

15.02.2012

Antwort

der Landesregierung
auf die Große Anfrage 4
der Fraktion der FDP
Drucksache 15/2500

Unser Medienstandort Nordrhein-Westfalen – Bilanz, Perspektiven und Herausforderungen für eine moderne Ge- sellschaft

Die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien hat die Große Anfra-
ge 4 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit allen Ressorts beantwortet.

Datum des Originals: 14.02.2012/Ausgegeben: 07.03.2012

Die Veröffentlichungen des Landtags Nordrhein-Westfalen sind einzeln gegen eine Schutzgebühr beim Archiv des Landtags Nordrhein-Westfalen, 40002 Düsseldorf, Postfach 10 11 43, Telefon (0211) 884 - 2439, zu beziehen. Der kostenfreie Abruf ist auch möglich über das Internet-Angebot des Landtags Nordrhein-Westfalen unter www.landtag.nrw.de

Vorbemerkung der Großen Anfrage

Nordrhein-Westfalen ist zweifelsfrei einer der nun wichtigsten Medienstandorte Deutschlands. Rund 63.000 Medienunternehmen sind in unserem Land ansässig. Im Jahr 2009 arbeiteten rund 6,5 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in der nordrhein-westfälischen Medien- und Kommunikationsbranche. Dies entspricht etwa 373.000 Arbeitsplätzen. Die Medien- und Kommunikationsbranche ist daher nicht nur im Allgemeinen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Nordrhein-Westfalen, sondern insbesondere auch ein Grundpfeiler für zukunftsorientierte Ausbildung und Beschäftigung in unserem Land.

Medien prägen die Information und Bewusstseinsbildung in unserer Gesellschaft in erheblichem Maße und werden daher nicht selten als vierte Macht im Staate bezeichnet. Umso wichtiger ist es, dass die Medien unabhängig von politischer Einflussnahme informieren und berichten können. Eine Beteiligung politischer Parteien an Medienunternehmen ist daher auch grundsätzlich kritisch zu sehen.

Aufgabe der Politik sollte es deshalb sein, die Rahmenbedingungen für den Standort Nordrhein-Westfalen so zu gestalten, dass die Attraktivität unseres Landes für Medienunternehmen steigt, um auf diese Weise zahlreiche weitere innovative Unternehmensaktivitäten zu befördern, Investitionspotentiale zu erschließen und den Ausbau des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen insgesamt zu beflügeln. Eine solche Entwicklung ist für unser Land von großem Vorteil und bietet neue Chancen für Modernisierungsprozesse insbesondere in strukturschwächeren Regionen. Im Revier ist mit einer Stärkung der Kreativökonomie der Weg hin zur Kulturlandschaft Ruhr bereits erfolgreich eingeschlagen worden; der Weg zur Medienlandschaft sollte in ähnlich erfolgreiche Bahnen gelenkt werden.

Der Ausbau des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen kommt unseren Bürgern nicht nur als Quelle für Wachstum, Beschäftigung und als Wirtschaftsfaktor zugute, sondern auch in der Rolle des Medienkonsumenten: Ein reichhaltiges und qualitätsvolles Angebot an Printmedien gilt es zu erhalten, eine attraktive Programmauswahl im Bereich der audiovisuellen Medien zu sichern und das Ausbaupotential im Bereich neuer Medien und Dienste auszuerschöpfen. Von der Angebotsbreite und -tiefe bei Medien und Technologien sowie vom flächendeckenden Vorhandensein pluraler Angebote des Qualitätsjournalismus hängt in wesentlichem Umfang auch die Lebensqualität in unserem Lande ab. Dies gilt auch für die landesweite Verfügbarkeit schneller Internetanschlüsse (zum Breitbandausbau siehe auch LT-DS 15/2375).

Wesentliche Schritte zur Modernisierung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen sind in der letzten Legislaturperiode von der schwarz-gelben Landesregierung bereits unternommen worden: Am 25. Mai 2007 hat der Landtag eine Novelle des Landesmediengesetzes verabschiedet, die entscheidend zur Qualitätsverbesserung des Bürgerfunks und zur Stärkung der Medienkompetenz bei Schülern und Jugendlichen beiträgt. Ferner sind Maßnahmen zur Revitalisierung der Medienlandschaft beschlossen worden, um die Ertragskraft der Medienunternehmen zu stabilisieren und eine breitere crossmediale Aufstellung zu ermöglichen. Diese Anstrengungen müssen weiterverfolgt werden.

Als zukünftige Herausforderung gilt es insbesondere, allen Menschen den Zugang zur Medienvielfalt zu ermöglichen und auf diesem Wege Wissensvermittlung wie allgemeine Teilhabe sicherzustellen. Nordrhein-Westfalen kann sich weder gesellschaftlich noch ökonomisch einen Digital Divide als Kluft zwischen versierten Mediennutzern und Unkundigen erlauben. Die Stärken eines umfassenden medialen Angebotes für alle Bevölkerungsteile nutzbar zu machen, kann nur gelingen, wenn die Vielfalt der in unserem Land angebotenen Medien gesichert und die Medienkompetenz aller Bürger hinreichend gefördert und verbessert wird.

Herausforderungen einer dynamischen Medienlandschaft im Wandel stellen sich insbesondere in den nachfolgend identifizierten Kontextfeldern.

I. Herausforderungen für den privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Gerade im Bereich von Hörfunk und Fernsehen hat sich neben dem Westdeutschen Rundfunk (im Folgenden: WDR) als größter Sendeanstalt innerhalb der ARD und einer der größten öffentlich-rechtlichen Sender Europas in den letzten Jahren auch eine Vielzahl überregionaler privater Rundfunksender angesiedelt. Von dieser großen Angebotsvielfalt profitieren nicht nur die Rundfunkkonsumenten, sondern auch Wirtschaft und Arbeitsmarkt in Nordrhein-Westfalen. So arbeiten rund 28 Prozent der deutschlandweit im Bereich der audiovisuellen Medien (im Folgenden: AV-Medien) beschäftigten Arbeitnehmer in unserem Land. Damit liegt Nordrhein-Westfalen bundesweit an der Spitze in diesem Arbeitsmarktsektor. Auch im Bereich der Werbe- und Kommunikationsbranche belegt der Arbeitnehmeranteil in Nordrhein-Westfalen einen Spitzenplatz gegenüber den anderen Bundesländern. Das zeigt deutlich, wie wichtig der Erhalt eines leistungsfähigen und zukunftssicheren Rundfunksystems für Nordrhein-Westfalen ist. Das duale System aus privaten wie öffentlich-rechtlichen Angeboten bildet dafür eine verlässliche Grundlage.

Ein solches duales System kann aber nur ausgewogen funktionieren, wenn der Wettbewerb unter den Rundfunkanstalten und -unternehmen nicht künstlich verzerrt wird. Private Rundfunkanbieter sind maßgeblich auf die Finanzierung ihrer Programme durch die Ausstrahlung von Werbung angewiesen. Ohne diese Werbeeinnahmen wäre privater Rundfunk kaum denkbar. Eine die Medienproduktion finanzierende Werbung stellt damit eine der tragenden Säulen für den Fortbestand der Angebotsvielfalt dar.

Dagegen ist die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu Recht staatlich garantiert: Er erhält jährlich über siebeneinhalb Milliarden Euro an Gebühren zur Bereitstellung einer qualitativ hochwertigen und unabhängigen Information der Bürger. Durch zunehmende Selbstkommerzialisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die Ausweitung des öffentlich-rechtlichen Programms auf diverse Spartenkanäle und damit die zunehmende Generierung von zusätzlichen Einnahmen durch Werbeschaltungen entwickeln sich die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zu einer ungleichen Konkurrenz für die privaten Sender (siehe LT-DS 15/1919).

Es erscheint Kritikern dieser Entwicklung mitunter immer wieder so, als ginge mit dieser Entwicklung auch ein Qualitätsverlust des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einher. Diese Sorge hat kürzlich auch erst eine größere anonyme Gruppe kritischer Journalisten innerhalb des WDR in selbsterstellten Publikationen artikuliert. Einem denkbaren Verlust an Qualitätsjournalismus ist entschieden entgegenzusteuern (vergleiche LT-DS 15/217). Ein von kommerziellen Geldgebern unabhängiges, werbefreies öffentlich-rechtliches Programm wäre daher auch ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal. Ein solches werbefreies Programm stärkt die Glaubwürdigkeit eines neutralen, objektiven und unabhängigen Rundfunkanbieters. Das wäre nicht nur gut im Sinne eines fairen Wettbewerbs und für die Angebotsvielfalt in unserem Land, sondern ebenso im Interesse des Verbrauchers, der dann mehr Unabhängigkeit und Qualität für seine Gebührenentrichtung erwarten darf. Diesen bereits seit längerem von der FDP-Landtagsfraktion artikulierten Vorschlägen (siehe auch LT-DS 15/1320) hat sich unlängst auch die Landesregierung beim Medienforum 2011 angeschlossen.

Auch das herkömmliche Gebührenmodell, über das sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk derzeit noch finanziert, ist mit der zunehmenden Verbreitung neuer Medien nicht mehr zeitgemäß. Der bestehende Gerätebezug als Zahlungsverpflichtung führt zu Ungerechtigkeiten bei der Veranlagung und einem unnötig hohen bürokratischen Erhebungsaufwand. Dieser

Befund ist beim aktuell im parlamentarischen Beratungsverfahren befindlichen Rundfunkänderungsstaatsvertrag durchaus in die Überlegungen mit einbezogen worden. Der Rückzug vom geräteabhängigen Gebührenmodell ist deshalb auch grundsätzlich zu begrüßen. Dennoch wird das im Staatsvertrag nun von der Ministerpräsidentenkonferenz vorgeschlagene wohnungs- und betriebsstättenabhängige Modell einer Medienabgabe wohl leider nicht den seinerzeit erhofften Erfolg mit sich bringen, für mehr Beitragsgerechtigkeit und Beitragsakzeptanz sowie für erkennbar weniger Erhebungsbürokratie mit all ihren datenschutzrechtlichen Problemen und ungerechtfertigte Doppelveranlagung zu sorgen. Zentral sind die Kritikpunkte im Bereich der gerechten Gebührenbemessung bei Privatpersonen, und auch die künftigen Mehrbelastungen von Unternehmen sind ebensowenig hinnehmbar wie die deutlichen Kollisionen mit dem Datenschutzrecht. Die FDP-Landtagsfraktion hat hier mit ihrer personenbezogenen Medienabgabe ein verbessertes geräte- und standortunabhängiges Modell vorgeschlagen. Mit diesem einfachen, niedrigen und gerechten Flatrate-Modell würden insbesondere sachlich nicht gerechtfertigte Mehrfachbelastungen für Zweitwohnsitze oder gewerblich mitgenutzte Fahrzeuge von Selbständigen ausgeschlossen werden, die der Beitragsgerechtigkeit entschieden entgegenstehen (siehe auch LT-DS 15/219).

Gerade die faktischen Auswirkungen der beabsichtigten Rundfunkgebührenreform sind vor dem Abschluss der Beratungen über den Rundfunkgebührenstaatsvertrag zu hinterfragen, um negative wie ungewollte Auswirkungen auf das Rundfunksystem und die Bürger Nordrhein-Westfalens bereits im Vorfeld abwenden zu können (vergleiche auch LT-DS 15/1321 sowie LT-DS 15/2255).

II. Herausforderungen für Printmedien und die Zeitungslandschaft

Nordrhein-Westfalen weist eine vielfältige Zeitungslandschaft auf, die auch einen entscheidenden Beitrag zur qualitativ hochwertigen Versorgung der Bürger mit unabhängigen Informationen leistet. Im Jahr 2008 belief sich die Zahl der Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen auf insgesamt 40, die Zahl der herausgegebenen Zeitungstitel auf 42. Hier findet der Leser nicht nur überregionale Berichterstattung, sondern auch zuverlässige regionale und lokale Nachrichten, die nicht minder wichtig für die Menschen vor Ort sind, und die den Eingang in andere Medienberichterstattungen wie die im Fernsehen aber gerade aufgrund ihrer rein ortsspezifischen Bedeutung oft nicht finden. Diese regionalen Zeitungen und andere Printmedien sehen sich in Zeiten zusätzlicher neuer Medien und schnellerer Informationsverbreitungswege großen Herausforderungen ausgesetzt. Politik muss daher die Rahmenbedingungen schaffen, erhalten und verbessern, um dieses qualitativ hochwertige Informationsangebot auch für die Zukunft zu sichern.

Hier gilt es, auch in der EU die rechtlichen Voraussetzungen insbesondere für den Pressegroßhandel zu sichern, denn dieser hat sich im Sinne der Pressevielfalt über Jahrzehnte durchaus bewährt. Kartellrechtliche Auflagen und Verlagsbindungen sind so zu gestalten, dass im bestehenden Vertriebssystem die plurale Verbreitung der Angebotsvielfalt gesichert und ein bezahlbarer Vertriebsweg auch für kleinere regionale Zeitungsverlage erhalten bleibt.

Die Nachrichtenagentur dpa hat soeben unter Berufung auf die Veröffentlichung der Media-Analyse Presse am 27. Juli 2011 gemeldet, dass Tageszeitungen deutschlandweit im vergangenen Jahr rund eine Million Leser verloren haben. Demnach lesen derzeit über 48 Millionen Einwohner (rund 68 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab dem Alter von 14 Jahren) täglich eine Zeitung. Vor einem Jahr sind dies noch über 49 Millionen Menschen (70 Prozent) gewesen. Datenbasis bildet eine Erhebung des Mediennutzungsverhaltens für Printtitel bei knapp 140.000 Bürgern. Der Befragung zufolge nimmt die Lektüre regionaler

Abozeitungen überproportional ab, während überregionale Titel und die Wirtschaftspresse tendenziell Zuwächse erreichen konnten. Die abnehmende Verbreitung von Printerzeugnissen wird unter anderem mit einer Verlagerung der Zeitungslektüre ins Internet begründet.

Zeitungsverlage suchen derzeit nach Wegen, ihre journalistischen Inhalte verstärkt digital zu verbreiten und dafür eine angemessene Honorierung zu erfahren. Apps für Tablet-PCs und Smartphones könnten vielleicht die Zukunft der Zeitungen im Internet sein. Das Ziel der Apps liegt auf der Hand: Onlineangebote von Zeitungen sollen nach dem Willen der Verleger wieder kostenpflichtig werden. Der Geburtsfehler des Internets aus Sicht der Verlagshäuser ist es gewesen, dass alles kostenlos ist. Das wird bei den Tabloids durch Apps schon heute oft anders gemacht, und Leser sind zunehmend bereit, für gute Angebote auch zu zahlen.

Vor dem Hintergrund großer Umbrüche bei Tageszeitungen und Restrukturierungen bei Verlagen ist es zwingend erforderlich, wieder einen aktuellen und detaillierten Überblick über den Bestand und die Entwicklungsperspektiven des Zeitungsmarktes und der sonstigen Printmedienlandschaft in Nordrhein-Westfalen zu erhalten. Hieraus können sich unter Umständen wertvolle Erkenntnisse für weitere erforderliche Maßnahmen und politische Entscheidungen zur Sicherung auch dezentraler Informationsvielfalt und Meinungsbildung ergeben.

III. Herausforderungen durch und für das Internet

Die Entwicklungen im Internet und im Bereich der neuen Telekommunikationsmedien insgesamt können erfreulicherweise als einer der Hauptinnovationsmotoren in Deutschland und in Nordrhein-Westfalen angesehen werden. Jedoch müssen technische und rechtliche Aspekte frühzeitiger als bisher mit dieser Entwicklung sachgerecht zusammengeführt werden, um dem technologischen Fortschritt angemessen Rechnung zu tragen und Irritationen sowie inkohärente rechtliche Regelungen zu vermeiden und damit insbesondere der Abwägung zwischen dem Schutz vor rechtswidrigen Inhalten und dem individuellen Recht auf Informationsfreiheit wie auch dem Datenschutz gerecht zu werden. Ein aktuelles Beispiel solcher rechtlichen Fehlleitungen ist die nun wieder ausgebrochene Diskussion um die Netzsperrungen, die auch der Entwurf des Glücksspieländerungsstaatsvertrags in § 9 Absatz 1 Nr. 5 GlüStV-E enthält. Im Landtag von Nordrhein-Westfalen wäre eine fraktionsübergreifende Einigkeit dahingehend wünschenswert, dass Internetsperrungen unwirksam sowie unverhältnismäßig sind und daher auch kein taugliches Mittel zur Bekämpfung unerwünschter Inhalte im Internet darstellen. Für verbotene Inhalte sollte das Gebot „Löschen statt Sperren“ weiterhin Vorrang haben.

Der aktuelle Entwurf des § 9 Absatz 1 Nr. 5 GlüStV-E geht sogar noch über die Möglichkeit reiner Sperrverfügungen hinaus, indem er die Überwachung ganzer Datenpakete möglich macht. Selbst für ein DNS-Sperrverfahren würde das Wissen um einen Kommunikationsvorgang mit einem verbotenen Onlineanbieter völlig ausreichen, und eine Kontrolle der Datenpakete wäre nicht nötig. Die aktuellen Formulierungen lassen darauf schließen, dass durch die weitergehende Regelung des vorliegenden Entwurfes eine sogenannte „Deep Packet Inspection“ (DPI) vorbereitet werden soll, wobei Zugangsanbieter verpflichtet wären, sämtliche Kommunikationsvorgänge innerhalb ihrer Netze zu kontrollieren und nach illegalen Anbietern zu suchen. Ein solch weitergehendes Überwachungs- und Kontrollsystem ist mit dem Grundsatz „Löschen statt Sperren“ offenkundig nicht zu vereinbaren. Es ist nicht verhältnismäßig und läuft den hochrangigen Datenschutzrechten der Bürger zuwider.

Allein der Grundsatz der Löschung rechtswidriger Inhalte kann nicht für sich alleine stehen. Begleitend sind in diesem Zusammenhang auch Maßnahmen zur effektiven Verfolgung von

Straftaten im Internet notwendig. So stellen sich hier Fragen nach der Verbesserung der Ausstattung der Polizei und dem Ausbau der Zusammenarbeit zwischen den national zuständigen Behörden sowie der in diesem Zusammenhang notwendigen und wichtigen internationalen Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern.

Individuelle Persönlichkeitsrechte können darüber hinaus erheblich unter Cybermobbing leiden. In immer größerem Umfang werden Privatpersonen von unbekannter Seite im Internet verunglimpft. Für die Opfer wird das Internet zum digitalen Pranger, an den sie mit oft wahrheitswidrigen üblen Nachreden durch ihre Täter im Schutze der Anonymität des Internets gestellt werden. Hier gilt es, die Bürgerrechte virtuell gequälter Menschen zu stärken, die sich derlei Attacken oft hilflos ausgesetzt sehen. Gerade unter Jugendlichen ist Web Gossip ein enormes Problem für Betroffene und deren Familien.

IV. Herausforderungen durch sprunghafte Verbreitung sozialer Netzwerke

Gerade vor diesem Hintergrund ist auch eine genauere Betrachtung der Bedeutungs- und Wirkweisen sogenannter sozialer Netzwerke von entscheidender Bedeutung, die aktuell die Diskussion im Medienbereich beherrschen. Die Bedeutung sozialer Netzwerke im Internet für das Alltags-, Berufs- und Freizeitleben der nordrhein-westfälischen Bevölkerung hat in den vergangenen Jahren stets zugenommen. Stammt der Begriff des „Social Network“ ursprünglich aus dem Bereich der Soziologie, in der er die Beziehungsgeflechte zwischen Individuen untereinander oder zwischen Individuen und Gruppen bezeichnet, hat er sich zwischenzeitlich als Sammelbegriff für solche Plattformen und Angebote im Internet herausgebildet, auf denen Nutzer unter Anlage eines eigenen Profils untereinander Interessen austauschen, Kontakte pflegen und sich in vielfältiger Weise sowohl beruflich als auch privat vernetzen können.

Das gegenwärtig wohl mitgliederstärkste Netzwerk dieser Art firmiert unter der Bezeichnung Facebook und verfügt weltweit über geschätzte ca. 600 Millionen Mitglieder.¹ Weiterhin sind die Angebote MySpace, Studi- und SchülerVZ und Wer-Kennt-Wen auf der Ebene des vorrangig privaten Austauschs sowie Xing, LinkedIn, Lokalisten.de und Spin.de auf der Ebene der vorrangig zum beruflichen Austausch genutzten Netzwerke zu nennen. Weitere soziale Netzwerke sind außerdem in der Entstehung begriffen. Hier ist seit kurzem der neue Dienst Google+² hervorzuheben, der sich möglicherweise als Konkurrenz zum Angebot von Facebook entwickeln könnte.

Neben den vorgenannten Anbietern bestehen zahlreiche weitere und neue Typen sozialer Netzwerke. In diesem Zusammenhang ist etwa Groupon zu nennen, das auf dem Gutschein- und Rabattprinzip basiert: Das Unternehmen bietet täglich in wechselnden Städten und Regionen Rabatte auf den Erwerb bestimmter Produkte vielfach im örtlichen Einzelhandel an, soweit sich eine hinreichende Zahl von Kaufinteressenten findet. Gelingt der Kauf, erwirtschaftet Groupon eine Provision. FourSquare ist ein standortbezogenes soziales Netzwerk, bei dem der Nutzer über ein Mobiltelefon oder ein anderes mobiles Gerät eine Standortmeldung abgibt, die er mit anderen Nutzern teilt. Für besonders häufige Standortmitteilungen erhält der Nutzer netzwerkinterne Belohnungen wie etwa „Abzeichen“. Der Zweck des Netzwerks soll darin bestehen, aufgesuchte Orte zu bewerten und so dem Freundeskreis persönliche Anhaltspunkte und Entscheidungshilfen zur Verfügung zu stellen. Bei Twitter wiederum handelt es sich nicht um ein soziales Netzwerk im engeren Sinne, sondern eher um eine Art Kurznachrichtendienst. Nutzer können ebenso wie über die Statusmeldungen bei Facebook

¹ vgl. auch http://www.spiegel.de/thema/soziale_netzwerke/

² siehe dazu auch <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,772656,00.html>

kurze Botschaften mit einer Textlänge von bis zu 140 Zeichen veröffentlichen, die der Kreis Interessierter (hier „Follower“ genannt) aktiv und gleichsam in Echtzeit verfolgen kann. Die soziale Komponente des Dienstes ergibt sich daraus, dass „Tweet“ und „Gegentweet“ (also Kommentare zu den Mitteilungen anderer Nutzer) möglich sind.

Branchenriese Facebook ist ursprünglich im Jahr 2004 als Netzwerk für die Mitglieder bestimmter US-amerikanischer Hochschulen gegründet worden und hat sich 2006 für alle Personen ab einem Alter von 13 Jahren geöffnet. Seit 2007 bietet die Plattform außerdem externen Entwicklern die Möglichkeit, nach Erteilung entsprechender Zustimmungen durch die Nutzer auf deren Nutzerdaten zuzugreifen und diesen spezifische eigene Angebote zu unterbreiten. Diese bestehen gegenwärtig häufig in Onlinespielen, bei denen die Nutzer ein spielinternes Netzwerk ihrer Facebook-Freunde aufbauen, um bestimmte Spielergebnisse erzielen zu können. Prominente Vertreter dieser Spielmodelle sind das vom ebenfalls US-amerikanischen Anbieter Zynga vertriebene „Mafia Wars“ oder die ebenfalls von diesem Hersteller stammenden Anwendungen „Farmville“ und „Cityville“. Die Öffnung der eigenen Plattform für Drittanbieter wird zu einem wesentlichen Teil für den Erfolg von Facebook verantwortlich gehalten; eine mangelnde Öffnung soll unter anderem etwa Grund für das Scheitern des Konkurrenznetzwerks „MySpace“ gewesen sein.³

Die Einbeziehung von Drittanbietern bedingt, dass gerade im Umfeld von Facebook ein Wirtschaftszweig von ganz erheblichem Gewicht entstanden ist. Der erst 2007 gegründete Drittanbieter Zynga beschäftigt inzwischen 1.300 Arbeitnehmer und erzielte 2010 einen Jahresumsatz von rund 850 Millionen USD.⁴ Konzepte der Drittanbieter sind häufig darauf ausgerichtet, kostenlos Zugang zu bestimmten, über das soziale Netzwerk vermittelten Spielen wie etwa „Mafia Wars“ bereitzustellen und innerhalb der Spieleanwendung Umsätze zu erzielen, etwa indem eine spielinterne Währung zum Kauf angeboten wird („Godfather Points“), die dem Spieler ein rascheres Fortkommen innerhalb des Spiels ermöglicht. Nahezu alle in Facebook oder in andere soziale Netzwerke integrierte Spieleplattformen funktionieren nach diesem Muster.

Soziale Netzwerke verändern ferner die Art und Weise, in der die Bevölkerung denkt und handelt. Vielfältige Aufgaben, die zu früherer Zeit noch mit einem gewissen teils auch körperlichen Aufwand verbunden waren, sind nunmehr problemlos über das Internet und die sozialen Netzwerke zu lösen – seien es Verabredungen, die Suche nach Angeboten aller Art, aber auch und gerade die politische Betätigung. Dies bedingt zum einen die Gefahr einer zunehmend oberflächlicheren Betrachtungsweise vieler Dinge – etwa indem man sich bei Facebook unter Benutzung des sogenannten Like-Buttons („gefällt mir“) als „Fan“ einer Person, Sache oder eines Unternehmens zu erkennen gibt, ohne sich jedoch inhaltlich tatsächlich mit dieser Person oder Sache auseinandergesetzt zu haben. Zum anderen ermöglicht es aber auch eine aktivere politische Mitwirkung und Mitgestaltung durch die Bündelung von Einzelinteressen und die Begründung zahlenmäßig starker Interessengruppen, die ohne entsprechende Plattformen gar nicht erst entstanden wären. Insofern wird sich künftig voraussichtlich auch die Art und Weise verändern, wie alltägliche Demokratie praktiziert und gelebt wird. Das erkennbare Verlangen vieler Bürger nach zukünftig stärkeren direktdemokratischen Beteiligungsmöglichkeiten dürfte unter dem Stichwort „digitale Demokratie“ allerdings davon profitieren.

Social Networks finden auch in der nordrhein-westfälischen Bevölkerung weite Verbreitung, verfügen über zahlreiche Anknüpfungspunkte und unterliegen unterschiedlichen Nutzungsaspekten. Ein in den Nachrichtenmedien häufig zitierter Bereich ist dabei derjenige der rein

³ vgl. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,771283,00.html>

⁴ Angaben gemäß <http://de.wikipedia.org/wiki/zynga>

privaten Nutzung. So können Nutzer auf Facebook etwa Statusmeldungen über ihre momentanen Tätigkeiten einstellen, sich zu Treffen oder Veranstaltungen verabreden, Bilder von sich oder von Veranstaltungen und Treffen mit anderen hochladen und neuerdings sogar ihren geographischen Aufenthaltsort unter Nutzung etwa eines GPS-fähigen Mobiltelefons mitteilen – ein Angebot übrigens, das auch andere Plattformen wie beispielsweise FourSquare anbieten.

Diese eigentlich beabsichtigte Privatnutzung sozialer Netzwerke hat jüngst zu einer gewissen Aufmerksamkeit der bundesweiten Öffentlichkeit geführt, nachdem eine Hamburger Schülerin namens Thessa durch eine versehentlich veröffentlichte Geburtstageinladung mehrere tausend vorwiegend junge Menschen ungewollt zu ihrer Heimatadresse lotste. Seitdem werden regelmäßig weitere Fälle aus vielen Städten und Gemeinden unseres Landes bekannt, bei denen diese neue Veranstaltungseinladungsfunktion zum Zwecke der Durchführung spontaner Großveranstaltungen im öffentlichen Raum benutzt wird. Oftmals gibt es für diese sogenannten Facebook-Partys keinen verantwortlichen Leiter. Im politischen Raum ist daher vereinzelt ein Verbot derartiger Veranstaltungen gefordert worden. Eine solche Betrachtungsweise verkennt jedoch, dass es im Zuge der Durchführung traditioneller Großveranstaltungen wie etwa bei Demonstrationen oder Fußballspielen auch immer wieder zu nicht erwünschten Nebenfolgen wie etwa Gewaltausübung durch einzelne Beteiligte kommt, ohne dass daraus eine allgemeine Unzulässigkeit solcher Veranstaltungen abgeleitet wird (und für Demonstrationen mit Blick auf die verfassungsrechtlich garantierte Versammlungsfreiheit ohnehin nicht in Betracht käme).

Im beruflichen und wirtschaftlichen Rahmen bieten die Netzwerke wiederum die Möglichkeit, eigene Tätigkeitsprofile oder einen Lebenslauf online zu stellen, um damit berufliche Kontakte zu knüpfen oder Aufstiegschancen zu intensivieren. Gelegentlich werden die Netzwerke auch bereits als berufliche Tätigkeitsfelder in dem Sinne genutzt, dass gezielt Werbung für den Absatz eigener Produkte und Dienstleistungen über sie abgewickelt wird. Die Tendenz ist steigend. Auch Unternehmen nutzen die Netzwerke gerne für eigene Zwecke: Nach einer Studie der Beratung McKinsey aus dem Jahre 2011 nutzen 40 Prozent der Unternehmen weltweit soziale Netzwerke; 38 Prozent sollen ein eigenes Blog betreiben. Teilweise werden auch eigene Facebookgruppen unterhalten, die viele Unternehmen dazu nutzen, Informationen bereitzustellen, denen kein allgemeiner, wohl aber ein spezifischer Nachrichtenwert für Kunden und Mitarbeiter zukommt.⁵

Auch im politischen Raum gewinnen diese Netzwerke zunehmend an Bedeutung. Da sich über sie Zusammenkünfte aller Art vergleichsweise problemlos organisieren lassen und die Zahl der hypothetisch erreichbaren Nutzer sehr viel größer ist als bei anderen Aufrufen oder Einladungswegen, eignen sich die Plattformen hervorragend für die Organisation politischer Demonstrationen oder Kampagnen. In repressiven Gesellschaften nahmen sie dabei eine herausgehobene Form bei der Strukturierung und Organisation oppositionellen Protests ein. Ebenso werden die Plattformen in demokratisch verfassten Gemeinwesen gerne von Mitgliedern politischer Parteien genutzt, um einen möglichst persönlichen Kontakt zur Bevölkerung herzustellen oder jedenfalls den Anschein eines solchen Kontakts zu vermitteln.

Kritisch zu betrachten bei der stetig weiter wachsenden Angebots- und Funktionspalette der Netzwerke ist jedoch deren zunehmender Zugriff auf Datenbestände aller Art, gleichwohl, ob diese von Individuen oder Organisationen stammen. Das in der Bundesrepublik Deutschland verfassungsrechtlich verbürgte Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung wird durch die Massierung der Nutzerdaten in den Händen Privater mit neuen Herausforderungen konfrontiert, die es historisch betrachtet in dieser Form noch nicht gegeben hat: Nicht der dem

⁵ siehe dazu auch <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/0,1518,772598,00.html>

Staat und seinen Institutionen gegenüber entblößte Bürger, sondern der sich auf der einen Seite durch das Einstellen immer neuer personenbezogener Informationen gegenüber beliebigen Dritten selbst entblößende Bürger und andererseits durch Einräumung der Nutzungsrechte an hochgeladenen oder veröffentlichten Daten gegenüber den Netzbetreibern „gläsern“ darstellende Mensch gerät zum neuen Kernproblem der Informationsgesellschaft.

Hinzu tritt, dass viele Netzwerke im Ausland ansässig sind und diese die Profile ihrer Mitglieder im Rahmen der Standardeinstellungen der Plattform möglichst breiten Kreisen Dritter zugänglich machen – seien es private Statusmeldungen, der eigene Aufenthaltsort oder neuerdings sogar die Gesichtserkennung auf hochgeladenem Bildmaterial. In diesen Bereichen gilt es nicht nur, die Bürger für die Gefahren zu unbedachter Datenverwendung auf den Plattformen zu sensibilisieren, sondern darüber hinaus auch möglicherweise staatliche Regeln zu finden, die geeignet sind, das schutzwürdige Interesse des einzelnen an den ihn betreffenden Daten zu wahren.

Kehrseite der Social Networks sind jedoch nicht nur mögliche Eingriffe in das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, sondern auch in die Informationsfreiheit in ihrem Gehalt, sich frei und ungehindert aus allgemein zugänglichen Quellen zu informieren. Soziale Netzwerke werden nicht nur als Nachrichtenmedien für das Verhalten einzelner Privatpersonen, sondern zunehmend auch als Unterrichtsinstrumente für Unternehmen und Beteiligte des politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens bedeutsam. Der Dienst Twitter, mit dessen Hilfe Meldungen und Mitteilungen bestimmter Emittenten abonniert werden können, bildet ein derartiges Beispiel. So kam es etwa im Zuge von Landtagswahlen im Jahre 2008 zur vorzeitigen Verbreitung sogenannter Exit-Polls, also der Ergebnisse des tatsächlichen Abstimmungsverhaltens durch Befragungen am Wahltag vor Wahllokalen. Dasselbe ist der Fall gewesen im Zuge der Wahl des seinerzeitigen Bundespräsidenten Prof. Horst Köhler, bei der ein Mitglied der Bundesversammlung die Abstimmungsergebnisse bereits vor deren offizieller Feststellung twitterte. Soziale Netzwerke haben nach Auffassung des Internet-Mitbegründers Tim Berners-Lee die Funktion, Informationen in sich aufzunehmen und dadurch eine Art abgeschlossenen Informationspool gleich einer Insel zu bilden, von dem sonstige Informationen zunehmend abgetrennt werden.⁶

Dies bedingt auf Dauer und bei weiterem Wachstum dieser Netzwerke eine Tendenz zur Begründung von Informationsmonopolen. Bei Netzwerken wie Facebook tritt außerdem hinzu, dass diese Darstellungsalgorithmen verwenden, die auf der Basis des bisherigen Nutzerverhaltens bestimmte Nutzerpräferenzen analysieren und dem Nutzer im weiteren zeitlichen Verlauf nur noch solche Meldungen und Inhalte anzeigen, die dem mathematisch ermittelten vermeintlichen Nutzerinteresse entsprechen. Treffend hat dieses Phänomen etwa Konrad Lischka in seinem Spiegel Online-Artikel „Vorgefiltertes Web – Die ganze Welt ist meiner Meinung“ vom 11. März 2011 beschrieben⁷: *„Es ist eine schleichende, unheimliche Veränderung: Bei Facebook, Google oder Amazon entscheidet Software, was der Nutzer zu sehen bekommt und was nicht. Nur wenigen ist bewusst, wie stark Algorithmen inzwischen unser Bild von der Wirklichkeit bestimmen – was nicht passt, schluckt der Filter.“* Hierdurch besteht folglich die Gefahr einer zunehmenden Einengung des Informationsflusses und der Informationsverfügbarkeit.

Risiken treffen die Nutzer sozialer Netzwerke aber auch vor dem Hintergrund der Internetkriminalität. Gerade Facebook wurde in jüngerer Zeit vermehrt Opfer diverser Attacken, die vielfach mit kriminellem Hintergrund in Gewinnerzielungsabsicht ausgeführt werden. So senden Schadprogramme im Namen von Nutzern Aufforderungen, bestimmte Seiten zu besu-

⁶ Näheres unter <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,730259,00.html>

⁷ siehe vollständig bei <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,750111,00.html>

chen oder einen JavaScript-Code in die Adresszeile des Browsers einzugeben. Folgt der Nutzer der Aufforderung, verbreitet er im harmlosesten Fall die Schadsoftware nur weiter. Diese versendet dann im Namen seines Nutzerprofils Einladungen zu vermeintlichen Veranstaltungen, betätigt eigenständig den „Gefällt mir“-Button oder fordert zur Installation von Anwendungen auf. Auf diese Art und Weise gelingt es Kriminellen vielfach, sich das Vertrauen des Nutzers zu erschleichen: Dieser schenkt eher einer vermeintlichen Nachricht eines guten Freundes Aufmerksamkeit als dubiosen Aufforderungen von unbekanntem Dritten. Im schlimmsten Falle gelingt den Verantwortlichen der Schadsoftware dann auf diese Weise ein sogenannter Identitätsdiebstahl, indem sämtliche vom Nutzer hinterlegten Daten zugänglich sind und auf vielfältige Weise missbräuchlich verwendet werden können.

Neben den Inhalten und Funktionsweisen der sozialen Netzwerke spielt überdies auch die zum Zugriff auf diese verwendete Hardware eine nicht zu unterschätzende Rolle. Der rasante technische Fortschritt hat gerade in jüngster Vergangenheit eine zunehmende Entkopplung der Internetnutzung von standortfesten Geräten bedingt. Mittelfristig dürfte eine weitgehende Verlagerung des Internetverkehrs auf mobile Geräte aller Art wie Tablet-Computer oder Smartphones stattfinden. Die jederzeitige Onlineverfügbarkeit wirkt sich auch auf das Nutzerverhalten beim Umgang mit sozialen Netzwerken aus. Für Tablets und Smartphones bieten viele Anbieter sozialer Netzwerke eigene Zusatzsoftware (in Mobilterminologie „Apps“ genannt) an, die den Zugang zum Netzwerk auch unterwegs ermöglichen soll. Die meisten mobilen Geräte sind ferner bereits gegenwärtig GPS-fähig und vermögen daher ihren Standort über Satellitenunterstützung zu bestimmen. Die standortunabhängige, breite Verfügbarkeit der sozialen Netze animiert deren Nutzer daher zunehmend, auch unterwegs und von nahezu überall aus Statusmeldungen abzugeben, Tweets oder Bilder zu veröffentlichen oder den jeweiligen eigenen Standort mitzuteilen. Diese Situation bewirkt eine weitere Intensivierung der Anbindung des Nutzers an das Netzwerk. Sie erscheint aber auch dazu geeignet, die Risiken der Nutzung weiter zu erhöhen.

Viele Eigentümer von Smartphones oder anderer mobiler Endgeräte messen der Gerätesicherheit in ihrem Bewusstsein bisher nicht die gleiche Bedeutung bei wie der Sicherheit eines ortsfesten Computers: Updates werden nicht oder nur selten durchgeführt, Schutz gegen Viren oder Schadsoftware ist nicht oder nur lückenhaft vorhanden. Hieraus entsteht ein Einfallstor für Angreifer aller Art, die sich den Daten oder möglicherweise gar der Identität des Nutzers bemächtigen wollen. Darüber hinaus nutzen auch manche Anbieter sozialer Netzwerke selbst die Schwachstellen der mobilen Endgeräte beziehungsweise des Verhaltens von deren Nutzern aus: So brachte Facebook Ende Juni 2011 eine App für das Smartphone-Betriebssystem Android heraus, die sich von vorneherein (wenn der Nutzer sie denn funktionsfähig installieren wollte) den Zugriff auf dessen im Gerät gespeichertes Telefonbuch und dessen Kurzmitteilungen samt Inhalt verschafft. Die Anwendung wäre sogar berechtigt gewesen, im Namen des Telefonnutzers von dessen Rufnummer aus eigenmächtig Kurznachrichten zu versenden. Die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte potenziert damit nicht nur die Möglichkeiten im Zugriff auf Kommunikationstechnik, sondern gerade auch das spezifische Nutzerverhalten im Umgang mit sozialen Netzwerken ruft neue Risiken hervor.

V. Herausforderungen für die Vermittlung verbesserter Medienkompetenz

Informations- und Kommunikationstechnologien spielen bereits heute in allen Lebensbereichen eine entscheidende Rolle, die stetig weiter anwächst. In diesem Zusammenhang wird der verantwortliche Umgang mit Medien in einer modernen Gesellschaft immer wichtiger. In einer freiheitlichen demokratischen Gesellschaft, die durch eine große Vielfalt von Informationsquellen gekennzeichnet ist, gehört hier vor allem auch der selbstbestimmte Umgang mit diesen Informationen dazu, so dass die Medienkompetenz zu einer Schlüsselqualifikation für

alle Lebensbereiche geworden ist. Nur so ist eine volle gesellschaftliche wie politische Teilhabe in unserer modernen Informationsgesellschaft möglich.

Insbesondere müssen hier neben Schulen, Kindertagesstätten, Jugendprojekten und elterlichem Umfeld auch die Bibliotheken als Orte der außerschulischen und altersunabhängigen Bildung in den Blick genommen werden. Der Einsatz der schwarz-gelben Landesregierung für die Stärkung der Bibliothekenlandschaft in Nordrhein-Westfalen hat Früchte getragen. Insgesamt hat der Landtag Nordrhein-Westfalen den Haushaltsansatz seit 2005 von 734.800 Euro bis zum Jahre 2010 um mehr als das Vierfache auf 3,2 Millionen Euro erhöht und dies ist ein deutliches Zeichen in die richtige Richtung und ein Wegweiser dahin, die Bibliothekenlandschaft in Nordrhein-Westfalen auf die zukünftigen Anforderungen an eine moderne Bildungs- und Wissensgesellschaft auszurichten. Seit den achtziger Jahren sind entsprechende Haushaltstitel zuvor leider immer weiter abgebaut worden, so dass die Bibliotheken in Existenz und Fortbestand bereits erheblich bedroht gewesen sind. Globalisierung und technischer Fortschritt können und müssen Einzug in die bibliothekarische Arbeit halten, um den Ansprüchen moderner Bürger an einen zeitgemäßen Service und ein zeitgemäßes Angebot gerecht zu werden.

Der Staat hat im Rahmen seines Bildungsauftrags vielfältige Möglichkeiten, gute Voraussetzungen für den breiten Erwerb von Medienkompetenz für alle Altersgruppen und Bevölkerungsteile zu schaffen. Ziel aller Angebote sollte immer der selbstbestimmte, unabhängige, verantwortungsbewusste Umgang mit den unterschiedlichen Medien sein, um eine Fremdbestimmung und Manipulation des Nutzers und Verbrauchers unbedingt zu verhindern.

VI. Methodische Vorbemerkung

Ziel dieser Großen Anfrage ist es, umfangreiche aktuelle Daten und fundiertes Arbeitsmaterial zu generieren, um auf dieser Debattengrundlage einen breiten parlamentarischen Diskurs über die zukünftigen Herausforderungen unserer Mediengesellschaft zu führen. Diese Debatte lohnt sich aufgrund der Betroffenheit aller Bevölkerungsgruppen auch weit über fachliche Zielgruppen hinaus mit der allgemeinen Öffentlichkeit. Viele der angesprochenen Fragestellungen zur Weiterentwicklung unserer Informationsgesellschaft berühren relevante Felder landespolitischer Gestaltungsverantwortung in Nordrhein-Westfalen.

Den Fragestellern ist dabei bewusst, dass zu Recht nicht in allen Fragen unserer Mediengesellschaft eine unmittelbare staatliche Handlungsbefugnis besteht. Letztere wäre auch ausdrücklich für die bedeutsame individuelle Eigenverantwortung in einer freien, pluralistischen Gesellschaft gar nicht wünschenswert. Dennoch gebietet es die politische Verantwortung, den richtigen Rechtsrahmen für Informationsvielfalt, informationelle Selbstbestimmung und Rechtssicherheit für Mediennutzer seitens der Landespolitik zu setzen. So sorgt beispielsweise die Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dafür, dass der Landtag Einzelfragen des dortigen Programmangebotes den zuständigen fachlichen Aufsichtsgremien überlässt, als Entscheidungsorgan über den staatsvertraglichen Rundfunkauftrag aber dennoch die allgemeine Entwicklung im Blick behält und als Entscheidungsgrundlage für zukünftige Ausgestaltungen bewertet. An diesem Beispiel wird das Spannungsverhältnis zwischen größtmöglicher Freiheit einerseits und landespolitischer Verantwortung andererseits gut deutlich, dass es in jedem Einzelfall sachgerecht neu zu justieren gilt.

Die Fragesteller bitten die Landesregierung daher, in dem für vergleichbare breit angelegte Große Anfragen auch in früheren Legislaturperioden üblichen hohen Bearbeitungsaufwand und Rechercheumfang eine in qualitativer und quantitativer Hinsicht umfassende und vollständige Bereitstellung aller für die politische Debatte benötigten Informationen und Daten

sicherzustellen und zu den relevanten politischen Diskussionspunkten jeweils auch eine fundierte politische Bewertung der Landesregierung zu formulieren. Die Fragesteller haben Verständnis dafür, dass eine vollumfängliche Bearbeitung der nachfolgenden Fragestellungen den dafür notwendigen Bearbeitungszeitraum erfordert.

