestand, in komplexen Verfahren und Abstimmungen Lizenzen zu vergeben.

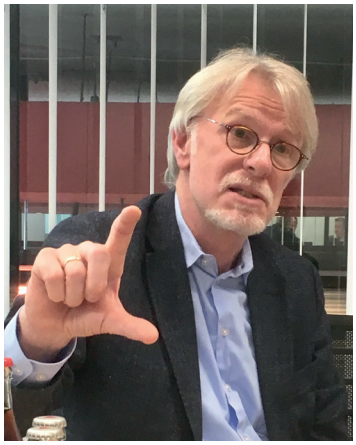
Einen entsprechenden Aufwand verursachte auch die Zulassung von RTL II, was aufgrund staatsvertraglicher Regelung der hessischen Aufsicht oblag, auch wenn der Sender nie seinen Dienstsitz in dem Bundesland hatte. Auch weil mit RTL bereits ein Vollprogramm zugelassen worden war und die LPR eine Medienkonzentration in den Händen weniger Gesellschafter verhindern wollte, zog sich das Verfahren entsprechend in die Länge.

Ein zweites Mal hatte die LPR später ihre liebe Not mit RTL II. Als der Sender zur Jahrtausendwende das Format umstrittene „Big Brother“ ausstrahlen wollte, zählten die Medienwächter aus Kassel zu denjenigen, die massive Bedenken ob der befürchteten voyeuristischen, Persönlichkeitsrechte verletzenden und womöglich jugendgefährdenden Konzeption hatten. Bedenken, die heute locker vom Tisch gewischt würden, im damaligen Zeitgeist aber Kontroversen auslösten. Letztlich wurden die LPR-Oberen von der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM, heute Kommission für Zulassung und Aufsicht, ZAK) überstimmt. Eine Niederlage, die Becker im Rückblick verschmerzen kann.

Fernsehen zum Selbermachen: In vier Regionalstudios der Offenen Kanäle, die die LPR in Eigenregie betreibt, produzieren Bürger eigene Beiträge. *Foto: LPR*

Die LPR ist aber weit mehr als Lizenzverwalterin. Zu den Aushängeschildern ihres Auftrags zur Förderung von Medienpädagogik und -kompetenz gehört die Betreuung der vier Offenen Kanäle in Gießen, Fulda, Offenbach und Kassel. Im Gegensatz zu allen anderen Bundesländern (außer Bremen) behält Hessen diese Versuchslabore in eigener Hand, führt diese Kanäle mit allein 19 Positionen im Stellenplan in Eigenregie und hat diese Aufgabe nicht eingetragenen Vereinen übertragen. Darüber hinaus entwickelt und baut sie medienpädagogische Projekte aus, etwa die - auch als App verfügbare - Mediathek Hessen, eine Online-Plattform mit Zugriff auf in Hessen produzierte Sendungen (mit den Programmen der Offenen Kanäle im Livestream), den Preis „Media Surfer“, der kreativen jungen Mediemachern verliehen wird oder der „SchoolMediaDay“, an dem sich Schüler aus ganz Deutschland einmal jährlich in Hessen treffen, um mit professioneller Unterstützung Videos zu drehen, Audios aufzunehmen oder zu bloggen.

Auf diesen Wegen will Becker (62) auch die Kontakte zur nächsten Journalistengeneration pflegen, die auf ihren Plattformen unterwegs ist. „Mit Beanstandungen und Bußgeldern kommen wir da nicht weit“, ist er sich bewusst. Auch wenn die Medienanstalt bei Grenzüberschreitungen wie hate speech oder Cybermobbing durchgreift. Aber bevor es so weit kommt, sollen die vielfältigen Medienkompetenz-Ansätze der LPR greifen. Auf neudeutsch: Die LPR will als Influencerin die Community auf Medienethik verpflichten.



Seit fünf Jahren LPR-Direktor: Joachim Becker. Foto: A. Lang

Abstrakte Erfolgserlebnisse hat sie aber nicht nur, wenn sie die Sprachkultur, Wertevermittlung und Qualitätsjournalismus in privaten Produktionen fördert. Ganz praktisch ist aus manchem Pionier, der sich zunächst in einem Offenen Kanal versucht hat, bereits ein angesehener Redakteur geworden, etwa beim hr, bei der HNA oder bei rheinmain.tv, ein weiterer Sender unter LPR-Aufsicht.