Sofern im Einzelfall abgefragte Datenwünsche statistisch nicht exakt verfügbar sind, bitten die Fragesteller darum, in sachgerechtem Ermessen hilfsweise die dem Fragebedarf jeweils am nächsten kommende verfügbare, vorhandene Information bereitzustellen.

Eine qualifizierte und detaillierte Bearbeitung dieser Großen Anfrage dient dem gesamten nordrhein-westfälischen Landtag für die parlamentarische Debatte und stellt für die allgemeine Öffentlichkeit eine wertvolle Informationsquelle zu Bilanz, Perspektiven und Herausforderungen unseres Medienlandes Nordrhein-Westfalen dar.

Vorbemerkung der Landesregierung

I. Medien und Medienpolitik im digitalen Zeitalter

Medien sind für Nordrhein-Westfalen eine Schlüsselbranche. Mit ihren vielfältigen technischen und inhaltlichen Ausprägungen besitzen Medien große und weiter wachsende ökonomische Bedeutung sowie maßgebliche kulturelle Prägekraft. Medien sind immer beides: Kultur- und Wirtschaftsgut. Eine moderne Demokratie und eine offene Gesellschaft sind nur mit modernen Medien denkbar – denn der Zugang zu Informationen und Wissen ist wichtiger denn je.

Zur Grundlage einer lebendigen Demokratie gehören Unabhängigkeit und Vielfalt der Medien, eine Stärkung von Bürgermedien und Blogs sowie ein flächendeckender Breitbandzugang. Ob Fernsehen, Radio, Zeitung oder Angebote der digitalen Medien: Meinungsvielfalt und Unabhängigkeit müssen Vorrang in der Medienpolitik behalten. Weltweit agierende Konzerne dürfen die Meinungsvielfalt und den Zugang zu Informationen durch ihre Geschäftsmodelle nicht einschränken.

Weil der Zustand einer Demokratie in Zusammenhang steht mit dem Zustand der in ihr agierenden Medien, ist Medienpolitik von besonderer gesellschaftlicher Bedeutung. Zentrale Aufgabe der Medienpolitik ist es, die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Medien weiter zu entwickeln. Nicht minder wichtig ist die Aufgabe, Impulse in der Medienwirtschaftspolitik zur Standortentwicklung zu setzen. Die Förderung von Medienkompetenz ist ebenfalls ein unverzichtbarer Bestandteil nachhaltig angelegter Medienpolitik. Einen besonderen Stellenwert hat für die Landesregierung der Dialog mit den Akteuren aus Medienwirtschaft und Medienwissenschaft. Die Landesregierung versteht sich als Partner der Branche und setzt auf die Unterstützung der Unternehmen, Institutionen und Hochschulen bei der Weiterentwicklung von Nordrhein-Westfalen zum Digitalen Medienland NRW.

Für die Landesregierung ist die Vision eines sozial und digital vernetzten Zusammenlebens nicht vereinbar mit der Idee eines Überwachungsstaates. Das Recht auf Privatsphäre gilt analog wie digital. Für verbotene Inhalte gilt das Gebot "Löschen statt Sperren". Die Landesregierung sieht Internet und digitale Vernetzung als große Chance für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik in Nordrhein-Westfalen.

Eine datenschutzfreundliche Verbraucherschutzpolitik und eine aktive Mitwirkung an der Weiterentwicklung eines modernen Urheberrechts mit dem Ziel, Urheber zu schützen und zugleich Barrieren für Nutzerinnen und Nutzer abzubauen, sind netzpolitische Anliegen der

Landesregierung. Zudem setzt sich die Landesregierung für eine gesetzlich festgeschriebene Netzneutralität ein, das heißt die diskriminierungsfreie Durchleitung von Inhalten in digitalen Netzen. Das Land wendet sich gegen jede digitale Bevormundung und gegen jede Form der Zensur. Klar ist aber auch: Rechtsstaatlichkeit und auch Rechtsdurchsetzung erfolgen in allen Bereichen unseres Lebens. Auch in digitalen Lebenswelten sind Regeln und Werte unverzichtbare Leitplanken für Kommunikation und Interaktion.

Im Zeitalter der Digitalisierung und Konvergenz der Medien steht die Medienpolitik vor der Herausforderung, ihre Aufgaben angesichts der rasanten technologischen Entwicklung zu reflektieren und soweit erforderlich neu zu justieren. Für die Landesregierung ist das Internet mit seiner großen gesellschaftlichen und ökonomischen Wirkungskraft eine der wegweisenden politischen Herausforderungen. Dabei ist klar, dass politische Regeln nicht allein auf regionaler Ebene zu setzen, sondern Übereinkünfte verstärkt im Rahmen nationaler und internationaler Zusammenarbeit zu treffen sind.

Für die Landesregierung sind Medien- und Netzpolitik zwei Seiten derselben Medaille. Deswegen ist das in der Fachdiskussion in Deutschland vielfach noch vorherrschende Nebeneinander von Netz- und Rundfunkpolitik aufzuheben mit dem Ziel einer mittelfristig integrierten Medien- und Netzpolitik – auch und gerade im politischen Diskurs. Auf diesem Weg sind Impulse (und die kritische Begleitung) durch Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft wichtig. Die Landesregierung widmet sich den Grundsatzfragen der Netzpolitik.

Ebenso wie die Grenzen zwischen Medien- und Netzpolitik verschwinden, lösen sich auch die Grenzen zwischen den Wirtschaftszweigen auf. Mediale Produktion und Publikation sind nicht mehr allein Gegenstand der Medienwirtschaft. Die Zusammenarbeit mit Software-Entwicklerinnen und -Entwicklern wie auch mit Designerinnen und Designern ist bei cross-medialen Medienprojekten bereits selbstverständlich. Innovationen und wirtschaftliche Dynamik entfalten sich in wissensbasierten Ökonomien besonders dort, wo es gelingt, die Potenziale aus kreativen Leistungen und technologischen Innovationen bestmöglich zusammenzubringen. Medienwirtschaft, IKT-Wirtschaft und Kreativwirtschaft mit ihren vielfältigen Schnittstellen sind Motor für das Digitale Medienland NRW.

II. Gute Voraussetzungen: Nordrhein-Westfalen – ein starker Medienstandort

Die Medienwelt hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten rasant weiterentwickelt. Medienkonvergenz und Digitalisierung bieten die Chance, die Entwicklung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen weiter positiv voranzutreiben. Für NRW heißt das: Öffentliche und private Akteure sind gleichermaßen gefordert, ihre Stärken einzusetzen und alle verfügbaren Kräfte zu mobilisieren, um das Medienland Nordrhein-Westfalen weiter nach vorne zu bringen.

Die Landesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, den digitalen Strukturwandel in Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit den Unternehmen und Institutionen der Branche zu gestalten.

Die Voraussetzungen sind gut. NRW ist führender Medien- und Kommunikationsstandort in Deutschland. Das liegt natürlich an der Größe des Landes, aber vor allem an den Anstrengungen, die die NRW-Landesregierungen in diesen Sektor unternommen haben und die unter der Regierung von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft noch einmal intensiviert werden.

Von 5.820.035 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in NRW im zweiten Quartal des Jahres 2010 arbeiteten 365.974 Beschäftigte (6,3%) in der Medien- und Kommunikationsbranche. NRW stellt damit 20,3 Prozent aller in Deutschland in diesen Branchen beschäftig-

ten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Kein anderes Bundesland zählt so viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Medien- und Kommunikationsbranche wie NRW.

52.000 Unternehmen agieren in NRW in der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Sie setzten 2009 rund 120 Milliarden Euro um. Dies entspricht einem Anteil von 30 Prozent aller Umsätze dieser Branchen deutschlandweit und einem Anteil von 9,1 Prozent an der Gesamtwirtschaft Nordrhein-Westfalens.

Der Umsatz pro Kopf lag 2009 bei 324.000 Euro – und damit bei mehr als 100.000 Euro über dem gesamtdeutschen Durchschnitt. Im Gegensatz zu anderen Medienstandorten ist NRW auch in der Breite Spitze, quer durch alle Teilbranchen und Regionen.

Die massiven Verwerfungen an den Finanzmärkten in den letzten Jahren hatten auch in der Medienindustrie Auswirkungen auf die Beschäftigungszahlen. In nahezu sämtlichen Teilbereichen der Medienwirtschaft war ein Rückgang der Beschäftigtenzahlen zu verzeichnen. Hinzu kamen negative Beschäftigungseffekte, die sich vor allem aus den strukturellen Veränderungen im Zuge der Digitalisierung und den damit einhergehenden Veränderungen auf den Medienmärkten ergaben. Dennoch nahm die Zahl der Erwerbstätigen in der Medienbranche in Deutschland im Jahr 2010 um rund 1,8 Prozent zu.

Der Medienstandort Nordrhein-Westfalen zeichnet sich durch eine besondere Pluralität, Umsatzstärke und Beschäftigungsdichte aus. Kein anderes Bundesland vereint mehr Medienunternehmen mit mehr Beschäftigten über die gesamte Bandbreite aller Mediengattungen hinweg als Nordrhein-Westfalen – in den Bereichen der Hochtechnologie genauso wie im Hinblick auf kreative Milieus.

Diese Vielfalt und Dichte am Medienstandort NRW ist ein wesentlicher Vorteil, um die Potenziale von Konvergenz und Digitalisierung zu heben. Das Medienland Nordrhein-Westfalen bietet also beste Voraussetzungen für die Zukunft der Medien.

Die Landesregierung wird auch künftig alle Möglichkeiten der Förderungen ausschöpfen, mit dem Ziel, diese Spitzenposition im Medienbereich zu halten und weiter auszubauen.

III. Schwerpunkte der NRW-Medienpolitik

Vom innovativen Start-up bis zum internationalen Medienkonzern – die Medienlandschaft in Nordrhein-Westfalen bietet die notwendige Vielfalt und Dichte für einen erfolgreichen Medienstandort. Die Unternehmen vor Ort bieten Perspektiven für professionelle Kreative gleichermaßen wie für hoffnungsvolle Nachwuchstalente. Diese Leistungsträger gilt es zu halten und zu fördern. Es geht aber auch darum, sie bei der Weiterentwicklung des Medienstandorts NRW einzubeziehen und zu fordern.

Eine zeitgemäße Medienstandortpolitik muss Antworten auf die Fragen finden, die sich aus dem Zusammenwachsen der Medien ergeben. Für die Standortförderung der Landesregierung bedeutet das vor allem, die verfügbaren Ressourcen gezielt einzusetzen und, wo möglich, zu bündeln, um neue Entwicklungen und Ideen in der Medienbranche effizient fördern zu können. Die Landesregierung hat zu diesem Zweck das finanzielle Engagement des Landes zur Förderung des Medienstandorts NRW verstärkt. Insgesamt kommen nach dem Regierungswechsel mit dem Haushalt 2011 zusätzlich rund 1,6 Millionen Euro dem Medienbereich zugute.

Die Landesregierung hat sich folgende medienstandortpolitische Schwerpunkte gesetzt:

Eine Film- und Medienförderung aus einer Hand

Im Koalitionsvertrag haben sich die Regierungsparteien in NRW darauf verständigt, die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen zu einer integrierten Förderinstitution für sämtliche Medienbereiche weiter zu entwickeln. Das geht nicht von jetzt auf gleich, aber Schritt für Schritt.

Ein wichtiger Schritt auf diesem Weg war im Jahr 2011 die Übernahme der Mediencluster NRW GmbH durch die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen auf Initiative der Landesregierung. Zwei Jahre zuvor hatte die Vorgängerregierung eine unnötige und nicht sinnvolle Doppelstruktur aufgebaut. Warum neben der Filmstiftung NRW mit dem Mediencluster NRW noch eine weitere, deutlich kleinere Agentur gegründet worden war, haben auch Branchenexperten kaum nachvollziehen können. Ganz im Sinne der Branche hat die Landesregierung daher diese Parallelstruktur beseitigt. Damit hat sie ein zentrales medienwirtschaftspolitisches Projekt erfolgreich umgesetzt.

Ganz konkret übernimmt die Film- und Medienstiftung NRW künftig eine Schlüsselrolle im Standortmarketing und in der Standortentwicklung, sowohl hinsichtlich der klassischen wie auch der digitalen Mediensegmente. Durch die Ausweitung der Aufgaben der Film- und Medienstiftung erwartet die Landesregierung eine noch stärkere Wahrnehmung des Medienstandorts NRW – sowohl national als auch international.

Weiterentwicklung von Nordrhein-Westfalen zum Digitalen Medienland NRW

Um die Chancen von Digitalisierung und Konvergenz für NRW zu nutzen, wird die Landesregierung in dieser Legislaturperiode mit der neuen Initiative „Digitales Medienland NRW“ den Medienstandort gezielt stärken.

Im Rahmen der Initiative „Digitales Medienland NRW“ werden bis 2013 bis zu zehn Millionen Euro aus dem NRW-EU Ziel 2-Programm für drei Schwerpunktmaßnahmen bereitgestellt:

- Unternehmensbezogene Innovationsförderung: Innovative Medienunternehmen in NRW werden gezielt in der Frühphase der Projektentwicklung unterstützt, um neuartige inhaltliche beziehungsweise technologische Vorhaben zu ermöglichen.
- Standortentwicklung und Standortmarketing: Im Vordergrund stehen Maßnahmen zur nachhaltigen Stärkung des Medienstandorts NRW, zum Beispiel in den Bereichen Medienqualifizierung, Fachkräfte und Standortmarketing.
- Kinodigitalisierung: Kleine und mittlere Kinos sowie Programmkinos werden bei der Umrüstung auf digitale Vorführentechnik finanziell unterstützt, um sie wettbewerbsfähig zu halten, und damit die filmkulturelle und filmwirtschaftliche Vielfalt der nordrhein-westfälischen Kinolandschaft zu sichern.

Der Film- und Medienstiftung NRW kommt dabei die Schlüsselrolle zu. Die Landesregierung setzt sich im Kreise der Gesellschafter dafür ein, dass die in der Filmförderung erworbenen Kompetenzen nun auch insbesondere zu Gunsten der digitalen Wachstumsbranchen der Medien eingebracht und ausgebaut werden. Ein erster Schritt auf diesem Weg ist die von der Film- und Medienstiftung 2011 gestartete Pilotförderung für innovative audiovisuelle Medieninhalte wie Games, Web-, Mobile- und 360-Grad-Produktionen. Durch die Pilotförderung werden Projektentwicklungen gefördert, die der Konvergenz bereits Rechnung tragen und die hiesigen Unternehmen gezielt dabei unterstützen, sich für Herausforderungen der Zukunft aufzustellen. Im Dezember 2011 konnten bereits die ersten 14 Vorhaben prämiert werden.

Initiative für Medienfachkräfte

Die Entwicklung der Medienwirtschaft in den vergangenen Jahren – insbesondere durch die im Zuge der Digitalisierung entstandenen neuen Medienproduktionsbereiche – hat eine starke Ausdifferenzierung von Berufsprofilen, Tätigkeitsbezeichnungen und Funktionen mit sich gebracht. Es gibt inzwischen weit mehr als 100 Berufs- und Funktionsbezeichnungen innerhalb der Medien- und Kommunikationswirtschaft.

Aus Sicht der Landesregierung gilt es, die in NRW überdurchschnittlich vorhandenen und sehr differenzierten Aus- und Weiterbildungsangebote in erforderlichem Maße weiterzuentwickeln und bei Bedarf noch stärker an diese Entwicklung anzupassen. Gezielte Maßnahmen könnten beispielsweise darin bestehen, die Praxisnähe des Nachwuchses von wissenschaftlichen Hochschulen, Universitäten und Ausbilderbetrieben zu fördern. Insgesamt besteht aus Sicht der Landesregierung bei konsequentem Engagement der relevanten Akteure die Chance, mit innovativen Maßnahmen die Institutionen der Medienqualifizierung und die Unternehmen der Medienwirtschaft noch besser zu vernetzen und auf dieser Basis entscheidende Schritte zur mittelfristigen Sicherung des skizzierten Fachkräftebedarfs zu gehen. Vor diesem Hintergrund ist zum Beispiel dort mit Wachstum zu rechnen, wo sich rund um Hochschulen innovative Einzelunternehmen und Spin-offs etablierter Marktakteure angesiedelt haben. Hier sind insbesondere die Rheinschiene und das Ruhrgebiet zu nennen.

Im Jahr 2010 existierten 19 Ausbildungsberufe, die dem Medienbereich zugeordnet werden können. Rund 4,7 Prozent der Auszubildenden im Jahr 2010 haben sich für einen Medienberuf entschieden. Rund 40 Prozent davon erlernen den Beruf Fachinformatiker/in. Es folgen die Mediengestalter/innen mit rund 16 Prozent.

Im Bereich der Hochschulausbildung hält NRW das breiteste und differenzierteste Angebot grundständiger und weiterführender medienrelevanter Studiengänge vor. Im Einzelnen bieten die Hochschulen 190 Studiengänge, davon 97 grundständige Bachelor-Studiengänge, 80 konsekutive oder weiterbildende Master-Studiengänge sowie 13 Studiengänge, die mit einem Diplom, Artist-Diplom, Akademiebrief oder mit einer Zusatzqualifikation abgeschlossen werden.

Ein starkes Medienland Nordrhein-Westfalen ist auf gut ausgebildete Fachkräfte angewiesen. Zwar gibt es in NRW die größte Vielfalt an medienbezogenen Studiengängen in Deutschland. Aber nicht alle Talente bleiben nach der Ausbildung am Standort. Die Landesregierung wird sich weiter dafür einsetzen, den Mediennachwuchs nicht nur für eine Ausbildung in NRW zu gewinnen, sondern ihn auch nach der Qualifizierungsphase im Land beruflich zu binden.

Deshalb hat die Landesregierung regelmäßige branchenübergreifende Werkstattgespräche zum Thema „Medienqualifizierung/Fachkräfte“ initiiert. Als Ergebnisse dieser Branchendialoge hat die Landesregierung eine Lagebericht zur Medienqualifizierung und zum Fachkräftebedarf in der Medienbranche in Auftrag gegeben sowie ein Internetportal www.medienkarriere.nrw.de beauftragt, das in 2012 starten wird und im Internet hilfreiche Informationen zu Karrieremöglichkeiten am Medienstandort Nordrhein-Westfalen bündeln soll.

Medienkompetenzland NRW

Die Landesregierung setzt in NRW auf eine vorbeugende Politik, bei der Bildung und frühzeitige Hilfen für Familien im Mittelpunkt stehen. Perspektivisch sichert eine solche Politik auch die Basis für ein starkes Medienland.

Bei allen Diskussionen über Medien und neue Medien, über Internet und Web 2.0 ist zu berücksichtigen, dass bereits in den ersten Lebensjahren eines Kindes die Basis für den kompetenten Umgang mit Medien entstehen muss. Darum ist es von zentraler Bedeutung, dass künftig kein Kind zurückgelassen wird, und Kinder jeder Herkunft die nötigen Grundfertigkeiten erlernen können. Ansonsten besteht die Gefahr, dass weiterführende Techniken und Angebote, die auf solche Fähigkeiten aufbauen, ins Leere laufen.

Politik muss alles tun, um das Potenzial zu nutzen, das in den Medien steckt – für die Vitalisierung von Demokratie, für eine starke, wettbewerbsfähige Wirtschaft und nicht zuletzt für mehr Lebensqualität für die Menschen.

Zur Erschließung des Potenzials gibt es im Wesentlichen zwei Ansatzpunkte:

1. Die Menschen und ihre Fähigkeiten, damit sie die Medien optimal nutzen können, und
2. die Medienbranche, für die ein organisatorischer, rechtlicher und finanzieller Rahmen geschaffen werden muss, in dem sie sich optimal entfalten kann.

Die Landesregierung setzt daher ganz bewusst einen besonderen Schwerpunkt im Bereich der Medienkompetenz. Ohne Medienkompetenz wird es für Kinder immer schwerer, sich erfolgreich in der heutigen Welt zu bewegen. Dabei ist Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen sehr unterschiedlich ausgeprägt. Wesentliche Einflussfaktoren sind das Elternhaus und der Freundeskreis.

Die Landesregierung sieht ihre Aufgabe sowohl in der direkten Unterstützung von Medienbildung, sei es als Projekt, Einrichtung oder Initiative, als auch darin, die Kommunikation über Medienkompetenz und die damit verbundenen Themen durch Tagungen und Kongresse, Informationsbroschüren und Materialien anzuregen und zu unterstützen. Sie initiiert, fördert und unterstützt eine Vielzahl von Projekten und Initiativen, die sich an einen breiten Adressatenkreis richten. Die inhaltlichen und methodischen Konzepte richten sich nach der Zielgruppe. Übergreifendes Ziel der Landesregierung ist die strukturelle Eingliederung der Förderung von Medienbildung und Medienkompetenz in die Ausbildung, Fort- und Weiterbildung oder Kindergarten und Schule.

Die kreative Arbeit mit Medien und vor allem der kompetente und kritische Umgang mit Medien ist daher Bildungsarbeit, die ganzheitlich angelegt sein muss. Daher hat die Landesregierung gemeinsam mit der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und der Medienberatung NRW die Initiative „Medienpass NRW“ gestartet, um die Medienkompetenz aller Kinder zu stärken. Im Rahmen dieser Initiative werden Hilfestellungen zur Stärkung der Medienkompetenz erarbeitet, wobei vor allem der Austausch zwischen Eltern, Jugendarbeit und Schule gestärkt werden soll.

Darüber hinaus bildet der Bereich Medien auch einen Themenbereich der Bildungsgrundsätze. Im Kinder- und Jugendförderplan hat die Landesregierung ebenfalls dieser Schwerpunktsetzung Rechnung getragen und den Förderansatz der Position „Fit für die mediale Zukunft“ verdoppelt. Auch gehen die Bestrebungen in Schule und Ausbildung generell dahin, die motivierenden Aspekte aufzugreifen und analoge, aber auch digitale Medien sinnvoll und strukturiert in den schulischen Unterricht zu integrieren und deren lernförderliche Anteile zu nutzen.

Förderung des Lokaljournalismus

Nordrhein-Westfalen hat eine herausragend hohe Dichte an Lokal- und Regionalzeitungen.

Um Journalismus – gerade im Lokalen – zukünftig abzusichern, ist die Landesregierung mit Verlegerinnen und Verlegern, Gewerkschaften und Journalistinnen und Journalisten im intensiven Gespräch. Dabei erachtet es die Landesregierung als selbstverständlich, dass Maßnahmen zur Unterstützung des Lokaljournalismus staatsfern und unabhängig zu organisieren sind.

Angesichts der Bedeutung des Lokaljournalismus ist Weiterbildung für das Berufsfeld des Journalisten besonders wichtig. Zudem zeigt sich, dass sich der Bedarf an Weiterbildung durch den digitalen Medienumbruch erhöht.

Die Landesregierung hat daher beschlossen, ein Projekt an der Universität Dortmund zur Einrichtung von Weiterbildungsangeboten für Lokaljournalistinnen und -journalisten zu fördern. Die „Initiative Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen“ ist eine unabhängige Organisationseinheit am Institut für Journalistik der TU Dortmund, die Weiterbildungsangebote plant und durchführt.

Angestrebt wird ein Angebot, das sich eng am tatsächlichen Bedarf orientiert, welcher im Vorfeld von der Universität ermittelt wird. Die Seminare sollen sowohl flächendeckend in NRW als auch vor Ort in den Verlagen durchgeführt werden. Erste Pilotseminare sind für Januar beziehungsweise Februar 2012 geplant.

IV. Herausforderungen, Trends und Perspektiven

Perspektiven für die digitalen Medien

Sowohl auf Bundesebene als auch international sind Digital Media (Online, Mobile, Games) ein insgesamt stark wachsendes Wirtschaftssegment, das stetig an Umfang und Relevanz gewinnt. In NRW hat die noch junge Branche in nur wenigen Jahren eine beachtliche Entwicklung genommen. Zahlreiche Top-Internetunternehmen, Agenturen und Start-ups in wachstumsstarken Feldern wie Mobile Apps, Online & Mobile Games, Advertising Technologies, Webvideo-Portale etc. sind am Standort angesiedelt.

Sie finden in NRW ein attraktives Umfeld und professionelle Unterstützung vor. Unter anderem mit NRW.Invest, der Film- und Medienstiftung NRW und dem IKT-Cluster engagieren sich zahlreiche Institutionen in Abstimmung mit der Landesregierung sowie mit regionalen und kommunalen Partnern für die Ansiedlung ambitionierter Medienunternehmen. Des Weiteren sind es zahlreiche Förderprogramme sowie die Nähe zu anderen Branchenakteuren in der in hohem Maße dichten und vielfältigen Medienlandschaft NRW, welche die Attraktivität des Standorts für die digitale Medienwirtschaft ausmachen. Dazu tragen auch Initiativen wie „Digitales Medienland NRW“ oder die mit Landesmitteln geförderte internationale Web- und Start-up-Konferenz ADVANCE bei. Rund fünfhundert Teilnehmer aus aller Welt diskutierten im September 2011 in Köln die Herausforderungen und Chancen junger Entrepreneurinnen und Entrepreneure bei der Unternehmensgründung und -finanzierung.

Für die zukünftige Entwicklung der Medienwirtschaft rechnet die Landesregierung bei entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen wieder mit einer positiven Beschäftigungsentwicklung in der Medienbranche. Hierfür gibt es erste Signale: Mit der weitgehenden Stabilisierung der allgemeinen Wirtschaftslage haben auch die einzelnen Teilbranchen in der Medienindustrie die Talsohle der konjunkturellen Entwicklung passiert und zeigen wieder moderates Wachstum – das sich auch auf die Beschäftigtenzahlen auswirken

wird. Auch die Branchenstudie „German Media and Entertainment Outlook 2011-2015“ sieht die Medienbranche mit einem Umsatzplus in 2010 von 2,8 Prozent zum Vorjahr im Aufwärtstrend. Zudem gelingt es den Branchenakteuren immer besser, sich auf die neuen Verhältnisse einer zunehmend digitalisierten Medienwelt einzustellen. Nicht zuletzt kommen positive Effekte hinzu, die sich durch die Etablierung neuer Branchensegmente im Rahmen eben dieser digitalen Entwicklung ergeben, etwa im Bereich mobiler Onlineanwendungen. Bis 2015 sieht die Marktstudie ein Branchenwachstum von durchschnittlich 2,9 Prozent jährlich voraus. Dennoch können angesichts der hohen Dynamik sowohl in der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung wie auch in der Entwicklung der einzelnen Mediensegmente nur kurzfristige Aussagen zur Branchenentwicklung getätigt werden.

Perspektiven für den privaten und öffentlichen Rundfunk

Mit der grundlegenden Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) im Jahre 2002 wurde das Zulassungsverfahren für private Rundfunkveranstalter deutlich vereinfacht (siehe Begründung zum LMG NRW, LT-Drs. 13/2368). So bedürfen seitdem beispielsweise Veranstalter, die nach europäischem Recht bereits zugelassen sind, keiner (weiteren) Zulassung nach dem LMG NRW (vgl. § 4 Abs. 2 LMG NRW).

Auch wurden die Anforderungen, die das Gesetz an private Rundfunkveranstalter stellt, insgesamt deutlich herabgesetzt und das Zulassungsverfahren bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vereinfacht.

Die Landesregierung ist der Überzeugung, dass Regulierung nicht nur über Ge- und Verbote funktioniert, sondern auch durch die Schaffung von Anreizen. Mögliche Anreize könnten aus der Sicht der Landesregierung eine bessere Auffindbarkeit sowie die Ermöglichung von Mehreinnahmen sein. Anreize, die eine bessere Auffindbarkeit ermöglichen, könnten durch folgende Maßnahmen geschaffen werden: bevorzugte Berücksichtigung auf Plattformen (Must Carry), bevorzugte Listung auf elektronischen Programmführern (Must be Found) sowie durch einen Abschmelz- und Partagierschutz. Mehreinnahmen könnten insbesondere durch eine Liberalisierung der Werbung realisiert werden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bleibt gerade in einer immer vielfältiger werdenden Medienlandschaft eine unverzichtbare Säule. Die Landesregierung steht zur Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Im Internetzeitalter gehört dazu auch ein öffentlich-rechtliches werbefreies digitales Angebot im Internet als „dritte Säule“ neben Hörfunk und Fernsehen, die ebenso, sofern es sich um marktkonforme Aktivitäten im Sinne von §§ 11 d und f RstV handelt, werbefrei durch die Abgabe finanziert werden sollen.

Die Landesregierung hat sich deshalb gemeinsam mit den anderen Landesregierungen für die Umstellung der Rundfunkfinanzierung auf ein Rundfunkbeitragsmodell eingesetzt, das ab 2013 die bisherige Rundfunkgebühr ersetzen wird. Demzufolge wird der Rundfunkbeitrag künftig pro Haushalt erhoben und alle Nutzungsmöglichkeiten der dort lebenden Personen (Fernsehen, Hörfunk, Telemedien, PC, Autoradio) abdecken. Gleiches gilt auch für den nichtprivaten Bereich. Dort wird ein Beitrag für Betriebsstätten, gestaffelt nach der Zahl der Mitarbeiter, erhoben. Die Interessen von kleinen Unternehmen und des Mittelstandes wurden dadurch berücksichtigt, dass zukünftig Betriebsstätten mit bis zu acht (statt wie ursprünglich von der CDU-FDP-Regierung vorgesehen bis zu vier) Beschäftigten nur ein Drittel des Rundfunkbeitrages und solche von 9 bis 19 (statt 5 bis 14) in Zukunft jeweils nur einen vollen Rundfunkbeitrag zu zahlen haben. Nach einer Statistik der Bundesagentur für Arbeit fallen nunmehr ca. 70 Prozent aller Betriebsstätten in die erste Staffelstufe. Von den ersten beiden Staffelstufen sind insgesamt ca. 90 Prozent der Betriebsstätten erfasst. Eine weitere Verbesserung insbesondere für die Filialbetriebe ist die Einführung der Beitragsfreiheit für ein Kraftfahrzeug je Betriebsstätte.

Im Hinblick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sieht die Landesregierung mittelfristig in einem werbefreien Programm ein Alleinstellungsmerkmal, das sein Profil sichtbar schärfen und qualitativ von den privaten Angeboten abheben kann. Deswegen wird sich die Landesregierung in der weiteren Diskussion in den zuständigen Gremien, also in der Rundfunkkommission der Länder und der Ministerpräsidentenkonferenz, dafür einsetzen, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ab 2017 ohne Werbung und Sponsoring auskommen sollen. Dabei steht für die Landesregierung außer Zweifel, dass der Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch bei einer Einschränkung oder einem Wegfall der Werbung entsprechend den verfassungsrechtlichen und staatsvertraglichen Grundlagen gedeckt werden muss.

Die nordrhein-westfälische Hörfunklandschaft wird von den WDR-Programmen sowie dem Lokalfunk geprägt, dessen Rahmenprogramm von Radio NRW stammt. Radio NRW beziehungsweise die Lokalfunkprogramme sind laut Media-Analyse 2011 II mit einer Tagesreichweite von 5,403 Millionen Hörern (Hörer gestern, 5.00 bis 24.00 Uhr, Mo.-Fr.) und einer Bruttoreichweite in der werberelevanten Durchschnittsstunde (6.00 bis 18.00 Uhr, Mo.-Fr.) von 1,666 Millionen Hörern Marktführer unter allen Hörfunkprogrammanbietern in Deutschland. Der Lokalfunk und Radio NRW erreichen täglich knapp 34 Prozent aller Hörerinnen und Hörer in Nordrhein-Westfalen. Der WDR kommt mit allen seinen Radioprogrammen auf eine Reichweite von insgesamt 52,1 Prozent, das heißt 8,34 Millionen Menschen hören montags bis freitags mindestens ein WDR-Radioprogramm. Die Tagesreichweite von 1Live liegt bei 21,9 Prozent, die von WDR 2 bei 19,9 Prozent.

Nach über zwei Jahrzehnten erfolgreicher Arbeit der NRW-Lokalradios und des Rahmenprogramms von Radio NRW geht die Landesregierung auch künftig von einem funktionstüchtigen und ertragsfähigen lokalen Hörfunk aus. Der Lokalfunk und das Zwei-Säulen-Modell sind eine nordrhein-westfälische Erfolgsgeschichte. In keinem anderen Land ist eine so hohe Lokalfunkdichte zu finden wie in NRW. Die Landesregierung wird auch in Zukunft geeignete Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Lokalfunk in NRW mitgestalten.

Im Hörfunk setzt sich die Landesregierung dafür ein, Versorgungspotenziale durch die Verbreitung von digitalem Hörfunk zu erschließen. Nachdem die bundesweite Verbreitung von DAB-Hörfunkprogrammen auf den Weg gebracht wurde (Sendebeginn 1. August 2011), werden nun die Vorbereitungen für landesweite Hörfunkprogramme getroffen. Nach einem gemeinsamen Start mit öffentlich-rechtlichen und privaten DAB-Programmen besteht die Option, für den privaten Hörfunk einen eigenen oder mehrere DAB-Multiplexe zur Verfügung zu stellen.

Die Zukunft für die digitalen Angebote liegt nach Überzeugung der Landesregierung in der Kooperation bei gleichzeitiger Konkurrenz (Coopetition). Öffentlich-rechtliche und private Anbieter stehen bei der Herstellung von Öffentlichkeit im Wettbewerb, arbeiten bei den einzelnen Stufen dieses Prozesses aber auch zusammen. Dabei sind verschiedene Modelle denkbar, wie die einzelnen Akteure voneinander zum Nutzen aller profitieren können. Mögliche Ansätze für eine Zusammenarbeit liegen im Bereich der technischen Infrastruktur und der Verlinkung zu den Inhalten von Verlagen.

Perspektiven für Printmedien und die Zeitungslandschaft

Die Akteure im Zeitungsmarkt hatten sich in den letzten Jahren in einem äußerst schwierigen Umfeld zu behaupten, vor allem beeinflusst durch einen konjunkturellen Rückgang der Werbeerlöse im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrisen. Zudem steht die Branche vor strukturellen Problemen in Folge der Digitalisierung und einem veränderten Mediennutzungsverhalten.

Die Zeitungsreichweite liegt in Nordrhein-Westfalen bei 67,6 Prozent und damit geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt (68,4 Prozent). Regionale Abonnementzeitungen erreichen in Nordrhein-Westfalen 54,2 Prozent (bundesweit: 55,8 Prozent), überregionale Abonnementzeitungen 4,8 Prozent (bundesweit: 5,9 Prozent) und die Boulevardpresse 21,9 Prozent (bundesweit: 20,3 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Damit liegt nur die Reichweite der Kaufzeitungen in Nordrhein-Westfalen über dem Bundesdurchschnitt. Vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfelds der gesamten Zeitungsbranche ist die Zeitungsdichte, also die Anzahl von Zeitungen mit einer lokalen Berichterstattung über das jeweilige Gebiet, auch in Nordrhein-Westfalen rückläufig. Diese Tendenz hält bereits seit Jahrzehnten an. Im Vergleich mit den meisten anderen Bundesländern hat diese negative Entwicklung in Nordrhein-Westfalen jedoch später eingesetzt und ist deutlich langsamer verlaufen.

Um die bestehende Vielfalt in der Presselandschaft in NRW zu erhalten, wird es perspektivisch darauf ankommen, inwieweit es den Medienhäusern gelingt, auch im Internet mit journalistischer Qualitätsarbeit angemessene Erträge zu erwirtschaften. Bereits heute ist festzustellen, dass die Gesamtreichweite im gedruckten wie im digital publizierten Bereich so groß ist wie nie zuvor. Allerdings werden im Onlinebereich meist noch keine ausreichenden Deckungsbeiträge erwirtschaftet.

Die Landesregierung wird sich weiterhin dafür einsetzen, günstige Rahmenbedingungen für den Erhalt und die Förderung von Vielfalt im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt zu schaffen.

Basierend auf den Entwicklungen der letzten Jahre geht die Landesregierung davon aus, dass die Zahl der Portale mit journalistischen Inhalten, die nicht von Unternehmen der klassischen Medienindustrie stammen, weiter wachsen kann. Ein wesentlicher Faktor dürfte dabei grundsätzlich das Marktpotenzial sein, das sich aus dem nach wie vor weit überdurchschnittlichen Wachstum des Onlinewerbemarkts ergibt.

Die Landesregierung bekennt sich zum Presse-Grosso und hält dieses seit Jahrzehnten bestehende System für besonders geeignet, um vor allem die Zugänglichkeit zu den Printmedien für jedermann – eben auch in dünn besiedelten Gebieten – zu garantieren. Die Besonderheiten des Systems sind bis hin zur Gebietskartellierung geprüft und auch vom Bundeskartellamt akzeptiert. Aktuelle Probleme sollten zunächst von den Systembeteiligten, insbesondere den Grossisten und den Verlagen, geklärt werden. Erst wenn dies nicht zielführend gelingt, könnte sich ein politischer Regulierungsbedarf ergeben. Dabei kommen dann auch gesetzliche Maßnahmen zum Erhalt der derzeitigen Qualitäten des Systems in Frage.

Perspektiven durch und für das Internet

E-Government

Die Informationstechnik nimmt in der Landesverwaltung eine immer wichtigere Rolle ein und ist unverzichtbares Arbeitsmittel bei der Erledigung der alltäglichen Verwaltungsarbeit. Die Bereitstellung von Informationen auf elektronischem Wege – beispielsweise in den Intranets der Behörden – beschleunigt Recherchen. Gleichmaßen verkürzt die elektronische Kommunikation die Laufzeiten zwischen den jeweiligen Stationen in den beteiligten Dienststellen deutlich. E-Government bietet auch die Möglichkeit, unter Einsatz technischer Hilfsmittel Verwaltungsabläufe anders zu organisieren und zu verschlanken. Die Umsetzung vieler E-Government-Verfahren der Landesverwaltung war mit einer Veränderung der Geschäftsprozesse verbunden und führte so zu einer höheren Effizienz. Daher leistet das E-Government einen wichtigen Beitrag zur Binnenmodernisierung der Landesverwaltung. Darüber hinaus fördert die Optimierung der Abläufe in der Verwaltung letztendlich eine erfolgreiche Erstel-

lung von attraktiven Angeboten und eine intensive Nutzung. Die allen Ressorts zur Verfügung stehende Infrastruktur wird kontinuierlich und bedarfsgerecht weiter entwickelt, um auch zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden. Gleiches gilt für die elektronische Umsetzung der Verwaltungsverfahren.

Momentan stehen den Bürgerinnen und Bürgern, der Wirtschaft, den Kommunen sowie den Beschäftigten in der Landesverwaltung bereits eine Vielzahl von E-Government-Verfahren sowie über 1.300 elektronische Informationsangebote der Landesverwaltung zur Verfügung. Damit stehen nahezu alle Verwaltungsverfahren, bei denen bislang eine elektronische Umsetzung als sinnvoll und wirtschaftlich angesehen wurde, auch zur Nutzung bereit. Diese schon in Betrieb befindlichen Verfahren und Informationsangebote unterliegen einer durch fachliche und rechtliche Anforderungen bedingten kontinuierlichen Anpassung und einem an Bedarf und Wirtschaftlichkeit orientiertem weiteren Ausbau. Der Zugang zu diesen Angeboten wird durch den Einsatz von Portalen und geeigneten Suchfunktionen weiter vereinfacht, zu denen die Verwaltungssuchmaschine des Landes zählt. Mit einem E-Government-Portal soll ein zentraler Zugang zu den elektronischen Verfahren der Landesverwaltung geschaffen werden.

Aufbauend auf dem bisher Erreichten wird derzeit eine neue langfristige und dynamisch angelegte E-Government-Strategie für die Landesverwaltung mit neuen Schwerpunktsetzungen ausgearbeitet.

Auch wenn die Diskussion zum Thema noch nicht abgeschlossen ist, so wird ein Schwerpunkt der E-Government-Strategie des Landes auf der Vertiefung der Zusammenarbeit mit den Kommunen liegen. Bereits heute werden über 60 Verfahren zwischen Land und Kommunen elektronisch abgewickelt. Eine besondere Rolle kommt den Kommunen gegenüber den Bürgerinnen und Bürger schon dadurch zu, dass sie in der Regel die erste Anlaufstelle für deren Verwaltungsanliegen sind. Zahlreiche Kommunen des Landes haben umfangreiche E-Government-Angebote, die sie in eigener Zuständigkeit auf- und ausbauen.

Open Government

Die nordrhein-westfälischen E-Government-Aktivitäten haben bereits viele Verwaltungsprozesse für die Bürgerinnen und Bürger, die Wirtschaft und auch für die Verwaltung selbst mittels IT-Lösungen schneller und effizienter gestaltet. Die hierfür errichtete technische Infrastruktur wird über den reinen Dienstleistungsaspekt hinaus künftig die Basis bilden, um die im Koalitionsvertrag angekündigte Open-Government-Initiative der Landesregierung umzusetzen.

Unter dem Begriff „Open Government“ versteht man die Öffnung von Staat und Verwaltung mittels internetbasierter

- **Transparenz** durch die Bereitstellung von Daten der öffentlichen Verwaltung in maschinell verarbeitbarer Form (Open Data),
- **Partizipation** an Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen (E-Partizipation),
- **Zusammenarbeit** zwischen Bürgern und Bürgerinnen, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Interessengruppen.

Open Government ist mehr als eine rein technisch-administrative Dimension öffentlicher Verwaltung. Open Government beschreibt vielmehr eine neue Art des politischen Handelns, das sich vor allem in elektronischer Interaktion niederschlagen und das Verhältnis zwischen Politik und Bürgerinnen und Bürgern verbessern soll. E-Partizipation als Element des Open Government bedeutet hierbei keine Abkehr vom Prinzip der repräsentativen Demokratie. Sie

bietet allerdings neue Möglichkeiten, die Bürgerinnen und Bürger über die Potenziale des Internets und seine sozialen Netzwerke an Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen. Mit dem vereinfachten Zugang zu Informationen und offenen, maschinenlesbaren Verwaltungsdaten (Open Data) trägt die Open Government-Initiative zudem zu mehr Transparenz gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern und damit auch zu einer Stärkung der Vertrauenswürdigkeit von Politik und Verwaltung bei. Open Government wird so mit den Mitteln des E-Government zu einem Motor für mehr Demokratie und Bürgernähe in NRW.

Im Geschäftsbereich der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien wurden bereits drei sogenannte Onlinekonsultationen durchgeführt. Sie dienen dem Zweck, das Konzept der Landesregierung zum Medienpass NRW, die Weiterentwicklung des Jugendmedienschutzes sowie die Eine-Welt-Strategie des Landes mit den betroffenen Communities zu diskutieren und weiter auszuformulieren. Das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) hat 2011 eine Onlinekonsultation zu den Studienbedingungen in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

Soziale Netzwerke

Durch ihre große Reichweite und hohe Nutzungsintensität wirken sich soziale Netzwerke signifikant auf das Kommunikationsverhalten der Menschen aus – und damit auch auf die Nutzung klassischer Medien. Laut einer Umfrage im Auftrag des Berufsverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) vom Mai 2011 sollen mittlerweile etwa 40 Millionen Bundesbürgerinnen und Bürger Mitglied in sozialen Netzwerken sein.

Neue Technologien – von der E-Mail bis hin zu den sozialen Netzwerken – verändern die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren. Heute wird in sozialen Netzwerken verschriftlicht, was früher mündlich, am Telefon oder in einem Brief ausgetauscht wurde. Dabei leben die sozialen Netzwerke davon, dass sich die vernetzten „Freunde“ meist persönlich kennen. Der permanente Austausch personenbezogener Daten ist eine Herausforderung für den Datenschutz.

Die Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich („Düsseldorfer Kreis“) haben feststellen müssen, dass „das Schutzniveau sozialer Netzwerke wesentlich dadurch bestimmt wird, dass die Betreiber Standardeinstellungen vorgeben“ (Entscheidung „Minderjährige in sozialen Netzwerken wirksamer schützen“ vom 24./25. November 2010).

Der Bundesrat hat mit Unterstützung der Landesregierung einen Entwurf zur Änderung des Telemediengesetzes auf den Weg gebracht (Beschluss vom 17. Juni 2011, BR-Drs. Nr. 156/11), der die Diensteanbieter unter anderem verpflichten soll, standardmäßig bei der Neuanmeldung eines Nutzers die höchste Sicherheitsstufe gemäß dem Stand der Technik sowie die Verhinderung der Auffindbarkeit und Auslesbarkeit personenbezogener Daten mittels externer Suchmaschinen in den Einstellungen vorzusehen.

Die Landesregierung drängt darauf, dass die Nutzerinnen und Nutzer durch weitreichende Informationspflichten der Diensteanbieter effektiv geschützt werden. Dies ist das Ziel des Gesetzentwurfs des Bundesrates zur Änderung des Telemediengesetzes (BT-Drucks. 17/6765), der sich derzeit im parlamentarischen Verfahren befindet. Insofern bedauert die Landesregierung ebenso wie die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder, dass die Bundesregierung entgegen ihrer Ankündigung im Jahr 2010, gesetzgeberische Maßnahmen gegen die Profilbildung im Internet vorzuschlagen, bislang untätig geblieben ist.

Die Landesregierung setzt sich dafür ein, dass die Integrität und Vertraulichkeit der Verarbeitung von Daten aus Nordrhein-Westfalen gewahrt werden. Es wird darauf hingewirkt, dass eine Speicherung und eine Einräumung von Nutzungsrechten an hochgeladenem Datenmaterial im Einklang mit den geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfolgen. Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit NRW unterstützt Bestrebungen zur Entwicklung von technischen Lösungen zur datenschutzkonformen Gestaltung von Webangeboten.

Die praktische Umsetzung entsprechender Verpflichtungen bei Betreibern, die ihren Sitz im Ausland haben, erweist sich in der Praxis tatsächlich als problematisch. Die Landesregierung begrüßt daher das von der Europäischen Kommission – Mitteilung KOM (2010) 609 – verfolgte Anliegen, den Datenschutz in der EU unter Achtung des Grundrechts auf den Schutz personenbezogener Daten zu modernisieren und an die technischen Entwicklungen anzupassen.

Soziale Netzwerke haben einen wachsenden Einfluss auf meinungsbildende Prozesse und können – wie die politischen Umstürze in der arabischen Welt zeigen – auch maßgeblichen Anteil bei der Organisation von politischen Protesten haben.

Die Landesregierung geht ferner davon aus, dass es künftig auch für die Verwaltung unerlässlich sein wird, soziale Netzwerke als zusätzlichen Kommunikationskanal zu nutzen, um so dem modernen Kommunikationsverhalten und den -bedürfnissen von mehr und mehr Bürgerinnen und Bürgern in NRW gerecht zu werden. Der wesentliche Anknüpfungspunkt zum E-Government wird in einem weiteren Zugangskanal zu den Informationen und Leistungen der Verwaltung gesehen. Informationen werden dabei über soziale Netzwerke aktiv an die Nutzer herangetragen.

Zum Beispiel betreibt die Landesregierung zu Informationszwecken sowie zur Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern in Nordrhein-Westfalen auf Facebook die Seite „facebook.com/NRW“ sowie auf Twitter den Account „@NRWpunktDE“.

Die Landesregierung setzt sich für den Erhalt der Freiheit des Netzes ein und spricht sich, falls notwendig, auch für gesetzliche Regelungen aus. Neben ihrem Einsatz für eine zeitgemäße, angemessene und freiheitswahrende Regulierung fördert die Landesregierung die offene Debatte in der Gesellschaft über Pro und Contra sozialer Netzwerke. So hat sie 2010 zum Beispiel den Social Community Day initiiert, der im November 2011 zum zweiten Mal stattfand. Das Phänomen Sozialer Netzwerke wird in der vom renommierten Grimme-Institut organisierten Veranstaltung von unterschiedlichen Seiten beleuchtet.

Breitbandausbau

Im Rahmen der Umsetzung ihrer Breitbandstrategie verfolgt die Landesregierung zwei Kernziele. Kurzfristig soll eine weitgehend lückenlose Grundversorgung mit Breitbandzugängen gewährleistet werden, die eine Downloadgeschwindigkeit von mindestens 2 Mbit/s für mindestens 99 Prozent der Bevölkerung aufweisen. Dieses Ziel ist über einen Mix aus Festnetz-, Mobilfunk- und Satellitentechnologien bereits annähernd realisiert. Die Landesregierung setzt sich darüber hinaus nachdrücklich für den Ausbau einer leistungsstarken Breitbandinfrastruktur ein, die Bevölkerung, Wirtschaft und Verwaltung mit nachhaltig leistungsfähigen Breitbandanschlüssen versorgt, die den Herausforderungen des digitalen Lebens der kommenden Jahrzehnte gerecht wird. Langfristiges Ziel ist es, bis Ende 2020 eine weitgehend flächendeckende Versorgung mit Hochgeschwindigkeitsnetzen zu gewährleisten.

Grundsätzlich ist der Breitbandausbau in liberalisierten Telekommunikationsmärkten Aufgabe der am Markt tätigen Anbieter. Während in den Städten und Ballungsräumen Nordrhein-

Westfalens eine durch den Wettbewerb getriebene, sehr gute Breitbandversorgung festzustellen ist, bei der die Kunden zwischen zwei oder mehreren Anbietern wählen können, gibt es in den ländlichen Regionen immer noch so genannte „weiße Flecken“. Dies sind Gebiete, in denen keine vollständige/flächendeckende Breitbandgrundversorgung (Versorgung von mind. 2 MBit/s downstream) vorliegt. Vor allem dünn besiedelte Gebiete sind betroffen, da die vergleichsweise niedrigen erreichbaren Kundenzahlen den Netzbetreibern unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen hier keinen hinreichenden betriebswirtschaftlichen Anreiz für hohe Netzinvestitionen bieten. Daher drohen solche Gebiete an Standortqualität zu verlieren. Hier kommt das Land seiner Verantwortung für die Herstellung nahezu gleicher Lebensverhältnisse nach, wobei aus der politischen Verantwortung wohlgemerkt nicht die vollständige Erbringung der Leistung durch die öffentliche Hand selbst folgt. Maßnahmen der Landesregierung umfassen sowohl finanzielle Unterstützungsmaßnahmen aus den einschlägigen Förderprogrammen sowie langfristige Finanzierungen zu zinsgünstigen Konditionen für bis zu 100 Prozent der förderfähigen Investitionen von Unternehmen, privaten Investoren und Unternehmen mit mehrheitlich kommunalem Gesellschafterhintergrund durch die NRW.BANK. Darüber hinaus stellt die Landesregierung mit dem BreitbandConsulting.NRW ein über die bisherigen Angebote der Bezirksregierungen hinausgehendes, strukturiertes und niedrigschwelliges Informations-, Beratungs- und Förderangebot bereit, um Landkreisen und Kommunen die Initiierung, Konzeption und Umsetzung kreisweiter oder interkommunaler, strategisch an einem bedarfsgerechten Glasfaserausbau orientierter Breitbandprojekte zu ermöglichen.

Aufgrund des Versäumnisses der Vorgängerregierung, die reale vorhandenen Breitband-Versorgungslücken in NRW als vordringliche Ausbaubedarfe im Zuge der Versteigerung der LTE-Frequenzen an die Bundesnetzagentur zu melden, sind beim Breitbandausbau in NRW nicht alle Ausbaupotenziale ausgeschöpft worden.

Netzneutralität

Für den Erhalt des Internets als freies und offenes Medium ist es von zentraler Bedeutung, dass alle Datenpakete unabhängig von Inhalt, Dienst, Anwendung, Herkunft oder Ziel grundsätzlich gleich behandelt werden. Das Verlangsamen, Benachteiligen oder Blockieren von Diensten oder Diensteanbietern muss verhindert werden. Nur so kann die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft sichergestellt werden. Das Best-Effort Prinzip, nach dem ein Datenpaket nach dem anderen weitergeleitet wird, muss erhalten bleiben und darf nicht durch eine Priorisierung von Diensten schrittweise verdrängt werden. Aus Sicht der Landesregierung muss dafür Sorge getragen werden, dass die Netzneutralität als Wesenskern des Internets auch in Zukunft gewährleistet ist.

Internetkriminalität

Die Internet- beziehungsweise Cyberkriminalität ist ihrem Wesen nach grenzüberschreitend. Damit Maßnahmen zur Bekämpfung der Cyberkriminalität wirksam sein können, sind die internationale Zusammenarbeit und die Amtshilfe bei der Strafverfolgung innerhalb der Europäischen Union, aber auch zwischen der Europäischen Union und Drittländern von wesentlicher Bedeutung. In den vergangenen Jahren wurden auf Ebene der Europäischen Union mehrfach Schlussfolgerungen des Rates und Initiativen angenommen, um eine konzertierte Strategie zur Bekämpfung der Cyberkriminalität zu erarbeiten. Ziel dieser Strategie ist es, wirksam gegen die Cyberkriminalität vorzugehen und dabei konkret die vielfältigen strafbaren Handlungen zu bekämpfen, die mittels elektronischer Medien begangen werden: Darstellung des sexuellen Missbrauchs von Kindern, sexuelle Gewalt, terroristische Aktivitäten, Angriffe auf elektronische Netzwerke, Betrug, Identitätsdiebstahl etc.

Das Landeskriminalamt NRW hat in 2011 nach Vorgaben des Ministeriums für Inneres und Kommunales ein IuK-Kompetenzzentrum (Cybercrime-Kompetenzzentrum, IuK: Informa-

tions- und Kommunikationstechnologie) eingerichtet und alle bereits bisher im Landeskriminalamt NRW mit der Prävention und der Ermittlung beziehungsweise Ermittlungsunterstützung im Phänomenbereich der IuK-Kriminalität befassten Einheiten und Beschäftigte unter einheitlicher Leitung zusammengeführt. Die Internetwache des Landeskriminalamtes NRW wurde im Jahr 2011 weiterentwickelt und modernisiert. Die technischen Standards der Ausstattung werden ständig angepasst.

Urheberrecht/Schutz geistigen Eigentums

Der Schutz geistigen Eigentums ist - auch bezogen auf das Internet - durch die nationalen Regelungen grundsätzlich gewährleistet. Der technische Fortschritt und die damit verbundenen Möglichkeiten, aber auch Gefahren sind jedoch in den Blick zu nehmen, um einerseits im Internet zur Verfügung stehendes geistiges Eigentum angemessen zu schützen, andererseits aber auch den Interessen der Nutzer gerecht zu werden. Urheberrecht auf der einen und Verbraucherinteressen auf der anderen Seite müssen in Einklang gebracht werden.

Medienaufsicht und Mediennutzerschutz

Die richtige Antwort des Föderalismus auf die Globalisierung der Medienentwicklung ist aus Sicht der Landesregierung die gemeinsame Entwicklung einer Aufsichtsstruktur, die den Anforderungen der Digitalisierung genügt und zugleich die Länder sowie ihre plurale gesellschaftliche Medienaufsicht integriert.

Die Aufsicht über private Medienanbieter in NRW ist Aufgabe der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Der Landesregierung obliegt die Rechtsaufsicht. Die Landesregierung ist der Überzeugung, dass die gesetzlichen Regelungen im Bereich Schleichwerbung beziehungsweise verdeckter Werbung ausreichend sind. Sie entfalten zusammen mit den den jeweiligen Aufsichtsbehörden zur Verfügung stehenden Maßnahmen der Ermittlung und ggf. auch Sanktion von Verstößen ausreichende Abschreckungseffekte.

Neben der Aufsicht über die Medienanbieter ist es ein Ziel der Landesregierung, Mediennutzer auf die Risiken insbesondere bei der Nutzung des Internets aufmerksam zu machen und bei einer bewussten Mediennutzung behilflich zu sein.

Die Landesregierung sieht neben der umfangreichen Verbraucherinformation dringenden gesetzgeberischen Nachbesserungsbedarf gegen unseriöse Angebote in verschiedenen Medien. Eine Ursache mit für den „Erfolg“ von Kostenfallen zum Beispiel im Internet ist die komplizierte Rechtslage, auf der die Wirksamkeit des Vertragsschlusses beruht. Um diese Rechtslage zu vereinfachen und den Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor Kostenfallen im Internet zu erhöhen, setzt sich die Landesregierung für eine sogenannte „Button“-Lösung ein. Das heißt: Verträge im Internet sollen nur dann wirksam werden, wenn sie ausdrücklich mit einem gesonderten grafisch dargestellten Hinweis („button“) versehen sind, der die Kostenpflichtigkeit des Angebotes deutlich hervorhebt, und wenn von der Verbraucherin oder dem Verbraucher eine gesonderte Bestätigung („klick“) verlangt wird.

Ähnlich ist der Ansatz der Landesregierung auch beim Verbraucherschutz vor untergeschobenen Verträgen am Telefon. Dort setzt sich die Landesregierung für die Umsetzung der sogenannten „Bestätigungs“-Lösung ein. Das heißt, wer bei einem unerlaubten Werbeanruf einem Vertrag zustimmt, muss ihn innerhalb von zwei Wochen nach dem Telefongespräch in Textform nochmals bestätigen. Damit wird unseriösen Unternehmen, die Verbraucher mit überraschenden Werbeanrufen überrumpeln wollen, ebenfalls die Geschäftsgrundlage entzogen.

Der Bundesrat ist am 27. Mai 2011 einer Gesetzesinitiative von Nordrhein-Westfalen zur Einführung der „Bestätigungs“-Lösung gefolgt. Es bleibt nun abzuwarten, wie der Bundestag

die Vorschläge des Bundesrates aufgreifen und ob er entsprechende gesetzliche Regelungen im Sinne einer Verbesserung der Rechtsposition des Verbrauchers schaffen wird.

V. Anmerkungen zur Antwort der Landesregierung

Große Anfragen müssen gemäß Geschäftsordnung des nordrhein-westfälischen Landtags kurz, sachlich und bestimmt gefasst sein.

Im Allgemeinen dienen Große Anfragen dem Zweck, ein ungefähres Informationsgleichgewicht zwischen Regierung und Parlament zu erreichen. Im Kern geht es darum, das Wissen der Landesregierung sowie jene Informationen, die mit zumutbarem Aufwand durch die Exekutive in ihrem Geschäftsbereich in Erfahrung gebracht werden können, der Legislative mitzuteilen. Auf diese Weise sollen die entsprechenden Informationen für die parlamentarische Debatte und den allgemeinen öffentlichen Diskurs bereitgestellt werden.

Die Landesregierung begrüßt das Ansinnen der Fragestellerin, „einen breiten parlamentarischen Diskurs über die zukünftigen Herausforderungen unserer Mediengesellschaft zu führen.“ Allerdings erbittet die fragestellende Fraktion mit der vorliegenden Großen Anfrage von der Landesregierung umfangreiche statistische Angaben zum Medienstandort NRW sowie zu im weitesten Sinne internetbezogenen Sachverhalten. Insbesondere zu Letzterem liegt nur ein kleiner Teil dieser Daten bei der Landesregierung selbst vor. Die Landesregierung selber verfügt über keine entsprechenden Datenbanken oder gar spezialisierte Forschungseinrichtungen. Zum Teil wird auch die Staatsfreiheit des Rundfunks oder auch der Presse (Art. 5 GG) berührt, so dass entsprechende Wertungen oder Angaben dem zuwiderlaufen würden.

Die Landesregierung dankt allen Unternehmen, Organisationen und Institutionen für die Bereitstellung von Daten und Informationen zur Beantwortung einzelner Fragen der vorliegenden Großen Anfrage. Stichtag für die Berücksichtigung von Informationen ist – soweit in den Antworten keine anders lautenden Angaben enthalten sind – der 7. Dezember 2011.

In diesem Dokument wird auf zahlreiche Angebote im Internet verwiesen. Die Inhalte der verlinkten Seiten sind unter anderem von Institutionen gestaltet, auf die die Landesregierung keinen Einfluss hat. Die Landesregierung macht sich die dort aufgeführten Inhalte nicht zu Eigen. Für die Angebote Dritter wird keinerlei Haftung übernommen. Sollten auf den Seiten der Internetangebote auf die verwiesen wird, bedenkliche oder rechtswidrige Inhalte festgestellt werden, ist die Landesregierung für einen entsprechenden Hinweis dankbar. Zusätzlich weist die Landesregierung darauf hin, dass Teile der Seiten oder das gesamte Angebot dieser Internetangebote ohne gesonderte Ankündigung verändert, ergänzt, oder gelöscht werden können. Auch die vorübergehende oder endgültige Beendigung der Veröffentlichung ist ohne Ankündigung möglich.

Diese einführenden Anmerkungen vorausgeschickt, beantwortet die Landesregierung die Fragen wie folgt:

Inhaltsübersicht zur Großen Anfrage

Unser Medienstandort Nordrhein-Westfalen – Bilanz, Perspektiven und Herausforderungen für eine moderne Gesellschaft

- A. Der Medienstandort Nordrhein-Westfalen: Entwicklungstrends, Beschäftigung, Ausbildung, Mediencluster und Medienförderung**
- B. Rundfunk in Nordrhein-Westfalen: Programmqualität, Finanzierung, Persönlichkeitsrechte, Unabhängigkeit, Lokalangebote und Bürgerbezug**
- C. Printmedien in Nordrhein-Westfalen: Qualitätsjournalismus, Buchmarkt, neue Markttrends durch Zeitungs-Apps, eBooks und Bürgerreporter**
- D. Neue Medien in Nordrhein-Westfalen: Soziale Netzwerke im Web 2.0, eGovernment, Internetswache und Jugendschutz**
- E. Medienkompetenzförderung in Nordrhein-Westfalen: Angebote, Träger, Zielgruppen, Kooperation, Innovationen und zukünftiger Bedarf**
- F. Medienaufsicht und Mediennutzerschutz in Nordrhein-Westfalen: Jugendgefährdung, Persönlichkeitsrechte und Verbraucherschutz**

A. Der Medienstandort Nordrhein-Westfalen: Entwicklungstrends, Beschäftigung, Ausbildung, Mediencluster und Medienförderung

1. Wie hat sich in den letzten zehn Jahren unter Einbeziehung aller relevanten Beurteilungsdimensionen und -kriterien der Medienstandort Nordrhein-Westfalen insgesamt sowie differenziert nach Teilmärkten entwickelt?

Unter Einbeziehung der relevanten Beurteilungsdimensionen und -kriterien liegen aktuell folgende nach Teilmärkten differenzierte Daten zur Entwicklung des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen für die Jahre 2002-2009 vor:

Tab. 1.1: Entwicklung des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen nach Teilmärkten

	2002			2003		
	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige
Gesamte Medienbranche	k.A. *	111.428.953*	349.149	54.901	115.068.183	329.669
Content/ -Dienstleister	6.989	974.334	k.A.	6.989	960.683	k.A.
Print- & Onlinemedien	5.374	16.047.101	k.A.	5.263	15.124.502	k.A.
Musik	411	533.276	k.A.	411	567.793	k.A.
AV-Medien	3.517	4.013.997	k.A.	3.431	4.186.366	k.A.
Telekommunikation	81	50.055.237	k.A.	88	54.077.385	k.A.
IT / EDV	11.898	9.860.206	k.A.	12.000	9.258.448	k.A.
Medienhardware	k.A.*	14.130.617*	k.A.	2.744	15.405.914	k.A.
Werbung	24.047	15.814.185	k.A.	23.975	15.487.092	k.A.
	2004			2005		
	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige
Gesamte Medienbranche	57.331	113.985.636	313.712	60.261	117.636.104	323.648
Content/ -Dienstleister	7.491	942.926	9.707	8.167	1.183.950	12.788
Print- & Onlinemedien	5.263	15.130.349	60.492	5.191	15.056.785	64.989
Musik	433	976.114	1.690	402	1.558.898	1.634
AV-Medien	3.487	4.029.892	25.743	3.610	4.280.213	24.774
Telekommunikation	60	53.763.067	13.469	66	53.529.616	17.956
IT/EDV	12.720	9.121.560	76.827	13.392	9.746.099	77.653
Medienhardware	2.599	14.566.269	44.792	2.693	16.156.565	41.687
Werbung	25.278	15.464.456	80.992	26.740	16.123.977	82.167

	2006			2007		
	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige
Gesamte Medienbranche	62.874	118.037.739	331.641	65.242	118.436.989	331.400
Content/ -Dienstleister	8.641	1.220.603	15.171	9.127	1.242.176	17.283
Print- & Onlinemedien	5.213	15.252.051	63.714	5.158	15.428.382	62.735
Musik	402	1.408.022	1.553	447	1.254.568	1.550
AV-Medien	3.714	4.453.849	25.343	3.848	5.274.871	25.127
Telekommunikation	57	51.835.319	20.323	62	48.266.649	21.734
IT/EDV	13.937	9.760.367	81.914	14.437	10.531.697	83.367
Medienhardware	2.630	16.822.846	39.686	2.552	17.285.816	36.877
Werbung	28.280	17.284.682	83.937	29.611	19.152.830	82.727
	2008			2009		
	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige	Anz. Steuerpfl. Unternehmen	Steuerbarer Umsatz in T€	Erwerbstätige
Gesamte Medienbranche	66.942	112.153.929	371.949	52.491	120.826.675	372.586
Content/ -Dienstleister	9.291	1.235.130	29.211	11.194	3.031.104	28.273
Print- & Onlinemedien	5.135	15.669.431	62.109	5.037	14.965.802	59.826
Musik	441	1.317.454	1.489	259	66.765	1.383
AV-Medien	3.945	4.738.956	30.301	4.598	4.928.239	33.701
Telekommunikation	58	45.799.452	25.902	246	47.386.762	24.319
IT/EDV	15.112	11.048.717	101.424	16.142	11.382.904	104.993
Medienhardware	2.501	12.784.065	89.617	4.497	27.180.752	89.681
Werbung	30.459	19.560.724	31.896	10.386	10.840.005	30.410

Quelle: Grimme-Institut/eigene Auswertungen auf Basis der amtlichen Statistiken

* Die Ermittlung der Umsätze in den verschiedenen Medienbranchen und die Zahl der Beschäftigten erfolgt auf Basis der jeweils aktuellen Klassifikation der Wirtschaftszweige. Stichtag ist jeweils der 30. Juni. Für die Jahre 2002 bis 2010 sind die Wirtschaftsklassifikationen WZ03 und WZ08 relevant, die jedoch aufgrund unterschiedlicher Zuordnungen nicht eins zu eins vergleichbar sind. Bei der Veröffentlichung von Umsatzdaten muss die Landesregierung zudem das Steuergeheimnis beachten. Die Daten dürfen keine Rückschlüsse auf die Umsätze einzelner Unternehmen ermöglichen. Für das Jahr 2002 fehlen aus diesem Grund Angaben zum Umsatz innerhalb der Teilbranche „Medienhardware“ und entsprechend Angaben zum Umsatz der gesamten Medienbranche. Der in der Tabelle genannte Umsatz für die gesamte Medienbranche ist somit ein Mindestwert; der tatsächliche Umsatz lag 2002 höher. Für 2009 wurde eine Sonderauswertung angefertigt. Während der Umsatz in den Teilbranchen zum Teil höher ausfällt als in der Tabelle ausgewiesen, ist der Gesamtumsatz der Medienbranche vollständig dargestellt.

Für das Jahr 2010 liegt darüber hinaus bereits die Beschäftigungsstatistik für die Medienwirtschaft vor:

Tab. 1.2: In der Medienbranche Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen 2010

Erwerbstätige gesamt	Content/ -Dienst- leister	Print- & Online- medien	Musik	AV- Medien	Tele- kommuni- kation	IT/EDV	Medien- hard- ware	Werbung
365.974	27.149	56.748	1.313	35.123	21.885	108.419	86.141	29.196

Quelle: Grimme-Institut/eigene Auswertungen auf Basis der amtlichen Statistiken

2. *Wie beurteilt die Landesregierung aufgrund jeweils welcher einzelnen Erkenntnisse die zukünftigen Entwicklungspotentiale des und die voraussichtlichen Entwicklungsschritte und Trends am Medienstandort Nordrhein-Westfalen insgesamt sowie differenziert nach Teilbereichen?*

Wie kaum eine andere Branche ist das Feld der Medien und Telekommunikation von einer extrem hohen Dynamik geprägt. Auch das Nutzungsverhalten verändert sich deutlich. Zudem ist der Wettbewerb tendenziell entgrenzt: Zum einen demokratisiert sich die Inhalte-Produktion durch zunehmend günstigere Produktionstechnik. Auf der anderen Seite treffen im „Meta-Medium“ Internet Print, Radio, Fernsehen sowie nutzergenerierte Inhalte zusammen. Auch vormals reine Infrastrukturanbieter sind zunehmend als Inhalteproduzenten oder -aggregatoren aktiv. Vor diesem Hintergrund sind die Marktakteure gefordert, ihre Geschäftsmodelle, Produktions- und Distributionsprozesse kontinuierlich anzupassen – eine Entwicklung, die nahezu sämtliche Mediensegmente betrifft.

Der Medienstandort Nordrhein-Westfalen zeichnet sich durch eine besondere Pluralität, Umsatzstärke und Beschäftigungsdichte aus. Kein anderes Bundesland vereint mehr Medienunternehmen mit mehr Beschäftigten über die gesamte Bandbreite aller Mediengattungen hinweg als Nordrhein-Westfalen – in den Bereichen der Hochtechnologie genauso wie im Hinblick auf kreative Milieus. Diese Vielfalt und Dichte am Medienstandort NRW ist ein wesentlicher Vorteil, um die Potenziale von Konvergenz und Digitalisierung zu heben.

Die Landesregierung hat sich zum Ziel gesetzt diesen Prozess durch medienpolitische Impulse wie zum Beispiel die Standortinitiative „Digitales Medienland NRW“ gezielt zu unterstützen (siehe auch Antwort zu Frage 3).

Das Entwicklungspotenzial des Medienstandorts NRW wird im Folgenden auf der Grundlage aktueller Einschätzungen der Film- und Medienstiftung NRW beziehungsweise des Medienclusters NRW anhand ausgewählter Standortdaten zu den einzelnen Teilbereichen verdeutlicht – jeweils dargestellt vor dem Hintergrund der aktuellen Marktentwicklung in den einzelnen Branchensegmenten:

Fernsehen

- NRW ist seit über zehn Jahren Deutschlands Fernsehstandort Nr. 1 mit Köln als Deutschlands unumstrittener TV-Hauptstadt. Mit Sendern wie WDR, RTL, VOX, Super RTL, n-tv, Phoenix sowie dem deutschen Teleshopping-Marktführer QVC ist NRW zudem einer der größten TV-Standorte in Europa.
- Mit rund 35.000 in der AV-Wirtschaft Beschäftigten belegt NRW die Führungsposition in Deutschland in diesem Feld.

- Fast 5.000 Unternehmen der Film- und Fernsehbranche von Produktion zu Postproduktion bieten eine erstklassige Infrastruktur für die Branche und ihre Weiterentwicklung.
- Etwa ein Drittel der in Deutschland produzierten TV-Minuten kommt aus NRW, so viele TV-Minuten wie in Bayern, Hamburg und Berlin zusammen hergestellt werden.
- 15 der Top-20-TV-Produzenten Deutschlands haben ihren Sitz in Köln; Produktionsschwerpunkte: Entertainment, Shows, Serien, Comedy und Sitcoms.
- Mit MMC und nobeo bietet der Standort eine der größten und modernsten Studiolandschaften Europas.
- Networking der Branchenentscheider sowie Qualitätsdebatten auf höchstem Niveau bietet Nordrhein-Westfalen auf Top-Veranstaltungen wie Grimme-Preis, Deutscher Fernsehpreis, Deutscher Comedypreis, Deutscher Kamerapreis und nicht zuletzt mit profilierten Branchenevents wie dem Medienforum NRW.

Nach der sowohl konjunkturell wie auch strukturell bedingten Werbekrise in den vergangenen Jahren zeigt sich die TV-Branche weitgehend erholt. Es hat sich gezeigt, dass sich das klassische Fernsehen weiterhin stabil entwickelt: Der Verband privater Rundfunk- und Telemedien e.V. (VPRT) verweist auf Anfrage der Landesregierung darauf, dass der TV-Anteil am gesamten Werbekuchen seit Jahren steigt, ebenso wie die lineare TV-Nutzung. Auch im Medienportfolio der Zuschauer hat das Fernsehen weiterhin seinen festen Platz: Bei der Verweildauer konnte zuletzt ein leichter Anstieg verzeichnet werden.

Die Top-Position des Fernsehens in der Ökonomie der medialen Aufmerksamkeit wird durch neue digitale Medienangebote zunehmend herausgefordert. Vor allem junge Zielgruppen wenden sich verstärkt neuen Plattformen zu. Zudem werden unterschiedliche Medienangebote zunehmend parallel genutzt. Die TV-Branche steht daher vor der Herausforderung, ihre Geschäftsprozesse an die neuen Nutzungsszenarien anzupassen. Der VPRT sieht derzeit im Internet dennoch keine Konkurrenz für die privaten Rundfunkanbieter, „sondern vielmehr einen unverzichtbaren, attraktiven Übertragungsweg, über den sich Reichweiten steigern und neue Services launchen lassen.“ Auch gehören nach Einschätzung des Verbandes die Portale der privaten Fernsehsender mit zu den erfolgreichsten Internetangeboten in Deutschland, auch bedingt durch die stark wachsende Nachfrage nach Bewegtbildangeboten im Netz.

Die Verlängerung bestehender TV-Marken ins Web ist dabei nur die eine Seite der Medaille. Weitere Entwicklungskomponenten für die Zukunft des Fernsehens sind ein verstärktes Angebot neuer Werbeformen und Vergütungsmodelle – in der Branche unter dem Stichwort "erfolgsbasierte Werbung" geführt - sowie die Entwicklung völlig neuer, transmedialer Formate ("360-Grad-Inhalte") für eine kontinuierlich wachsende Zahl neuer Endgeräte (Smartphones, Tablet-Computer, internetfähige Fernsehgeräte).

Digital Media (Online, Mobile, Games)

- Für die Internetbranche bietet NRW ideale Voraussetzungen. Abgesehen von einer kreativen Start-up-Szene sind zehn Internetagenturen aus NRW unter den Top-40 der deutschen Branche.
- Zudem sind führende Onlineunternehmen wie Wer-kennt-wen, Buch.de, Clipfish, Sevenload, Kalaydo in NRW beheimatet.
- Alljährliche NRW-Events wie Dmexco oder Grimme Online Award bieten der Branche Plattformen für den Austausch im internationalen Kontext, Vermarktung und Qualitätsdebatten.

- Wichtige Branchenverbände wie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft haben ihren Sitz in NRW.
- Eine ideale Infrastruktur bietet NRW für die Mobilbranche: 40 Prozent aller in der Mobilbranche tätigen Unternehmen haben ihren Sitz in NRW, darunter Global Player wie Vodafone, T-Mobile, E-Plus, KIT digital oder Yoc/Sevenval.
- Mit iPhone DevCon, mobile DevCon und dem Mobile Media Summit finden zentrale Branchenevents der Mobile-Industrie in NRW statt.
- NRW ist ein umsatzstarker Gamesstandort. Neben den Global Playern Electronic Arts und Ubisoft kommt auch jeder vierte deutsche Gamesentwickler aus Nordrhein-Westfalen.
- Die Gamescom in Köln hat sich binnen weniger Jahre als Spielmesse von Weltrang etabliert. Mit der GDC Europe, dem Deutschen Entwicklerpreis und dem Europäischen Entwicklerpreis finden weitere zentrale Branchenevents in NRW statt, welche die gesamte Bandbreite des Gamessegments abbilden.
- Im Entwicklersegment hat sich vor allem auch das Ruhrgebiet stark positioniert. U.a. wurde mit der Games Factory Ruhr in Mülheim 2010 ein Branchenzentrum für Entwickler und Existenzgründer ins Leben gerufen.
- Mit Arvato hat zudem einer der wichtigsten Distributoren seinen Sitz in NRW.
- Zudem wurden in NRW vielfältige Ausbildungsmöglichkeiten im Gamesbereich initiiert, darunter das Cologne Games Lab.

Sowohl auf Bundesebene wie auch international sind Digital Media ein insgesamt stark wachsendes Wirtschaftssegment, das stetig an Umfang und Relevanz gewinnt. In NRW hat die noch junge Branche in nur wenigen Jahren eine beachtliche Entwicklung genommen. Zahlreiche Top-Internetunternehmen (siehe oben), Agenturen und Start-ups in wachstumsstarken Feldern wie Mobile Apps, Online & Mobile Games, Advertising Technologies, Webvideo-Portals etc. sind am Standort angesiedelt.

Infrastruktur (Telekommunikation, Kabelnetze & Informationstechnologie)

- 130.000 Beschäftigte zählt die IKT-Branche in NRW, das entspricht 23 Prozent aller IKT-Beschäftigten Deutschlands. Allein rund 22.000 Beschäftigte sind im Bereich Telekommunikation tätig.
- Zwölf der 50 mitarbeiterstärksten IT-Unternehmen Deutschlands sind in NRW beheimatet.
- Telekommunikation ist die umsatzstärkste Branche in der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Mit 18 Millionen Einwohnern ist Nordrhein-Westfalen einer der größten europäischen Märkte.
- Mit der Deutschen Telekom ist nicht nur das größte europäische Telekommunikationsunternehmen in NRW angesiedelt, sondern zusammen mit Vodafone und E-Plus haben drei der vier deutschen Mobilfunk-Netzbetreiber ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen.
- NRW bündelt so 90 Prozent des deutschen Mobilfunkmarktes und ist damit einer der größten regionalen Telekommunikationsstandorte Westeuropas.
- Mit fast 4 Millionen Haushalten ist NRW der größte Kabelmarkt Deutschlands.
- In NRW haben der zweitgrößte Kabelnetzbetreiber Deutschlands, Unitymedia, der größte Citycarrier Deutschlands, NetCologne, und der erfolgreichste IPTV-Anbieter, die Deutsche Telekom, ihren Sitz.

- Die ANGA Cable, die alljährlich in Köln stattfindet, gilt als der größte und wichtigste europäische Branchenevent im Bereich der Breitbandtechnologien.
- Mit Microsoft, HP und IBM haben international führende IT-Konzerne einen Sitz in NRW.
- Zudem bietet NRW in diesem Bereich die dichteste Hochschul- und Forschungslandschaft Deutschlands mit 32.000 Studierenden im Jahr 2010.

Im Zuge der Digitalisierung ist der Bereich der medialen Infrastrukturen ebenfalls von erheblicher Dynamik geprägt: Kabel, Satellit, DSL, IP oder Mobilfunk – der Wettbewerb der Infrastrukturen ist in vollem Gange. Zudem verschieben sich im Zeichen der Konvergenz die Grenzen der drei ehemals klar voneinander abgegrenzten Branchen Medien, Telekommunikation, Informationstechnologie. Auch für ehemals reine Infrastrukturanbieter gibt es zunehmend Anreize, sich ebenfalls als Content-Aggregatoren oder auch -produzenten zu betätigen.

Die Umsätze in der Telekommunikationsbranche waren zuletzt leicht rückläufig (-2,2 Prozent). Die Investitionen in Sachanlagen auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt erreichten trotz Finanzkrise, nach nahezu abgeschlossenem VDSL-Ausbau sowie der bereits weitgehenden Rückkanalfähigkeit der Kabel-TV-Netze und ihrer Aufrüstung, noch einen beachtlichen Umfang von 5,9 Milliarden Euro in 2010.

Auf der anderen Seite profitieren vor allem die Kabelnetze von der digitalen Medienentwicklung. So stieg die Zahl der für Telefongespräche genutzten Kabel-TV-Anschlüsse stark an. Der positive Trend bei der Telefonie über DSL und TV-Kabel glich damit die Rückgänge im klassischen Festnetz annähernd aus. Auch finden schnelle Internetanschlüsse über die Kabel-TV-Infrastruktur immer mehr Verbreitung. Die Modernisierung der Kabelnetze ist weitgehend abgeschlossen und ermöglicht Bandbreiten, die oftmals über denen der Telekommunikationsanbieter und ihren DSL-Leitungen liegen. Bemerkenswert ist der Bundesnetzagentur zufolge, dass der Ausbau durch die Kabelnetzbetreiber zur Jahreswende 2010/2011 so weit fortgeschritten war, dass ca. 13 Millionen Haushalte mit Downloadraten von 100 Mbit/s versorgt werden können. Wenngleich die Anzahl der Ende 2010 in Betrieb befindlichen Anschlüsse mit so hohen Geschwindigkeiten noch gering war, so besitzt diese Infrastruktur ein hohes Potenzial für die Zukunft. Mit wichtigen Kabelunternehmen vor Ort partizipiert NRW maßgeblich an dieser Entwicklung.

Erste Zeichen einer Marktsättigung zeigt derweil der Mobilfunkmarkt. Erstmals seit Veröffentlichung durch die Bundesnetzagentur hat sich die Teilnehmerzahl im Mobilfunk im Jahr 2010 im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich erhöht. Deutliches Wachstum gibt es allerdings im Segment mobiles Breitband. Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) geht davon aus, dass im Jahr 2011 jedes dritte verkaufte Mobiltelefon ein sogenanntes Smartphone sein wird – auch wenn die Zahl der regelmäßigen Nutzer von mobilem Breitband derzeit noch nicht so drastisch steigt (+8 Prozent in 2010).

Nordrhein-Westfalen ist im Bereich der medialen Infrastrukturen traditionell stark vertreten. Allein in der Telekommunikation werden 72 Prozent aller Umsätze dieser Branche in Deutschland an Rhein und Ruhr generiert. Auch in den Bereichen Kabelnetze sind sowohl führende Marktakteure wie auch eine entsprechende Dienstleistungsbranche am Standort präsent. Im Zeichen von Digitalisierung und Konvergenz sind die Infrastrukturanbieter einerseits Treiber der Entwicklung. Doch wird es für die Entwicklung neuer Plattformen und Geschäftsmodelle zunehmend auf die Vernetzung und Kooperation der Branche mit Content- und Vermarktungsunternehmen ankommen. Auch das mobile Fernsehen gilt als Wachstumsmarkt. Inhalte werden zunehmend auch speziell für die mobile TV-Nutzung produziert. Gamesunternehmen wie Electronic Arts sowie Online- und IT-Firmen wie Microsoft haben

mit ihren Angeboten maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg und die Marktpenetration neuer digitaler Plattformen. Dem entsprechend erweist sich auch im Segment der medialen Infrastrukturen die Nähe der Marktakteure zu den Inhalteproduzenten als entscheidender Wettbewerbsvorteil des Medienstandorts NRW.

Print

- Mit der WAZ, DuMont Schauberg, großen Teilen der Ippen-Verlagsgruppe und der Rheinischen Post haben vier der zehn größten deutschen Zeitungsverlage ihren Sitz in NRW.
- Über 580 Buchverlage mit Sitz in NRW erzielen einen Umsatz von 4,3 Milliarden Euro, darunter der deutsche Marktführer im Bereich Hardcover/Belletristik Bastei Lübbe.
- Mit der drupa findet die weltweit größte Fachmesse für Druck und Printmedien in NRW statt.
- Über 1000 Buchhandlungen und über 350 Bibliotheken finden sich in NRW, darunter zwei der drei größten Buchhandlungsketten, der Marktführer Thalia Holding (Hagen) und die Mayersche Buchhandlung (Aachen).
- Mit inzwischen rund 85.000 Besuchern hat sich das Kölner Literaturfest lit.cologne zu einem der führenden Branchenevents mit internationaler Strahlkraft entwickelt.

Die Printbranche befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch: Zentrale Herausforderung sieht der Zeitungsverlegerverband NRW (ZVNRW) auf Anfrage der Landesregierung im anhaltenden Auflagenrückgang sowie in den fundamentalen Veränderungen auf dem Werbemarkt durch die fortschreitende Digitalisierung. Hinzu kommen internationale Großkonzerne wie Google und Apple, die laut Verlegerverband mit enormer Marktmacht im Bereich bezahlter Inhalte auftreten.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, entwickeln sich die Verlagshäuser zunehmend zu (digital) diversifizierten Medienhäusern. Neben das traditionelle Zeitungsgeschäft sind in den vergangenen Jahren die Beteiligungen im Radiobereich im Lokalfunk Nordrhein-Westfalen und stetig zunehmende Internetaktivitäten getreten. Gleichzeitig wurden in den Häusern Kostenstrukturen überprüft und Synergien ausgeschöpft. Dieser Prozess wird sich dem ZVNRW zufolge fortsetzen, möglicherweise auch mit Auswirkungen auf die Beschäftigungsstruktur.

Um die vielfältige Presselandschaft in NRW zu erhalten, wird es perspektivisch darauf ankommen, inwieweit es den Medienhäusern gelingt, auch im Internet mit journalistischer Qualitätsarbeit angemessene Erträge zu erwirtschaften. Bereits heute ist festzustellen, dass die Gesamtreichweite im gedruckten wie im digital publizierten Bereich so groß ist wie nie zuvor. Allerdings werden im Onlinebereich meist noch keine ausreichenden Deckungsbeiträge erwirtschaftet.

Radio

- Mit WDR, Deutschlandfunk, Deutsche Welle sowie einer Vielzahl privater Unternehmen ist Nordrhein-Westfalen Deutschlands größter Radiostandort.
- Der Rahmenprogrammveranstalter der NRW-Lokalradios, Radio NRW, ist der erfolgreichste Radiosender in Deutschland.
- Allein der WDR erreicht mit seinen Angeboten 8,56 Millionen Hörer an jedem Wochentag.

- 44 private regionale Sender mit 24h-Programm senden aus NRW, darunter vier der bundesweit meist gehörten Programme.
- Veranstaltungen wie zum Beispiel Radio Day, 1LIVE Krone, Hörspielpreise, LfM-Bürgermedienpreis und LfM-Campus-Radio-Preis unterstreichen die Bedeutung Nordrhein-Westfalens als Radiostandort.

Die Hörfunknutzung insgesamt zeigt sich auf hohem Niveau stabil. Die Reichweitenergebnisse der Media-Analyse 2011 Radio II haben konstant hohe Nutzungswerte für das Radio in ganz Deutschland ausgewiesen. Die Tagesreichweite liegt bei knapp 80 Prozent der in Deutschland lebenden Einwohner ab zehn Jahren. Diese Konstanz zieht sich durch alle Zielgruppen. In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind leichte Zuwächse zu verzeichnen. Untersuchungen, etwa von TMS Emnid, kommen zu dem Schluss, dass sich das Radio als meist genutztes Außerhaus-Medium behauptet hat.

Das mobile Internet und die Marktdurchdringung von Smartphones haben diese Position noch gestärkt. Dabei spielt die Information bei der Nutzung von Radioinhalten, auch der multimedialen, unverändert eine maßgebliche Rolle. Inzwischen nutzen etwa 20 Prozent der 14-29-Jährigen zunehmend digitale Medien zum Radioempfang. Gerade in der Zielgruppe der 14-29-Jährigen konnte zuletzt laut Media-Analyse 2011 Radio II eine Steigerung der Verweildauer von 215 Minuten auf 222 Minuten festgestellt werden. Damit ist Radio auch weiterhin ein wichtiger Bestandteil des Medienkonsums in der jungen Zielgruppe, unabhängig vom jeweils genutzten Übertragungsweg.

Seit August 2011 ist zudem ein Fortschritt beim Digitalradio zu verzeichnen. Mit dem Start des bundesweiten Multiplexes werden 17 Hörfunkprogramme im verbesserten Übertragungsstandard DAB Plus verbreitet, die zuvor in Nordrhein-Westfalen nicht terrestrisch zu empfangen waren. Im landesweiten Digitalradio-Multiplex hat der WDR ebenfalls für den größten Teil seiner Programme die modernere Verbreitungstechnik gewählt. Zudem wird für das landesweite Hörfunkbouquet mit einer neuen Übertragungskapazität die Erhöhung der Sendeleistung und somit eine kostengünstigere Verbreitung möglich. Im Rahmen dieses Frequenzwechsels wird ein Drittel der Übertragungskapazität für private Radioangebote zur Verfügung stehen. Damit folgt Nordrhein-Westfalen dem Trend wie in vielen anderen Bundesländern hin zu landesweiten Digitalradio-Angeboten der öffentlich-rechtlichen und der privaten Programmveranstalter. Für künftige Programmangebote sind bereits weitere Frequenzen geplant. Hier besteht für beide Partner des dualen Systems ein chancengleicher Zugang. Nach eigenen Angaben erreicht der WDR mit seinen digitalen Angeboten derzeit 85 Prozent der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen. Die steigenden Verkaufszahlen bei den digitalen Radioempfängern, die bereits eine wachsende Modellvielfalt nach sich ziehen, belegen eine zunehmende Akzeptanz dieses neuen Mediums.