Und was nimmt sich Becker, der Gründungsdirektor Thaenert 2014 an der Spitze abgelöst hat, für die nächste Dekade vor? „Wir müssen wachsam bleiben“, fordert er auf. „Und keinen Konflikt scheuen, um die Pressefreiheit zu schützen und Qualitätsjournalismus zu fördern.“ Auch nicht mit einer Landesregierung, wenn diese Pläne verfolgen sollte, audiovisuelle Medien für ausufernde staatliche Aktivitäten zu nutzen, etwa mit exklusiven Livestreams eines Parlament-TV. Auf Bundesebene sieht Becker so manches Mal die Grenzlinie bereits tangiert, etwa mit den Akquise-Videos der Bundeswehr auf YouTube. Und auch die Aktivitäten von Staatstheatern oder Orchesterkörpern beim Umfang der Ausstrahlung von Aufführungen oder Konzerten behält Becker mit seinen Kollegen im Auge.

Groß gefeiert wird der 30. LPR-Geburtstag nicht; schließlich ist das kein klassisches Jubiläum. Aber das zehnte LPR-Forum Medienzukunft soll erneut einen wissenschaftlichen Rahmen abgeben, um den Fokus auf die Medienanstalt und ihren Stellenwert zu richten. Thema der zehnten Auflage am 4. April wird der „Homo Digitalis: entgrenzt, optimiert, ersetzbar“ sein.

Das letzte Adjektiv trifft auf die LPR jedenfalls nicht zu. Beweise dafür hat sie in den vergangenen drei Jahrzehnten erschöpfend erbracht.

Andreas Lang

LPR – kurz & knapp

Die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) mit Hauptsitz ist 1989 mit Sitz in Kassel gegründet worden. Zunächst war sie primär mit der Zulassung privater Radiostationen und Fernsehsender, darunter Radio FFH, RTL II, rheimaintv oder die Regionalfenster von Sät.1 und RTL befasst. In der zweiten Phase ist diese Aufgabe immer weiter zurückgetreten hinter die Medienaufsicht und Medienpädagogik.
Neben Programmbeobachtung, mit besonderem Fokus auf Jugendschutz, hat sich die LPR mit diversen Projekten und Initiativen auf die Vermittlung von Medienkompetenz konzentriert. In jüngster Zeit widmen sich die Medienwächter verstärkt der Aufsicht über die Qualität und die Rechtmäßigkeit der vielfältigen Publikationen im Internet.

Seit fünf Jahren steht Joachim Becker, der auch schon Gast beim DJV-Ortsverband Fankfurt war, an der Spitze der LPR. 2014 hat er Gründungsdirektor Wolfgang Thaenert abgelöst und ist Chef von Mitarbeitern auf 43 Vollzeitstellen. Fast die Hälfte davon ist in einem der vier Offenen Kanälen im Land beschäftigt, dem Vorzeigeprojekt der LPR. Darüber hinaus betreut sie sieben nichtkommerzielle Radiosender in Marburg, Eschwege, Kassel, Rüsselsheim, Wiesbaden, Frankfurt und Darmstadt.

Die LPR finanziert sich im Wesentlichen aus einem geringen Anteil (1,2 Prozent) der in Hessen erhobenen Rundfunkbeiträge. Der Etat beläuft sich auf jährlich rund 6,6 Millionen Euro. Diesen zu beschließen gehört neben der Medienaufsicht zu den zentralen Aufgaben der LPR-Versammlung, dem obersten Organ der Landesanstalt. Diese hat sich Ende Februar zu ihrer neunten Periode konstituiert. An ihre Spitze hat sie für die kommenden vier Jahre Jörg Steinbach gewählt, der dem Gremium seit 15 Jahren angehört. Der stellvertretende Landesvorsitzende des DJV Hessen war zuvor Vize-Vorsitzender der LPR-Versammlung. Steinbach ist einer von 30 Repräsentanten gesellschaftlicher Gruppierungen in dem Gremium. In drei Gremien (für Programm, Haushalt und Recht) werden die Beschlüsse des regelmäßig alle zwei Monate tagenden Plenums vorbereitet. ***(ala)***

Ausgabe 1/2019

LPR-Versammlung neu konstituiert – Jörg Steinbach an Spitze gewählt

„Jetzt reitet der Sheriff heran“

Die Versammlung der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) hat sich Ende Februar zu ihrer neunten Amtsperiode konstituiert und den stellvertretenden Landesvorsitzenden des DJV Hessen, Jörg Steinbach (60), zu ihrem Vorsitzenden gewählt. Der HNA-Redakteur gehört dem Gremium seit 15 Jahren an und war zuletzt Vize-Vorsitzender der LPR-Versammlung. Wir sprachen mit dem Vorsitzenden des Ortsvereins Kassel über sein Amtsverständnis und die medienpolitischen Herausforderungen inmitten der digitalen Transformation.