Film

- NRW verfügt mit der Film- und Medienstiftung NRW über die finanzstärkste Länderfilmförderung Deutschlands.
- Mit 1026 Kinodrehtagen in NRW im Jahr 2010, darunter für zahlreiche preisgekrönte und publikumsstarke Kinoproduktionen, belegt NRW eine Spitzenposition in Deutschland.
- NRW bietet somit nicht nur hoch qualifiziertes Fachpersonal und optimale Produktionsbedingungen, sondern auch eine große Vielfalt an außergewöhnlichen Drehorten. Damit hat sich NRW als Dreh- und Produktionsort auch für internationale Produktionen etabliert, wie Projekte von Stephen Frears, Stephen Daldry, Semih Kaplanoglu, Ken Loach und Gérard Corbiau in NRW unterstreichen.

- Mit 875 Kinosälen, ebenfalls ein Spitzenwert bundesweit, bietet NRW eine äußerst lebendige Kinokultur.

Nach Angaben der Filmförderungsanstalt (FFA) konnte mit 61,5 Millionen Zuschauern im 1. Halbjahr 2011 ein Plus von 2,2 Prozent bei den Besucherzahlen erzielt werden; auch der Marktanteil des deutschen Films seit 2005 steht laut FFA auf einem erfreulichen Niveau. Dennoch gibt es Anzeichen für eine stagnierende Marktentwicklung im Kinobereich: Die Zahl der Kinoschließungen steigt, und der Eintrittspreis stagniert – trotz des Erfolgs dreidimensionaler Filme. Dies gilt für Nordrhein-Westfalen genauso wie für Deutschland oder auch für Gesamteuropa. Hintergrund der Entwicklung ist neben dem Wandel im Zuschauerverhalten vor allem die steigende Nutzung heimischer Flachbildschirme und Heimkino-Anlagen sowie zunehmend im Markt eingeführte Video-On-Demand-Angebote von Seiten der Pay-TV- und Kabelnetzbetreiber.

Werbung

- Rund 10,8 Milliarden Euro Umsatz der Werbewirtschaft werden in NRW generiert – das entspricht etwa einem Anteil von 36 Prozent des deutschen Werbemarkts.
- Mehr als 29.000 Beschäftigte in 10.000 Unternehmen sind am Standort NRW in der Werbebranche tätig.
- Düsseldorf ist der umsatzstärkste Werbestandort in Deutschland.
- Die größten Netzwerkagenturen BBDO, Grey und Publicis sind in der NRW-Landeshauptstadt angesiedelt, zudem fünf der zehn größten deutschen Mediaagenturen.
- Mit Ketchum Pleon hat auch die bundesweit größte PR-Agentur ihren Sitz in Düsseldorf.
- Und nicht zuletzt bietet NRW in den Bereichen Werbung und PR renommierte öffentliche und private Qualifizierungseinrichtungen.

Nach massiven Einbrüchen in den vergangenen Jahren zeigte sich der Werbemarkt in 2010 wieder erholt. Die anhaltende Konjunktur in Deutschland ziehe den Werbemarkt mit, so der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) in seiner Analyse vom Mai 2011. Die Investitionen in Werbung stiegen wieder um 2,4 Prozent in 2010. Noch im Vorjahr hatte der Werbemarkt insgesamt 6 Prozent eingebüßt, bei den Netto-Werbeinnahmen der Medien sogar 9,8 Prozent. In 2010 konnten die Medien als Werbung verbreitende Träger immerhin ein Plus von 2,1 Prozent auf einen Umsatz von knapp 19 Milliarden Euro verbuchen: Auch hier scheint die Talsohle durchschritten, auch wenn der Branchenverband angesichts dieses kleinen Aufschwungs noch keinen Anlass zur Euphorie sieht.

Bemerkenswert im Rahmen dieser Entwicklung ist die Rolle der digitalen Medien. So waren die Onlinemedien mit einem Wachstum von 12,7 Prozent in 2010 nicht nur das dynamischste Segment der Werbeträger. Auch sind Onlinedienste zu bedeutenden Werbeinvestoren aufgestiegen und stabilisieren so das Werbegeschäft, vor allem den des Fernsehens. Entsprechend sieht der ZAW die Zukunftsfrage nicht darin, „wie lange die klassischen Medien noch ihre Rolle als Werbeträger angesichts der digitalen Evolution behalten werden“. Die wesentliche Zukunftsfrage laute vielmehr, „welche Merkmale die Symbiose von traditionellen Medien mit den vielen digitalen Varianten haben wird“, und welche Chancen sich für die weitere Optimierung von Effizienz und Effektivität der Marktkommunikation ergeben.

Einmal mehr ist es das starke Moment der Konvergenz, das die Entwicklungspotenziale auch der Werbebranche wesentlich bestimmt – auch und speziell am Standort Nordrhein-Westfalen. Wenn die Leistungen der „alten“ Medien dem aktuellen Trend folgend im Sinne

von Konvergenz mit der Digitalwelt verwoben werden, so der ZAW, dann haben sie exzellente Chancen, auch als „neue“ Medien Dominanz in Sachen Werbung auszustrahlen.

Musik

- Führende Unternehmen der Musikwirtschaft sind in NRW beheimatet, darunter Big Player der Tonträgerbranche wie EMI Music Germany und Rough Trade, Vertriebspezialisten wie die All!ve AG, sowie führende Unternehmen in der Unterhaltungselektronik wie Medion, Denon u.a.
- 20 Prozent der bundesdeutschen Musikunternehmen haben ihren Sitz in NRW.
- Basis der NRW-Musikwirtschaft ist eine starke kreative Szene sowie eine europaweit einzigartige Dichte besonderer Veranstaltungsorte.
- Der Nachwuchs wird in vier staatlichen Musikhochschulen ausgebildet.
- Mit c/o pop, 1LIVE Krone, Ruhrtriennale, Eurovision Song Contest 2011 richtet NRW zahlreiche Top-Events der Musikbranche aus.
- Zudem haben wichtige Organe der Musikwirtschaft wie der Deutsche Musikrat, der Verband deutscher Musikschafter oder die Stiftung Jedem Kind ein Instrument (JeKi) ihren Sitz am Medienstandort NRW.

Auch die Musikindustrie befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch. Das Jahr 2010 schloss die Branche erneut mit einem Rückgang des Geschäfts (-4,6 Prozent). Diese Entwicklung, die sich aus dem traditionellen Musikvertrieb ergibt (-8,3 Prozent), konnten auch die deutlichen Zuwächse im Bereich der digitalen Verkäufe bislang nicht kompensieren (+17,5 Prozent bei PC-Downloads, mobile Dienste etc.). Nach wie vor werden in Deutschland 86,3 Prozent der Gesamtumsätze mit physischen Produkten aus dem Musikverkauf erwirtschaftet. Einmal mehr seit 2001 sank in der Folge im letzten Jahr die Zahl der in der Musikwirtschaft Beschäftigten – allerdings nicht mehr so dramatisch (-4,6 Prozent) wie in den Jahren zuvor.

Immerhin hat das digitale Geschäft eine signifikante Marktgröße erreicht, um den Gesamtmarkt zu beeinflussen. Auch in Zukunft wird es darum gehen, das anziehende Geschäft mit digitalen Inhalten weiter zu stabilisieren und auszubauen. Durch seine vielfältige Branchenstruktur partizipiert das Land NRW maßgeblich an dieser Entwicklung. So ist nicht nur der deutsche Branchenprimus Musicload (Deutsche Telekom) in NRW beheimatet. Auch hat die kreative Gründerszene am Standort neue Start-ups in diesem Bereich hervorgebracht: Mit innovativen Technologien und Geschäftsmodellen verleihen junge NRW-Firmen wie Simfy, Putpat oder Musicplayr der Industrie neue Impulse.

3. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen plant die Landesregierung für jeweils welche zukünftigen Zeitpunkte und Zeiträume dieser Legislaturperiode, um die Entwicklung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen positiv voranzutreiben, insbesondere um Nordrhein-Westfalen für neue Unternehmen aus der Medienbranche mit den damit verbundenen Beschäftigungseffekten interessant zu gestalten?

Medien sind für Nordrhein-Westfalen eine Schlüsselbranche. Mit ihren vielfältigen technischen und inhaltlichen Ausprägungen besitzen Medien große und weiter wachsende ökonomische Bedeutung sowie maßgebliche kulturelle Prägestärke: Eine moderne Demokratie und eine offene Gesellschaft sind nur mit modernen Medien denkbar.

Die Medienwelt hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten rasant weiterentwickelt. Wie in der Antwort zu Frage 2 dargestellt, bieten Medienkonvergenz und Digitalisierung die Chance, die Entwicklung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen weiter positiv voranzutreiben. Für NRW heißt das: Öffentliche und private Akteure sind gleichermaßen gefordert, ihre Stärken einzusetzen und alle verfügbaren Kräfte zu mobilisieren, um das Medienland Nordrhein-Westfalen weiter nach vorne zu bringen. Die Landesregierung versteht sich dabei als Partner der Branche.

Was seit Gründung der Filmstiftung NRW im Jahr 1991 bei Film- und Fernsehen gut funktioniert hat, muss nun im Internetzeitalter konsequent weitergedacht werden. Deswegen hat sich die Landesregierung zum Ziel gesetzt, den digitalen Strukturwandel in Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit den Unternehmen und Institutionen der Branche zu gestalten.

Die Voraussetzungen sind gut. NRW ist der führende Medien- und Kommunikationsstandort in Deutschland. Kein anderes Bundesland zählt so viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Medien- und Kommunikationsbranche wie NRW (365.974 in 2010). Der Umsatz pro Kopf lag 2009 bei 324.000 Euro – und damit bei mehr als 100.000 Euro über dem gesamtdeutschen Durchschnitt.

Vom innovativen Start-up bis zum internationalen Medienkonzern – die Medienlandschaft in Nordrhein-Westfalen bietet die notwendige Vielfalt und Dichte für einen erfolgreichen Medienstandort. Die Unternehmen vor Ort bieten Perspektiven für professionelle Kreative gleichermaßen wie für hoffnungsvolle Nachwuchstalente. Diese Leistungsträger gilt es zu halten und zu fördern. Es geht aber auch darum, sie bei der Weiterentwicklung des Medienstandorts NRW einzubeziehen und zu fordern.

Eine zeitgemäße Medienstandortpolitik muss Antworten auf die Fragen finden, die sich aus dem Zusammenwachsen der Medien ergeben. Für die Standortförderung der Landesregierung bedeutet das vor allem, die verfügbaren Ressourcen gezielt einzusetzen und wo möglich sinnvoll zu bündeln, um neue Entwicklungen und Ideen der Medienbranche effizient fördern zu können.

Die Landesregierung hat daher fünf medienstandortpolitische Schwerpunkte gesetzt:

Eine Film- und Medienförderung aus einer Hand

Im Koalitionsvertrag haben sich die Regierungsparteien in NRW darauf verständigt, die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen zu einer integrierten Förderinstitution für sämtliche Medienbereiche weiter zu entwickeln.

Ein wichtiger Schritt auf diesem Weg war 2011 die Übernahme der Mediencluster NRW GmbH durch die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen auf Initiative der Landesregierung. Zwei Jahre zuvor hatte die Vorgängerregierung eine unnötige und nicht sinnvolle Doppelstruktur aufgebaut. Warum neben der Filmstiftung NRW mit dem Mediencluster NRW noch eine weitere, deutlich kleinere Agentur gegründet worden war, haben auch Branchenexperten kaum nachvollziehen können. Ganz im Sinne der Branche hat die Landesregierung daher diese Parallelstruktur beendet. Damit hat sie ein zentrales medienwirtschaftspolitisches Projekt erfolgreich umgesetzt.

Die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen wird so zur Film- und Medienstiftung NRW mit erweitertem und exklusivem Aufgabenbereich. Die Akteure der Film- und Medienstiftung sprechen die Sprache der Kreativen, verfügen über Erfahrung und Know-how, um die aktuellen Chancen der Medienbranche zu nutzen, gerade auch im Zeichen der Konvergenz. Deswegen war es folgerichtig und überfällig, die Aufgaben der Stiftung zu erweitern. Ganz konkret über-

nimmt die Film- und Medienstiftung NRW künftig eine Schlüsselrolle im Standortmarketing und in der Standortentwicklung, sowohl hinsichtlich der klassischen wie auch der digitalen Mediensegmente.

Weiterentwicklung von Nordrhein-Westfalen zum Digitalen Medienland NRW

Nordrhein-Westfalen ist ein starkes Medienland. Im Gegensatz zu anderen Ländern bietet NRW auch herausragende Merkmale im Hinblick auf die Diversität der Medien am Standort – und dies quer durch alle Teilbranchen und Regionen. Das wird nicht nur anhand der wirtschaftlichen Standortdaten deutlich, sondern insbesondere auch durch das große Angebot von Ausbildungs- und Forschungsinstitutionen im Land. Dies bietet gerade vor dem Hintergrund des Zusammenwachsens der verschiedenen medialen Teilbereiche erhebliches Potenzial.

Um die Chancen von Digitalisierung und Konvergenz für NRW zu nutzen, wird die Landesregierung in dieser Legislaturperiode mit der neuen Initiative „Digitales Medienland NRW“ den Medienstandort gezielt stärken.

Im Rahmen der Initiative „Digitales Medienland NRW“ werden bis 2013 bis zu zehn Millionen Euro aus dem NRW-EU Ziel 2-Programm für drei Schwerpunktmaßnahmen bereitgestellt:

- Unternehmensbezogene Innovationsförderung: Innovative Medienunternehmen in NRW werden gezielt in der Frühphase der Projektentwicklung unterstützt, um neuartige inhaltliche beziehungsweise technologische Vorhaben zu ermöglichen.
- Standortentwicklung und Standortmarketing: Im Vordergrund stehen Maßnahmen zur nachhaltigen Stärkung des Medienstandorts NRW, zum Beispiel in den Bereichen Medienqualifizierung, Fachkräfte und Standortmarketing.
- Kinodigitalisierung: Kleine und mittlere Kinos und Programmkinos werden bei der Umrüstung auf digitale Vorführtechnik finanziell unterstützt, um sie wettbewerbsfähig zu halten und damit die filmkulturelle und filmwirtschaftliche Vielfalt der nordrhein-westfälischen Kinolandschaft zu sichern.

Diese Schlüsselinitiativen wird die Landesregierung gemeinsam mit der Film- und Medienstiftung NRW als integrierter Förderinstitution umsetzen.

Initiative für Medienfachkräfte

Die Landesregierung setzt sich im Rahmen der Initiative Digitales Medienland NRW für eine nachhaltige Medienwirtschaftspolitik ein. Dazu ist es wichtig, die Attraktivität von Nordrhein-Westfalen für junge, innovative Medienunternehmen zu steigern.

Genauso wie durch eine Film- und Medienförderung aus einer Hand überzeugt NRW durch attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen. Die Landesregierung begrüßt beispielsweise die vielen bereits existierenden Coworking-Projekte in Nordrhein-Westfalen. Coworking stellt Freiberuflern, Kreativen und Start-ups Arbeitsplätze und Infrastruktur für eine weitgehend unverbindliche und zeitlich flexible Nutzung zur Verfügung. Derartige Projekte wie sie etwa in Dortmund, Düsseldorf, Köln und Münster gestartet wurden, bieten vielfältige Perspektiven für den Medienstandort. Gerade für Existenzgründer und Start-ups entstehen Arbeitsräume, die Kreativität und Zusammenarbeit fördern.

Ziel ist es daher, die Vernetzung zwischen den einzelnen Branchensegmenten der Kreativszene zu verbessern, die Qualifizierung im Medienbereich zu stärken und junge Unternehmen zu unterstützen. Die neu aufgestellte Film- und Medienstiftung wird diesen Prozess engagiert begleiten, damit NRW wieder ein Magnet für Kreative wird.

Ein starkes Medienland Nordrhein-Westfalen ist auf gut ausgebildete Fachkräfte angewiesen. Zwar gibt es in NRW die größte Vielfalt an medienbezogenen Studiengängen in Deutschland. Aber nicht alle Talente bleiben nach der Ausbildung am Standort. Die Landesregierung wird sich weiter dafür einsetzen, den Mediennachwuchs nicht nur für eine Ausbildung in NRW zu gewinnen, sondern ihn auch nach der Qualifizierungsphase im Land beruflich zu binden.

Deshalb hat die Landesregierung regelmäßige branchenübergreifende Werkstattgespräche zum Thema „Medienqualifizierung/Fachkräfte“ initiiert. Im Dialog mit Branchenvertretern, mit Unternehmern, Verbänden und Hochschulen, wird gemeinsam diskutiert, was der Medienstandort NRW für den dauerhaften, nachhaltigen Erfolg braucht. Dabei geht es etwa um die Fragen, welche Fachkräfte in der Medienbranche gebraucht werden, wie sie rekrutiert werden und welche Rolle die verschiedenen Ausbildungsinstitutionen dabei spielen können und müssen.

Medienkompetenzland NRW

Politik muss alles tun, um das Potenzial zu nutzen, das in den Medien steckt – für die Vitalisierung von Demokratie, für eine starke, wettbewerbsfähige Wirtschaft und nicht zuletzt für mehr Lebensqualität für die Menschen.

Zur Erschließung des Potenzials gibt es im Wesentlichen zwei Ansatzpunkte:

1. Die Menschen und ihre Fähigkeiten, damit sie die Medien optimal nutzen können, und
2. die Medienbranche, für die ein organisatorischer, rechtlicher und finanzieller Rahmen geschaffen werden muss, in dem sie sich optimal entfalten kann.

Die Landesregierung setzt daher auch ganz bewusst einen besonderen Schwerpunkt im Bereich der Medienkompetenz. Ohne Medienkompetenz wird es für Kinder immer schwerer, sich erfolgreich in der heutigen Welt zu bewegen. Wie so häufig beim Thema Bildung ist auch Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen sehr unterschiedlich ausgeprägt. Wesentliche Einflussfaktoren sind das Elternhaus und der Freundeskreis.

Um die Medienkompetenz aller Kinder zu stärken, hat die Landesregierung die Initiative „Medienpass NRW“ gestartet. In Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) werden Hilfestellungen zur Stärkung der Medienkompetenz erarbeitet, wobei vor allem der Austausch zwischen Eltern, Jugendarbeit und Schule gestärkt werden soll.

Bei allen Diskussionen über Medien und neue Medien, über Internet und Web 2.0 ist zu berücksichtigen, dass bereits in den ersten Lebensjahren eines Kindes die Basis für den kompetenten Umgang mit Medien entstehen muss. Darum ist es von zentraler Bedeutung, dass künftig kein Kind zurückgelassen wird und Kinder jeder Herkunft die nötigen Grundfertigkeiten erlernen können. Ansonsten besteht die Gefahr, dass weiterführende Techniken und Angebote, die auf solchen Fähigkeiten aufbauen, ins Leere laufen.

Die Landesregierung setzt darum in NRW auf eine vorbeugende Politik, bei der Bildung und frühzeitige Hilfen für Familien im Mittelpunkt stehen. Perspektivisch sichert eine solche Politik auch die Basis für ein starkes Medienland.

Förderung des Lokaljournalismus

Nordrhein-Westfalen hat eine herausragend hohe Dichte an Lokal- und Regionalzeitungen. Allerdings wurden in den vergangenen Jahren mehrere Redaktionen zusammengeführt oder geschlossen. Der ökonomische Druck ist gewachsen, das Verhältnis zwischen Werbe- und

Vertriebserlösen hat sich in den letzten Jahrzehnten dramatisch verändert: Jahrelang wurden zwei Drittel der Umsätze im Zeitungsmarkt durch Werbung Erlöst und lediglich ein Drittel durch den Verkauf. Heute ist das Verhältnis ausgeglichen.

Eine ausgeglichene und qualitätsvolle Berichterstattung auf lokaler Ebene ist und bleibt jedoch unverzichtbar für die demokratische Meinungs- und Willensbildung. Aufwändige Recherchen oder auch die Weiterbildung von Mitarbeitern in Lokalredaktionen sind Fragen der personellen und finanziellen Ressourcen, die vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfelds jedoch zunehmend fehlen.

Um Journalismus – gerade im lokalen Bereich – zukünftig abzusichern, ist die Landesregierung mit Verlegern, Gewerkschaften und Journalisten im intensiven Gespräch. Dabei erachtet es die Landesregierung als selbstverständlich, dass Maßnahmen zur Unterstützung des Lokaljournalismus staatsfern und unabhängig zu organisieren sind.

Angesichts der Bedeutung des Lokaljournalismus ist Weiterbildung für das Berufsfeld des Journalisten besonders wichtig. Zudem zeigt sich, dass sich der Bedarf an Weiterbildung durch den digitalen Medienumbruch erhöht.

Die Landesregierung hat daher beschlossen, ein Projekt an der Universität Dortmund zur Einrichtung von Weiterbildungsangeboten für Lokaljournalistinnen und -journalisten zu fördern. Die „Initiative Lokaljournalismus in Nordrhein-Westfalen“ ist eine unabhängige Organisationseinheit am Institut für Journalistik der TU Dortmund, die Weiterbildungsangebote plant und durchführt.

Angestrebt wird ein Angebot, das sich eng am tatsächlichen Bedarf orientiert, welcher im Vorfeld von der Universität ermittelt wird. Die Seminare sollen sowohl flächendeckend in NRW als auch vor Ort in den Verlagen durchgeführt werden. Erste Pilotseminare sind für Januar beziehungsweise Februar 2012 geplant.

- 4. *Wie schlägt sich jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre die Entwicklung des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen auf dem Arbeitsmarkt sowohl landesweit insgesamt als auch regional differenziert nieder?***
- 5. *Welche diesbezüglichen Erkenntnisse zur Arbeitsmarktentwicklung bei Medienberufen und durch Arbeitgeber der Medienwirtschaft liegen der Landesregierung zu einer sektoral differenzierten Betrachtung nach Teilbranchen und Teilarbeitsmärkten vor?***

Die Fragen 4 und 5 werden zusammengefasst beantwortet. Eine regional beziehungsweise sektoral differenzierte Betrachtung der Arbeitsmarktentwicklung des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen über die in der Antwort auf Frage 1 dargestellten Informationen hinaus liegt der Landesregierung nicht vor.

- 6. *Mit welchen zukünftigen quantitativen wie qualitativen Beschäftigungstrends und -effekten rechnet die Landesregierung bei Medienberufen und durch Arbeitgeber der Medienwirtschaft landesweit sowie bei differenzierter Betrachtung nach regionalen und branchenspezifischen Unterschieden?***

Die massiven Verwerfungen an den Finanzmärkten in den letzten Jahren hatten auch in der Medienindustrie teilweise substanzielle Auswirkungen auf die Beschäftigungszahlen. In nahezu sämtlichen Teilbereichen der Medienwirtschaft war ein Rückgang der Beschäftigten-

zahlen zu verzeichnen. Hinzu kamen negative Beschäftigungseffekte, die sich vor allem aus den strukturellen Veränderungen im Zuge der Digitalisierung und den damit einhergehenden Veränderungen auf den Medienmärkten ergaben. In 2010 nahm die Zahl der Erwerbstätigen in der Medienbranche 2010 jedoch wieder um rund 1,8 Prozent zu.

Für die Zukunft rechnet die Landesregierung bei entsprechenden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiter mit einer positiven Beschäftigungsentwicklung in der Medienbranche. Hierfür gibt es erste Signale: Mit der weitgehenden Stabilisierung der allgemeinen Wirtschaftslage haben auch die einzelnen Teilbranchen in der Medienwirtschaft die Talsohle der konjunkturellen Entwicklung passiert und zeigen wieder moderates Wachstum – das sich auch auf die Beschäftigtenzahlen auswirken wird. Dieser Trend spiegelt sich vor allem im Werbemarkt wider, der in 2010 insgesamt um 2,4 Prozent zulegen konnte (siehe auch die Antwort zu Frage 2). Auch die Branchenstudie „German Media and Entertainment Outlook 2011-2015“ sieht die Medienbranche mit einem Umsatzplus von 2,8 Prozent in 2010 zum Vorjahr im Aufwärtstrend. Zudem gelingt es den Branchenakteuren immer besser, sich auf die neuen Verhältnisse einer zunehmend digitalisierten Medienwelt einzustellen. Und nicht zuletzt kommen positive Effekte hinzu, die sich durch neue Branchensegmente im Rahmen eben dieser digitalen Entwicklung ergeben, etwa im Bereich mobiler Onlineanwendungen. Bis 2015 sieht die Marktstudie ein Branchenwachstum von durchschnittlich 2,9 Prozent jährlich voraus. Dennoch können angesichts der hohen Dynamik sowohl in der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung wie auch in der Entwicklung der einzelnen Mediensegmente nur kurzfristige Aussagen zur Branchenentwicklung getätigt werden.

Neben diesen quantitativen Trends zeichnet sich aus Sicht der Landesregierung ab, dass sich das qualitative Anforderungsprofil an den bestehenden Personalpool wie auch an neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Medienberufen verändert. Dies betrifft Unternehmen aller Größenordnungen. Die digitale Wirtschaft, das zeigen die Gespräche mit Unternehmerinnen und Unternehmern, benötigt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit interdisziplinärem Wissen, die einerseits die technische sowie auch die betriebswirtschaftliche Komponente des digitalen Geschäfts vereinen. Die Unternehmen sehen sich hier allerdings auch selbst in der Bringschuld, zu einer zeitgemäßen Ausbildung ihrer Fachkräfte beizutragen.

Zudem zeichnet sich in einigen Branchensegmenten ein Fachkräftemangel ab – nicht zuletzt verursacht durch deren rasante Entwicklung. So fehlt der Onlinebranche qualifiziertes Personal in den teilweise noch sehr jungen Berufsbildern wie zum Beispiel Onlinemarketing-Manager, Social Media-Manager oder auch integriert arbeitende Softwareentwickler. Diesen Mangel gilt es durch schnelle Aktivitäten der Branche im Zusammenspiel mit der Politik abzuwenden, beispielsweise durch die verstärkte Kommunikation bestehender Ausbildungsangebote in NRW. Zusätzlich sollen Bildungsinstitutionen und Wirtschaft stärker miteinander vernetzt werden, um zukünftige Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in regionale Arbeitsverhältnisse zu bringen.

Aus Sicht der Landesregierung gilt es, die in NRW überdurchschnittlich vorhandenen und differenzierten Aus- und Weiterbildungsangebote in erforderlichem Maße weiterzuentwickeln und bei Bedarf noch stärker an diese Entwicklung anzupassen. Insgesamt besteht aus Sicht der Landesregierung bei konsequentem Engagement der relevanten Akteure die Chance, mit innovativen Maßnahmen die Institutionen der Medienqualifizierung und die Unternehmen der Medienwirtschaft noch besser zu vernetzen und auf dieser Basis entscheidende Schritte zur mittelfristigen Sicherung des skizzierten Fachkräftebedarfs zu gehen. Vor diesem Hintergrund ist zum Beispiel dort mit Wachstum zu rechnen, wo sich rund um Hochschulen innovative Einzelunternehmen und Spin-offs etablierter Marktakteure gebildet haben. Hier sind insbesondere die Rheinschiene und das Ruhrgebiet zu nennen.

7. Welche einzelnen Medienberufe im Dualen System der Berufsausbildung werden gegenwärtig am Medienstandort Nordrhein-Westfalen insgesamt und differenziert nach den unterschiedlichen Teilbranchen betrieblich ausgebildet (Rundfunk, Print, Onlinemedien, Games, Internetwirtschaft, Sonstige)?

Im Jahr 2010 existierten 19 Ausbildungsberufe, die dem Medienbereich zugeordnet werden können. Rund 4,7 Prozent der Auszubildenden im Jahr 2010 haben sich für einen Medienberuf entschieden. Rund 40 Prozent davon erlernen den Beruf Fachinformatiker/in. Es folgen die Mediengestalter/innen mit rund 16 Prozent. Eine Zuordnung zu Branchen ist nicht möglich, da dieselben Ausbildungsberufe in unterschiedlichen Branchen erlernt werden können.

Eine Übersicht über die einzelnen Medienberufe bietet die Tabelle in der Antwort zu Frage 9.

8. Welche einzelnen akademischen Medienberufe werden für sämtliche unterschiedliche Teilbranchen an nordrhein-westfälischen Universitäten und Fachhochschulen ausgebildet (Rundfunk, Print, Onlinemedien, Games, Internetwirtschaft, Sonstige)?

Nachfolgende Liste der nordrhein-westfälischen medienpezifischen Studienangebote dokumentiert den Stand im Oktober 2011. Damit hält NRW das breiteste und differenzierteste Angebot grundständiger und weiterführender medienrelevanter Studiengänge vor. Im Einzelnen bieten die Hochschulen 190 Studiengänge, davon

- 97 grundständige Bachelor-Studiengänge
- 80 konsekutive oder weiterbildende Master-Studiengänge
- 13 Studiengänge, die mit einem Diplom, Artist-Diplom, Akademiebrief oder mit einer Zusatzqualifikation abgeschlossen werden.

Tab. 8.1: Medienbezogene Studienangebote in NRW nach Hochschulorten

Hochschulort A	Studium
Fachhochschule Aachen	Communication& Multimediadesign (Bachelor)
Fachhochschule Aachen	Elektrotechnik mit der Vertiefungsrichtung Nachrichtentechnik (Bachelor),
Fachhochschule Aachen	Kommunikationsdesign (Bachelor)
Fachhochschule Aachen	Kommunikationsdesign und Produktdesign (Master)
Fachhochschule Aachen	Telekommunikationstechnik (Master)
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Media Informatics (Master)
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Sprach- und Kommunikationswissenschaft (Bachelor)
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Sprach- und Kommunikationswissenschaft (Master)
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Technik-Kommunikation (Bachelor)
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	Technik-Kommunikation (Master)

Alanus Hochschule, Alfter	Schauspiel (Diplom)
Hochschulort B	Studium
Fachhochschule Bielefeld	Gestaltung (Bachelor), (Studienrichtung Fotografie und Medien)
Fachhochschule Bielefeld	Gestaltung (Bachelor), (Studienrichtung Grafik und Kommunikationsdesign),
Fachhochschule Bielefeld	Gestaltung (Master)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	Crossmedia and Communication Management (Master)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	Eventmanagement & Entertainment (Bachelor)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	Kommunikationsdesign & Werbung (Bachelor)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	Medienkommunikation & Journalismus (Bachelor)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	Medienwirtschaft (Bachelor)
Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld	New Media Management (Master)
Universität Bielefeld	Interdisziplinäre Medienwissenschaft (Master),
Universität Bielefeld	Texttechnologie als Nebenfach (Bachelor)
Universität Bielefeld in Kooperation mit der Fachhochschule Bielefeld	Medieninformatik und Gestaltung (Bachelor)
Hochschule Bochum	Architektur Media Management (Master)
Ruhr-Universität Bochum	Angewandte Informatik mit der Studienrichtung Medien- und Kommunikationsinformatik (Bachelor)
Ruhr-Universität Bochum	Angewandte Informatik mit der Studienrichtung Medien- und Kommunikationsinformatik (Master)
Ruhr-Universität Bochum	Medienwissenschaft (Bachelor)
Ruhr-Universität Bochum	Medienwissenschaft (Master)
Ruhr-Universität Bochum	Theaterwissenschaft (Bachelor)
Ruhr-Universität Bochum	Theaterwissenschaft (Master)
Technische Fachhochschule Georg Agricola zu Bochum	Elektro- und Informationstechnik (Bachelor)
Internationale Fachhochschule Bad Honnef - Bonn	Eventmanagement (Bachelor)
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Ästhetische Kommunikation – Musikwissenschaft als Bachelor-Begleitfach
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Kommunikationswissenschaften (Bachelor)
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Medienkommunikation als Bachelor-Begleitfach
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Medienwissenschaft/Media Studies (Master)
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Sound Studies (Master)
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn	Sprachliche Kommunikation als Bachelor-Begleitfach
Hochschulort D	Studium
Hochschule für Musik Detmold	Musikübertragung (Tonmeister) (Bachelor)
Fachhochschule Dortmund	Design Medien Kommunikation (Bachelor)
Fachhochschule Dortmund	Fotografie (Bachelor)
Fachhochschule Dortmund	Fotografie/Photografic Studies (Master)
Fachhochschule Dortmund	Szenografie und Kommunikation (Master)

Fachhochschule Dortmund / W3L-GmbH (Kooperationsstudiengang)	Web- und Medieninformatik (Bachelor)
International School of Management, Dortmund	Communications & Marketing (Bachelor)
Technische Universität Dortmund	Informations- und Kommunikationstechnik (Bachelor)
Technische Universität Dortmund	Informations- und Kommunikationstechnik (Master)
Technische Universität Dortmund	Journalistik (Bachelor)
Technische Universität Dortmund	Journalistik (Master)
Technische Universität Dortmund	Kulturanalyse und Kulturvermittlung (Master)
Technische Universität Dortmund	Musikjournalismus (Master)
Technische Universität Dortmund	Wissenschaftsjournalismus (Bachelor)
Technische Universität Dortmund	Wissenschaftsjournalismus (Master)
Technische Universität Dortmund,	Musikjournalismus (Bachelor)
Universität Duisburg-Essen	Kommunikationswissenschaft (Master)
Universität Duisburg-Essen	Angewandte Kognitions- und Medienwissenschaft (Bachelor)
Universität Duisburg-Essen	Angewandte Kognitions- und Medienwissenschaft (Master)
Universität Duisburg-Essen	Angewandte Informatik mit dem Schwerpunkt Ingenieur- oder Medieninformatik (Bachelor)
Universität Duisburg-Essen	Angewandte Informatik mit dem Schwerpunkt Ingenieur- oder Medieninformatik (Master)
Universität Duisburg-Essen	Educational Media (Master)
Universität Duisburg-Essen	Germanistik: Sprache, Literatur, Kultur und Kommunikation (Bachelor)
Universität Duisburg-Essen	Germanistik: Literatur und Medienpraxis (Master)
Universität Duisburg-Essen	Kunst- und Designwissenschaften (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Exhibition Design (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Kommunikations- und Multimediamanagement (Bachelor)
Fachhochschule Düsseldorf	Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Kommunikationsdesign, Studienrichtung Grafikdesign (Bachelor)
Fachhochschule Düsseldorf	Kommunikationsdesign, Studienrichtung Grafikdesign (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Kultur, Ästhetik, Medien (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Medieninformatik (Bachelor)
Fachhochschule Düsseldorf	Medieninformatik (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Medieninformatik /Multimediale Systeme und Anwendungen (Master)
Fachhochschule Düsseldorf	Medientechnik (Bachelor)
Fachhochschule Düsseldorf	Virtuelle Realität (Master)
Fachhochschule Düsseldorf / Robert Schumann Hochschule Düsseldorf	Ton und Bild (Bachelor)

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Informationsrecht (Master)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Informationswissenschaft und Sprachtechnologie (Bachelor)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Informationswissenschaft und Sprachtechnologie (Master)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Kommunikations- und Medienwissenschaft im Rahmen des integrierten Bachelorstudienganges Sozialwissenschaften
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Medien- und Kulturwissenschaft (Bachelor)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Medienkulturanalyse (Master)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Politische Kommunikation (Master)
Kooperationsstudiengang Fachhochschule Düsseldorf / Robert-Schumann-Hochschule Düsseldorf	Ton und Bildtechnik (Diplom)
Kunstakademie Düsseldorf	Freie Kunst
Mediadesign – Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Gamesdesign (Bachelor)
Mediadesign – Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Mediadesign (Bachelor)
Mediadesign – Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Medienmanagement (Bachelor)
Mediadesign – Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Medienmanagement (Master)
Mediadesign - Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Gamedesign (Master)
Mediadesign - Hochschule für Design und Informatik GmbH, Düsseldorf	Mediadesign (Master)
Robert Schumann Hochschule Düsseldorf	Musik und Medien (Bachelor)
Hochschulort E	Studium
Folkwang Hochschule Essen	Fotografie (Bachelor),
Folkwang Hochschule Essen	Fotografie (Master)
Folkwang Hochschule Essen	Kommunikationsdesign (Bachelor)
Folkwang Hochschule Essen	Kommunikationsdesign (Master)
Folkwang Hochschule Essen	Physical Theatre (Artist Diploma)
Folkwang Hochschule Essen	Schauspiel (Artist Diploma)
Folkwang Hochschule Essen	Schauspiel I Regie (Artist Diploma)
Hochschulort G	Studium
Fachhochschule Gelsenkirchen	Journalismus und Public Relations (Bachelor)
Fachhochschule Gelsenkirchen	Medieninformatik (Bachelor)
Fachhochschule Gelsenkirchen	Medieninformatik (Master)
Hochschulort H, I	Studium
Journalisten-Zentrum, Hagen (in Kooperation mit Internationales Journalismus Zentrum in Krems,	Qualitätsjournalismus (Master)

Österreich)	
BiTS Business and Information Technology School gGmbH, Iserlohn	Communication and Media Management (Bachelor)
BiTS Business and Information Technology School gGmbH, Iserlohn	Journalism and Business Communication (Bachelor)
BiTS Business and Information Technology School gGmbH, Iserlohn	PR and Corporate Communication (Master)
Fachhochschule Südwestfalen, Iserlohn	Kunst- und Designwissenschaften (Bachelor)
Hochschulort K	Studium
Hochschule Rhein-Waal, Kamp-Lintfort	Medien- und Kommunikationsinformatik (Bachelor)
Hochschule Rhein-Waal, Kamp-Lintfort	Information and Communication Design (Bachelor)
Hochschule Rhein-Waal, Kamp-Lintfort	Journalism and Bionics (Bachelor)
Cologne Business School CBS, Köln	International Media and Entertainment Management (Master)
Cologne Business School, Köln	International Business mit Fachrichtung Media Management (Bachelor),
Deutsche Sporthochschule Köln	Sport-, Medien- und Kommunikationsforschung (Master)
Deutsche Sporthochschule Köln	Sportmanagement und Sportkommunikation (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Bibliothekswesen (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Bibliotheks- und Informationswissenschaft (Master)
Fachhochschule Köln	European Studies in Design (Bachelor)
Fachhochschule Köln	European Studies in Design (Master)
Fachhochschule Köln	Informationswirtschaft (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Integrated Design (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Integrated Design (Master)
Fachhochschule Köln	Media and Imaging Technology (Master)
Fachhochschule Köln	Medieninformatik (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Medieninformatik (Master)
Fachhochschule Köln	Medienrecht und Medienwirtschaft (Master)
Fachhochschule Köln	Medientechnik (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Onlineredakteur (Bachelor)
Fachhochschule Köln	Game Development and Research (Master)
Fachhochschule Köln	Web Science (Master)
Fachhochschule Köln	Handlungsorientierte Medienpädagogik (Master)
Fachhochschule Köln (Kooperation mit der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg)	Kommunikationssysteme und Netze (Master)
Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH Köln	Angewandte Medienwirtschaft (Bachelor), (Kooperationsstudiengang mit der Hochschule Mittweida (FH))
Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH, Köln	Mediamanagement and Entrepreneurship (Master)
Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH, Köln	Medien- und Kommunikationsmanagement (Bachelor)
Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien	Medienwirtschaft (Diplom)

GmbH, Köln	
Hochschule für Musik und Tanz Köln /CIAM	Internationales Kunstmanagement (Master)
ifs internationale filmschule köln	Director of photography (Bachelor)
ifs internationale filmschule köln	Editing Bild und Ton (Bachelor)
ifs internationale filmschule köln	Film (Bachelor)
ifs internationale filmschule köln	Screenwriting (Master)
Kunsthochschule für Medien Köln	Mediale Künste (Diplom)
Kunsthochschule für Medien Köln	Mediale Künste – Weiterbildungsstudium (Diplom, Zertifikat)
Kunsthochschule für Medien Köln	Mediale Künste – Zusatzstudium (Diplom)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Medien- und Kommunikationsdesign (Bachelor)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Digitale Medienproduktion (Bachelor)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Film und Fernsehen (Bachelor)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Journalistik (Bachelor)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Medien und Design (Master)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Medien- und Kommunikationsmanagement (Master)
Makromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln	Medienmanagement (Bachelor)
Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH	Mediendesign (Bachelor)
Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH	Medienwirtschaft (Bachelor)
Universität zu Köln	Informationsverarbeitung (Bachelor)
Universität zu Köln	Informationsverarbeitung (Master)
Universität zu Köln	Medienwissenschaft (Master)
Universität zu Köln	Medienwissenschaft (Bachelor)
Hochschule Niederrhein, Krefeld	Design Projects (Bachelor)
Hochschule Niederrhein, Krefeld	Design (Bachelor)
Hochschule Niederrhein, Krefeld	Kulturpädagogik und Kulturmanagement (Master)
Hochschulort L	Studium
Hochschule Ostwestfalen-Lippe	Medienproduktion (Bachelor)
Hochschule Ostwestfalen-Lippe (Kooperation mit der Hochschule für Musik Detmold und der Aalborg University Esbjerg, Dänemark)	Medienproduktion (Master)
Hochschule Hamm Lippstadt	Computervisualistik und Design (Bachelor)
Hochschulort M	Studium
Fachhochschule Münster	Design (Bachelor)
Fachhochschule Münster	Information und Kommunikation (Design) (Master)

Fachhochschule Münster	Mediendesign und Designtechnik, Berufskollegs Lehramt (Bachelor)
Kunstakademie Münster	Freie Kunst (Akademiebrief Diplom)
Westfälische Wilhelms-Universität Münster	Kommunikationswissenschaft (Bachelor)
Westfälische Wilhelms-Universität Münster	Kommunikationswissenschaft (Master)
Westfälische Wilhelms-Universität Münster	Medien- und Informationstechnologien in Erziehung, Bildung und Unterricht (Zusatzqualifikation)
Hochschulort P	Studium
Universität Paderborn	Mediale Kulturen (Master)
Universität Paderborn	Medien und Informationstechnologien in Erziehung, Unterricht und Bildung (Zusatzqualifikation)
Universität Paderborn	Medienwissenschaft (2-Fach Bachelor)
Universität Paderborn	Medienwissenschaft (Bachelor)
Universität Paderborn	Populäre Musik und Medien (Bachelor)
Universität Paderborn	Populäre Musik und Medien (Master)
Hochschulort S	Studium
Hochschule Bonn Rhein Sieg, St. Augustin,	Technik- und Innovationskommunikation (Master)
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, St. Augustin	Computer Science (Bachelor)
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, St. Augustin	Computer Science (Master)
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, St. Augustin	Technikjournalismus / PR (Bachelor)
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, St. Augustin (Kooperationsstudiengang mit der Universität Bonn und der Deutschen Welle)	International Media Studies (Master)
Universität Siegen	Literatur, Kultur, Medien (Bachelor)
Universität Siegen	Literaturwissenschaften: Literatur, Kultur, Medien (Master)
Universität Siegen	Medien und Gesellschaft (Master)
Universität Siegen	Medieninformatik (Master)
Universität Siegen	Medienkultur (Master)
Universität Siegen	Medienwissenschaft (Bachelor)
Hochschulort W	Studium
Bergische Universität Wuppertal	Druck- und Medientechnik Berufskollegs (Master)
Bergische Universität Wuppertal	Druck- und Medientechnologie (Bachelor)
Bergische Universität Wuppertal	Drucktechnik (Kombinatorischer Bachelor)
Bergische Universität Wuppertal	Editions- und Dokumentwissenschaft (Master)
Bergische Universität Wuppertal	Kommunikationsdesign (Bachelor)
Bergische Universität Wuppertal	Mediendesign/ Designtechnik als Fach im Kombinatorischen Studiengang Bachelor of Arts

Quelle: AIM – KoordinationsCentrum Ausbildung in Medienberufen, Oktober 2011

9. Welche quantitativen und qualitativen Erkenntnisse liegen der Landesregierung jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre zu den Absol-

ventenzahlen der in den Fragen 7 und 8 angesprochenen Ausbildungsbereiche differenziert nach Ausbildungsgängen und Fachrichtungen vor?

Unter den medienspezifischen beziehungsweise mediennahen Ausbildungsberufen im Dualen System der beruflichen Erstausbildung sind die Ausbildungsberufe wie in Tabelle 9.1 dargestellt zu nennen. Sie qualifizieren für berufliche Einsatzbereiche der jeweiligen (Teil-) Branchen Audiovisuelle Medien, Printmedien, Veranstaltungs- und Messewirtschaft, Bühne/Theater, Games, Digitale Medien, Werbung, Verlagswesen, Informationstechnik und Telekommunikation..

Durchschnittlich stehen in NRW laut AIM – KoordinationsCentrum Ausbildung in Medienberufen 25 Prozent aller bundesweiten Ausbildungsplätze (aller Berufe) zur Verfügung. Das Interesse an Medienberufen hat in den letzten 10 Jahren geringfügig abgenommen. Dahinter verbergen sich allerdings große Unterschiede in den einzelnen Berufen. Der größte Teil der Auszubildenden im Bereich der Fachinformatik ist stabil. Während jedoch die Ausbildungszahlen in den speziellen Medienberufen (Mediengestalter/in, Medientechnologe/in, Kauffrau/mann für audiovisuelle Medien) stark zurückgegangen sind, sind bei den Veranstaltungskaufleuten und Veranstaltungstechniker/inne/n hohe Zuwächse zu verzeichnen.

Medienberufe sind vor allem auch für Schulabgänger und Schulabgängerinnen mit Hochschul- oder Fachoberschulreife attraktiv.

Die typischen Geschlechterunterschiede bei der Berufswahl sind auch in den Medienberufen zu beobachten. Technisch ausgerichtete Berufe sind stark männlich dominiert – der Frauenanteil bei den Fachinformatiker/innen ist in den letzten zehn Jahre sogar von fünf Prozent auf zwei Prozent zurückgegangen – während in den kaufmännischen Berufen die Frauen stärker repräsentiert sind.

Zu Anteilen der Auszubildenden an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf Berufsebene liegen der Landesregierung keine Angaben vor.

Die quantitativen und qualitativen Erkenntnisse für den Bereich der Dualen Ausbildungsberufe sind der Tabelle 9.1 zu entnehmen. Hier sind auch die männlichen und weiblichen Absolutventenzahlen in den Dualen Ausbildungsberufen aufgeführt.

Tab. 9.1 Auszubildende sowie Teilnehmer/innen an Abschlussprüfungen 2001 - 2010 nach dem Ausbildungsberuf und neu abgeschlossene Ausbildungsverträge nach schul. Vorbildung

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
1720 Mediengestalter/-in Digital und Print (IH/Hw)																	
2001	3162	1449	1713	1330	598	732	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	735	344	391	696	322	374
2002	3058	1405	1653	1028	484	544	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1038	491	547	978	450	528
2003	2690	1239	1451	910	429	481	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1049	495	554	998	467	531
2004	2355	1128	1227	878	433	445	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1193	560	633	1119	517	602
2005	2254	1110	1144	872	442	430	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	930	436	494	888	407	481
2006	2321	1145	1176	949	454	495	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	821	396	425	783	371	412
2007	2535	1235	1300	1080	523	557	34	38	255	649	104	/	/	/	/	/	/
2008	2746	1363	1383	1051	500	551	18	50	275	624	84	682	343	339	653	322	331
2009	2554	1200	1354	925	405	520	20	41	210	579	75	897	442	455	864	420	444
2010	2460	1088	1372	939	425	514	32	45	200	648	14	921	463	458	887	439	448
1736 Mediengestalter/-in Flexografie (IH/Hw)																	
2001	2	1	1	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2002	1	-	1	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2003	1	-	1	1	-	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1	-	1	1	-	1
2004	3	1	2	1	-	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2005	3	2	1	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworben er Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2006	1	-	1	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2007	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	/	/	/	/	/	/
2008	1	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
2009	2	-	2	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
2010	2	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1740 Medientechnologe/-technologin Druck (IH/Hw)																	
2001	1000	939	61	311	299	12	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	368	336	32	322	292	30
2002	879	829	50	264	243	21	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	381	352	29	322	298	24
2003	798	759	39	275	259	16	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	353	332	21	310	289	21
2004	759	717	42	273	260	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	314	305	9	276	268	8
2005	744	706	38	254	241	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	270	254	16	242	227	15
2006	746	715	31	261	248	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	263	250	13	233	220	13
2007	763	733	30	281	270	11	7	62	140	53	19	/	/	/	/	/	/
2008	765	723	42	273	250	23	4	63	131	47	28	246	236	10	231	222	9
2009	737	686	51	251	226	25	8	66	117	45	15	248	238	10	235	225	10
2010	664	602	62	215	195	20	9	55	106	43	2	251	242	9	238	229	9
1751 Medientechnologe/-technologin Siebdruck (IH/Hw)																	
2001	151	113	38	49	36	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	51	37	14	46	34	12
2002	140	98	42	41	28	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	56	46	10	46	36	10
2003	143	111	32	63	55	8	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	54	37	17	50	34	16

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2004	156	128	28	63	51	12	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	51	37	14	46	34	12
2005	151	122	29	45	31	14	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	42	33	9	35	29	6
2006	130	102	28	50	39	11	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	65	56	9	60	51	9
2007	127	102	25	53	45	8	1	16	23	10	3	/	/	/	/	/	/
2008	133	108	25	51	39	12	1	14	26	5	5	33	22	11	31	21	10
2009	111	89	22	30	21	9	1	9	11	7	2	41	35	6	41	35	6
2010	91	73	18	28	23	5	1	10	11	6	0	39	31	8	36	29	7
3171 IT-Werker/-in (IH)																	
2010	1	1	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3171 Informations- und Telekommunikationssystem-Elektroniker/-in (IH/Hw)																	
2001	1920	1843	77	748	716	32	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	472	454	18	436	421	15
2002	1967	1871	96	673	639	34	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	609	600	9	548	541	7
2003	1836	1764	72	571	556	15	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	697	659	38	625	589	36
2004	1654	1595	59	545	521	24	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	778	738	40	651	619	32
2005	1511	1465	46	522	509	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	659	638	21	568	547	21
2006	1361	1325	36	431	420	11	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	610	593	17	522	507	15
2007	1385	1347	38	541	523	18	9	31	242	220	39	/	/	/	/	/	/
2008	1344	1303	41	472	456	16	8	19	214	206	25	464	455	9	435	426	9
2009	1340	1302	38	469	459	10	6	27	208	196	32	411	401	10	368	359	9
2010	1232	1202	30	417	405	12	4	22	219	161	11	496	477	19	448	431	17

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworben er Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
3171 Informationselektroniker/-in (Hw)																	
2001	1528	1501	27	486	477	9	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	466	460	6	339	334	5
2002	1460	1436	24	399	396	3	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	431	427	4	322	318	4
2003	1333	1314	19	333	327	6	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	395	383	12	328	318	10
2004	1134	1113	21	300	291	9	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	402	396	6	334	328	6
2005	1032	1013	19	281	277	4	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	326	324	2	267	265	2
2006	955	939	16	250	248	2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	305	302	3	249	246	3
2007	932	918	14	243	240	3	1	48	153	40	1	/	/	/	/	/	/
2008	881	861	20	267	254	13	1	49	171	46	-	226	221	5	198	195	3
2009	732	717	15	173	169	4	2	29	97	45	-	210	206	4	174	170	4
2010	773	758	15	196	193	3	-	43	119	34	-	162	161	1	137	136	1
3171 Kommunikationselektroniker/-in - Informationstechnik (IH/Hw)																	
2001	595	562	33	151	141	10	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	195	188	7	183	176	7
2002	567	539	28	148	143	5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	166	158	8	152	144	8
2003	496	474	22	71	70	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	144	137	7	138	131	7
2004	333	320	13	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	168	160	8	149	141	8
2005	191	185	6	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	152	142	10	138	131	7
2006	40	39	1	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	140	134	6	126	121	5
2007	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	/	/	/	/	/	/
2008	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	0	1	1	0

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
3171 Systeminformatiker/-in (IH)																	
2003	14	12	2	14	12	2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2004	58	56	2	45	44	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2005	78	73	5	27	25	2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
2006	135	131	4	42	42	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	7	6	1	7	6	1
2007	118	112	6	28	26	2	-	2	11	15	-	/	/	/	/	/	/
2008	110	104	6	30	28	2	-	-	12	16	2	36	35	1	36	35	1
2009	92	88	4	12	12	-	-	-	7	5	-	30	28	2	28	26	2
2010	63	60	3	5	5	-	-	-	3	2	-	35	33	2	33	32	1
6341 Fotolaborant/-in (IH/Hw)																	
2001	34	8	26	13	3	10	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	20	3	17	19	3	16
2002	16	3	13	3	1	2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	28	7	21	23	4	19
2003	5	2	3	2	1	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	15	3	12	12	2	10
2004	1	1	-	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	3	1	2	3	1	2
2005	-	-	-	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1	1	-	1	1	-
2006	1	-	1	1	-	1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-	-	-	-	-	-
6341 Fotomedienfachmann/-frau (IH)																	
2008	33	13	20	33	13	20	2	0	17	10	4	0	0	0	0	0	0
2009	46	16	30	16	5	11	1	0	7	6	2	0	0	0	0	0	0
2010	31	13	18	12	6	6	0	3	4	5	0	18	5	13	18	5	13

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge									Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung			
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworben er Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich	
																		insgesamt
6341 Fotomedienlaborant/-in (IH/Hw)																		
2001	169	39	130	64	11	53	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	41	10	31	40	10	30	
2002	161	45	116	63	21	42	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	47	10	37	45	10	35	
2003	145	40	105	48	16	32	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	39	8	31	39	8	31	
2004	126	45	81	39	18	21	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	45	7	38	41	6	35	
2005	91	34	57	27	12	15	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	49	16	33	44	16	28	
2006	59	20	39	16	3	13	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	49	21	28	49	21	28	
2007	44	13	31	13	3	10	–	–	3	10	–	/	/	/	/	/	/	
2008	41	11	30	22	9	13	1	3	10	7	1	20	9	11	20	9	11	
2009	32	8	24	5	–	5	–	1	–	3	1	9	–	9	9	–	9	
2010	18	5	13	2	–	2	–	–	–	1	1	7	1	6	7	1	6	
6830 Medienkaufmann/-frau Digital und Print (IH)																		
2001	482	156	326	175	56	119	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	156	53	103	152	52	100	
2002	434	130	304	147	39	108	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	194	66	128	189	62	127	
2003	434	130	304	158	47	111	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	151	43	108	145	43	102	
2004	434	127	307	164	51	113	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	161	50	111	156	46	110	
2005	427	129	298	159	49	110	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	171	50	121	165	47	118	
2006	417	135	282	144	50	94	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	186	57	129	176	52	124	
2007	459	142	317	187	50	137	–	–	11	163	13	/	/	/	/	/	/	
2008	456	138	318	152	46	106	2	3	13	127	7	158	49	109	155	48	107	

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2009	470	144	326	174	57	117	–	2	13	148	11	144	48	96	140	47	93
2010	420	132	288	151	44	107	1	2	10	133	5	186	55	131	181	50	131
7031 Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation (IH/Hw)																	
2001	966	264	702	406	100	306	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	316	106	210	285	95	190
2002	972	255	717	372	94	278	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	317	89	228	299	84	215
2003	930	232	698	354	98	256	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	406	123	283	353	105	248
2004	849	242	607	339	98	241	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	383	87	296	351	72	279
2005	848	238	610	325	92	233	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	408	130	278	357	107	250
2006	840	250	590	353	115	238	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	420	123	297	380	104	276
2007	921	269	652	406	121	285	6	6	43	336	15	/	/	/	/	/	/
2008	979	291	688	400	120	280	4	3	37	338	18	289	81	208	279	77	202
2009	1009	311	698	370	123	247	2	7	31	320	10	308	91	217	299	85	214
2010	906	294	612	355	125	230	4	2	30	316	3	418	123	295	405	120	285
7031 Verkaufsaufmann/-frau (IH)																	
2001	85	33	52	85	33	52	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	–	–	–	–	–	–
2002	323	120	203	214	81	133	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	–	–	–	–	–	–
2003	554	212	342	293	112	181	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	29	12	17	29	12	17
2004	711	264	447	325	116	209	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	175	64	111	171	62	109
2005	879	332	547	408	161	247	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	263	101	162	259	98	161
2006	991	373	618	429	162	267	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	364	154	210	350	147	203

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2007	1166	457	709	509	205	304	16	14	81	366	32	/	/	/	/	/	/
2008	1196	452	744	491	187	304	10	10	73	371	27	364	142	222	358	139	219
2009	1170	440	730	478	164	314	10	13	70	366	19	405	151	254	397	144	253
2010	1117	407	710	466	185	281	15	18	78	352	3	439	188	251	423	173	250
7034 Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien (IH)																	
2001	301	98	203	126	42	84	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	79	29	50	77	28	49
2002	288	92	196	103	36	67	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	104	40	64	103	39	64
2003	259	80	179	91	28	63	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	120	38	82	115	36	79
2004	234	86	148	85	34	51	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	107	29	78	104	27	77
2005	232	80	152	93	29	64	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	114	46	68	109	45	64
2006	220	75	145	66	23	43	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	94	36	58	90	34	56
2007	211	68	143	81	30	51	1	1	3	70	6	/	/	/	/	/	/
2008	211	70	141	78	25	53	2	–	5	65	6	76	21	55	71	19	52
2009	188	62	126	61	22	39	–	2	4	53	2	76	26	50	76	26	50
2010	171	60	111	61	22	39	3	1	5	48	4	69	22	47	69	22	47
7742 Fachinformatiker/-in (IH/Hw)																	
2001	6103	5435	668	2599	2288	311	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1149	1029	120	1040	930	110
2002	6233	5605	628	2027	1837	190	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1773	1562	211	1559	1376	183
2003	5659	5109	550	1842	1689	153	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2352	2142	210	2166	1976	190
2004	5234	4829	405	1943	1813	130	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2450	2171	279	2157	1915	242

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2005	5203	4823	380	2042	1900	142	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2080	1906	174	1829	1675	154
2006	5350	5018	332	1978	1877	101	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1894	1744	150	1728	1591	137
2007	5741	5407	334	2240	2116	124	57	51	356	1637	139	/	/	/	/	/	/
2008	6152	5816	336	2407	2273	134	65	51	438	1680	173	1919	1791	128	1800	1683	117
2009	6326	5963	363	2327	2178	149	52	58	358	1689	170	1949	1850	99	1836	1741	95
2010	6298	5927	371	2283	2148	135	56	69	400	1710	48	2146	2030	116	2019	1909	110
7742 Fachinformatiker/-in (IH/Hw/ÖD)																	
2001	6117	5446	671	2602	2291	311	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1149	1029	120	1040	930	110
2002	6246	5616	630	2032	1842	190	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1778	1566	212	1564	1380	184
2003	5659	5109	550	1842	1689	153	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2352	2142	210	2166	1976	190
2004	5234	4829	405	1943	1813	130	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2450	2171	279	2157	1915	242
2005	5203	4823	380	2042	1900	142	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2080	1906	174	1829	1675	154
2006	5350	5018	332	1978	1877	101	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1894	1744	150	1728	1591	137
7742 Fachinformatiker/-in - Anwendungsentwicklung (IH/Hw)																	
2007	5741	5407	334	2240	2116	124	57	51	356	1637	139	1507	1414	93	1435	1345	90
2008	6152	5816	336	2407	2273	134	65	51	438	1680	173	1919	1791	128	1800	1683	117
2009	6326	5963	363	2327	2178	149	52	58	358	1689	170	1949	1850	99	1836	1741	95
2010	6298	5927	371	2283	2148	135	56	69	400	1710	48	2146	2030	116	2019	1909	110
7742 Fachinformatiker/-in - Systemintegration (IH/Hw/ÖD)																	
2002	3174	2970	204	1044	988	56	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	620	570	50	545	503	42

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2003	2979	2787	192	1012	950	62	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1195	1129	66	1096	1033	63
2004	2935	2768	167	1102	1053	49	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1185	1099	86	1056	987	69
2005	2566	2419	147	1019	961	58	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	935	878	57	822	778	44
2006	3069	2924	145	1108	1062	46	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	/	/	/	/	/	/
8234 Fachangestellter/-angestellte für Medien- und Informationsdienste (IH/ÖD)																	
2001	341	63	278	115	18	97	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	108	15	93	105	14	91
2002	347	58	289	106	25	81	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	133	27	106	130	27	103
2003	306	60	246	109	27	82	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	146	22	124	142	21	121
2004	342	78	264	143	38	105	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	126	21	105	123	20	103
2005	368	73	295	142	30	112	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	128	25	103	126	25	101
2006	404	100	304	140	40	100	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	134	33	101	120	29	91
2007	419	73	346	142	19	123	–	3	55	82	2	/	/	/	/	/	/
2008	407	81	326	144	30	114	–	3	55	85	1	137	20	117	136	20	116
2009	186	34	152	141	25	116	1	2	34	104	–	130	33	97	130	33	97
2010	291	64	227	138	35	103	1	1	48	88	–	73	9	64	73	9	64
8361 Gestalter für visuelles Marketing (IH/Hw)																	
2001	533	80	453	162	30	132	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	158	39	119	142	32	110
2002	416	63	353	110	18	92	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	202	26	176	192	25	167
2003	340	55	285	118	22	96	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	176	28	148	171	26	145
2004	297	46	251	102	13	89	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	136	17	119	131	16	115

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/ Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
2005	297	45	252	106	13	93	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	118	15	103	108	12	96
2006	325	51	274	146	28	118	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	113	22	91	109	19	90
2007	375	59	316	150	23	127	2	12	38	85	13	/	/	/	/	/	/
2008	373	63	310	121	21	100	1	5	27	71	17	105	12	93	102	12	90
2009	372	52	320	131	18	113	–	6	32	70	23	134	25	109	132	25	107
2010	355	54	301	125	19	106	3	6	53	57	6	136	18	118	128	16	112
8354 Fachkraft für Veranstaltungstechnik (IH)																	
2001	433	400	33	181	165	16	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	52	46	6	44	38	6
2002	480	440	40	205	188	17	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	120	111	9	95	87	8
2003	503	466	37	208	194	14	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	161	151	10	136	126	10
2004	532	487	45	222	199	23	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	161	148	13	132	119	13
2005	561	522	39	222	210	12	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	226	204	22	190	169	21
2006	620	569	51	254	232	22	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	265	255	10	198	190	8
2007	682	633	49	277	261	16	7	26	92	128	24	/	/	/	/	/	/
2008	718	668	50	287	268	19	11	26	97	136	17	218	202	16	164	153	11
2009	710	654	56	263	234	29	3	25	82	138	15	248	229	19	200	184	16
2010	742	674	68	286	255	31	8	32	100	138	8	245	230	15	175	163	12

Jahr	Auszubildende am 31.12. ...			Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge								Prüflinge in Abschlussprüfungen					
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	davon mit schulischer Vorbildung					insgesamt	männlich	weiblich	darunter mit bestandener Prüfung		
							ohne Haupt-schul-abschluss	Hauptschul-abschluss	Realschul-abschluss oder vergleichbarer Abschluss	Hochschul-/Fachober-schulreife	im Ausland erworbener Abschluss				insgesamt	männlich	weiblich
Land NRW Insgesamt																	
2001	343.577	203.542	140.035	124.087	70.451	53.636	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	112.936	66.074	46.862	96.259	55.095	41.164
2002	329.899	194.598	135.301	113.945	64.912	49.033	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	118.158	69.025	49.133	100.003	57.282	42.721
2003	318.856	189.099	129.757	111.980	65.065	46.915	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	115.265	66.974	48.291	97.992	55.506	42.486
2004	314.651	188.712	125.939	115.585	68.190	47.395	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	113.295	65.081	48.214	96.607	54.304	42.303
2005	311.676	188.597	123.079	111.348	65.353	45.995	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	108.883	63.116	45.767	92.510	52.188	40.322
2006	318.370	194.059	124.311	118.036	70.349	47.687	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	108.947	64.353	44.594	91.909	53.000	38.909
2007	333.473	205.250	128.223	131.154	77.930	53.224	4.334	35.505	48.091	36.233	6.991	/	/	/	/	/	/
2008	341.708	209.124	132.584	127.445	75.222	52.223	3.895	34.084	46.370	37.104	5.992	99.792	59.050	40.742	90.667	52.904	37.763
2009	338.482	205.893	132.589	120.668	70.338	50.330	4.094	32.693	43.207	36.239	4.435	106.173	62.879	43.294	96.135	55.882	40.253
2010	331.884	202.567	129.317	124.224	73.584	50.640	4.053	35.382	44.840	37.967	1.982	114.312	66.884	47.428	101.649	58.301	43.348

Hinweis: Für das Berichtsjahr 2007 wurde die Form der Datenmeldung inhaltlich und technisch geändert. Aufgrund der damit verbundenen Umstellungsprobleme sind die Daten des Jahres 2007 nur unter Vorbehalt veröffentlicht.

Copyright © Information und Technik NRW, Referat 513, Düsseldorf

Für nichtgewerbliche Zwecke sind Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Die Verbreitung, auch auszugsweise, über elektronische Systeme/Datenträger bedarf der vorherigen Zustimmung. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

Tabelle 9.2 gibt einen Überblick über die Entwicklung bei den Studierenden in ausgewählten Medienstudiengängen:

Tab. 9.2 Absolventinnen und Absolventen in ausgewählten medienrelevanten Studienfächern an den Hochschulen in NRW für die Prüfungsjahre 2001 bis 2010										
Hochschulfach*	Absolv. PJ 2001	Absolv. PJ 2002	Absolv. PJ 2003	Absolv. PJ 2004	Absolv. PJ 2005	Absolv. PJ 2006	Absolv. PJ 2007	Absolv. PJ 2008	Absolv. PJ 2009	Absolv. PJ 2010
Angewandte Informatik	-	-	-	5	5	29	34	42	86	100
Angewandte Kognitions- und Medienwissenschaft / Angewandte Kommunikations- und Medienwissenschaften	-	-	9	49	60	59	57	90	78	98
Architektur - Mediamanagement	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Business Communication	-	-	-	-	-	-	8	29	36	28
Business Journalism	-	-	-	-	-	-	-	1	6	16
Communication and Media Management	-	-	-	-	-	-	36	22	90	55
Communication and Multimedia-design	-	-	-	-	-	8	33	26	28	17
Crossmedia & Communication Management	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Design	108	120	169	131	162	195	275	224	237	248
Design Medien Kommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	12	18
Druck- und Medientechnik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Druck- und Medientechnologie (auch dual)	-	-	-	-	14	22	42	70	60	42
Drucktechnik	-	-	-	2	1	6	10	2	1	-
Educational Media (WBSTG)	-	-	-	-	-	-	9	25	29	-
Elektrotechnik	-	-	-	-	-	-	-	-	6	37
Elektrotechnik (Praxis)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Elektro- und Informationstechnik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Elektrotechnik und Informationstechnik (berufsbegleitend)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
European Studies in Design	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eventmanagement	-	-	-	-	-	-	5	29	43	48
Film	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Film / Fernsehen, Kamera	5	26	6	12	8	19	10	18	12	13
Film und Fernsehwissenschaft	42	49	27	24	45	39	31	58	6	-
Fotografie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Freie Kunst	78	81	73	128	95	61	77	75	85	67
Game Development & Research	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Hochschulfach*	Absolv. PJ 2001	Absolv. PJ 2002	Absolv. PJ 2003	Absolv. PJ 2004	Absolv. PJ 2005	Absolv. PJ 2006	Absolv. PJ 2007	Absolv. PJ 2008	Absolv. PJ 2009	Absolv. PJ 2010
Germanistik: Sprache, Literatur, Kultur und Kommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	1	13
Gestaltung	56	80	94	96	28	81	65	83	78	90
Informatik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	108
Informations- und Kommunikationstechnik (Praxissemester)	-	-	3	22	19	18	18	33	22	22
Interdisziplinäre Medienwissenschaft	-	-	-	-	-	6	16	31	34	29
International Business	-	-	-	-	-	-	-	-	-	136
International Culture and Management	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
International Media Studies	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Journalism & Business Communication	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Journalismus / Public Relations	-	-	17	30	26	45	51	57	53	62
Journalistik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kommunikations- und Medienwissenschaft	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kommunikations- und Multimediamanagement	-	-	-	-	2	7	13	24	48	43
Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement	-	-	-	-	-	-	-	-	13	13
Kommunikationsdesign	170	198	246	290	294	351	349	317	411	329
Kommunikationssysteme und Netze	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Kommunikationstechnologie - Druck	30	32	33	32	45	32	22	2	-	-
Kommunikationswissenschaft (Technik-Kommunikation)	-	-	-	-	-	-	1	-	15	20
Kommunikationswissenschaft(en)	116	84	147	208	177	247	232	295	350	333
Kultur, Ästhetik, Medien	-	-	-	-	-	-	-	-	8	15
Kulturanalyse und Kulturvermittlung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kunst- und Designwissenschaften	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Literatur und Medienpraxis	-	-	-	-	-	-	-	1	-	3
Literatur, Kultur, Medien / Literary, Cultural and Media Studies	-	-	-	-	23	45	77	121	114	123
Literaturwissenschaft: Literatur, Kultur, Medien (Teilzeit)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Literaturwissenschaft: Literatur, Kultur, Medien / Literature, Culture and Media	-	-	-	-	-	-	7	18	18	24

Hochschulfach*	Absolv. PJ 2001	Absolv. PJ 2002	Absolv. PJ 2003	Absolv. PJ 2004	Absolv. PJ 2005	Absolv. PJ 2006	Absolv. PJ 2007	Absolv. PJ 2008	Absolv. PJ 2009	Absolv. PJ 2010
Media Management (auch berufsbegleitend)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Mediale Kulturen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Medien und Gesellschaft	-	-	-	-	-	-	-	-	4	13
Medien und Informationstechno- logien in Erziehung, Unterricht und Bildung (ZSTG)	-	-	-	5	9	11	5	2	4	5
Mediendesign (auch berufsbegleitend)	-	-	-	-	-	13	6	55	30	52
Mediengestaltung	-	-	5	14	18	16	12	10	-	-
Medieninformatik	-	-	7	29	35	63	73	56	48	53
Medieninformatik (Praxissemester)	5	15	15	28	26	25	13	6	3	6
Medieninformatik und Gestaltung	-	-	-	-	-	-	12	5	19	13
Medienkommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Medienkommunikation und Jour- nalismus (Voll- / Teilzeit)	-	-	-	-	-	-	-	37	85	151
Medienkultur	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Medienmanagement (Praxissemester)	-	-	-	-	34	41	35	-	-	-
Medienproduktion	-	-	19	43	48	27	42	36	34	64
Medienrecht und Medienwirt- schaft	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Medientechnik	-	1	5	13	22	23	32	32	45	70
Medienwirtschaft (Voll- zeit/Teilzeit, auch berufsbeglei- tend)	-	-	-	70	114	191	144	188	204	241
Medienwissenschaft	-	-	1	17	35	49	47	94	74	72
Medienwissenschaft - Phil	-	-	-	19	52	75	76	123	99	138
Medienwissenschaft - Publizistik	-	-	-	-	-	-	-	-	40	63
Medienwissenschaften / Medienmanagement	-	-	-	-	-	-	1	-	2	13
Musikübertragung	-	2	2	5	3	2	4	1	3	6
New Media Management (WBSTG)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Online - Redakteur	-	-	-	-	-	25	24	20	23	30
Physical Theatre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Kommunikation	-	-	-	-	-	-	5	16	14	8
Populäre Musik und Medien	-	-	-	-	-	87	21	57	35	23
Publizistik, Journalistik	62	61	74	59	74	102	71	57	47	40
Schauspiel	9	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Schauspielregie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Hochschulfach*	Absolv. PJ 2001	Absolv. PJ 2002	Absolv. PJ 2003	Absolv. PJ 2004	Absolv. PJ 2005	Absolv. PJ 2006	Absolv. PJ 2007	Absolv. PJ 2008	Absolv. PJ 2009	Absolv. PJ 2010
Sound Studies	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3
Sport, Medien und Kommunikationsforschung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Sportmanagement und Sportkommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18
Sprach- und Kommunikationswissenschaft	-	-	-	-	-	-	-	22	12	27
Sprachliche Kommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Szenografie und Kommunikation	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Technikjournalismus	-	-	2	22	39	35	45	31	31	33
Telekommunikationstechnik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Texttechnologie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Theaterwissenschaft	50	36	46	71	67	70	82	80	50	57
Ton und Bild	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ton- und Bildtechnik	16	25	21	33	15	21	22	13	15	32
Virtuelle Realität	-	-	-	-	-	-	-	3	3	3
Wissenschaftsjournalismus	-	-	-	-	-	-	-	5	8	9
zusammen	747	811	1021	1457	1595	2146	2250	2642	2919	3456

* Hinweis: Zahlreiche Hochschulfächer weisen (noch) keine Absolventen auf, da der Studiengang erst kürzlich aufgenommen bzw. noch nicht akkreditiert worden ist.

Quelle: MIWF

10. Wie hat sich die Ausbildungsquote im Dualen System der Berufsausbildung in den letzten zehn Jahren entwickelt nach der Ausbildungsintensität von einerseits öffentlichen und öffentlich-rechtlichen bzw. andererseits privaten Arbeitgebern? (sofern Daten ermittelbar bitte näher differenziert nach einzelnen Berufen)

Die Beteiligung der Unternehmen an der Ausbildung in NRW wird in der jährlichen Betriebsbefragung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB Betriebspanel) erhoben. Die Eigentümerstruktur der Betriebe wird jedoch nicht jährlich erhoben. Ergebnisse liegen daher nur für das Jahr 2010 und das Jahr 2001 vor. Darüber hinaus ist mit den Daten des Betriebspanels keine Differenzierung nach Medienunternehmen möglich, da es sich um eine repräsentative Befragung bezogen auf alle Betriebe in NRW handelt.

Folgende allgemeine Aussagen können jedoch getroffen werden:

- Im Jahr 2010 befanden sich rund 2 Prozent der insgesamt rund 400.000 Betriebe in NRW mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mehrheitlich beziehungsweise ausschließlich in öffentlichem Eigentum.
- Von den sich mehrheitlich beziehungsweise ausschließlich in öffentlichem Eigentum befindenden und eigenen Angaben zufolge ausbildungsberechtigten Betrieben in NRW, bildeten zum Befragungszeitpunkt im 3. Quartal 2010 rund 82 Prozent aus (Netto-Ausbildungsbetriebsquote). Im Jahr 2001 war die ermittelte Quote mit rund 50 Prozent

noch erheblich geringer. Die Ausbildungsbeteiligung der öffentlichen Arbeitgeber in NRW (mit Ausbildungsberechtigung) ist in den letzten 10 Jahren somit deutlich gestiegen.

- Bei denjenigen ausbildungsberechtigten Betrieben in NRW, die sich mehrheitlich beziehungsweise ausschließlich in privatem Besitz befinden, bildeten demgegenüber rund 56 Prozent aus. Im Jahr 2001 betrug die ermittelte Quote ebenfalls rund 56 Prozent. Die Ausbildungsbeteiligung der privaten Arbeitgeber ist somit stabil.

11. Welche Qualifizierungsleistung mit allen bekannten Einzelaspekten erbringt der WDR jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre in puncto duale Ausbildung, Studienförderung sowie berufliche Weiterbildung differenziert nach den einzelnen Angeboten?

Nach Auskunft des Westdeutschen Rundfunks (WDR) stellt sich die Aus- und Weiterbildungssituation im Hause wie folgt dar:

Duale Ausbildung: Als Beispiele seien hier die Stichtagszahlen für jeweils den 31. Dezember der Jahre 2002, 2004, 2006, 2008 und 2010 genannt:

- 2002: 126 Auszubildende
- 2004: 133 Auszubildende
- 2006: 170 Auszubildende
- 2008: 198 Auszubildende
- 2010: 199 Auszubildende

Am Beispiel 2010 kann die Aufteilung auf verschiedene Ausbildungsbereiche folgendermaßen beschrieben werden. Von den 199 Auszubildenden kamen

- 38 Auszubildende aus dem handwerklichen Bereich
- 31 aus dem IT-Bereich
- 63 aus dem kaufmännischen Bereich
- 67 aus dem medientechnischen Bereich

Studienförderung: Jahr für Jahr werden über 500 Studenten in nahezu allen Bereichen des WDR (also sowohl redaktionelle als auch kaufmännische als auch technische Bereiche) Praktikumsmöglichkeiten gegeben. Anhand der Jahre 2004 (für frühere Jahre sind differenziertere Zahlen nicht erfasst), 2006, 2008 und 2010 ergeben sich folgende Beispielwerte:

- 2004: 701 Praktika, davon 296 im Programm
- 2006: 590 Praktika, davon 343 im Programm
- 2008: 663 Praktika, davon 407 im Programm
- 2010: 507 Praktika, davon 339 im Programm

Weiterbildung: Die nachfolgende Tabelle gibt an, wie sich die Anzahl der Bildungstage für festangestellte WDR-Mitarbeiter (Durchschnittswerte pro Mitarbeiter) in den einzelnen Direktionen in den Jahren 2002, 2004, 2006, 2008 und 2010 entwickelt hat:

Tab. 11.1: Anzahl der Bildungstage für festangestellte Mitarbeiter des Westdeutschen Rundfunk (WDR) von 2002 bis 2010

	Hörfunk	Fernsehen	Produktion & Technik (bis 2005 waren dies zwei eigenständige Di- rektionen)	Verwaltung
2002	2,9	3,7	5,7	1,8
2004	2,5	3,7	5,0	1,4
2006	3,0	4,3	5,1	1,9
2008	2,5	3,8	4,2	2,4
2010	2,8	3,9	4,6	2,0

Quelle: WDR

Weitere Angaben: Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass sich der WDR im Bereich der journalistischen Ausbildung engagiert. So hat er in den Jahren von 1996/1997 bis heute insgesamt 140 Programmvolontäre/innen ausgebildet. In der Regel nehmen an dieser Ausbildung zum Redakteur/zur Redakteurin zehn Teilnehmerinnen beziehungsweise Teilnehmer pro Jahrgang teil. Darüber hinaus bietet der WDR weitere Volontariate/Traineeprogramme an.

Zur programmlichen Ausbildung gehört auch das Projekt „WDR grenzenlos“. Es begann 2005 und soll neben der Journalistenausbildung im Programmvolontariat eine jüngere Zielgruppe von Talenten aus Einwandererfamilien erreichen und fördern. Sie sollen in ihrem Studium oder ihrer journalistischen Entwicklung noch am Anfang stehen, aber Kreativität und Begeisterung mitbringen. Das Angebot des WDR besteht aus einer mehrwöchigen Redaktionshospitanz, eingerahmt von Hintergrundseminaren und praxisnahen journalistischen Übungseinheiten. Mittlerweile ist „WDR grenzenlos“ ein in der Medienlandschaft viel beachtetes Modell zur Förderung von Chancengleichheit, das im Jahr 2007 einen von der Landesregierung ausgelobten Preis als „Best Practice“-Projekt gewann. Nach jüngstem Stand haben inzwischen 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an dem Programm teilgenommen, einige von ihnen wurden danach im Rahmen des WDR Programmvolontariates zu Redakteurinnen und Redakteuren ausgebildet.

12. Wie verteilen sich die Ausbildungsquoten und Absolventenanzahlen im Dualen System der Berufsausbildung jeweils für die einzelnen Medienberufe im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre nach Geschlecht?

Die quantitativen und qualitativen Erkenntnisse für den Bereich der Dualen Ausbildungsberufe sind der Tabelle 9.1 zu entnehmen. Hier sind auch die männlichen und weiblichen Absolventenzahlen in den Dualen Ausbildungsberufen aufgeführt.

Zu Anteilen der Auszubildenden an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf Berufsebene liegen der Landesregierung keine Angaben vor.

13. Wie beurteilt die Landesregierung die bisherige, gegenwärtige und zukünftige Situation sogenannter „arbeitnehmerähnlicher freier Journalisten“ / „fester Freier“ in der Rundfunk- und Printbranche bezüglich deren wirtschaftlicher Lage und Einkommensperspektive, sozialen Absicherung und in puncto politischen Handlungsbedarfs?

Freie – also formal selbstständige – Journalisten verdienen deutlich weniger als Festangestellte. Laut Umfrage des Deutschen Journalistenverbands (DJV) verdient ein Drittel der Freien weniger als 1.000 Euro im Monat, der Durchschnittsverdienst liegt bei etwas über 2.000 Euro im Monat (Brutto vor Steuern).

Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. schließt mit der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) und dem Deutschen Journalisten-Verband e.V. Tarifverträge für arbeitnehmerähnliche freie Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen ab. Dem Tarifregister liegen Tarifverträge vor, in denen Honorare für Text- und Bildbeiträge sowie Vertragsbedingungen vereinbart wurden.

Im Bereich Rundfunk schließen der Deutsche Journalisten-Verband e.V., die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft sowie die VRFF - Die Mediengewerkschaft (Vereinigung der Rundfunk-, Film- und Fernsehschaffenden) Firmentarifverträge ab, in denen auch Honorarvereinbarungen für arbeitnehmerähnliche freie Journalistinnen und Journalisten enthalten sind.

Die mangelnde Beschäftigungssicherheit gepaart mit einer fehlenden Absicherung gegen Arbeitslosigkeit durch die Künstlersozialkasse führt oftmals zu einer geringeren sozialen Absicherung. Trotz oft sehr hoher Qualifikation sind freie Mitarbeiter öfter von Arbeitslosigkeit bedroht, zunehmend verbunden mit dem Bezug von Arbeitslosengeld II.

Dennoch wünschen sich nur 20 Prozent der Freien eine Festanstellung.

Vor dem Hintergrund dieser grundlegenden Tendenzen, können die wirtschaftliche Lage, die Einkommensperspektiven und die soziale Absicherung der arbeitnehmerähnlichen freien Journalisten dennoch kaum beurteilt werden, da sie individuell in Abhängigkeit von Qualifikation, Familienstand oder Vermögensverhältnissen sehr unterschiedlich sein dürften.

Grundsätzlich setzt sich die Landesregierung NRW dafür ein, dass sich das Prinzip „Gute Arbeit“, das heißt faire Arbeitsbedingungen und faire Entlohnung, in allen Bereichen unserer Wirtschaft durchsetzt. Ein wichtiger Aspekt stellt hierbei die Einführung eines flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohns dar. Hierfür tritt die Landesregierung auf Bundesebene ein.

14. Welche einzelnen privaten wie öffentlichen Angebote der beruflichen Qualifikation, Fort- und Weiterbildung für die einzelnen Medienberufe gibt es in Nordrhein-Westfalen an welchen Standorten und in welcher Qualität sowie zu durchschnittlich welchem Preis für jeweils welche Leistung?

Das komplette Spektrum der medienspezifischen Qualifikationen und beruflichen Fortbildungsangebote in NRW kann im Rahmen der Beantwortung dieser Anfrage nicht umfassend dargestellt werden. Daher seien an dieser Stelle lediglich exemplarische Angebote der beruflichen Aufstiegsfortbildung genannt sowie Beispiele für eine punktuelle Anpassungsfortbildung. Erstgenannte sind in der Regel mehrmonatige Lehrgänge, die in Vollzeit oder auch berufsbegleitend Kompetenzen und Kenntnisse vermitteln, die zur Übernahme erweiterter Fach- und Führungsaufgaben qualifizieren.

Die Voraussetzung für die Teilnahme (beziehungsweise für die Zulassung zur Abschlussprüfung) an einer Aufstiegsfortbildung ist der Nachweis einer einschlägigen beruflichen Erstausbildung oder einer vergleichbaren mehrjährigen Berufstätigkeit nach dem Berufsbildungsgesetz oder der Handwerksordnung.

Die Anpassungsfortbildung hingegen dient dem Erwerb von Kenntnissen und Fertigkeiten aufgrund veränderter Anforderungen am Arbeitsplatz. Aussagen zur Qualität und Vergleichbarkeit der Angebote bei der Preisgestaltung sind an dieser Stelle nicht möglich, da die Angebote hinsichtlich der wesentlichen Qualitätskriterien Zielgruppe, Inhaltliche Aufbereitung, Technische Ausstattung, Räumliche Ausstattung, Qualifikation der Dozent/innen, Kursdauer, Zeitlicher Struktur, Gestaltung des Lernarrangements, Lehrgangsmaterial etc. sehr stark variieren.

Die nachfolgende, von AIM – Ausbildung in Medienberufen zusammengestellte Aufzählung bietet eine exemplarische Auswahl an (Aufstiegs-)Fortbildungen für Medienberufe in NRW. Fortbildungen mit abschließender Kammer-Prüfung gemäß Fortbildungsverordnung werden durch den Vermerk „(IHK)“ ergänzt.

(Aufstiegs)-Fortbildung für Medienberufe in NRW – eine exemplarische Auswahl (IHK)

- Aufnahmeleiter/in (IHK)
- Betriebswirt/in Marketingkommunikation
- Crossmedia-Publishing
- Cutter/in und Editor/in (IHK)
- Entertainment-Producer/in (IHK)
- Fachwirt/in für Werbung und Kommunikation (IHK)
- Fachwirt/in Public Relations
- Fiction-Producer/in (IHK)
- Filmgeschäftsführer/in
- Filmtheaterkaufmann/frau
- Geprüfte/r Veranstaltungsfachwirt/in (IHK)
- Geprüfter Kameraoperator (IHK)
- Industriemeister/in Print (IHK)
- Kameraassistent/in
- Marketing-Kommunikationswirt/in
- Masterclass Non-Fiction
- Onlinejournalismus
- Online-PR
- Onlineredakteur/in
- Produktions-/Redaktionsassistent/in
- Produktionsleiter/in (IHK)
- Referent/in für Unternehmenskommunikation

- Regieassistent/in (IHK)
- Staatliche geprüfte/r Medienfachwirt/in Digital (IHK)
- Staatliche geprüfte/r Medienfachwirt/in Print (IHK)
- Szenenbild
- Web-TV-Producer/in (IHK)
- Wissenschaftsredaktion

Seminare und Workshops, Kurzzeit-Kurse und Kompaktangebote im Bereich der Anpassungsfortbildung werden für nahezu alle medienspezifischen Tätigkeitsfelder und Funktionsbereiche angeboten. Es seien hier lediglich typische aktuelle Beispiele genannt, die zurzeit von Medienschaffenden in NRW wahrgenommen werden können:

Tab. 14.1: Auswahl medienspezifischer Angebote zur Anpassungsfortbildung in NRW

Tätigkeitsfeld	Ausbildungsangebot (Auswahl)
Medienökonomie	Medienrecht, Rechnungswesen für Film und TV, Konzeptanalyse bis zur Produktion, Creative-Producing
Konzeption, Redaktion	Grundlagen der PR-Arbeit, Selbstmarketing für Journalist/innen, Moderationsgrundlagen und Interviewtraining, Content-Management-Systeme
Ausstattung	Kostümbild (Historische Kostümrealisation, Entwurfs- und Figurinenzeichnen), Maskenbild (Special-Effekte, Make-up für HDTV), Szenenbild (Zeichnen und Illustration, Modellbau)
Inszenierung, Darstellung	Mikrophonsprechen für Hörfunk, Werbung, TV, Das Regiedebüt: Vom Kurzfilm zum Langfilm , Schauspielarbeit: Die Arbeit vor der Kamera et al.
Mediengestaltung und Design	Digital Sound, Digital Arts, Grundlagen szenischer Kamerarbeit, Colormanagement
Medientechnik	Avid Media Composer-Technik, Lichtseminar HDTV, Motion 5 / Final Cut Pro, Visual Effects
Medienpädagogik	Peer-to-Peer-Medienprojekte, Radioprojekte in Schule und Jugendarbeit, Kreative Audioprojekte im Unterricht

Quelle: AIM – Ausbildung in Medienberufen

15. Namentlich welche privaten wie öffentlichen Bildungseinrichtungen und Träger für Medienberufe sind gegenwärtig am Standort Nordrhein-Westfalen vorhanden? (bitte jeweils Standortangabe mit Adresse)

Neben der hochschulischen Bildung, wie sie in Frage 19 ausführlich dargestellt wird, ist das Spektrum der medienspezifischen Qualifizierung (Ausbildung und Weiterbildung) auf verschiedenen Ebenen angesiedelt. Aufbauend auf der Dualen Erstausbildung (siehe hierzu auch Frage 9) bildet die berufliche Fortbildung mit den Bereichen der Anpassungs- sowie der Aufstiegsfortbildung (siehe hierzu ausführlich Frage 14) eine wichtige Säule in der Qualifizierungslandschaft. Mit Ausnahme der staatlich geregelten Aufstiegsfortbildungen, die im Konsens zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern entwickelt werden, per Fortbildungsverordnung gesetzlich verankert sind und mit Kammer-Prüfungen abschließen, sind andere Felder der beruflichen Fortbildung weitestgehend unregelt und dem freien Markt

überlassen. Damit hat sich eine Landschaft von Bildungsinstitutionen und Trägern gebildet, die weder strukturiert erfasst ist noch einheitlichen Qualitätskriterien unterliegt.

Insbesondere in der Medienwirtschaft NRW hat sich seit Mitte der 90er Jahre der Angebot der beruflichen Fortbildung stetig erweitert – parallel zur Entwicklung der Dualen Ausbildung und der Hochschulstudiengänge.