„Die Vermittlung von Medienkompetenz wird immer bedeutsamer“, meint Jörg Steinbach, frisch gewählter Vorsitzender der LPR-Versammlung und stellvertretender Landesvorsitzender des DJV Hessen. *Foto: LPR*

Herr Steinbach, das Internet ist für die Arbeit der LPR Hessen eine gewaltige Herausforderung. Es geht nicht mehr bloß um Rundfunk und Fernsehen, sondern um soziale Medien und Influencer. Ist da Aufsicht überhaupt noch möglich?

Unsere Medienwelt zeichnet sich durch ein riesiges Angebot und vielfältige Teilhabemöglichkeiten aus. Doch ist Quantität kein Garant für Qualität! Ich sehe unsere Aufgabe ganz klar auch darin, uns für gesellschaftsverträgliche Inhalte stark zu machen. Jugendschutz, Nutzer- und Verbraucherschutz, solide journalistische Arbeit und ein respektvoller Umgang miteinander sind im klassischen Fernsehen und Radio eine Selbstverständlichkeit. Wir wollen uns dafür einsetzen, diese Werte auch in der Internet-Kommunikation zu stärken und gegen Hass, Böswilligkeit und Hetze vorzugehen.

Ist die kleine hessische Landesanstalt damit nicht heillos überfordert?

Wir können nicht die Welt retten. Wir haben eine kleine, aber klare Stimme. Und immer mehr Menschen erkennen, dass die Wildwest-Methoden der großen Internet-Konzerne gewaltigen Schaden anrichten. Das sehen ja inzwischen auch Gerichte und Datenschutzbehörden und fällen entsprechende Urteile und Entscheidungen. Es macht mich zuversichtlich, dass nach Jahren des Faustrechts des Stärkeren jetzt der Sheriff heranreitet und wieder für etwas mehr Ordnung sorgt. Denn die Entgleisungen in den sozialen Medien, die Stimmungsmache durch Fake News und Social Bots, gefährden unseren gesellschaftlichen Zusammenhalt, unsere Demokratie und unseren Wohlstand.

Wie kann die LPR dazu beitragen, diese Probleme zu lösen?

Wir können nicht die dringend nötigen Aktivitäten von Politikern und Datenschützern übernehmen. Wir arbeiten im Kleinen, genauer gesagt mit den Jüngsten. Die Vermittlung von Medienkompetenz wird in der Arbeit der LPR Hessen immer bedeutender. Das fängt schon im Kindergarten an und geht in der Schulzeit weiter. Wir zeigen und erklären den Kindern, wie sie sich gut und vor allem sicher in der digitalen Welt bewegen. Was im Internet okay ist und was gefährlich, können heute auch viele Eltern, Erzieher und Lehrer nicht mehr so richtig erklären. Wir geben die nötige Hilfestellung.

Unser Ziel sind mündige Mediennutzer, die wissen, was sich gehört, was gut oder schlecht ist. Und die vor allem wissen, was sie wollen und nicht wollen. Aufgeklärten Kunden müssen auch die Internet-Konzerne mit mehr Fairness und Offenheit begegnen, wenn sie weiter im Markt bestehen und Geld verdienen wollen. Dann wären wir einen großen Schritt weiter.

IMPRESSUM:

Herausgeber: *Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband Hessen e. V. | Rheinbahnstraße 3 | 65185 Wiesbaden*
V.i.S.d.P.: *Knud Zilian*
Redaktion: *Andreas Lang (ala)*

Ausgabe 1/2019

Verbandstag 2019

Freitag, den 14. Juni 2019, um 10:30 Uhr, im „Mercure Hotel Wiesbaden City", Bahnhofstr. 10-12, 65185 Wiesbaden

DEUTSCHER JOURNALISTENVERBAND
LANDESVERBAND
HESSEN

TAGESORDNUNG

1. Eröffnung

2. Bestätigung/Wahlen
- a) Tagungspräsidium
- b) Mandatsprüfungs-, Wahl- und Zählkommission

3. Berichte soweit vorliegend schriftlich oder mündlich
- a) Geschäftsführender Vorstand
- b) Schatzmeister
- c) Rechnungs- und Kassenprüfung
- d) Fachgruppen

4. Aussprache
u. a. Grußworte

5. Bericht der Mandatsprüfungskommission

6. Entlastung des Geschäftsführenden Vorstandes

7. Wahlen
- a) Geschäftsführender Vorstand
  - aa) 1. Vorsitz
  - bb) 2. Vorsitz
  - cc) Schatzmeister
  - dd) Schriftführung
  - ee) vier Beisitzer
- b) Rechnungsprüfung
- c) Schiedskommission
- d) Mitglieder Fachausschuss Europa
- e) Delegierte der DJV Verbandstage 2019 und 2020

8. Anträge

9. Verschiedenes

Der Geschäftsführende Vorstand

– Gemeinsames Frühstück von 9:00 bis 10:30 Uhr – **um Anmeldung bis zum 24.5.2019** wird gebeten
– Mittagsimbiss um 13:00 Uhr

DEUTSCHER JOURNALISTENVERBAND
LANDESVERBAND HESSEN
BLICKPUNKT@
JOURNALISMUS IN HESSEN
NEWSLETTER

Siebter Fall des hr-Tatort-Ermittlers Murot

Zwischen Vernunft und Wahnsinn

Das kann der Hessische Rundfunk: Wenn ein Beitrag des Senders zum ARD-Tatort angekündigt wird, dann sind diesem besondere Aufmerksamkeit im Vorfeld und kontroverse Debatten nach der Ausstrahlung sicher. Denn der von Ulrich Tukur nüchtern verkörperte Ermittler Felix Murot ist kein Polizist wie jeder andere. Trotz seiner raren Auftritte in den vergangenen neun Jahren hat er sich einen Ausnahme-Status unter den Tatort-Kommissaren erarbeitet. Exzentrisch, zynisch, eigenbrötlerisch – dieser Sonder-Ermittler des Hessischen Landeskriminalamts aus der Feder von Dietrich Brüggemann hat aus der Traditions-Krimiserie der ARD ein Experimentierfeld gemacht. Auch mit seinem siebten Fall „Murot und das Murmeltier“, das eineinhalb Jahre nach Abschluss der Dreharbeiten Mitte Februar endlich ausgestrahlt worden ist.

Die Programmverantwortlichen sollten es der bescheidenen Einschaltquote (6,88 Millionen) zum Trotz als Bestätigung auffassen, dass kein anderes TV-Programm mehr Zuschauer unter 50 Jahren gefunden hat. Denn so wie dieser hr-Tatort soll, ja muss Fernsehen viel öfter aussehen: unkonventionell, selbstironisch, überraschend und auch ein bisschen anstrengend. Nein, mit dem Anspruch einer stringenten Handlung und dem klassischen Whodunit-Strickmuster klassischer Krimis kann man Murot nicht kommen. Plausibel ist die Handlung in „Murot und das Murmeltier“ nicht, sie reicht schon weit ins Kafkaeske. Aber das macht genau den Reiz dieses Tatorts 2.0 aus: ein bisschen Suspense, ein bisschen Aberwitz und ein Ulrich Tukur, der diese Zumutung ans sanft durch die ARD-Primetime geführte Publikum sparsam dosiert.

Eine Zumutung sind Murots Fälle schon immer gewesen. Mal kommuniziert er mit dem Tumor in seinem Kopf („Das Dorf“), mal versucht er vor hessischer Western-Kulisse, ein wahres Blutbad zu stoppen („Im Schmerz geboren“). Und diesmal dreht er sage und schreibe elfmal eine tödliche Zeitschleife, um im wahrsten Sinne des Wortes zu überleben. Die Komödie „Und täglich grüßt das Murmeltier“ mit Bill Murray lässt grüßen, auch wenn in dieser längst nicht so viel Kugeln in menschliche Körper eindringen. Lustig geht es am Frankfurter Tatort jedenfalls nicht zu. Denn die einzige Chance, die Geiselnahme in einer Bank unblutig zu beenden, besteht darin, dass Murot solange stirbt und mit immer tieferer Detailkenntnis prompt im heimischen Bett aus diesem Albtraum erwacht, bis er die Motive des Täters durchschaut hat und sich mit ihm aus diesem Wahnsinn lotst.