Bildungsangebote und -abschlüsse folgen den Entwicklungen des Arbeitsmarktes, den Veränderungen der Berufsprofile, greifen Technologietrends auf und spiegeln damit eine sich ständig verändernde Branche wider (siehe auch Antwort auf Frage 14).

Träger der beruflichen Fortbildung sind im Wesentlichen:

- Berufsfachschulen (z. B. technische Informatik) und Fachoberschulen (z. B. FOS für Gestaltung) angesiedelt an die städtischen Berufskollegs,
- Privatwirtschaftliche Anbieter mit Lehrgängen der staatlich anerkannten Aufstiegsqualifizierung,
- Privatwirtschaftliche Anbieter, mit nicht staatlich anerkannten Fortbildungslehrgängen und Kurzzeit-Seminar-Angeboten,
- Öffentliche oder kommunale Träger, Bildungszentren der Kammern, Volkshochschulen, Akademien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks etc.,
- Fernlehranbieter, mit mehrmonatigen Fernlehrgängen oder auch Fernstudiengängen im Sinne des Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG), diese werden durch die Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) zertifiziert,
- Hochschulen mit Angeboten der wissenschaftlichen Weiterbildung.

Es ist an dieser Stelle nicht möglich, eine vollständige Liste aller für die Medienwirtschaft relevanter Bildungsträger zu erstellen. Die folgende Übersicht enthält daher Institutionen, zu deren Portfolio überwiegend medienrelevante Bildungsgänge zählen. Institutionen, die, zum Beispiel als Fernlehranbieter, ein breites thematisches Spektrum vorhalten, werden hier nicht berücksichtigt.

Tab. 15.1: Medienrelevante Bildungsanbieter in NRW

Action Concept Stuntschule	www.actionconcept.com
Akademie der Musik- und Medienbranche, Deutsche Pop	www.deutsche-pop.com
Akademie Druck und Medien, Bildungszentrum des Verbandes Druck und Medien NRW	www.vdmnrw.de
Arturo Schauspielschule	www.arturo-schauspielschule.de
b.i.b. International College	www.bib.de
bm - gesellschaft für bildung in medienberufen	www.medienberufe.de
Deutsche Medienakademie Köln	www.medienakademie-koeln.de
Deutsches Zentrum für Schauspiel und Film	www.schauspiel-zentrum.de
die maske Akademie	www.die-maske.de
DTP Akademie Düsseldorf	www.dtpakademie.de
Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation	www.damk.de

DW-AKADEMIE	www.dw-world.de
ecosign / Akademie für Gestaltung	www.ecosign.net
Evangelische Medienakademie Düsseldorf	www.evangelische-medienakademie.de
Film Acting School Cologne	http://filmactingschool.de
Filmhaus Bielefeld	www.filmhaus-bielefeld.de
Filmhaus Köln	http://filmhauskoeln.de
Filmwerkstatt Düsseldorf	www.filmwerkstatt-duesseldorf.de
Filmwerkstatt Münster	www.muenster.org
Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten	www.holtzbrinck-schule.de
Grimme Akademie	www.grimme-institut.de
Journalistenzentrum Haus Busch	www.hausbusch.de
KIK – Kölner Institut für Kulturarbeit und Weiterbildung	www.kik-wb.de
Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft	http://koelnerjournalistenschule.de
macromedia Berufsakademie	www.macromedia-ausbildung.de
Mediadesign Hochschule (Bereich Weiterbildung)	www.mediadesign.de
Medienqualifizierung, Akademie für Hörfunk und Medien	www.medienqualifizierung.de
mibeg-Institut Medien	www.mibeg.de
mse Medienfortbildungsinstitut Rhein-Erft	www.mse-medien.de
Pixl Visn – media arts academy	www.pixlvisn.com
RTL Journalistenschule für TV und Multimedia	www.rtl-journalistenschule.de
SAE Institute	www.sae.edu
Schule des Theaters im Theater Der Keller	www.schule-des-theaters.de
Theaterakademie Köln	www.theaterakademie-koeln.de
VSB Bildungswerk	www.vsb-bildungswerk.de
WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation	www.wak.de
WAM, Die Medienakademie	www.wam.de
Wirtschaftsakademie am Ring (WAR)	www.akademie-koeln.de

Quelle: AIM – Ausbildung in Medienberufen

Tab. 15.2 Auswahl an Berufskollegs in Nordrhein-Westfalen, an denen Medienberufe ausgebildet werden(Duale Ausbildung, Vollzeitschulische Bildungsgänge):

Berufskolleg für Gestaltung und Technik der Stadt Aachen
Berufskolleg Bergkloster Bestwig
Berufskolleg Senne der Stadt Bielefeld
Walter Gropius-Berufskolleg der Stadt Bochum
Heinrich Hertz-Berufskolleg der Stadt Bonn
Fritz Henßler Berufskolleg, Dortmund
Robert Bosch-Berufskolleg der Stadt Dortmund
Nelly-Pütz-Berufskolleg des Kreises Düren

Walter Eucken Berufskolleg, Düsseldorf
Friedrich Albert Lange-Berufskolleg Duisburg
Hugo Kugelhaus-Berufskolleg Essen
Berufskolleg für Technik und Gestaltung der Stadt Gelsenkirchen
Cuno Berufskolleg II Hagen
Wilhelm Norman-Berufskolleg Herford
Berufskolleg des Märkischen Kreises Iserlohn
Adolf Kolping Berufskolleg des Erftkreises, Horrem
Berufskolleg für Medienberufe der bm bildung in medienberufen gmbh, Köln
Berufskolleg Kartäuserwall, BK 16
Georg Simon Ohm Schule, Berufskolleg 13 der Stadt Köln
Joseph DuMont Schule, Berufskolleg 2 der Stadt Köln
Richard Riemerschmid Schule, Berufskolleg 15 der Stadt Köln
Berufskolleg Glockenspitz Krefeld
Lüttfeld-Berufskolleg des Kreises Lippe, Lemgo
Berufskolleg Neandertal, Mettmann
Leo Sympher Berufskolleg, Minden
Berufskolleg Platz der Republik für Technik und Medien Mönchengladbach
Berufskolleg für Technik Moers
Adolph Kolping-Schule, Münster
Max Born-Berufskolleg, Recklinghausen
Staatliches Berufskolleg Glas, Keramik, Gestaltung des Landes NRW, Rheinbach
Berufskolleg Technik des Kreises Siegen-Wittgenstein
Technisches Berufskolleg Solingen
Hellweg Berufskolleg Unna
Berufskolleg am Kothen der Stadt Wuppertal

Quelle: AIM – Ausbildung in Medienberufen

16. Wie beurteilt die Landesregierung nach Kriterien die Qualifikation und die Qualifikationsmöglichkeiten speziell junger Medienschaffender und von Nachwuchskräften in Nordrhein-Westfalen?

Die Entwicklung der Medienwirtschaft in den vergangenen Jahren – insbesondere durch die im Zuge der Digitalisierung entstandenen neuen Medienproduktionsbereiche – hat eine starke Ausdifferenzierung von Berufsprofilen, Tätigkeitsbezeichnungen und Funktionen mit sich gebracht. Es gibt inzwischen weit mehr als einhundert Berufs- und Funktionsbezeichnungen innerhalb der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Dabei können weder Qualifikationen als Begriffseinheit für die operationalisierbaren Fachkompetenzen wie etwa Fachkenntnisse, Fertigkeiten und Arbeitstechniken noch die schwer messbaren sozialen Qualifikationen wie Verhaltensweisen und Einstellungen im sozialen Gefüge eines Arbeitsplatzes berufsübergreifend miteinander verglichen werden. Es kann daher kein einheitlicher Katalog von Qualifikationskriterien aller Berufe zugrunde gelegt werden. Stattdessen kann dies jeweils nur vom einzelnen Tätigkeitsprofil/Beruf abgeleitet und festgelegt werden.

Lediglich die staatlich anerkannten Ausbildungsberufe und die Profile der staatlich anerkannten Aufstiegsfortbildung werden in klar umrissenen, verbindlichen Qualifikationskriterien beschrieben, die dem zu erlernenden Bildungsziel zugrunde liegen. Weitere Berufe werden von Branchen- und Berufsverbänden mehr oder weniger fachspezifisch definiert. Beispielhaft seien hier die Berufe „Kameramann/Kamerafrau/Director of Photography (DoP)“, „Operator“ oder „Kameraassistent“ genannt, die von Seiten des Bundesverbandes Kamera beschrieben und mit Qualifikationskriterien versehen sind (im Internet: www.bvkamera.org). Gleiches gilt für Berufsprofile in der Organisation von Film- und Fernsehproduktionen. Hier hat der Bundesverband Produktion die von ihm vertretenen Berufe, u.a. „Herstellungsleiter/in“, „Produktionsleiter/in“, „Filmgeschäftsführer/in“ oder „Regieassistent/in“ dargestellt (im Internet: www.bv-produktion.de).

In den Teilmärkten Online, Mobile und Games unterliegen die Berufs- und Tätigkeitsprofile einem permanenten Anpassungsdruck, der sich aus technologischen Entwicklungen und veränderten Produktionsprozessen ergibt. Hier existieren nur vereinzelt fest definierte Berufsbeschreibungen. Spezialistenprofile werden in der Regel abgeleitet und benannt aus dem Umgang mit bestimmten Medientechnologien. Berufsbeispiele hierfür sind: „Backend Entwickler Java“ – ein Softwareentwickler für Internetplattformen, die auf der Programmiersprache Java basieren, „Flash-Entwickler“ – Softwareentwickler für interaktive Anwendungen, die auf dieser Technologie-Plattform basieren, „3D-Artist“- Sammelbegriff für 3D-Character Animator, 3D Modeler, 3D Lighter, 3D Texturer, FX Animator, die allesamt Figuren und Gegenstände für Games oder interaktive Anwendungen mittels 3D-Software animieren.

Eine Beurteilung der Qualifikation junger Medienschaffender und Nachwuchskräfte kann daher letztlich nur anhand der Qualifikationsmöglichkeiten erfolgen, die – wie in vorangegangenen Antworten bereits detailliert dargestellt – nirgendwo breiter und vielfältiger sind als in Nordrhein-Westfalen. Damit werden drei Felder der beruflichen Qualifikation abgedeckt,

- die des operativen Mittelbaus der Unternehmen durch Duale Erstausbildung,
- die der Fach- und Führungskräfte durch berufliche Aufstiegsfortbildung,
- die der akademischen und wissenschaftlichen Fachkräfte durch Hochschulstudiengänge.

17. Welche Studiengänge für Journalismus, Medienwirtschaft und weitere medienrelevante Studiengänge werden jeweils von welcher der einzelnen Hochschulen in Nordrhein-Westfalen angeboten? (bitte differenziert aufgeschlüsselt nach Hochschule und Angebot mit Fachrichtungen)

Siehe Antwort zu Frage 8.

18. Welche Maßnahmen zum Ausbau des medienrelevanten Studienangebotes in Nordrhein-Westfalen erwartet die Landesregierung in dieser Legislaturperiode?

Im Rahmen des Hochschulfreiheitsgesetzes planen die Hochschulen ihr Studienangebot in eigener Verantwortung. Konkrete Unterstützung zum Ausbau der Studienkapazitäten erfahren die Hochschulen im Rahmen des Hochschulpakts durch die finanzielle Förderung von Bund und Land. Prinzipiell planen die Hochschulen den Ausbau mit Blick auf die Nachfrage der Studieninteressierten.

19. Namentlich welche einzelnen Berufskollegs haben jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten Jahre differenziert nach allen einzelnen medienrelevanten Bildungsgängen / Ausbildungsgängen im Medienbereich (duales System wie Vollzeit) jeweils welche Absolventenzahlen ausgebildet?

Absolventenzahlen der Berufskollegs differenziert nach Berufen werden nach Kenntnisstand von AIM – Ausbildung in Medienberufen nicht erhoben beziehungsweise liegen nicht vor. An dieser Stelle kann jedoch auf die unter Frage 9 dargestellten kammerseitig erhobenen Zahlen zu den Ausbildungsabsolventen NRW verwiesen werden, da es sich dabei um den gleichen Personenkreis (Auszubildende/Berufsschüler) handelt. Verfügbare Statistiken des Statistischen Landesamtes erfassen die Gesamtheit aller Schülerinnen und Schüler an Berufsschulen (Vollzeit und Teilzeit). Zahlen zur vollzeitschulischen Berufsausbildung nach Landesrecht (Gestaltungstechnische Assistent/innen, Informationstechnische Assistent/innen) werden bisher nicht separat aufbereitet.

20. Wie beurteilt die Landesregierung das Beratungs- und Abstimmungsprozedere zwischen Bund und Ländern beziehungsweise zwischen den einzelnen Ländern untereinander im Medienbereich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre?

Beratungs- und Abstimmungsprozesse der Länder untereinander finden regelmäßig auf Fachebene (Rundfunkreferenten, Filmreferenten) und politischer Ebene (Rundfunkkommission, Chefs der Staatskanzleien, Ministerpräsidenten-Konferenz) statt. Genauso stimmen sich die Länder auch mit dem Bund sowohl auf Fachebene als auch auf politischer Ebene ab. Sicherlich haben einzelne Länder in Einzelfragen zunächst unterschiedliche Ausgangspositionen. In den letzten zehn Jahren haben sie aber immer eine gemeinsame Position erreicht, was in der Vielzahl der ratifizierten Rundfunkänderungsstaatsverträge deutlich wird.

21. Welche einzelnen konkreten Initiativen unternimmt oder plant die Landesregierung in diesem Zusammenhang, um die zuvor genannten Abstimmungsprozesse zu verbessern oder zu einer bundesweiten Vereinheitlichung von Entscheidungsprozessen und -ergebnissen zu kommen?

Wie in der Antwort zu Frage 20 geschildert, erfolgt die notwendige Abstimmung. Grundlegende Veränderungs- oder Optimierungsbedarfe sind nicht gegeben.

22. Durch jeweils welche einzelnen Maßnahmen und Programme fördert die Landesregierung bereits gegenwärtig die Selbständigkeit und Existenzgründungen in der Medienbranche, und welche weiteren diesbezüglichen Initiativen sind in dieser Legislaturperiode noch geplant?

In allen Regionen Nordrhein-Westfalens werden Gründerinnen und Gründer, ob Freiberuflerinnen und Freiberufler oder Gewerbetreibende, mit Hilfe der Startercenter NRW auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit unterstützt. Landesweit beraten und informieren 83 Startercenter NRW bei allen Fragen rund um die Selbstständigkeit und die Firmenentwicklung. Träger der Startercenter NRW sind Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern und kommunale Wirtschaftsförderungen.

Mit dem Beratungsprogramm Wirtschaft (BPW) bezuschusst das Land Nordrhein-Westfalen Gründungsberatungen durch freie Unternehmensberater.

Über das Programm Gründercoaching Deutschland können sich Jungunternehmen bis zum fünften Jahr nach der Gründung Beratungskosten bezuschussen lassen.

Förderdarlehen und Bürgschaft aus einer Hand können Existenzgründer in Nordrhein-Westfalen mit dem neuen NRW.BANK-Startkredit erhalten.

Die Unterstützungsangebote erfolgen grundsätzlich branchenneutral.

Speziell für die Medienbranche wurde das AV-Gründerzentrum NRW etabliert, dessen Tätigkeit durch die Landesregierung finanziell gefördert wird (nähere Informationen unter www.av-gruenderzentrum.de).

23. *Durch jeweils welche einzelnen konkreten Maßnahmen will die Landesregierung die wirtschaftliche Existenz und Finanzierungsmöglichkeiten kleiner und mittlerer Unternehmen der Medienbranche in dieser Legislaturperiode verbessern, und welche Förderprogramme gibt es bereits?*

Siehe dazu die Antwort zu Frage 22.

24. *Welches genaue Konzept und konkrete Handlungsprogramm verfolgt die Landesregierung, um die bestmögliche Teilhabe aller Bürger an allen Medien und der diesbezüglichen Angebotsvielfalt zu ermöglichen?*

Die Teilhabe der Bevölkerung an allen Medien und die diesbezügliche Angebotsvielfalt werden in NRW durch den gesetzlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die in Artikel 87 f Absatz 1 Grundgesetz verankerte Universaldienstgewährleistung sichergestellt. Ein weiterer wichtiger Baustein ist die sogenannte Netzneutralität. Für den Erhalt des Internets als freies und offenes Medium ist es von zentraler Bedeutung, dass alle Datenpakete unabhängig von Inhalt, Dienst, Anwendung, Herkunft oder Ziel grundsätzlich gleich behandelt werden. Das Verlangsamen, Benachteiligen oder Blockieren von Diensten oder Diensteanbietern muss verhindert werden, um die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft auch in Zukunft sicherzustellen. Für die Landesregierung ist die Netzneutralität ein wichtiges Prinzip, das auch in Zukunft gewährleistet sein muss.

Vorbemerkungen der Landesregierung zu den Fragen 25 bis 29

Die Fragen 25 bis 29 beinhalten Fragen zu Haushaltsansätzen, die unmittelbar und/oder mittelbar dem Medienbereich zugutekommen.

Unter unmittelbar für Medienzwecke vorgesehenen Ausgaben werden solche verstanden, bei denen die Zweckbestimmung des Ausgabebetitels insbesondere bereits das Wort „Medien“ enthält. Mittelbar für Medienzwecke vorgesehene Ausgabebetitel sind jene, aus denen auch wichtige Medienprojekte (mit einem Mindestausgabevolumen von 100.000 Euro in zumindest einem der Jahre 2010 bzw. 2011) finanziert werden.

25. Welche einzelnen Haushaltstitel im nordrhein-westfälischen Landeshaushalt insgesamt – außerhalb des für Medien federführenden Einzelplans 02 – beinhalten medienpolitische Belange des Landes oder werden für medienrelevante Zwecke eingesetzt beziehungsweise kommen der Medienbranche zugute (beispielsweise Förderprogramme, Zuschüsse, Infrastrukturmaßnahmen, Qualifizierungsleistungen etc.)?

Über die im für Medien federführenden Einzelplan 02 enthaltenen Haushaltsansätze hinaus sind die nachfolgenden Haushaltstitel im Sinne der Abfrage unmittelbar für Medienzwecke vorgesehen, da die Zweckbestimmung des Ausgabetitels das Wort „Medien“ enthält.

Tab. 25.1: Haushaltstitel mit unmittelbarem Medienbezug

Kapitel	Titel	Zweckbestimmung	Haushaltsansatz in €	
			2010	2011
05 020	686 61	TGr. 61: Stiftung Partner für Schule NRW/Medienberatung NRW Erläuterungen UT 1: Medienberatung NRW	208.600	208.600
06 100	TGr. 69	Multimediaprojekte im Hochschulbereich und Maßnahmen zur Feststellung der Leistungsfähigkeit im internationalen Vergleich <u>Bemerkungen:</u> Einnahmefinanzierung p.a. rd. 1,5 Mio. € Einzelprojekte aus Zentralmitteln	0 1.867.000	0 1.837.000
07 040	TGr. 60	Medienkontrollinstitutionen nach Jugendschutzrecht (Landesanteil NRW)	188.000	188.000
		Summe:	2.263.600	2.233.600

26. Welches Volumen des aktuellen Landeshaushalts in absoluten Zahlen sowie prozentual am Gesamtbudget kommt in der Summe aller Einzelpläne dem Medienbereich unmittelbar zugute?

Im Einzelplan 02 – Ministerpräsidentin – kommen ausschließlich die im Kapitel 02 200 – Medien – veranschlagten Ansätze dem Medienbereich unmittelbar zugute. Die Gesamtausgaben des Kapitels 02 200 für das Jahr 2011 betragen: 21.708.400 Euro. Aus den übrigen Einzelplänen kommen weitere 2.233.600 Euro dem Medienbereich unmittelbar zugute. Zusammen ergibt dies rund 23,9 Millionen Euro. Dies entspricht rund 0,04 Prozent des Ausgabevolumens des Landeshaushalts 2011.

27. Welches Volumen des Landeshaushalts kommt in der Summe aller Einzelpläne dem Medienbereich darüber hinaus mittelbar zugute?

Unter mittelbar für Medienzwecke vorgesehene Ausgabetitel wurden solche klassifiziert, aus denen auch wichtige Medienprojekte finanziert werden. Dem Medienbereich kommen aus dem Landeshaushalt 2011 für wichtige Medienprojekte mit einem Ausgabevolumen von min-

destens 100.000 Euro insgesamt rund 13,0 Millionen Euro mittelbar zugute. Dies entspricht rund 0,02 Prozent des Ausgabevolumens des Landeshaushalts 2011.

28. Wie hat sich das Haushaltsvolumen für Zwecke der Medienförderung an jeweils welchen Stellen seit Regierungsantritt der amtierenden Minderheitsregierung verändert? (bitte differenziert nach einzelnen Aspekten wie Medienkompetenz, Jugendmedienschutz, Veranstaltungen / Foren etc.)

Hierzu wird nachfolgend das Haushaltsvolumen für Medienförderung des Haushaltsplans 2010 (letzter Haushalt der vorherigen Landesregierung) mit dem des Haushaltsplans 2011 verglichen (erster Haushalt der jetzigen Landesregierung).

Hinsichtlich des für Medien federführenden Einzelplans 02 ergeben sich folgende Änderungen:

Tab. 28.1 Entwicklung des Haushaltsvolumens zur Medienförderung 2010-2011

Medienbezug	2010 (in €)	2011 (in €)	Begründung
Cluster Medien.NRW	1.740.000	1.740.000	
Medienforum	1.100.000	1.100.000	
Aus- und Fortbildung im Medienbereich	1.620.000	1.880.000	Mehr u.a. für die Einführung des Medienkompetenz-Führerscheins
Film- und Medienstiftung NRW / Filmschule	15.858.800	16.058.800	Mehr zur Förderung innovativer audiovisueller Werke durch die Filmstiftung
Sonstige Maßnahmen zur Förderung der Film- und Fernsehinfrastruktur	610.400	550.400	
Sonstige Maßnahmen	349.200	379.200	
Summe der Medienförderung im Einzelplan 02:	21.278.400	21.708.400	
mehr gegenüber 2010		+ 430.000	
<ul style="list-style-type: none"> Zuzüglich der in den anderen Einzelplänen zu berücksichtigten Haushaltsansätze, die <u>unmittelbar</u> dem Medienbereich zugutekommen: 			
Medienbezug	2010 (in €)	2011 (in €)	Begründung
Summe der in der Beantwortung zu Frage 25 dargestellten Haushaltsansätze:	2.263.600	2.233.600	
weniger gegenüber 2010		- 30.000	
<ul style="list-style-type: none"> Zuzüglich der in der Beantwortung zu Frage 27 berücksichtigten Haushaltsansätze, die <u>mittelbar</u> dem Medienbereich zugutekommen: 			

Anteil des Landes an den Kosten des FWU/Instituts für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht gemeinnützige GmbH in Grünwald	163.000	163.000	
Öffentlichkeitsarbeit	720.400	720.400	
Deutsche Digitale Bibliothek (Bund-/Länderfinanzierung ab 2011)	0	286.000	
Deutsche Zentralbibliothek für Medizin (Bund-/Länderfinanzierung – Forschungseinrichtung von überregionaler Bedeutung mit wissenschaftlichen Infrastrukturaufgaben)	2.731.200 (Landesanteil NRW)	2.850.300 (Landesanteil NRW)	
Hochschulbibliothekszen- trum Köln	6.099.800	6.156.100	
Kinder- und Jugendförder- plan 2006 – 2010 und 2011 – 2015			
<ul style="list-style-type: none"> • Fördervolumen im Be- reich der medienpädago- gischen Förderpositionen 	560.000	1.200.000	
<ul style="list-style-type: none"> • Projektförderung im Themenfeld „Jugend- schutz/Jugendmediensch utz“ 	105.000	130.000	
Medienbezug	2010	2011	Begründung
	(in €)	(in €)	
Förderpreis des Landes Nordrhein-Westfalen für junge Künstlerinnen und Künstler (Zur Förderung des künstlerischen Nachwuch- ses werden 14 Preise von je 7.500 € für hervorragende Begabungen vergeben. Davon wurden 2 Preise auf dem Gebiet der <u>Medien- kunst</u> vergeben.	15.000	15.000	
Filmförderung	1.405.000	1.505.000	
Summe der mittelbar dem Medienbereich zugute kommenden Haushaltsan- sätze:	11.799.400	13.025.800	
mehr gegenüber 2010		+1.226.400	
Gesamtsumme aller dem Medienbereich zugute kommenden Haushaltsan- sätze:	35.341.400	36.967.800	
mehr gegenüber 2010:		+1.626.400	

Insgesamt kommen somit nach dem Regierungswechsel mit dem Haushalt 2011 rund 1,6 Millionen Euro dem Medienbereich zusätzlich zugute.

- 29. Mit welchen haushaltsrelevanten Änderungen in den die Medien betreffenden Haushaltsplänen ist jeweils wann in den Folgejahren dieser Legislaturperiode noch zu rechnen?**
- 30. Welche politischen Ziele und Prioritätensetzungen sind Ursache für die jeweils zu erwartenden Veränderungen bei medienrelevanten Haushaltspositionen?**

Die Fragen 29 und 30 werden zusammen beantwortet.

Die Gesamtausgaben im Kapitel 02 200 - Medien - bleiben im Entwurf des Haushaltsplans für das Jahr 2012 gegenüber 2011 unverändert. Allerdings wird es einige wenige haushaltsrelevante Änderungen bei den Ansätzen innerhalb des Kapitels geben. Ein Aufgabenschwerpunkt des Kapitels 02 200 ist das Standortmarketing beziehungsweise die Standortentwicklung. Eine der größten Veranstaltungen in Nordrhein-Westfalen in diesem Bereich ist das jährliche Medienforum NRW in Köln - der Branchentreff rund um das Thema „Medien“. Das Land gewährt der Veranstalterin, der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), zur Durchführung dieser medienpolitisch wichtigen Veranstaltung jährlich eine Zuwendung. In Anpassung an den tatsächlichen notwendigen Bedarf soll der Ansatz der entsprechenden Haushaltsstelle (Kapitel 02 200 Titel 685 10) um 400.000 Euro auf 1.500.000 Euro erhöht werden.

Ein weiterer Aufgabenschwerpunkt ist die „Qualifizierung und die Kompetenzförderung“. Zur Förderung und Vermittlung von Medienkompetenz sind in der Titelgruppe 60 des Kapitels 02 200 die notwendigen Haushaltsmittel zur Finanzierung und Umsetzung geeigneter (Eigen-) Maßnahmen veranschlagt. Im Haushaltsplanentwurf 2012 wurden 500.000 Euro von Titel 526 60 nach Titel 686 60 verlagert. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass vermehrt Projekte und Aktivitäten Dritter bezuschusst werden sollen.

Die Landesregierung wird sich auch in den Folgejahren dieser Legislaturperiode im Rahmen der Möglichkeiten, die die Entwicklung des Landeshaushaltes zulässt, für den Medienstandort NRW engagieren.

- 31. In welchem Umfang nutzt das Land NRW in der aktuellen Förderperiode 2007 bis 2013 EU-Mittel der Ziel-2-Förderung (Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung) zum Zwecke der Förderung Medienschaffender oder zur Stärkung der Medienwirtschaft? (bitte strukturierte Übersicht nach Art des Fördersachverhaltes, Bewilligungszeitpunkten, Volumina und Zeitdauer der Bezuschussung etc.)**

Tab. 31.1. Bewilligte EFRE-Mittel zur Medienförderung 2009-2011

Fördersachverhalt	Bewilligungszeitpunkte*		Zeitdauer der Bezuschussung*		Bewilligungsvolumen
	Bewilligung ab	Bewilligung bis	Beginn Durchführungszeitraum	Ende Durchführungszeitraum	
Wettbewerb Medien.NRW (1. Call)	06.10.2009	30.11.2012	23.04.2009	30.08.2012	6.396.201,50 €
Wettbewerb Medien.NRW (2. Call)	07.07.2010	30.06.2013	01.06.2010	31.03.2013	591.371,00 €
Mediencluster NRW**	05.02.2009***		01.07.2009	30.06.2012	1.822.407,88 €

Quelle: NRW.BANK, Stand: November 2011

* jeweils frühester bzw. spätester Zeitpunkt der zugesagten Projekte

** Vertrag, eingeschränkte Vergleichbarkeit der angegebenen Daten, ohne MwSt.

*** Datum Vertragsschluss

Darüber hinaus nutzt das Land NRW EFRE-Mittel zur Förderung des Projekts „ZeitungsZeit NRW - Selbständigkeit macht Schule“. Insgesamt wurden 10 Millionen Euro EFRE-Mittel für das Projekt bereitgestellt, wobei die tatsächlichen Ausgaben erst nach Abschluss des Projekts bezifferbar sind. Bewilligungszeitraum ist vom 25. März 2010 bis zum 31. Dezember 2011, Dauer der Bezuschussung vom 1. April 2010 bis zum 31. März 2012. Für eine Beschreibung des Projekts wird auf die Antwort zu Frage 147 verwiesen.

32. Erwartet die Landesregierung bezüglich der Ziel-2-Mittel für die Folgeperiode 2014 bis 2020 Veränderungen dieser Förderung und der für sie zur Verfügung stehenden Mittel, namentlich vor dem Hintergrund der Mitteilung der Kommission KOM (2011) 500 endgültig vom 29. Juni 2011, die eine neue Übergangskategorie in der Strukturförderung vorsieht?

Die Landesregierung begrüßt es sehr, dass die Europäische Kommission in ihrem Vorschlag für den mehrjährigen Finanzplan für die Zeit nach 2013 weiterhin eine Förderung in allen Regionen vorsieht. Danach ist davon auszugehen, dass auch künftig substantielle EU-Mittel nach Nordrhein-Westfalen fließen. Allerdings sind die Verteilungsparameter noch nicht klar, um einen Mittelzufluss genau abschätzen zu können.

Die konkreten Fördermöglichkeiten hängen von den Bestimmungen der künftigen Strukturfondsverordnungen ab. Diese werden derzeit noch von der Europäischen Kommission erarbeitet und sollen danach mit den Mitgliedstaaten und im Europäischen Parlament beraten werden. Sie bilden die inhaltliche und rechtliche Grundlage für die künftigen Operationellen Programme in Nordrhein-Westfalen. Sobald die Verordnungsentwürfe im europäischen Beratungsprozess eine hinreichend konkrete Fassung erhalten, kann auch die Landesregierung mit der Erstellung eines Operationellen Programms beginnen.

33. Wie haben sich Umsatz und Jahresabschlüsse der Film- und Medienstiftung NRW seit dem Jahr 2000 jeweils jährlich entwickelt?

Tab. 33.1 Entwicklung der Umsätze und Jahresabschlüsse seit 2000

	Umsatzerlöse	Jahresergebnis	Finanzierungsanteil Land (ist)
2000	7.466,- TDM	136,- TDM	3.175.915,58 TDM*
2001	8.477,- TDM	220,- TDM	3.561.618,10 TDM
2002	4.223,- T€	102,- T€	1.642.916,48 T€
2003	5.268,- T€	113,- T€	1.504.881,50 T€
2004	5.243,- T€	19,- T€ **	1.569.842,96 T€
2005	5.140,- T€	15,- T€	1.443.198,69 T€
2006	5.284,- T€	21,- T€	1.537.985,17 T€
2007	5.191,- T€	23,- T€	1.503.597,42 T€
2008	5.578,- T€	26,- T€	1.626.836,47 T€
2009	5.490,- T€	28,- T€	1.609.288,54 T€
2010	5.185,- T€	31,- T€	1.516.210,77 T€

* Inklusive einmaligem Investitionszuschuss des Landes NRW zur „Location-Offensive NRW“

** Umstellung des Gewinnermittlungsverfahrens

34. Welche konkreten einzelnen Projekte hat die Film- und Medien Stiftung NRW seit 2000 gefördert? (bitte vollständig und unter Angabe des jeweiligen Förderbetrages sowie Empfängers auflisten)

Die Film- und Medienstiftung NRW fördert erst seit dem Jahr 2011 Projekte. Im Jahr 2011 ist die Filmstiftung NRW GmbH zur Film- und Medienstiftung NRW GmbH weiterentwickelt worden. Die Landesregierung deutet die Frage dahingehend, dass auch die Projekte der zuvor bestehenden Filmstiftung NRW GmbH betrachtet werden. Eine Übersicht der konkreten einzelnen durch die Filmstiftung NRW geförderten Projekte in den Jahren 2000-2010 bietet die nachfolgende Tabelle.

Tab. 34.1: Filmförderung der Filmstiftung NRW 2000-2010

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2000	Projektvorbereitungsförderung/ Antrag durch Produzenten	2000-01-006: Monsoon	Tradewind Pictures GmbH Thomas Springer	62.323,21	
		2000-01-010: Wein, Weib und Wasser	Wüste Film West Hejo Emons	25.564,59	
		2000-01-012: Die Memoiren der Elisabeth Frankenstein	Helling + Schüler GbR und Hotwire Prod. Inc. Lynn Hershman Alexander Schüler	102.258,38	
		2000-01-014: Blindflug	Pandora Film GmbH & Co. Filmprod. und Vertriebs KG Reinhard Brundig	30.677,51	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-01-015: Fickende Fische	ICON Film Herbert Schwering	48.503,37	
		2000-01-020: Der Medicus	Medicus GmbH Klaus Scheidsteger	81.806,70	
		2000-01-021: Das Wunder von Bern	Little Shark entertainment GmbH Sönke Wortmann	102.258,38	
		2000-01-025: Platinum (NT: Der weiße Afrikaner)	D & D Film- und Fernsehproduktion Roland Willaert	61.355,03	
				514.747,16	8
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2000-03-006: TIR -Orient on Wheels	De Campo Film GmbH Stefan Hermes	30.677,51	
		2000-03-017: Fickende Fische	ICON Herbert Schwering	20.451,68	
		2000-03-018: Mélanie und Samuel	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	25.564,59	
		2000-03-019: Just the way it is - Kevins Entscheidung	MD Production Film- und Fernseh GmbH Olivier Deflou	20.451,68	
		2000-03-027: Sugar Orange	Jost Hering Filmproduktion Jost Hering	14.316,17	
		2000-03-028: Indianersommer	Medicus GmbH Klaus Scheidsteger	20.451,68	
		2000-03-031: Das leichte Mädchen	Trapez Filmproduktion GbR Mark Schlichter	40.903,35	
				172.816,66	7
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2000-04-014: Der Vogelschuss	Dennis Eick und Gregor Herzog Dennis Eick	10.225,84	
		2000-04-051: Sauerland	Jens Pantring Jens Pantring	15.338,76	
		2000-04-053: Baby-Blues	Jean-Marc Lesguillons Jean-Marc Lesguillons	15.338,76	
		2000-04-065: Max - meine Mumie	Jürgen Kura Jürgen Kura	20.451,68	
		2000-04-071: Frosch und Skorpion	Mika Kallwass Mika Kallwass	10.225,84	
				71.580,86	5
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2000-05-002: Vill passiert	Screen:Works Olaf Steenfadt	243.869,35	
		2000-05-003: Investigating Sex	Cologne-Gemini Filmproduktion GmbH Gerhard Schmidt	511.291,88	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-05-006: Bear's Kiss	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	518.795,60	
		2000-05-008: Edelweisspiraten	Palladio Film GmbH & Co.KG Niko von Glasow (Brücher)	713.550,24	
		2000-05-014: Hexe und Zottel (NT: Engel und Joe)	neue impuls film Produktionsgesellschaft mbH Michael Eckelt	971.454,57	
		2000-05-015: Heaven	X Filme creative pool GmbH Stefan Arndt	1.533.875,64	
		2000-05-018: Die Gebrüder Sass	Moovie the art of entertainment GmbH Oliver Berben	664.679,45	
		2000-05-020: Was nicht passt, wird passend gemacht	Becker & Häberle Filmproduktion GmbH Thomas Häberle	1.073.712,95	
		2000-05-025: Der Zimmer- springbrunnen	Senator Film Produktion GmbH Gerhard von Halem	255.645,94	
		2000-05-029: Tosca	Integral Film Dagmar Jacob- sen	1.022.583,76	
		2000-05-031: Good Bye, Lenin!	X Filme creative pool GmbH Stefan Arndt	720.921,55	
		2000-05-034: All the Queen's Men	Constantin Film Produktion GmbH Martin Moszkowicz	258.306,16	
		2000-05-036: Die Prüfung (Zwischen den Sternen)	Mediopolis Berlin Alexander Ris	383.468,91	
		2000-05-039: Tattoo	Lounge Entertainment AG Jan Hinter	1.022.583,76	
		2000-05-044: Malunde	Traumwerk Spielfilmprodukti- on GmbH (insolvent) Jürgen Biefang	127.822,97	
		2000-05-046: Herz im Kopf (AT: Tamara)	Claussen+Wöbke Filmpro- duktion GmbH Jakob Claus- sen	40.423,58	
		2000-05-047: Suche Impoten- ten Mann fürs Leben	Ziegler Film GmbH & Co KG Regina Ziegler	920.325,39	
		2000-05-050: Dina (NT: I am Dina)	Gemini Film GmbH & Co KG Gerhard Schmidt	511.291,88	
		2000-05-052: Herz	X Filme creative pool GmbH Stefan Arndt	1.278.229,70	
		2000-05-057: Die Begegnung (NT: Neufundland)	Zinnober Film- und Fernseh- produktion GmbH Dieter Zeppenfeld	255.645,94	
		2000-05-062: Keep Smiling (NT: War'n Sie schon mal in mich..AT: Der Hampelmann)	ICON Film Herbert Schwering	178.952,16	
		2000-05-063: Feuer, Eis und Dosenbier	Hofmann & Voges Filmpro- duktion Mischa Hofmann	460.162,69	
		2000-05-064: Das Wunder von Bern	Little Shark entertainment GmbH Sönke Wortmann	2.300.813,47	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-05-068: La Grande Chartreuse (NT: Die Grosse Stille)	Philip Gröning Filmproduktion Philip Gröning	102.258,38	
		2000-05-071: Solino	Wüste Film West GbR Stefan Schubert Ralph Schwingel, Hejo Emons	1.227.100,51	
				17.297.766,45	25
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2000-06-001: Die Frau, die an Dr. Fabian zweifelte	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	383.468,91	
		2000-06-007: Der ewig Blaue Himmel (NT: Stiller Sturm)	Screen:Works Köln GmbH Björn Klimek	258.847,83	
		2000-06-010: Just in Time	Colonia Media Filmproduktion GmbH Prof. Dr. Georg Feil	178.952,16	
		2000-06-011: Deadline	teamworx GmbH (teamWorx Television & Film GmbH, seit 10/03) Ariane Krampe	357.904,32	
		2000-06-012: Die Reise	TAG/TRAUM Film- & Videoproduktion GmbH Gerd Haag	869.196,20	
		2000-06-015: Dogsworld	Me, Myself & Eye Entertainment AG Jörg A. Hoppe	224.968,43	
				2.273.337,85	6
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2000-07-002: The Nomi Song	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	300.984,70	
		2000-07-005: Cinemania	Hanfgarn & Ufer GbR Gunter Hanfgarn	51.129,19	
				352.113,89	2
	Förderung von Kurzfilmen	2000-08-011: Virtual Love	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	81.295,41	
				81.295,41	1
	Verleihförderung	2000-10-002: The Million Dollar Hotel	Concorde Filmverleih GmbH Markus Zimmer	25.564,59	
		2000-10-003: Marlene	Senator Film Verleih GmbH Rolf Anatol Nitschke	51.129,19	
		2000-10-009: Fandango	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	51.129,19	
		2000-10-010: Besser als Bier (NT: Doppelpack)	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	25.564,59	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-10-011: Abschied - Brechts letzter Sommer (AT:Abschied aus Buckow)	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	40.903,35	
		2000-10-012: Rosie	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	18.406,51	
		2000-10-013: Beresina	Pandora Film GmbH & Co. Filmproduktions und Vertriebs KG Reinhard Brundig	20.451,68	
		2000-10-016: No One Sleeps	Pro-Fun media GmbH Marek Spreitzer	17.701,95	
		2000-10-017: Kanak Attack	Concorde Filmverleih GmbH Markus Zimmer	38.346,89	
		2000-10-018: Liebesluder	Delphi Filmverleih GmbH & Co. KG Claus Boje	51.129,19	
		2000-10-021: Die wiedergefundene Zeit	Schwarz/Weiss Filmverleih Dieter Hertel	114.872,97	
		2000-10-022: Oi! Warning	Nighthawks Pictures GmbH & Co. KG Christoph Heckenbücker	25.564,59	
		2000-10-023: Russlands Wunderkinder	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	16.872,63	
		2000-10-024: Der Krieger und die Kaiserin	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	127.822,97	
		2000-10-025: Dancer in the Dark	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	76.693,78	
		2000-10-027: Lieber Fidel... - Maritas Geschichte	SUR Films Yvonne Ruocco	56.398,05	
		2000-10-030: Der kleine Vampir	Warner Bros. Film GmbH Wilfried Geike	51.129,19	
		2000-10-032: The Mission	Rapid Eye Movies Stephan Holl	14.622,95	
		2000-10-033: Where A Good Man Goes	Rapid Eye Movies Stephan Holl	14.622,95	
		2000-10-034: Rembrandt	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	43.971,10	
		2000-10-036: Bread and Roses	Neue Visionen Torsten Frehse	41.925,93	
		2000-10-037: Jetzt oder nie - Zeit ist Geld (AT:Nach der Zeit)	Senator Film Verleih GmbH Alfred Holighaus	153.387,56	
		2000-10-038: Der Himmel kann warten	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	51.129,19	
		2000-10-040: Die innere Sicherheit	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	49.595,31	
		2000-10-041: The Crossing	Zephir Filmverleih GmbH Christine Ruppert	23.008,13	
		2000-10-042: Der König tanzt	Helkon Filmverleih GmbH Dirk Zumbansen	127.822,97	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-10-045: Angels Of The Universe	Advanced Filmverleih GmbH Andreas Dr. Hoffmann	122.710,05	
				1.452.477,46	27
	Vertriebsförderung	2000-11-002: Lieber Fidel... Maritas Geschichte	media profile & kommunikation Detlef Ziegert	16.131,26	
		2000-11-003: L'amour, l'argent, l'amour	Bavaria Media GmbH Rolf Dr. Moser	5.112,92	
				21.244,18	2
	Zusatzkopienförderung	2000-12-002: Das Leben, ein Pfeifen	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	-	
		2000-12-003: American Beauty	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	-	
		2000-12-008: Erkan und Stefan	Constantin Film GmbH & Co Verleih KG Michael Marbach	-	
		2000-12-009: Harte Jungs	Constantin Film Verleih GmbH Michael Marbach	-	
		2000-12-011: Sur - Süden	Kairos-Filmverleih GbR Wilfried Arnold	-	
		2000-12-012: Die Reise	Kairos-Filmverleih GbR Wilfried Arnold	-	
		2000-12-014: M:I-2	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	-	
		2000-12-015: Automat Kalaschnikov	Engstfeld Filmproduktion Axel Engstfeld	-	
		2000-12-016: X-Men	Twentieth Century Fox of Germany GmbH Vincent De la Tour	-	
		2000-12-017: Schmetterlinge der Nacht	Berg Film Andreas Lechner	-	
		2000-12-018: Der kleine Vampir	Warner Bros. Film GmbH Volker Modenbach	-	
		2000-12-019: Scary Movie	Highlight Film und Home Entertainment GmbH Andreas Fallscheer	-	
		2000-12-022: Bonhoeffer - Die letzte Stufe	NFP TV Alexander Thies	-	
		2000-12-024: Meine Braut, ihr Vater und ich	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	-	
		2000-12-025: Die wiedergefundene Zeit	Schwarz/Weiss Filmverleih Dieter Hertel	-	
				-	15
	Jahresfilmprogrammprämie	2000-13-001: Cineplex 3, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-13-002: Deutsches Haus 2	Dr. Schlinker KG Heribert Dr. Schlinker	-	
		2000-13-003: Bambi & Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2000-13-004: Broadway	Arthaus Kino Betriebs GmbH Christian Schmalz	-	
		2000-13-005: Odeon	Arthaus Kino Betriebs GmbH Christian Schmalz	-	
		2000-13-006: Theater am Weißhaus	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	5.113,00	
		2000-13-007: Kino in der Brotfabrik	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	-	
		2000-13-008: Kamera Filmkunsttheater	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2000-13-009: Rex Lichtspieltheater	Rex Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	-	
		2000-13-010: Futura	Futura Film Theater GmbH Helga Rahlmeyer	-	
		2000-13-013: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2000-13-014: Schloßtheater	Münstersche Filmtheater Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2000-13-015: Cinema & Kurbelkiste	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	
		2000-13-016: Souterrain	Souterrain Kellerkino Kalle Somnitz	7.669,00	
		2000-13-017: Metropol-Programmkinos	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	12.782,00	
		2000-13-018: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.669,00	
		2000-13-019: Black Box	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	5.113,00	
		2000-13-020: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	-	
		2000-13-021: Kino, Bad Driburg	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2000-13-022: Viktoria, Hilchenbach	Gülker und Manderbach GbR Jochen Manderbach	-	
		2000-13-023: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e.V. Jürgen Hillmer	-	
		2000-13-024: The New Cinema	FTB A. Clasen Andreas Clasen	-	
		2000-13-025: Filmstudio	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	7.669,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-13-026: Astra	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2000-13-027: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2000-13-028: Galerie Cinema	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2000-13-029: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2000-13-030: Kino	Rosslenbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2000-13-031: Weltspiegel	Rosslenbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2000-13-032: Kinocenter am Markt 4	Cineworld Filmtheaterbetrie- be André Polan	-	
		2000-13-033: Schauburg	Schauburg Kino GmbH Mi- chael Meyer	-	
		2000-13-034: Cinema im Unicenter	MBS Kino GmbH Wolfgang Braun	-	
		2000-13-035: Metropolis- Filmtheater	MBS Kino GmbH Wolfgang Braun	-	
		2000-13-037: Cinenova, Köln- Ehrenfeld	FTB Borck GmbH Borck Martina und Dieter	-	
		2000-13-038: Filmpalette, Köln	Dieter und Martina Borck GBR Dieter und Martina Borck	-	
		2000-13-039: Kino im Kaiser- hof 1 & 2	Filmtheaterbetriebe von Thenen Bernd Rüdiger	-	
		2000-13-040: Filmtheater an der Gathe	Zwielicht e.V. Ulrike Schwab	-	
		2000-13-041: Roxy	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2000-13-042: Camera	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2000-13-043: Filmhaus Kino Köln	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	-	
		2000-13-044: Lupe 2	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2000-13-045: Hitch	Hitch - Kino in Neuss Helmut Kettler	-	
		2000-13-046: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	-	
		2000-13-048: Neue Filmbüh- ne	Neue Filmbühne KG Gilla Brenig	-	
		2000-13-049: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Lan- gendreer e.V. Andrea / Anke	15.339,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
			Gollnow / Teuber		
		2000-13-051: Atlantis, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Hermann Lorsbach	-	
		2000-13-052: Diana-Servicekino	Atlantis Filmtheater GmbH Hermann Lorsbach	-	
		2000-13-053: Studio, Sankt Augustin	Studio Filmtheater & Kulturcafé Ulrich Ziaja	-	
		2000-13-054: Central Kino Hattingen: Lancaster	G + K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Groteheide / Klinkmann	-	
				61.354,00	49
	Förderung von Filmpräsentationen	2000-14-001: Kinderabspielring Ostwestfalen-Lippe Frühjahr 2000	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	11.877,31	
		2000-14-012: Filminitiative Remscheid	Union Theater Remscheid Walter Semmler	4.857,27	
		2000-14-015: Jüdisch-Israelische Filmwochen	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Kalle Somnitz	4.090,34	
		2000-14-016: Bilderbeben - Das Lichtwerk leuchtet	Filmhaus Bielefeld e.V. Ronald Herzog	4.857,27	
		2000-14-017: Filmnächte zwischen den Museen	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	4.499,37	
		2000-14-018: Neusser Film-Festival	Hitch - Kino in Neuss Helmut Kettler	3.834,69	
		2000-14-019: Kinderabspielring OWL Herbst 2000	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2000-14-034: Dancer in the Dark	Martina Borck	2.478,74	
		2000-14-035: Automat Kalashnikov	Cinenova FTB Borck GmbH Martina Borck	3.873,04	
		2000-14-036: Mach25	Filmhaus Bielefeld e.V. Ronald Herzog	1.626,93	
		2000-14-037: Neue französische Filme	Kino in der Brotfabrik Sigrid Limprecht	4.141,46	
		2000-14-038: Cineasia	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	5.010,66	
		2000-14-039: Kulturelles Filmangebot in Borgentreich	Central Kinocenter Reinold Dohmann	3.374,53	
		2000-14-040: Kinder-Kino Fest 2001	Rosslenbroich Film-Theater GmbH Gabriele Rosslenbroich	3.579,04	
		2000-14-042: Der Schrei des Schmetterlings	Bermuda FTB GmbH Helmut Wolfgang Schneider	4.545,38	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-14-043: Kinder-Kino-Initiative OWL	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	59.644,75	
				122.290,79	16
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2000-15-002: Internet-informations- und Beratungsdienst für Kinos	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	6.442,28	
				6.442,28	1
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2000-16-001: Kamera Filmkunsttheater	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	13.037,94	
		2000-16-002: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	3.084,11	
		2000-16-003: Kempener Lichtspiele	FTB Janssen GmbH Arnold Janssen	19.326,83	
		2000-16-004: Deutsches Haus	Dr. Schlinker KG Heribert Dr. Schlinker	13.293,59	
		2000-16-005: Residenztheater, Bad Laasphe	Residenztheater Gemmecker/Rothe GbR Uwe Gemmecker	102.258,38	
		2000-16-006: Theater am Weißhaus	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	6.413,32	
		2000-16-007: Filmtheater Winterberg	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	72.092,16	
		2000-16-008: Euro-Kinocenter	Euro Kinocenter Bergheim GmbH Nicole Weiler	20.462,92	
		2000-16-009: Savoy, Minden	Kinos in Minden Matthias Stephan	28.887,99	
		2000-16-010: Focus Cinemas, Steinfurt	Focus Cinemas in Steinfurt oHG Klaus/Bernhard Prokop/Brüggemann	59.662,65	
		2000-16-016: Gloria-Filmpalast, Erkelenz	FTB Elmar und Gabriele Schulte GbR Elmar Schulte	81.295,41	
		2000-16-017: Union Kinocenter	Bermuda Filmtheaterbetriebs GmbH Helmut Wolfgang Schneider	102.258,38	
		2000-16-018: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	5.927,92	
		2000-16-019: Weltspiegel Kinocenter	Rosslenbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	3.078,49	
		2000-16-020: Rex Kino	Rex Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	13.207,69	
		2000-16-022: Astra Theater & Luna	Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	4.216,62	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-16-025: Rhythmus-Filmtheater, Schloß Holte Stukenbrock	Papier Bröker Frank Becker	6.536,36	
		2000-16-026: Cinema Center Dülmen	Cinema Center Dülmen GmbH & Co. KG Margret Hövel	102.258,38	
		2000-16-029: Filmhaus, E-schweiler	Primus Palast Deis & Co. Wolfram Dr. Engelbrecht	19.429,09	
		2000-16-030: Burgtheater, Gummersbach	FTB Kurt Wolf Kurt Wolf	26.689,44	
		2000-16-031: Lichtburg-Center	Lichtburg-Center Dinslaken GmbH Heidrun Grießer	31.674,53	
		2000-16-033: Filmklappe, Lüdinghausen	Filmklappe Lüdinghausen Elvira van Lieshout	15.323,93	
				750.416,12	22
	Förderung von Modellprojekten	2000-17-003: Deutsche Filmmesse 2000	Central Film Vertriebs GmbH Peter Sundarp	20.451,68	
		2000-17-004: Filmforum, Duisburg	Filmforum der VHS der Stadt Duisburg Gerd Bildau	87.124,14	
		2000-17-005: Lichtburg-Filmpalast, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	374.776,95	
				482.352,76	3
	Postproduktionsförderung	2000-18-001: No one sleeps (Nessun dorma)	Galeria Alaska Productions Jochen Hick	5.112,92	
		2000-18-002: Die Konkurrenten - Russlands Wunderkinder	Lichtfilm Wolfgang Bergmann Wolfgang Bergmann	7.669,38	
		2000-18-003: Aktien und andere Götter (NT: Alles wegen Paul)	Cheese Film-Video-Ton-Produktionsgesellschaft mbH Hans-Hermann Müller	69.024,40	
		2000-18-004: Secret Society	ena Film GmbH Vesna Jovanoska	3.243,36	
		2000-18-005: Stopp (AT: Die Starre)	S.L.M.-Film Lutz Winde Lutz Winde	6.273,04	
				91.323,11	5
	Festivals	2000-19-001: 24. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	28.121,05	
		2000-19-003: Feminale 2000	Feminale e.V. Katja Mildeberger	51.129,19	
		2000-19-004: 11. Kinofest Lünen	FTB Gerd Politt Gerd Politt	35.790,43	
				115.040,67	3
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2000-35-302: König der Diebe	Westblick Filmproduktion P 43-002	102.258,38	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2000-35-606: Der gehäutete Mensch	Lichtblick Filmprod. P 46-006	51.129,19	
		2000-35-703: Sainkho	Colonia Media P 47-003	46.016,27	
		2000-35-707: Nichts bereuen	Benjamin Quabeck P 47-007	35.790,43	
		2000-35-801: Kohle-Döner-Spanien	HORST HERZ FILMPRODUKTION P 48-001	51.129,19	
		2000-35-804: Love in concrete	Cameo Film- und Fernsehprod. e.K. P 48-004	51.129,19	
		2000-35-807: Die Königinmutter	Lichtblick Filmprod. P 48-007	51.129,19	
				388.581,84	7
	Förderung von Kurzfilmen	2000-38-709: Von einem Sommer	E. von Möller P 47-009	17.895,22	
		2000-38-715: Venloer Str. Ecke...	Jan Martin Scharf P 47-015	12.782,30	
		2000-38-814: Vier ganz einfache Geschichten	Hajo Schomerus P 48-014	12.782,30	
				43.459,82	3
	Verleihförderung	2000-40-001: Hör Dein Leben	Züli Aladag A-00-001	1.129,74	
				1.129,74	1
	Postproduktionsförderung	2000-48-008: Die Seilbahn	C. Rorarius A 00-008	1.789,52	
		2000-48-011: La noce - Die Hochzeitsgesellschaft	Lichtblick Filmprod. A 00-011	3.323,40	
		2000-48-022: Der Boxprinz	realistfilm Gerd Kroske A 00-022	3.067,75	
		2000-48-713: Die Hochzeitsgesellschaft	Lichtblick Filmprod. P 47-013	15.338,76	
		2000-48-720: Gabriel	Gerd Schneider P 47-020	7.158,09	
				30.677,52	5
2000	Ergebnis			24.330.448,57	213

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2001	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2001-01-003: Massaker - Die Mörder von Saba und Schatila	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	27.098,47	
		2001-01-005: Yesterday	Rheingold Films GmbH i.Gr. Josef Steinberger	76.693,78	
		2001-01-011: Abrahams Kinder (NT: Die Juden - Geschichte eines Volkes)	Gruppe 5 Filmproduktion GmbH Uwe Kersken	40.903,35	
		2001-01-012: Das Schattenpferd	Ziegler Film Köln GmbH Elke Ried	94.589,00	
		2001-01-015: Tod und Teufel	Wüste Film West GmbH Stefan Schubert Ralph Schwingel, Hejo Emons	102.258,38	
		2001-01-017: Der Besuch des Leibarztes	Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co KG Reinhold Elschot	100.000,00	
		2001-01-020: VALPURGIS	Valpurgis Projektgesellschaft GbR Florian Bähr	20.000,00	
		2001-01-022: J.S.B. vs. F II (NT: Mein Name ist Bach - J.S. Bach)	Pandora Film Produktion Karl Baumgartner	51.129,00	
		2001-01-024: Der Schatz auf der Vogelinsel	Busse & Halberschmidt Filmproduktion GbR Markus Halberschmidt	23.614,00	
		2001-01-025: Wer zum Teufel ist David Peel ?	TAG/TRAUM Film- & Videoproduktion GmbH Gerd Haag	25.000,00	
				561.285,98	10
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2001-03-004: Mein Bruder ist ein Hund	Tradewind Pictures GmbH Thomas Springer	20.451,68	
		2001-03-006: Pour Mylady	Becker & Häberle Filmproduktion GmbH Christian Becker	17.895,22	
		2001-03-011: Schwer verliebt	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	20.451,68	
		2001-03-012: Blue Bird	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	20.451,68	
		2001-03-013: Wer lügt gewinnt	Ziegler Film Köln GmbH Elke Ried	5.112,92	
		2001-03-014: Kühl lagern	Troika Entertainment GmbH Christian Vizi	20.451,68	
		2001-03-020: Baader (Hans & Grete)	D&D Film- und Fernsehproduktion GmbH Roland Willaert	20.451,68	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-03-023: Leo lassoes the moon	Zeitsprung Film und TV Produktions GmbH Sam Davis	20.451,68	
		2001-03-025: Ruidoso	Zinnober Film- und Fernsehproduktion GmbH Dieter Zeppenfeld	20.451,68	
		2001-03-026: Fanny und Pepsi	Müller & Seelig Filmproduktion Jutta Müller	20.451,68	
		2001-03-029: Wir pfeifen auf den Gurkenkönig	Ziegler Film Köln GmbH Elke Ried	20.451,68	
		2001-03-034: Häftling Nr. 809	Bachelier Filmproduktion Heike Bachelier	20.451,68	
		2001-03-037: Gott hustet	aquafilm Peter Kreutz	20.451,68	
				247.976,56	13
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2001-04-009: Haschisch	Peter Kern + Sebastian Feldmann Peter Kern	5.112,92	
		2001-04-010: Adorno Lebenserfahrung	David Wittenberg David Wittenberg	10.225,84	
		2001-04-036: Helden für (k)einen Tag	Xao Seffcheque + Martin Ritzenhoff Xao Seffcheque	20.451,68	
		2001-04-040: Der weisse Fleck	Katja Staschewski Katja Staschewski	20.451,68	
		2001-04-046: Lina und Dreistein, der kleine Geist	Bettina Göschl Bettina Göschl	15.338,76	
		2001-04-067: Ben Western - Ein Mann wie ein Saloon	Michael Krause + Laabs Kowalski Michael Krause	20.451,68	
		2001-04-076: Patschuli - Sommer, Sex und Sozialismus	Bernhard Marsch Bernhard Marsch	20.451,68	
		2001-04-082: Die Komplizin	Ulla Wagner Ulla Wagner	20.451,68	
		2001-04-084: Bei aller Liebe / Scheiden tut weh	Andy Cremer + Dr. Roy Sommer Andy Cremer	20.451,68	
		2001-04-087: Blocksberg	Raymond Boy + Michael Wallner Raymond Boy	20.451,68	
		2001-04-088: Eine weibliche Geschichte	Malgorzata Bartula Malgorzata Bartula	20.451,68	
				194.290,91	11
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2001-05-001: Ein Chinese mit dem Kontrabaß	Lichtfilm W. Bergmann Wolfgang Bergmann	178.952,16	
		2001-05-006: 24 Stunden aus dem Leben einer Frau	Road Movies Filmproduktion GmbH Ulrich Felsberg	1.022.583,76	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-05-007: Das Jahr der ersten Küsse	D&D Film- und Fernsehproduktion GmbH Roland Willaert	1.022.583,76	
		2001-05-011: Fickende Fische	ICON Film Herbert Schwering	562.421,07	
		2001-05-015: Whale Rider	Pandora Film Produktions GmbH & Co Filmprod.&-Vertriebs KG Reinhard Brundig	511.291,88	
		2001-05-017: Bookies	Gemini Filmproduktion GmbH Gerhard Schmidt	1.513.774,70	
		2001-05-018: Sea of Silence	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	240.307,18	
		2001-05-022: Auf Herz und Nieren	Mr. Brown Entertainment Filmproduction GmbH Til Schweiger	178.952,16	
		2001-05-023: Der letzte Lude	Goldkind Film GmbH & Co KG Christoph Müller	869.196,20	
		2001-05-024: Karl Korbes	Sreda Film GmbH Stephan Viola	255.645,94	
		2001-05-028: Olgas Sommer	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	920.325,39	
		2001-05-039: Dogville	Pain unlimited Vibeke Windelov	307.873,38	
		2001-05-041: Junimond	Road Movies Filmproduktion GmbH Volker Otte	301.464,34	
		2001-05-042: Vater und Sohn	zero film Thomas Kufus	255.645,94	
		2001-05-043: Sweet Sixteen	Road Movies Filmproduktion GmbH (an EMC Asset übergegangen) Volker Otte	300.645,25	
		2001-05-045: Minik	Engstfeld Feature GmbH (jetzt: Engstfeld Film GmbH) Axel Engstfeld	204.516,75	
		2001-05-046: Die Austern von Nam Kee	Neue Impuls Film Produktionsgesellschaft Michael Eckelt	255.645,94	
		2001-05-053: Der Flamenco Clan	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl-Ludwig Rettinger	178.952,00	
		2001-05-054: Brinkmanns Zorn	Harald Bergmann Filmproduktion Harald Bergmann	234.973,00	
		2001-05-058: The Stratosphere Girl	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	1.380.488,00	
		2001-05-061: Schussangst	TATFILM GmbH Christine Ruppert	265.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-05-062: Pietje Bell	filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co. KG Lutz (vorher: Sytze van der Laan) Weidlich	1.055.000,00	
		2001-05-063: Hitlerkantate	Saxonia Media Filmproduktion Hans-Werner Honert	112.484,21	
		2001-05-064: Narren	Road Movies Filmproduktion Volker Otte	219.841,50	
		2001-05-065: Halbe Miete	Reverse Angel Factory GmbH Peter Schwartzkopff / Ute Schneider	221.602,91	
		2001-05-067: Blueprint	Relevant Film Produktionsgesellschaft mbH Heike Wiehle-Timm	1.017.471,00	
		2001-05-068: Dirty Sky	Carpe Diem Film & TV Produktion Barbara Wackernagel-Jacobs	255.676,00	
		2001-05-072: SuperTex	HaleBob Film GmbH Haig Balian	1.533.876,00	
		2001-05-074: Liegen lernen	X Filme Creative Pool GmbH Köpf Maria	1.000.000,00	
		2001-05-075: Der zehnte Sommer des Kalli Spielplatz (NT: Der zehnte Sommer)	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	1.300.000,00	
		2001-05-076: Der Mann von der Botschaft (AT: Adios/ Saschka)	TATFILM GmbH Christine Ruppert	930.000,00	
		2001-05-078: Cattolica	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl-Ludwig Rettinger	275.000,00	
				18.882.190,43	32
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2001-06-001: Die Patienten	Westdeutsche Universum-Film GmbH Norbert Sauer	741.373,23	
		2001-06-004: Die Ritterinnen	Mediopolis GmbH Alexander Ris	51.129,19	
		2001-06-005: Harte Brötchen	teamWorx Produktion für Kino und Fernsehen GmbH Nico Hofmann (seit 10/03: teamWorks Television & Film GmbH)	306.775,13	
		2001-06-006: Lass mich nicht allein (NT: Kelly Bastian)	filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH Gisela Marx	546.571,02	
		2001-06-011: Drei wilde Engel	Action Concept Film- und Stuntproduktion Hermann Joha	766.937,82	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-06-013: Nachtreise (NT: Heimatfilm!)	Dreamtool Entertainment Felix Zackor	383.468,91	
		2001-06-014: Weihnachten	Boje Buck Produktion GmbH & Co. KG Claus Boje	511.291,88	
		2001-06-015: Baum der Bäume	Gruppe 5 Filmproduktion GmbH Uwe Kersken	184.065,08	
		2001-06-016: Deine Augen Karamuck (AT "Türkischer Tango/ NT: Karamuk)	Colonia Media Frank Döhmann	383.468,91	
		2001-06-017: Oswalt Kolle	Cologne Film GmbH & Co. KG Gerhard Schmidt	511.291,88	
		2001-06-018: Dusty, die Hausstaubmilbe	TrickStudio Lutterbeck GmbH Richard Lutterbeck	127.822,97	
		2001-06-021: Ein Leben lang kurze Hosen tragen	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	383.468,91	
		2001-06-022: Juden und die deutsche Musik	Allegro Films Christopher Nupen	127.822,97	
		2001-06-023: Die Musterknaben III	d.i.e. Film GmbH Dieter Ulrich Aselmann	640.000,00	
		2001-06-024: Mit Herz (AT: Herzenskinder) (NT: Geld macht sexy)	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	460.163,00	
				6.125.650,90	15
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2001-07-001: Im Westen ging die Sonne auf	MGS Filmproduktion Wolf- gang Ettllich	103.792,25	
		2001-07-005: Massaker - Die Mörder von Sabra und Shatila	LichtBlick Film- und Fernseh- produktion Joachim Ort- manns	324.670,00	
		2001-07-007: Die Weltelf - Elf Kinder und ihre Liebe zum Fußball	taglicht media Film- und Fernsehproduktion Bernd Wilting	155.000,00	
		2001-07-011: Vietnam - Land und kein Krieg	Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co. KG Elschoat Reinhold	70.000,00	
				653.462,25	4
	Förderung von Kurzfilmen	2001-08-002: Delusion	Garagen Film Tim Großkurth	19.429,09	
				19.429,09	1
	Verleihförderung	2001-10-002: Monday	Rapid Eye Movies Stephan Holl	26.842,82	
		2001-10-003: Heidi M.	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	20.451,68	
		2001-10-004: Nicht von dieser Welt	Schwarz-Weiß Filmverleih Bonn Dieter Hertel	98.616,96	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-10-005: Mirakel - Ein Engel für Dennis P.	afm Filmverleih GmbH Gerhard Klein	76.693,78	
		2001-10-009: Wie Feuer und Flamme	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	51.129,19	
		2001-10-010: Yi Yi, A one and a two	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	38.346,89	
		2001-10-012: Amélie	Prokino Filmverleih GmbH Stephan Hutter	153.387,56	
		2001-10-014: Der kleine Eisbär	Warner Bros. Film GmbH Wilfried Geike	153.387,56	
		2001-10-018: Invincible	Zephir Filmverleih GmbH Christine Ruppert	153.387,56	
		2001-10-020: Engel & Joe	Prokino Filmverleih GmbH Stephan Hutter	102.258,38	
		2001-10-022: Sass	Constantin Film Verleih GmbH Jochen Kamlah	102.258,38	
		2001-10-024: Annas Sommer	Basis-Film Verleih GmbH Clara Burckner	26.842,82	
		2001-10-026: Moro no Brasil	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	102.258,38	
		2001-10-027: Secret society	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	76.693,78	
		2001-10-028: Tattoo	Tobis StudioCanal GmbH Kilian Rebentrost	150.000,00	
		2001-10-029: Metade Fumaca	Rapid Eye Movies Stephan Holl	27.200,73	
		2001-10-033: Heaven	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	204.516,75	
		2001-10-034: Tosca	Integral Film Dagmar Jacob- sen	40.903,35	
		2001-10-036: Nomaden der Lüfte	Kinowelt Filmverleih GmbH Peter Heinzemann	200.000,00	
		2001-10-037: Prop und Berta	afm Filmverleih GmbH Gerhard Klein	100.000,00	
		2001-10-038: Kwom und der König der Affen	MFA Film Distribution Ant- onie Wittenberg	50.000,00	
		2001-10-039: Monsoon Wed- ding	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopf	115.000,00	
		2001-10-040: Viel passiert	Ottfilm GmbH Christoph Ott	100.000,00	
		2001-10-041: Was nicht passt, wird passend gemacht	Senator Film Verleih GmbH Benjamin Herrmann	100.000,00	
				2.270.176,58	24
	Vertriebsförde- rung	2001-11-001: Und das ist erst der Anfang	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Anke Ge- wand	17.383,92	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-11-002: Super 8 Stories by Emir Kusturica	ORFEO Films International GmbH Reinhard Brundig	88.652,90	
		2001-11-004: Berlin is in Germany	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	13.668,37	
		2001-11-006: Samsara	ORFEO Films International GmbH Reinhard Brundig	61.866,32	
		2001-11-008: Die Reise nach Kafirstan	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	20.468,55	
				202.040,06	5
	Zusatzkopienförderung	2001-12-001: Pettersson und Findus	MFA Film Distribution Christian Meinke	-	
		2001-12-002: Emil und die Detektive	Constantin Film Verleih GmbH Jochen Kamlah	-	
		2001-12-003: Brot & Tulpen	Tobis Studio Canal Marlies Weber	-	
		2001-12-005: Das Experiment	Senator Film Verleih GmbH Benjamin Herrmann	-	
		2001-12-009: Ausser Atem	Neue Visionen Filmverleih Torsten Frehse	2.859,14	
		2001-12-011: Der Schuh des Manitu	Constantin Filmverleih GmbH Jochen Kamlah	-	
		2001-12-012: Jurassic Park III	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	-	
		2001-12-014: American Pie 2	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	-	
		2001-12-015: Nicht von dieser Welt	Schwarz-Weiß Filmverleih Bonn Dieter Hertel	3.885,82	
		2001-12-016: Der kleine Eisbär	Warner Bros. Film GmbH Volker Modenbach	-	
		2001-12-019: Amélie	Prokino Filmverleih GmbH Stephan Hutter	-	
		2001-12-020: Das Zimmer meines Sohnes	Prokino Filmverleih GmbH Stephan Hutter	2.760,98	
		2001-12-021: Zeit der trunkenen Pferde	Kool Filmdistribution Michael Isele	-	
		2001-12-022: Mein Stern	fsk Kino & Peripher Filmverleih GmbH Thomas Wieners	-	
		2001-12-023: Alles wegen Paul	Filmverleih im Nordsee Park Marianne Reifegerste	2.744,87	
		2001-12-024: Der Herr der Ringe - Die Gefährten	Warner Bros. Film GmbH Dagmar Hüsing	-	
				12.250,81	16
	Jahresfilmprogrammprämie	2001-13-001: Atlantis, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-13-002: Diana-Servicekino	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	
		2001-13-003: Kino, Bad Driburg	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2001-13-004: Kamera Filmkunsttheater	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2001-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e.V. Jürgen Hillmer	-	
		2001-13-006: Futura	Futura Film Theater GmbH Helga Rahlmeyer	-	
		2001-13-007: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea / Anke Gollnow / Teuber	15.339,00	
		2001-13-008: Cinema im Uni-Center	MBS Kino GmbH Wolfgang Braun	-	
		2001-13-009: Metropolis-Filmtheater	MBS Kino GmbH Wolfgang Braun	-	
		2001-13-010: Kino in der Brotfabrik	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	-	
		2001-13-011: Neue Filmbühne	Hertel-Brenig KG Gilla Brenig	-	
		2001-13-012: Rex-Lichtspieltheater GmbH	Rex-Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	-	
		2001-13-013: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2001-13-014: Camera - Lichtspieltheater	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2001-13-015: Roxy	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2001-13-016: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	15.339,00	
		2001-13-017: Black Box	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.669,00	
		2001-13-018: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.226,00	
		2001-13-019: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	12.782,00	
		2001-13-020: Souterrain Kellerkino	FTB Kalle Somnitz Kalle Somnitz	10.226,00	
		2001-13-021: Astra Theater & Luna	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2001-13-022: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-13-023: Filmstudio	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	7.669,00	
		2001-13-024: Galerie Cinema	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2001-13-025: Schauburg	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2001-13-026: Bambi & Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2001-13-027: Central, Hattingen	G & K Filmtheater und Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2001-13-028: Viktoria, Hilchenbach	Gülker & Manderbach GbR Manderbach Jochen	-	
		2001-13-030: Cinenova	Filmtheaterbetriebe Borck GmbH Dieter Borck	-	
		2001-13-031: Filmhaus Kino, Köln	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	-	
		2001-13-032: Filmpalette, Köln	Dieter und Martina Borck GBR Dieter und Martina Borck	-	
		2001-13-033: Lupe 2	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2001-13-034: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	-	
		2001-13-035: Odeon	Arthaus Kino Betriebs GmbH Angela Wilde	-	
		2001-13-036: Theater am Weißhaus	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	7.669,00	
		2001-13-037: Weltspiegel	Rosslbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2001-13-038: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	-	
		2001-13-039: Cinema & Kurbelkiste	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	
		2001-13-040: Schloßtheater	Münstersche Filmtheaterbetriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2001-13-041: Hitch	Hitch - Kino in Neuss Helmut Kettler	-	
		2001-13-042: Kino, Ratingen	Rosslbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2001-13-043: Cineplex 3, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	-	
		2001-13-045: Filmtheater an der Gathe	Zwielicht e.V. Ulrike Schwab	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-13-048: Die Kurbel	G&K Filmtheater und Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2001-13-050: Metropolis, Hagen	Kieft und Kieft Filmtheater GmbH Detlef Bell	-	
		2001-13-051: Apollo	Apollo Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2001-13-053: Loe Studio, Marl	Cineworld FTB GmbH André Polan	-	
		2001-13-054: Cobra Kino	Cobra - Die Provinz lebt - Solingen e.V. Wolfgang Teuber	-	
				86.919,00	48
	Förderung von Filmpräsentationen	2001-14-001: 3. Besonders Wertlos Festival	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea Gollnow	4.090,34	
		2001-14-002: Bücher über Filme	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	1.533,88	
		2001-14-003: Filmreihe Peter Sempel	Metropol Düsseldorfer Filmkunstkinos Udo Heimansberg	1.677,04	
		2001-14-005: Kubanische Nacht	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	2.556,46	
		2001-14-006: 100 Jahre Kino Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Filmtheaterunternehmen Heribert Dr. Schlinker	5.061,79	
		2001-14-007: Unheimliche Frauen im Film	Filmhaus Bielefeld e.V. Reinold Herzog	5.061,79	
		2001-14-008: Sommer-Open-Air 2001	Residenztheater Bad Laasphe Uwe Gemmecker	3.579,04	
		2001-14-010: Sommer Filmfest	Hitch Helmut Kettler	5.060,77	
		2001-14-011: Filmnächte zwischen den Museen	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	4.857,27	
		2001-14-012: Kulturelles Filmangebot in Borgentreich 2001/2002	Central Kino Reinhold Dohmann	4.985,10	
		2001-14-014: Tage des Neuen Französischen Films	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	4.601,63	
		2001-14-015: Kinderkino, Bünde	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	1.105,92	
		2001-14-016: Classic Movies, Bünde	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	1.540,52	
		2001-14-017: Terrorismus in Deutschland	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	1.406,05	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-14-018: Harry Potter und der Stein der Weisen	Viktoria Filmtheater GbR Jochen Manderbach	4.959,53	
				52.077,13	15
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2001-15-003: Marketingkonzept Viktoria Hilchenbach	Viktoria Filmtheater GbR Jochen Manderbach	14.149,49	
		2001-15-004: Kinomagazin: Trailer-Kino.Kultur.Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	18.894,28	
				33.043,77	2
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2001-16-001: Cineworld, Lünen	FTB Gerd Politt Gerd Politt	102.258,38	
		2001-16-002: Zentral-Theater, Spenge	Zentral-Theater Spenge Bärbel Gerth	23.621,68	
		2001-16-005: Grefi Kinocenter, Grevenbroich	Grefi Filmtheaterbetriebs GmbH Dietrich Klinkhammer	102.258,38	
		2001-16-006: Studio, Schwelm	FTB Lumberg Boos Antoinette Lumberg Boos	4.557,66	
		2001-16-007: Herzog Theater, Geldern	Filmtheaterbetriebe Janssen GmbH Frank Janssen	22.083,72	
		2001-16-008: Weidenhof, Plettenberg	Weidenhof Mischke & Vohwinkel GbR Burkhard Dr. Vohwinkel	102.258,38	
		2001-16-010: Corso, Radevormwald	FTB Lumberg-Boos Antoinette Lumberg-Boos	13.631,55	
		2001-16-011: Central Theater, Borgentreich	Central Theater Reinold Dohmann	56.753,40	
		2001-16-012: Cinema & Kurbelkiste	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	6.434,10	
		2001-16-014: Else-Lichtspiele	Else-Lichtspiele Volker Flohre	4.690,59	
		2001-16-015: Kempener Lichtspiele	FTB Frank Janssen Frank Janssen	102.258,38	
		2001-16-016: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH / c/o Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	76.693,78	
		2001-16-017: Palast Theater Menden	G & K Filmtheater und Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	35.664,14	
		2001-16-018: REX Lichtspieltheater, Langenfeld	Schauplatz Langenfeld GmbH Georg, Reinhard Huff, Küpper	3.613,81	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-16-020: Herzog-Theater, Geldern	Filmtheaterbetriebe Janssen GmbH Frank Janssen	60.962,00	
				717.739,94	15
	Förderung von Modellprojekten	2001-17-002: Filmtheaterkongress 2001	HDF Hauptverband Deutscher Filmtheater Steffen Kuchenreuther	30.677,51	
		2001-17-005: www.programmkino.de	Arbeitsgemeinschaft Kino e.V. Eva Matlok	6.000,00	
				36.677,51	2
	Postproduktionsförderung	2001-18-001: Chronik der Liebe und des Schmerzes (NT: "Divine Intervention")	LichtBlick Filmproduktion Joachim Ortmanns	281.210,53	
		2001-18-003: Finnlandia	LUNA-FILM Gudrun Ruzicková-Steiner	3.095,12	
		2001-18-004: Noi Albinoi	Essential Filmproduktion Susanne Marian	63.911,49	
		2001-18-006: Abschied Träume (NT: Gott ist tot)	Filmfabrik Spiel- und Dokumentarfilmproduktion GmbH Kadir Sözen	153.387,56	
		2001-18-007: Elefantenherz	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	12.782,30	
				514.387,00	5
	Festivals	2001-19-001: 25. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	25.564,59	
		2001-19-002: femme totale 2001	femme totale e.V. Anne Schallenberg	30.677,51	
		2001-19-004: 12. Kinofest Lünen	FTB Gerd Politt Gerd Politt	51.129,19	
		2001-19-005: Filmfestival Münster 2001	Filmwerkstatt Münster e.V. Barbara Fischer-Rittmeyer	20.451,68	
		2001-19-006: Seminarprogramm 2001	Kölner Filmhaus e.V. Jochen Bentz	33.233,97	
				161.056,94	5
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2001-31-012: Die Straße nach Tibet	Wolfgang Luck P 50-012	15.338,76	
		2001-31-114: The Last Respect	FFP Entertainment GmbH, Michael Smeaton P 51-014	15.338,76	
				30.677,52	2

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2001-34-018: Die deutsche Verlobte	Exit Filmproduktion W. Seeger P 50-018	10.225,84	
		2001-34-115: Mondkinder	Züli Aladag P 51-015	15.338,76	
		2001-34-116: Nichts zu verlieren	Siba Shakib P 51-016	15.338,76	
		2001-34-119: Paul & Panky	Timothee Ingen - Housz `P 051-019	10.225,84	
		2001-34-120: Die Hälfte verschlafen	Arzu Carkin P 51-020	10.225,84	
				61.355,04	5
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2001-35-001: Waterloo	Egoli Tossell Film AG P 50-001	51.129,19	
		2001-35-002: Tote Arbeit	Gerhard Benedikt Friedl P 50-002	40.903,35	
		2001-35-003: Nome Road System	Rainer Kommers Filmproduktion P 50-003	35.790,43	
		2001-35-004: Herzklopfen	TAG/TRAUM Filmproduktion P 50-004	35.790,43	
		2001-35-006: Heimlich, still und leise...	Michelberger Film Produktion P 50-006	33.233,97	
		2001-35-007: Sommerblitze	Jost Hering Filmproduktion P 50-007	30.677,51	
		2001-35-008: Für den Schwung sind Sie zuständig!	Margarete Fuchs Filmproduktion P 50-008	25.564,59	
		2001-35-101: Jan	TAG/TRAUM Filmproduktion P 51-001	76.693,00	
		2001-35-104: Lebens-Geschichte des Thomas H.	Christoph Hübner Filmproduktion P 51-004	35.790,43	
		2001-35-106: Der Chinese mit dem Kontrabass	Wolfgang Bergmann P 51-006	30.677,51	
		2001-35-110: Never thought it would take me so far	TAG/TRAUM Filmproduktion P 51-010	20.451,68	
		2001-35-811: Diary of a Sleeping Beauty	Michelberger Film Produktion P 48-011	18.917,80	
		2001-35-901: Gelbe Tage	Filmfabrik Spiel-und Dokumentarfilm. P 49-001	76.693,78	
		2001-35-902: Olga Benario	finalCut filmproduktion P 49-002	51.129,19	
		2001-35-907: Das Netz	Lutz Dammbeck Filmproduktion P 49-007	20.451,68	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-35-908: LEVIANA	CELESTEFILM, Angelika Levi P 49-008	17.895,22	
				601.789,76	16
	Förderung von Kurzfilmen	2001-38-009: Giacomo e Pepe	Michael Kupczyk P 50-009	20.451,68	
		2001-38-011: Heim	Matthias Schellenberg P 50-011	17.895,22	
		2001-38-015: 4 Filme Kuba-köln	Rita Schwarze/KHM P 50-015	12.782,30	
		2001-38-017: GT 8 Wagen 13	Daniel Hein P 50-017	10.225,84	
		2001-38-022: Willkommen in Wallhalla	David Heinzl P 50-022	4.090,34	
		2001-38-024: Hautnah	Thorsten Fleisch P 50-024	1.278,23	
		2001-38-108: La Mer	Little Shark Entertainment GmbH P 51-008	25.564,59	
		2001-38-109: Der gemeine Liguster	Nana Neul/KHM P 51-009	24.542,01	
		2001-38-112: Paralleluniversen	Carolin Schmitz V 51-012	17.895,22	
		2001-38-113: Politisch Aktiv	Florian Böder P 51-013	15.338,76	
		2001-38-910: Letzte Bahn	Kai Künemann/Tom Uhlenbruch P 49-010	16.361,34	
				166.425,53	11
	Verleihförderung	2001-40-701: Das weiße Rauschen	X Verleih AG V 57-001	40.903,35	
		2001-40-706: Haschisch	A-Atlas Filmproduktion, Kamal El Kacimi V 57-006	10.225,84	
		2001-40-708: Der Boxprinz	REALFICTION Filmverleih V 57-008	7.669,00	
		2001-40-713: Milch und Honig aus Rotfront	Basis-Film Verleih Berlin V 57-013	5.112,92	
				63.911,11	4
	Postproduktionsförderung	2001-48-102: Ich muß gehen	Florian Böder A 01-002	2.854,54	
		2001-48-110: Der Rest ist Schweiz	Peter Kern A 01-010	5.112,92	
		2001-48-119: Oskar Sala-Die vergangene Zukunft des Klanges	UPSTART! Filmproduktion GmbH A 01-019	2.556,46	
		2001-48-122: Zwilling	Claudia Rorarius A 01-022	1.687,26	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2001-48-124: El Peleador	Daniel Müller P 51-024	1.651,20	
		2001-48-125: Hamlet-This is your family	ALMA Film, Peter Kern A 01-025	3.834,69	
		2001-48-604: Insel der Vergessenen	TAG/TRAUM Filmproduktion V 56-004	10.225,84	
		2001-48-615: sneak	Dirk Hartmann V 56-015	1.278,23	
		2001-48-918: Thantos und Eros	Peter Stocklaus P 49-018	4.601,63	
		2001-48-919: Le coeur vole	Stephanie Thiersch P 49-019	3.500,00	
				37.302,77	10
	Festivals	2001-49-101: Mehr als ein Filmemacher	Steffi Inspektorek A 01-001	5.061,79	
		2001-49-511: Filmfestival Münster 2001	Filmwerkstatt Münster V 55-011	5.112,92	
		2001-49-608: Open Air Hafenlichtspiele	Filmwerkstatt Düsseldorf e.V., Erwin Michelberger V 56-008	7.669,38	
		2001-49-610: Short Cuts Cologne No.4	Kölner Filmhaus V 56-010	7.669,38	
		2001-49-711: 12. Inter. Bochumer Videofestival	ASTa der Ruhr-Uni Bochum V 57-011	7.669,38	
		2001-49-715: Deutsche Filmische Avantgarde	Jens Schneiderheinze, DIE LINSE V 57-015	4.090,34	
		2001-49-716: 20 Jahre Filmwerkstatt Münster	Filmwerkstatt Münster V 57-016	2.556,46	
				39.829,65	7
2001	Ergebnis			31.771.946,24	278