Zu Recht hat dieser Tatort vorigen Herbst als Persiflage an das Überangebot an Krimi-Produktionen den Filmkunstpreis beim Festival des deutschen Films in Ludwigshafen gewonnen und ist für den Deutschen Fernsehkrimipreis nominiert. Er ist so undeutsch-realitätsfremd, er nimmt die hergebrachten Strickmuster des Genres so selbstironisch-subtil aufs Korn, dass er mindestens so sehr Kunst wie Krimi ist. Das trifft naturgemäß nicht den Geschmack jedes Zuschauers, aber er leistet etwas, was dem linearen Programm der Öffentlich-Rechtlichen gut tut: unkonventionelles, innovatives Genre-Fernsehen, die ein populäres Format überzeugend weiterentwickelt. Die Schöpfer von Murot, allen voran Regisseur Dietrich Brüggemann, gehen Folge für Folge ein Risiko ein, und je konsequenter sie dies tun, desto mehr Akzeptanz dürfen sie erwarten. „Tatort, Polizeiruf, Soko, Der Alte, Der Junge - das ist immer dasselbe“, meint ein Nebendarsteller abwinkend. Murot ist anders, ein Querdenker, der unverdrossen zwischen Vernunft und Wahnsinn mäandert und der Zeitschleife schließlich entrinnt – hinein in den beschaulichen Sonnenuntergang am Mainufer.

Murots nächster Fall ist bereits abgedreht. In der hessischen Provinz muss er eine verlassene Polizeistation mit allen Mitteln gegen Eindringlinge verteidigen. Nach dem Gesetz der Serie müsste er dieses Jahr ausgestrahlt werden. Aber bei der ARD weiß man ja nie. Zuviel Experiment, gar zur Primetime, darf es auch nicht sein. Das könnte ja die lieben Stammzuschauer ausgerechnet am heiligen Sonntagabend verschrecken. Auch wenn Murot spätestens beim Abendspaziergang am Main wieder mit dem Stammpublikum versöhnt ist.

(ala)

– Anzeige –

HESSEN

HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

Die **HA Hessen Agentur GmbH** bündelt alle nichtmonetären Aktivitäten der hessischen Wirtschaftsförderung. Sie bildet eine der zentralen organisatorischen Säulen der Wirtschaftsförderung der hessischen Landesregierung.

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir für die Stabsstelle Unternehmenskommunikation, Strategische Projekte und Büro der Geschäftsführung in Vollzeit eine/n

Mitarbeiter (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Aufgabenbereich:

- Erstellen von Berichten, Artikeln, PR-Texten etc. für die On- und Offline-Kommunikationskanäle, Kontaktpflege zu Journalisten und Pressestellen
- Betreuung und Weiterentwicklung der Unternehmens-Websites
- Berichterstattung von Veranstaltungen, insbesondere Social Media-Begleitung inklusive eigenständiger Videoproduktion
- Redaktion und technische Umsetzung von Online-Newslettern
- Beratung sowie Auftragsvergabe und -Kontrolle, laufende Budgetplanung der Stabsstelle

Voraussetzungen:

- Abgeschlossenes fachspezifisches Studium oder vergleichbare Ausbildung im Bereich Online-Journalismus/PR, einschlägiges Volontariat oder vergleichbare Berufspraxis
- Berufserfahrung in dem beschriebenen oder einem vergleichbaren Bereich
- Sehr gute Social Media-Kenntnisse erforderlich
- Sicherheit beim Texten und Aufbereiten von Online-Inhalten
- Sichere EDV-Anwenderkenntnisse (MS-Office) sowie erste einschlägige Erfahrungen mit Adobe Premiere Pro CC oder Final Cut und WordPress erwünscht
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Zuverlässige und eigenständige Arbeitsweise auch bei hohem Arbeitsvolumen
- Hohes Maß an Organisationstalent, Flexibilität und Belastbarkeit
- Diskretion, ausgeprägte Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit

Die Stelle ist in Vollzeit **zunächst** für 2 Jahre befristet eingerichtet. Der Einsatzort ist Wiesbaden. Das Unternehmen behält sich jedoch vor, unter angemessener Abwägung der betrieblichen sowie der persönlichen Belange, den Einsatzort auch an einem anderen Ort festzulegen.

Die Eingruppierung erfolgt je nach Qualifikation und Erfahrung in die Entgeltgruppe 10 der Anlage 1B zum TV-H in ihrer jeweils gültigen Fassung.

Ihre vollständigen und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte per Email (als PDF-Datei) unter der Kennziffer **„Ref_245_MA_Presse_Öffentlichkeitsarbeit“** an **bewerbungenhr@hessen-agentur.de** oder schriftlich bitte mit frankiertem Rückumschlag an HA Hessen Agentur, Human Resources / Verwaltung.

HA Hessen Agentur GmbH
Human Resources und Verwaltung
Konradinerallee 9
65189 Wiesbaden
Besuchen Sie unsere Jobbörse unter www.hessen-agentur.de