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2002	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2002-01-004: Helden für einen Tag	Wüste Film West GmbH Anita Elsani	30.000,00	
		2002-01-005: Mein Bruder ist ein Hund	Tradewind Pictures GmbH Helmut Weber	60.000,00	
		2002-01-007: Amba, the Lord of the Forest	Wildpictures Filmproduktion Michael von Loeper	43.000,00	
		2002-01-009: Henri IV	Ziegler Film Köln GmbH Elke Ried	135.000,00	
		2002-01-011: Clara	Helma Sanders GmbH Helma Sanders-Brahms	62.830,00	
		2002-01-013: Schiffe & Schicksale	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl Ludwig Rettinger	30.000,00	
		2002-01-018: Alexandrine Tinne, genannt Bent el-Rei	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	24.000,00	
		2002-01-020: Lune de Guerre	Typhoon networks AG, Fanes Film GmbH, MMG nv Marc Conrad	80.000,00	
		2002-01-021: Fallen Angel - Gram Parsons	SpotHouse TV Gesellschaft für Medienkommunikation mbH Gandulf Hennig	54.406,66	
		2002-01-029: Valpurgis	Valpurgis Projektgesellschaft GbR Florian Bähr	76.250,00	
		2002-01-030: Dear Wendy	Pain unlimited Vibeke Windelov	19.000,00	
		2002-01-032: Wagner's Will	Troika Entertainment GmbH + BBR Productions, Inc. Canada Christian Vizi	62.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			676.486,66	12
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2002-03-001: Die Kleine und der singende Jude	Pro GmbH Barbara Thielen	20.000,00	
		2002-03-007: Sonnennebel	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	20.000,00	
		2002-03-009: Das Aquarium	Little Shark entertainment GmbH Sönke Wortmann	20.000,00	
		2002-03-010: Helfers Helfer	TATFILM GmbH Christine Ruppert	20.000,00	
		2002-03-012: Ich hab' nie Liebeskummer gehabt	D&D Film- und Fernsehproduktion Roland Willaert	20.000,00	
		2002-03-019: Lengede	X Filme Creative Pool Manuela Stehr	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-03-026: Sister Voodoo	Herz Filmproduktion Horst Herz	20.000,00	
		2002-03-028: Nach Japan	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	20.000,00	
		2002-03-030: Eifel-Gold	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	20.000,00	
		2002-03-035: Hanna's Words	Mediopolis GmbH Alexander Ris	20.000,00	
		2002-03-038: Eiszeiten	Zinnober Film- und Fernsehproduktion GmbH Dieter Zeppenfeld	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			220.000,00	11
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2002-04-016: Nachtflug	Mark Popp Mark Popp	20.000,00	
		2002-04-018: Nach Afghanistan kommt Gott nur noch zum Weinen	Siba Shakib Siba Shakib	30.000,00	
		2002-04-028: Harmony	Jan Stahlberg Jan Henrik Stahlberg	15.000,00	
		2002-04-072: Kontakt	Sergej Stanojkovski + Gordana Mihic Sergej Stanojkovski	20.000,00	
		2002-04-078: Der Pakt	Karina Voges Karina Voges	18.000,00	
		2002-04-085: MS Constanze	Almut Getto + Dirk Bode Almut Getto	30.000,00	
		2002-04-087: Lara	Franz Manfred Liersch Franz Manfred Liersch	20.000,00	
		2002-04-090: Der gelbe Engel	Autorengemeinschaft Jan Wichert und Daniel Schreiber Jan Wichert	20.000,00	
		2002-04-100: Der Rote Priester von Venedig	Kerstin Mehle + Friedrich Rumpf Kerstin Mehle	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			193.000,00	9
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2002-05-003: Nowhere to go but up	Pandora Film Produktions GmbH & Vertriebs KG Reinhard Brundig	250.000,00	
		2002-05-007: El Corazón de Jesús	Xena Films GmbH Jovanska Vesna	208.252,86	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-05-009: Lauras Stern	Cartoon Film Graf Rothkirch Thilo	800.000,00	
		2002-05-011: Der Poet	Film-Line Productions Ort-mair Arno	750.000,00	
		2002-05-012: September	zero film Hagemann Martin	1.000.000,00	
		2002-05-014: Playa del Futuro	BOSKO BIATI Film Jörn Rettig	1.022.600,00	
		2002-05-018: Verschwende deine Jugend	Claussen + Wöbke Filmproduktion GmbH Jakob Claussen	470.000,00	
		2002-05-022: Höllenfahrt (NT: Höllentour)	multimedia Film- und Fernsehproduktion GmbH (neu: Studio Ham Schröder Claudia	350.000,00	
		2002-05-024: 90/99 (NT: Die Klasse von 99)	Bavaria Filmverleih- und Produktions GmbH Uschi Reich	600.000,00	
		2002-05-026: Mein Name ist Bach - J.S. Bach (AT: J.S.B. vs F. II)	Pandora Filmproduktion GmbH Baumgartner Karl	502.500,00	
		2002-05-027: Die Liebe in Gedanken (NT: Was nützt die Liebe ...)	X Filme creative pool GmbH Manuela Stehr	400.000,00	
		2002-05-028: Stranger (AT: Strangers, NT: Leben in mir)	Pandora Filmproduktion GmbH Baumgartner Karl	400.000,00	
		2002-05-029: Schöne Frauen	D&D Film- und Fernsehproduktion GmbH (jetzt: Memento Film) Roland Willaert	130.000,00	
		2002-05-032: Herr Lehmann	Boje Buck Produktion GmbH & Co. KG Claus Boje	660.000,00	
		2002-05-033: Lichter	Claussen + Wöbke Filmproduktion GmbH Jakob Claussen	194.444,00	
		2002-05-034: Piazza delle cinque lune	box! Film- und Fernsehproduktions GmbH Andreas Eicher	500.000,00	
		2002-05-040: Triff Deinen Star (NT: Besser als Schule)	MMC Independent GmbH Sommerhäuser Gereon	380.000,00	
		2002-05-044: Cowgirl (vorher: PATT)	ALLMEDIA Film & Fernseh GmbH (jetzt Studio Hamburg) Uwe Schott	400.000,00	
		2002-05-045: Almost Heaven (AT: Lively Up Yourself)	Egoli Tossel Film AG Tossel Judy	400.000,00	
		2002-05-051: Teza (NT: Morgentau)	Pandora Filmproduktion GmbH Karl Baumgartner	300.000,00	
		2002-05-053: Jazzclub (NT: Teddy Schuh)	Senator Film Produktion GmbH Benjamin Herrmann	659.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-05-054: Aus der Tiefe des Raumes	schlicht und ergreifend / Budweg/Schmid GbR Johannes Schmid	300.000,00	
		2002-05-057: 20 Nächte und ein Regentag	Integral Film Dagmar Jacobsen	450.000,00	
		2002-05-058: Sugar Orange	Jost Hering Filme Jost Hering	342.629,00	
		2002-05-059: The Return Of James Battle (NT: Atomik Circus)	MMC Independent GmbH Gereon Sommerhäuser	1.108.022,21	
		2002-05-061: Ghetto	New Transit Entertainment Thees Klahn	620.000,00	
		2002-05-062: Badenheim	Novapool GmbH Maik Plewnia	600.000,00	
		2002-05-064: Niceland	Tradewind Pictures GmbH / MMC Independent Helmut Weber	350.000,00	
		2002-05-067: Mein Bruder ist ein Hund	Tradewind Pictures GmbH Thomas Springer	1.500.000,00	
		2002-05-068: Der Liebeswunsch	ALLMEDIA Film & Fernseh GmbH Heike Richter-Karst	800.000,00	
		2002-05-069: Welcome Home	Colonia Media Frank Döhmann	500.000,00	
		2002-05-070: Der Clown	Action Concept Cinema Hermann Joha	750.000,00	
		2002-05-072: Die Syrische Braut	Neue Impuls Film Produktionsgesellschaft Bettina Brokemper	350.000,00	
		2002-05-073: Schneeland	Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion GmbH Hans W. Geißendörfer	1.250.000,00	
		2002-05-076: Lattenknaller (NT: Männer wie wir)	Hager Moss Film GmbH Kirsten Hager	1.100.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			20.397.448,07	35
	Summe				
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2002-06-001: Germanus - Held der Gladiatoren	UFA FILM Finance GmbH Axel Reick	750.000,00	
		2002-06-002: Crazy Race	rome film GmbH Roland Mesmer	500.000,00	
		2002-06-003: Schimanski Asyl	Colonia Media Frank Döhmann	260.000,00	
		2002-06-006: Die Mutter	ALLMEDIA Film & Fernseh GmbH Heike Richter-Karst	473.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-06-007: Savannah	creativ Fernsehproduktions GmbH Alexander Stille	400.000,00	
		2002-06-008: Der Puppengräber	filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH Sytze van der Laan	450.000,00	
		2002-06-009: Beischlaf auf Befehl (NT: Die andere Frau)	CINECENTRUM Berlin Dagmar Rosenbauer	488.163,00	
		2002-06-010: Platinum (NT: Der weiße Afrikaner)	D&D Film- und Fernsehproduktion Roland Willaert	750.000,00	
		2002-06-013: 17. Juni - Der große Aufstand	teamWorx Produktion für Kino und Fernsehen GmbH Nico Hofmann (seit 10/03: teamWorks Television & Film GmbH)	750.000,00	
		2002-06-014: Amundsen der Pinguin	Carpe Diem Film & TV Produktion Barbara Wackernagel-Jacobs	550.000,00	
		2002-06-015: Titel	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	400.000,00	
		2002-06-018: Kalter Frühling	Colonia Media Frank Döhmann	450.000,00	
		2002-06-019: Die Schönheit von Bitterfeld	Rhein Film TV- und Medienproduktion GmbH Thomas Lang	575.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie			6.796.163,00	13
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2002-07-004: Von Manaus bis Montevideo	Schiebener Filmproduktion Schiebener Wolfram	100.700,00	
		2002-07-005: Die Thuranos - Leben zwischen Himmel und Erde	Mediopolis GmbH Alexander Ris	50.000,00	
		2002-07-008: Schleyer - Ein deutsches Leben	Doc.Station Medienproduktion GmbH Klenke Hartmut	150.000,00	
		2002-07-009: Egoshooter	Road Movies Factory GmbH (neu: Reverse Angle Factory) Schneider Ute	152.316,31	
		2002-07-011: The Voyage (NT: Friendly Enemy Alien)	Hanfgarn & Ufer Film- und TV-Produktion Andrea Ufer	47.000,00	
		2002-07-013: Hitlers jüdische Soldaten (NT: Die Soldaten mit dem halben Stern)	Trigon Film Michael Sombetzki	150.000,00	
		2002-07-014: Kurz vor Europa (NT: Carpatia)	Hektor + Rydzewski Bild + Ton Produktion GmbH Rydzewski Ulrich	70.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-07-016: Die Martins-Passion	Lichtfilm Wolfgang Bergmann Wolfgang Bergmann	150.000,00	
		2002-07-018: La Claque (NT: Opernfieber)	Barbarossafilm Jörg Kobel	50.000,00	
		2002-07-020: Willy Brandt - Eine sozialdemokratische Jahrhundertgestalt	Ziegler Film GmbH & Co KG Regina Ziegler	227.251,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			1.147.267,31	10
	Förderung von Kurzfilmen	2002-08-001: Fallen	Peter Kaboth Peter Kaboth	31.000,00	
		2002-08-003: Der Briefträger	Studio 99 Filmproduktion Od Howell	12.795,75	
		2002-08-006: Die drei Detektive	punktfilm, Stephan Ketelhut & Christian Scherg Produktion Gb Stephan Ketelhut	34.070,14	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			77.865,89	3
	Verleihförderung	2002-10-001: Feuer, Eis und Dosenbier	Warner Bros. Film GmbH Wilfried Geike	100.000,00	
		2002-10-002: L'amour, l'argent, l'amour	Kinostar Filmtheater und Medienservice GmbH Michael Rösch	50.000,00	
		2002-10-003: Bella Martha	Ottfilm GmbH Christoph Ott	130.000,00	
		2002-10-004: Nachts im Park	Highlight Film und Home Entertainment GmbH Roy Häflinger	19.797,00	
		2002-10-005: Francisca	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	49.000,00	
		2002-10-006: Joint Security Area	Rapid Eye Movies Stephan Holl	53.000,00	
		2002-10-007: Samsara	Kinowelt Filmverleih GmbH Peter Heinzemann	100.000,00	
		2002-10-008: Auf allen Meeren	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	11.500,00	
		2002-10-010: Bellaria - So lange wir leben	Salzgeber & Co. Medien GmbH Björn Koll	40.000,00	
		2002-10-012: Malunde	Ottfilm GmbH Christoph Ott	30.000,00	
		2002-10-013: Fickende Fische	Ottfilm GmbH Christoph Ott	120.000,00	
		2002-10-014: Die Entdeckung des Himmels	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	106.586,00	
		2002-10-015: Die Frau, die an Dr. Fabian zweifelte	Venusfilm Verleih Seneit Debese	55.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-10-017: Nancy & Frank	Nighthawks Pictures GmbH & Co. KG Christoph Heckenbücker	150.000,00	
		2002-10-018: Claire - Se souvenir des belles choses	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	60.000,00	
		2002-10-019: Väter	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	50.000,00	
		2002-10-020: Anna Wunder	Basis-Film Verleih GmbH Clara Burckner	30.000,00	
		2002-10-021: Solino	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	150.000,00	
		2002-10-022: Das Jahr der ersten Küsse	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	100.000,00	
		2002-10-023: Die Reise nach Kafiristan	Der andere Blick - Filmverleih Donatello Dubini	13.000,00	
		2002-10-027: Elefantenherz	Ottfilm GmbH Christoph Ott	65.000,00	
		2002-10-029: Der weisse Wal - Filmschiff Tournee	LichtBlick Film / Edition Salzgeber Carl-Ludwig Rettinger	50.000,00	
		2002-10-030: Good Bye, Lenin!	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	150.000,00	
		2002-10-031: What time is it there?	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	40.000,00	
		2002-10-032: Göttlicher Eingriff (AT: Divine Intervention)	Alamode Film Fabian Arséguel	64.400,00	
		2002-10-034: Gott ist tot (AT: Abschied Träume)	Nighthawks Pictures GmbH & Co. KG Christoph Heckenbücker	40.000,00	
		2002-10-035: Zwischenland	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	20.000,00	
		2002-10-036: Made in Israel	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	20.000,00	
		2002-10-037: Historias Minimas	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	35.000,00	
		2002-10-038: Sometimes Happy, Sometimes Sad	Rapid Eye Movies Stephan Holl	40.884,00	
		2002-10-039: Suche impotenten Mann fürs Leben	Senator Film Verleih GmbH Jürgen Fabritius	100.000,00	
		2002-10-040: Cinemania	Gmfilms Michael Höfner	5.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.048.167,00	32
	Vertriebsförderung	2002-11-001: Francisca	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	13.125,00	
		2002-11-002: Nancy & Frank	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	50.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-11-004: Der zehnte Sommer	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	46.700,00	
	Vertriebsförderung Summe			110.325,00	3
	Zusatzkopienförderung	2002-12-002: Rush Hour 2	Warner Bors. Film GmbH Volker Modenbach	5.056,94	
		2002-12-003: Heaven	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	2.643,04	
		2002-12-006: Italienisch für Anfänger	Kinowelt Filmverleih GmbH Gerhard Ritter	1.109,15	
		2002-12-007: Showtime	Warner Bros. Film GmbH Volker Modenbach	3.629,35	
		2002-12-009: Jazz Seen	Salzgeber & Co Medien GmbH Georg Miroso	1.936,41	
		2002-12-010: Rivers and Tides	Piffel Medien GmbH Arne Höhne	1.077,20	
		2002-12-011: Nomaden der Lüfte	Kinowelt Filmverleih GmbH Gerhard Ritter	3.168,08	
		2002-12-012: Im toten Winkel - Hitlers Sekretärin	Piffel Medien GmbH Arne Höhne	2.222,98	
		2002-12-013: Star Wars: Episode II - Angriff der Klonkrieger	Twentieth Century Fox of Germany GmbH Vincent De la Tour	5.281,36	
		2002-12-014: Y tú mamá también - Lust for Life	Twentieth Century Fox of Germany Mychael Berg	975,76	
		2002-12-015: Bella Martha	Ottfilm GmbH Christoph Ott	2.625,04	
		2002-12-020: L'amour - Die Liebe	Kinostar GmbH Michael Rösch	1.246,74	
		2002-12-021: Der Pianist	Tobis Studio Canal GmbH & Co KG Marlies Weber	2.604,60	
		2002-12-022: Elsewhere	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	3.550,00	
		2002-12-023: Die Entdeckung des Himmels	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	5.147,30	
		2002-12-024: Das fliegende Klassenzimmer	Constantin Film Verleih GmbH Jochen Kamlah	4.917,83	
		2002-12-025: 8 Mile	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	5.194,00	
	Zusatzkopienförderung Summe			52.385,78	17
	Jahresfilmprogrammprämie	2002-13-001: Atlantis, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	
		2002-13-002: Diana, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	-	
		2002-13-004: Kamera Filmkunsttheater	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2002-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e. V. Jürgen Hillmer	-	
		2002-13-007: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea Gollnow	11.000,00	
		2002-13-008: Cinema im Unicenter	MBS Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2002-13-009: Metropolis-Filmtheater	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	-	
		2002-13-010: Kino in der Brotfabrik	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	-	
		2002-13-011: Neue Filmbühne	Hertel-Brenig KG Gilla Brenig	-	
		2002-13-012: Rex, Bonn	Rex-Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	-	
		2002-13-013: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2002-13-014: Camera, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2002-13-015: Roxy, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler	-	
		2002-13-016: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	9.500,00	
		2002-13-017: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	5.500,00	
		2002-13-018: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.500,00	
		2002-13-019: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.500,00	
		2002-13-020: Souterrain Kellerkino	FTB Kalle Somnitz Kalle Somnitz	6.500,00	
		2002-13-021: Astra Theater & Luna	FTB Essener Filmkunsttheater Hanns Hüster	7.500,00	
		2002-13-022: Eulenspiegel, Essen	FTB Essener Filmkunsttheater Hanns Hüster	6.500,00	
		2002-13-024: Galerie Cinema, Essen	FTB Essener Filmkunsttheater Hanns Hüster	3.500,00	
		2002-13-025: Schauburg	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-13-026: Bambi & Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2002-13-027: Central-Kino, Hattigen	G+K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2002-13-028: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2002-13-030: Cinenova	Filmtheater Betrieb Borck GmbH Dieter Borck	-	
		2002-13-031: Filmhaus Kino, Köln	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	-	
		2002-13-032: Filmpalette, Köln	Dieter und Martina Borck GBR Dieter Borck	-	
		2002-13-033: Lupe 2	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2002-13-034: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH C. Laakmann	-	
		2002-13-035: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Angela Wilde	-	
		2002-13-036: Theater am Weißhaus	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	5.500,00	
		2002-13-037: Weltspiegel, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2002-13-038: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hüster Hanns-Peter	-	
		2002-13-039: Cinema & Kurbelkiste	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	
		2002-13-040: Schloßtheater	Münstersche Filmtheater-Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2002-13-041: Hitch	Helmut Kettler Helmut Kettler	-	
		2002-13-042: Kino II	Rosslbroich Film Theater GmbH Magarete Papenhoff	-	
		2002-13-043: Cineplex 3, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	-	
		2002-13-045: Filmtheater an der Gathe	Zwielicht e. V. Ulrike Schwab	-	
		2002-13-048: Die Kurbel "Scala-Filmstudio"	G+K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2002-13-051: Apollo	Apollo Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2002-13-053: Loe Studio, Marl	Loe Studio Kinos Oliver Kupski	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-13-054: Cobra Kino	Cobra - Die Provinz lebt - Solingen e. V. Calice Hund	-	
		2002-13-055: Studio, Sankt Augustin	Ulrich A. Ziaja Ulrich A. Ziaja	-	
		2002-13-056: Kino im Walzlager, Oberhausen	Initiativkreis Altenberg e.V. Rainer Lombard	-	
		2002-13-057: Palasttheater, Menden	G + K Filmtheater + Kulturbetriebe Christian Groteheide	-	
		2002-13-058: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	-	
		2002-13-059: Babylon, Hagen	Wehringhauser Kultur- und Begegnungszentrum e.V. Jürgen Breuer	-	
		2002-13-060: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	-	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			70.500,00	51
	Förderung von Filmpräsentationen	2002-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2002	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	63.245,00	
		2002-14-017: Kinderkinofest 2002	Rosslenbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	4.620,00	
		2002-14-018: Französische Wochen	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	2.340,00	
		2002-14-020: 17. Black International Cinema	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	2.930,00	
		2002-14-022: Buster Keaton´s Der General	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2002-14-023: Open-Air Zoo Wuppertal	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef Bell	4.123,00	
		2002-14-031: Werkschau Werner Nekes	Kino 813 / "Die Brücke" Hans-Dieter Delkus	2.000,00	
		2002-14-033: Dokumentarfilmreihe 2003	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	3.500,00	
		2002-14-034: Kulturelles Filmangebot Borgentreich 2002/2003	Central Kino Borgentreich Reinold Dohmann	4.790,00	
		2002-14-035: Kinderfilmprojekt 2003	Central Kino Borgentreich Reinold Dohmann	3.215,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			90.763,00	10
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2002-16-001: Burg Kino, Witten	Harm GmbH Thies Harm	2.312,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-16-002: Lichtburg-Center, Dinslaken	Lichtburg-Center Dinslaken GmbH Heidrun Grießer	3.237,00	
		2002-16-003: Cinema Center, Ahaus	Karl Hövel	35.022,00	
		2002-16-004: Kino Center Borken	Kino Center Borken GmbH Gabriele Bresser	37.879,00	
		2002-16-006: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	13.727,00	
		2002-16-008: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Schlinker	24.074,00	
		2002-16-009: Kempener Lichtspiele	FTB Frank Janssen Frank Janssen	14.000,00	
		2002-16-010: Apollo-Kino-Center, Ibbenbüren	Hermann Engbrink Filmtheaterbetriebe Hermann Engbrink	13.902,00	
		2002-16-016: Cinelux, Troisdorf	Brunotte Filmtheater GmbH Helmut Brunotte	82.229,00	
		2002-16-017: Central-Kino-Center, Dorsten	AKP Kinobetriebs- und Werbe GmbH Bernhard Brüggemann	46.605,00	
		2002-16-018: Kino im Kulturbahnhof, Jülich	Kultur im Bahnhof e.V. Christoph Klemens	3.434,00	
		2002-16-019: Residenztheater, Bad Laasphe	Residenztheater Gemmecker / Rothe GbR Uwe Gemmecker	16.500,00	
		2002-16-022: Neue Schauburg, Dortmund	FTB Schauburg Edith Pioch-Vogt	39.238,00	
		2002-16-023: Central-Service-Kino, Lengerich	Central-Service-Kino Herbert Laven	9.000,00	
		2002-16-024: Metropolis - Das Kultkino, Gronau	Kinobetriebe Paffrath Peter Paffrath	60.645,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			401.804,00	15
	Förderung von Modellprojekten	2002-17-001: Lichtburg, Essen	Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	595.000,00	
		2002-17-005: Die Poesie des Todes	Seyhan Derin Seyhan Derin	-	
		2002-17-023: Celluloid Dreams	Uli Gaulke & Jeanette Eggert Uli Gaulke	-	
		2002-17-076: Weisse Raben	Tamara Trampe Tamara Trampe	100.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-17-100: Abenteuer Ruhrpott - Ein starkes Stück Heimat	Werner Kubny Filmproduktion Werner Kubny	50.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			745.000,00	5
	Postproduktionsförderung	2002-18-001: Eine kleine Sehnsucht (NT Bellaria-so lange wir leben!)	Douglas Wolfesperger Filmproduktion GbR Douglas Wolfesperger	7.669,00	
		2002-18-002: Francisca	SURFilms Detlef Ziegert	7.575,00	
		2002-18-004: Die Helden von Eisenheim - der Film	Kubny & Schnell Film- und Fernsehproduktion Werner Kubny	78.000,00	
		2002-18-006: Fickende Fische	ICON Film Herbert Schwing	1.100,00	
		2002-18-007: Ein Leben lang kurze Hosen tragen	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	7.500,00	
		2002-18-008: Karamuk (AT: Deine Augen Karamuk, Türkischer Tango)	Colonia Media Frank Döhmann	3.486,10	
		2002-18-009: Status Yo! (AT: Rhymes Galore)	Discofilm GmbH Arne Ludwig	25.000,00	
		2002-18-010: Virtual Love	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	1.950,00	
		2002-18-011: Im Westen ging die Sonne auf	MGS Filmproduktion Wolfgang Ettllich	7.500,00	
		2002-18-012: Science Fiction	Kunsthochschule für Medien Franz Müller	38.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			177.780,10	10
	Festivals	2002-19-001: 26. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	25.565,00	
		2002-19-003: Feminale	Feminale e.V. Vera Mund	51.129,00	
		2002-19-004: 13. Kinofest Lünen	FTB Politt Gerd Politt	66.468,00	
		2002-19-006: Seminarprogramm 2002	Kölner Filmhaus e.V. Jochen Bentz	33.234,00	
		2002-19-007: Seminarprogramm 2002	Filmwerkstatt Düsseldorf e.V. Heinz Dr. Holzapfel	10.000,00	
	Festivals Summe			186.396,00	5
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Prod.	2002-31-221: Natalie in Afrika	ICON Film P 52-021	7.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-31-222: Über Leben	Karin Jurschik P 52-022	7.000,00	
		2002-31-223: Revolution und Liebe	Corinna Wichmann/KHM P 52-023	5.000,00	
		2002-31-312: Der Bundesligaskandal	LOOK! Filmproduktion P 53-012	6.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			25.500,00	4
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2002-34-216: Fivty-Fivty	Steinzeit Entertainment, Birgit Stein P 52-016	8.718,89	
		2002-34-219: Kanaima	Bernardo Cequera P 52-019	7.500,00	
		2002-34-313: Valberg	Yuri Sankawa P 53-013	12.500,00	
		2002-34-314: Rain	Sullivans Movie Travel, Frank-Peter Lenze P 53-014	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			38.718,89	4
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2002-35-102: Skinhead Attitude	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. P 51-002	63.400,19	
		2002-35-203: Durchfahrtsland	P 52-003	30.000,00	
		2002-35-207: Solo Ultra	Starfish Filmproduktio P 52-007	22.500,00	
		2002-35-208: Weltverbesserungsmaßnahmen	datenstrudel, Jörn Hintzen u. Tom Schreiber P 52-008	20.000,00	
		2002-35-218: Magische Handschuhe	CH. Friedel; Pandora Film P 52-018	50.000,00	
		2002-35-318: Willkommen im Niemandsland	Silvia Miosic P 53-018	16.000,00	
		2002-35-806: Des Teufels Kinder	Peter Stocklaus Filmproduktion GmbH P 48-006	51.129,19	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			253.029,38	7
	Förderung von Kurzfilmen	2002-38-204: Kabinett	Daniel Schreiber P 52-004	30.000,00	
		2002-38-210: Karlchens Parade	ICON Film P 52-010	17.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-38-211: Die Waschmaschine	Ilka Schulz/KHM P 52-011	17.000,00	
		2002-38-212: Nachtschatten	Joachim Enßlin P 52-012	15.000,00	
		2002-38-213: Superwelly	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. P 52-013	15.000,00	
		2002-38-214: Nicht umdrehen	Timm Lange P 52-014	13.500,00	
		2002-38-215: Herr Schultz	Gerrit Lucas/KHM P 52-015	13.500,00	
		2002-38-217: Mirror	Matthias Müller P 52-017	10.000,00	
		2002-38-226: Adam&Eva Konventionell	Gabriele Horndasch P 52-026	730,00	
		2002-38-306: Hochofen 3 geht nach Shanghai	Filmproduktion Loeken Franke P 53-006	15.000,00	
		2002-38-309: 4 Filme Kubaköln	Rita Schwarze/KHM P 53-009	10.000,00	
		2002-38-310: Zwei Wochen Argentinien	Sascha Verhey P 53-010	5.000,00	
		2002-38-319: Die verhexte Spieluhr	Richard Bade, KHM P 53-019	15.000,00	
		2002-38-320: Materazzo	Konstantin Faigle/KHM P 53-020	15.000,00	
		2002-38-321: Die fast vergessenen Milchkanen	Anke Limprecht/KHM P 53-021	8.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			199.730,00	15
	Verleihförderung	2002-40-803: Rivers and Tides	Piffel Medien GmbH, Arne Höhne V 58-003	12.000,00	
		2002-40-806: Der rote Rausch	as2edition, Armin Schuppenner V 58-006	8.000,00	
		2002-40-807: Wolken, Briefe an meinen Sohn	Pegasos Filmverleih V 58-007	7.500,00	
		2002-40-809: The Isle	Rapid Eye Movies V 58-009	7.500,00	
		2002-40-901: Soldatenglück und Gottes Segen	REALFICTION Filmverleih, J. Kühn V 59-001	13.000,00	
		2002-40-902: La Cienaga	Pegasos Filmverleih V 59-002	8.000,00	
		2002-40-904: Grau	busse & halberschmidt filmproduktion GbR V 59-004	1.500,00	
		2002-40-908: Brass on Fire	Ventura Film GmbH V 59-008	5.000,00	
		2002-40-909: Die Reise nach Kafiristan	DER ANDERE BLICK Filmverleih, Donatello Dubini V 59-009	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2002-40-911: Promises	mec film V 59-011	4.000,00	
	Verleihförderung Summe			71.500,00	10
	Förderung von Filmpräsentationen	2002-44-801: Bonner Sommerkino 2002	Förderverein Filmkultur V 58-001	20.000,00	
		2002-44-810: Diskussions-Tournee Afghanische Frauen	Circe-Film-GmbH Elke Jonigkeit V 58-010	7.000,00	
		2002-44-903: uk at nrw	Filmwerkstatt Münster V 59-003	7.000,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			34.000,00	3
	Postproduktionsförderung	2002-48-203: Hammerbrook	Elmar Freels A 02-003	2.000,00	
		2002-48-205: RUSSIAN ARK	Egoli Tossell Film AG A 02-005	5.000,00	
		2002-48-206: Gelbe Tage	Filmfabrik Spiel-und Dokumentarfilm. P 52-006	25.000,00	
		2002-48-315: Sugar B	Stephan Sachs P 53-015	15.000,00	
		2002-48-316: Ladies & Gentleman	Nina Rose P 53-016	5.500,00	
		2002-48-907: Freitagnacht	KHM V 59-007	5.500,00	
	Postproduktionsförderung Summe			58.000,00	6
	Festivals	2002-49-802: Seminarprogramm 2002	Filmwerkstatt Münster V 58-002	15.000,00	
		2002-49-805: short cuts cologne n° 5	Kölner Filmhaus V 58-005	8.000,00	
		2002-49-808: Film- und Videowettbewerb	Filmhaus Bielefeld e.V. V 58-008	7.500,00	
		2002-49-811: Die Geierwally	Filmspiegel V 58-011	4.500,00	
		2002-49-904: 2. Cineasia Filmfestival Köln	Forum des Asiatischen Films V 59-004	7.000,00	
		2002-49-905: Blicke aus dem Ruhrgebiet	Klack Zwo B e.V. V 59-005	7.000,00	
	Festivals Summe			49.000,00	6
2002	Ergebnis			34.120.830,08	296

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2003	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2003-01-001: Ruidoso	Zinnober Film- und Fernsehproduktion GmbH Dieter Zeppenfeld	25.000,00	
		2003-01-002: Die Mitte der Welt	K5 Film GmbH Köln Jutta Bürgens	50.000,00	
		2003-01-007: Der große Ausverkauf	Discofilm GmbH Felix Blum	30.000,00	
		2003-01-022: Valley of Flowers (Tal der Blumen)	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	100.000,00	
		2003-01-023: Annas Weihnacht	Zeitsprung Film und TV Produktions GmbH Sam Davis	-	
		2003-01-024: Operation Sunrise	TuttiCanti Filmproduktion GbR Margarita Fotiadis	50.800,00	
		2003-01-025: Saffras Flucht	Mediopolis Köln Alexander Ris	42.500,00	
		2003-01-027: MS Constanze	Heimatfilm Bettina Brokempfer	58.196,00	
		2003-01-029: Women without Men	Essential Filmproduktion Susanne Marian	45.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			401.496,00	9
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2003-03-007: Der Maulwurfs- hügel	MovieMind International Lars C. Arnold	20.000,00	
		2003-03-009: Die Söhne der Magd	D & D Film- und Fernseh Produktion Roland Willaert	20.000,00	
		2003-03-011: Madonnen	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	20.000,00	
		2003-03-016: Stille Rebellen	Rheingold Films GmbH Josef Steinberger	20.000,00	
		2003-03-021: Unter Bauern	FilmForm Köln Joachim von Mengershausen	20.000,00	
		2003-03-033: Das Lächeln der Tiefseefische	Zieglerfilm Koeln GmbH Elke Ried	18.000,00	
		2003-03-048: Schwein gehabt	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	20.000,00	
		2003-03-054: Vivere	Elsani Film Anita Elsani	15.000,00	
		2003-03-063: Die Luft zum Atmen	2Pilots Film GbR Jörg Siepmann	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			173.000,00	9

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2003-04-009: Herzensgut	Mischa Bach + Silvia Kaffke Mischa Bach	20.000,00	
		2003-04-018: The Weatherman	Timothee Ingen-Housz Timothee Ingen-Housz	15.000,00	
		2003-04-022: Die Träumerin	Christa Kosmala Christa Kosmala	20.000,00	
		2003-04-028: Lilli oder die Reise zum Wind	Angelika Bartram Angelika Bartram	20.000,00	
		2003-04-034: Die fünfte Jahreszeit	Bastian Kleppe und Anton Gonopolski Bastian Kleppe	20.000,00	
		2003-04-041: Mach die Augen zu	Petra Seeger Petra Seeger-von Mengershausen	-	
		2003-04-044: Daniel, der Weihnachtsmann und Engel Lakritze	Bettina Janischowski Bettina Janischowski	-	
		2003-04-059: Yetiskin	Marco Müller Marco Müller	15.000,00	
		2003-04-070: Der schwarze Mond	Heide Jansen Heide Jansen	20.000,00	
		2003-04-108: Flügel wachsen nach	Thomas Wegmann Thomas Wegmann	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			150.000,00	10
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2003-05-002: Hotel	Essential Filmproduktion Philippe Bober	140.000,00	
		2003-05-003: Goebbels (NT: Das Goebbels Experiment)	HMR Produktion GmbH Dr. Lutz Hachmeister	250.000,00	
		2003-05-004: Paradise Girls	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	200.000,00	
		2003-05-005: Kammerflimmern	Bavaria Filmverleih- und Produktions-GmbH Uschi Reich	400.000,00	
		2003-05-007: Dear Wendy	Pain unlimited Bettina Brokemper	675.000,00	
		2003-05-009: Agnes und seine Brüder	X Filme creative pool GmbH Stefan Arndt	1.108.837,43	
		2003-05-010: Bye-Bye Blackbird	Road Movies Factory GmbH (Jetzt: Reverse Angle Factory GmbH) Joachim Sturmes	430.000,00	
		2003-05-011: Sieben Zwerge	Zipfelmützen-Film Douglas Welbat	1.500.000,00	
		2003-05-014: Yugotrip	teamWorx GmbH Sascha Schwingel	380.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-05-016: Sommersturm	Claussen und Wöbke Filmproduktion GmbH Thomas Wöbke	564.599,41	
		2003-05-020: Two Days (NT: Paradise Now)	Razor Film Produktion Gerhard Meixner	225.000,00	
		2003-05-027: Creep	zero west filmproduktion Martin Hagemann	500.000,00	
		2003-05-028: Gisela	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	440.615,00	
		2003-05-029: Stille Liebe (NT: Die blaue Grenze)	Discofilm GmbH Arne Ludwig	380.000,00	
		2003-05-031: Kebab Connection	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	300.000,00	
		2003-05-039: Der kleine Eisbär II	Cartoon Film Graf Rothkirch Thilo	1.300.000,00	
		2003-05-041: Pura Vida	Odeon Pictures GmbH Reinhard Klooss	38.664,88	
		2003-05-045: Galatasaray - Depor (NT: One Day in Europe)	moneypenny Filmproduktion Sigrid Hoerner	200.000,00	
		2003-05-046: Maria an Callas	BB Film Michael Braun	950.000,00	
		2003-05-047: Süperseks	Magnolia Filmproduktion GmbH Nina Bohlmann	250.000,00	
		2003-05-051: Der kleine König Macius	Saxonia Media Filmproduktion Hans-Werner Honert	320.000,00	
		2003-05-058: The Daltons (NT: Daltons vs. Lucky Luke)	Integral Film/ UGC Images Alfred / Yves Hürmer / Marmion	1.858.970,36	
		2003-05-062: Manderlay	Pain Unlimited Filmproduktion Bettina Brokemper	612.089,00	
		2003-05-063: Ein Freund von mir	X Filme Creativ Pool Maria Köpf	1.000.000,00	
		2003-05-072: Valley of Flowers	Pandora Filmproduktions GmbH Karl Baumgartner	900.000,00	
		2003-05-075: Allein	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	400.000,00	
		2003-05-077: Crash Test Dummies	ICON Film Herbert Schwering	77.500,00	
		2003-05-079: Kontakt	Busse & Halberschmidt Filmproduktion GbR Markus Busse	250.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			15.651.276,08	28
	Summe				

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2003-06-001: Hai Alarm auf Mallorca	Action Concept Hermann Joha	670.000,00	
		2003-06-003: Ritter Rost	Jürgen Egenolf Productions Jürgen Egenolf	150.000,00	
		2003-06-005: Paparazzo	Müller & Seelig Filmproduktion Jutta Müller	1.350.000,00	
		2003-06-006: Endspiel im Kosovo (NT: Jagd nach Gerechtigkeit)	TATFILM GmbH Christine Ruppert	380.962,52	
		2003-06-007: Stauffenberg	teamWorx Produktion für Film und Fernsehen Nico Hofmann	771.691,30	
		2003-06-008: Schimanski Golem	Colonia Media Filmproduktions GmbH Georg Feil	237.572,97	
		2003-06-009: Deutsche in Amerika	Engstfeld Film GmbH Axel Engstfeld	450.000,00	
		2003-06-010: Käthchen (NT: Käthchens Traum)	Studio Hamburg Produktion für Film & Fernsehen GmbH Sytze van der Laan	600.000,00	
		2003-06-011: Operation Skorpion (NT: Der Stich des Skorpion)	Studio Hamburg Produktion für Film & Fernsehen GmbH Sytze van der Laan	500.000,00	
		2003-06-012: Goldsucher (NT: Zeit der Wünsche)	Filmfabrik Kadir Sözen	1.300.000,00	
		2003-06-013: Wellen	Ziegler Film GmbH & Co. KG Regina Ziegler	400.000,00	
		2003-06-015: Blutendes Herz (NT: Vera - Die Frau des Sizilianers)	Graf Film Graf Klaus	700.000,00	
		2003-06-016: Rabenkinder	zero west filmproduktion Kai Künnemann	290.000,00	
		2003-06-017: Speer und Er	Bavaria Film GmbH Thilo Kleine	1.500.000,00	
		2003-06-019: Jagt die Korsaren des Kaisers! (NT: Unter kaiserlicher Flagge)	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl Ludwig Rettinger	305.213,62	
		2003-06-024: Mama und Papa	MedienKontor Movie Boris Schönfelder	990.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie			10.595.440,41	16
	Summe				

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2003-07-001: Eisgang	Faction! TV GmbH Martin Uhrmeister	70.000,00	
		2003-07-002: Hotel Nooteboom	Artcore Film Heinz Peter Schwerfel	70.000,00	
		2003-07-003: Glücksritter Rajter	alle@weltsfilm Produktion Mahasen Agha	61.000,00	
		2003-07-006: Die Flüsterer	Gebrueder Beetz Filmproduktion Christian Beetz	75.000,00	
		2003-07-011: Familie auf Achse (NT: Familia Rodante)	Pandora Filmproduktion GmbH Baumgartner Karl	90.000,00	
		2003-07-014: Alexandrine Tinne	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	122.000,00	
		2003-07-015: Fallen Angel - Gram Parsons		215.000,00	
		2003-07-018: SAFAR (NT: I for India)	zero west filmproduktion Kai Künnemann	50.000,00	
		2003-07-024: Schattenväter	PanEuropeanPictures P.E.P Judit Ahn Ruster	155.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			908.000,00	9
	Förderung von Kurzfilmen	2003-08-002: Die kleine Monsterin kann nicht schlafen	Alexandra Schatz Filmproduktion Alexandra Schatz	50.000,00	
		2003-08-008: Wer ist John Maynard	Symbolfilm David Kremser	14.635,00	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			64.635,00	2
	Verleihförderung	2003-10-001: Das Wunder von Bern	Senator Film Verleih GmbH Benjamin Herrmann	250.000,00	
		2003-10-002: Lichter	Prokino Filmverleih GmbH Stephan Hutter	80.000,00	
		2003-10-003: Die Champions	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	34.000,00	
		2003-10-004: Hundert Schritte / I cento passi	Schwarz/Weiss Filmverleih OHG Dieter Hertel	100.000,00	
		2003-10-005: The Poet	Nighthawks Pictures GmbH & Co. KG Christoph Heckenbücker	80.000,00	
		2003-10-006: Dust	Aladin Media GmbH Frank Stumvoll	50.000,00	
		2003-10-007: Whale Rider	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	100.000,00	
		2003-10-008: Der Kuss des Bären	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	37.000,00	
		2003-10-009: Junimond	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	90.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-10-010: Wilbur wants to kill himself	Kinowelt Filmverleih GmbH Michael Kölmel	50.000,00	
		2003-10-011: Rana´s Wedding	mec film Irit Neidhardt	36.092,00	
		2003-10-012: Besser als Schule (AT: Triff deinen Star)	Universum Film GmbH Tania Reichert-Facilides	150.000,00	
		2003-10-013: September	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	75.000,00	
		2003-10-014: Narren	Neue Visionen Filmverleih Wulf / Thorsten Sörgel / Frehse	37.100,00	
		2003-10-015: Die Ritterinnen	Neue Visionen Filmverleih Wulf / Thorsten Sörgel / Frehse	20.200,00	
		2003-10-016: Halbe Miete	Neue Visionen Filmverleih Wulf / Thorsten Sörgel / Frehse	10.500,00	
		2003-10-017: Núi Albinói	Neue Visionen Filmverleih Wulf / Thorsten Sörgel / Frehse	9.500,00	
		2003-10-018: El Último Tren	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	70.000,00	
		2003-10-019: Herr Lehmann	Delphi Filmverleih GmbH & Co. KG Claus Boje	100.000,00	
		2003-10-020: Der 10. Sommer	Arsenal Filmverleih GmbH Stefan Paul	115.000,00	
		2003-10-021: Derrida	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	38.000,00	
		2003-10-022: Golden Lemons	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	27.000,00	
		2003-10-023: Dolls	Rapid Eye Movies Stephan Holl	39.820,00	
		2003-10-024: Liegen lernen	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	150.000,00	
		2003-10-025: Balzac und die kleine chinesische Schneiderin	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	120.000,00	
		2003-10-026: Jazzclub	Senator Film Verleih GmbH Benjamin Herrmann	75.000,00	
		2003-10-028: Was nützt die Liebe in Gedanken (AT: Die Liebe in Gedanken)	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	100.000,00	
		2003-10-030: Till Eulenspiegel	Solo Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	54.000,00	
		2003-10-031: Broken Wings	Alamode Film Fabien Arséguet	67.400,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-10-038: Neues Kino aus Japan (Blessing Bell / A Snake of June)	Rapid Eye Movies Stephan Holl	35.000,00	
		2003-10-039: NeuFundLand (AT: Die Begegnung)	Zephir Film Verleih GmbH Uwe Heunisch	17.000,00	
		2003-10-040: Blueprint	BlueLend GmbH Axel Gührig	250.000,00	
		2003-10-041: Ein Leben lang kurze Hosen tragen	Salzgeber & Co. Medien GmbH Björn Koll	10.000,00	
		2003-10-042: 7 Brüder	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	15.000,00	
		2003-10-043: Das Verlangen	Verleih der Filmemacher GmbH Oskar Holl	9.000,00	
		2003-10-044: Von Werra	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	8.000,00	
		2003-10-048: Aragami	Rapid Eye Movies Stephan Holl	25.000,00	
		2003-10-049: I am Dina (AT: Dina)	Kinostar Theater GmbH Michael Rösch	50.000,00	
		2003-10-050: Schussangst	Zephir Filmverleih GmbH Uwe Heunisch	45.000,00	
		2003-10-051: Casomai - Was wäre wenn	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	120.000,00	
		2003-10-053: Supertex	Solo Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	100.000,00	
		2003-10-054: Die Spielwütigen	timebandits films GmbH Gerhard Groß	20.000,00	
		2003-10-055: Mein Name ist Bach	Pegasos Filmverleih GmbH Ernst Szebedits	23.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.892.612,00	43
	Zusatzkopienförderung	2003-12-001: Im Westen ging die Sonne auf	MGS Mediengruppe Schwabing Wolfgang Ettlich	8.150,50	
		2003-12-004: Good Bye, Lenin!	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	5.417,35	
		2003-12-005: Johnny English	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	4.128,40	
		2003-12-007: Night of the shorts	Wfilm Thomas Egenberger	2.761,27	
		2003-12-009: Hundert Schritte / I cento passi	Schwarz/Weiss Filmverleih OHG Dieter Hertel	931,16	
		2003-12-010: Elisabeth Kübler-Ross - Dem Tod ins Gesicht sehen	Salzgeber & Co. Medien GmbH Kurt Kupferschmid	1.840,97	
		2003-12-013: Bruno Ganz - Behind me	Kool Filmdistribution Michael Isele	1.387,80	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-12-014: Till Eulenspiegel	Solo Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	3.189,67	
		2003-12-015: Herr Lehmann	Delphi Filmverleih GmbH & Co. KG Claus Boje	3.054,80	
		2003-12-017: 7 Brüder	Piffli Medien GmbH Hans- Christian Boese	848,33	
		2003-12-019: Die Invasion der Barbaren	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	908,99	
		2003-12-020: Das Wunder von Bern	Senator Film Verleih GmbH Benjamin Herrmann	3.194,29	
		2003-12-021: Balzac und die kleine chinesische Schneide- rin	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	2.260,96	
		2003-12-022: Tatsächlich Liebe	United International Pictures GmbH Paul Steinschulte	6.496,44	
		2003-12-023: Der Herr der Ringe - Die Rückkehr des Königs	Warner Bros. Pictures Ger- many Volker Modenbach	6.552,44	
		2003-12-024: Findet Nemo	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	4.504,80	
	Zusatzkopien- förderung Summe			55.628,17	16
	Jahresfilmpro- grammprämie	2003-13-001: Atlantis, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	
		2003-13-002: Diana, Aachen	Atlantis Filmtheater GmbH Mark Schiffers	-	
		2003-13-003: Kino, Bad Driburg	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2003-13-004: Kamera Film- kunsttheater, Bielefeld	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2003-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e.V. Jür- gen Hillmer	-	
		2003-13-006: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Lan- gendreer e.V. Andrea / Anke Gollnow / Teuber	14.500,00	
		2003-13-007: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH / c/o Schauburg Kino GmbH Mi- chael Meyer	-	
		2003-13-008: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	-	
		2003-13-009: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	-	
		2003-13-010: Neue Filmbüh- ne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	-	
		2003-13-011: Rex, Bonn	Rex Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-13-013: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2003-13-014: Universum, Bünde	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	-	
		2003-13-016: Camera, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	-	
		2003-13-017: Roxy, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	-	
		2003-13-018: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.000,00	
		2003-13-019: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	12.500,00	
		2003-13-020: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	6.000,00	
		2003-13-021: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	8.000,00	
		2003-13-022: Souterrain, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	8.000,00	
		2003-13-023: Astra & Luna, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2003-13-024: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	6.000,00	
		2003-13-025: Filmstudio, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	4.000,00	
		2003-13-026: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2003-13-027: Elite, Espelkamp	Lichtburg Film theater GmbH Karl-Heinz Meier	-	
		2003-13-029: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2003-13-030: Bambi & Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2003-13-031: Babylon, Hagen	Wehringhauser Kultur- und Begegnungszentrum e.V. Jürgen Breuer	-	
		2003-13-032: Central, Hattingen	G & K Film theater und Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2003-13-033: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Film theater Jochen Manderbach	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-13-034: Cinenova, Köln	Filmtheaterbetriebe Borck GmbH Dieter Borck	-	
		2003-13-035: Filmpalette, Köln	Filmpalette GbR Dieter Borck	-	
		2003-13-036: Filmhaus Kino, Köln	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	-	
		2003-13-037: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	-	
		2003-13-038: Lupe 2, Köln	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2003-13-039: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	-	
		2003-13-040: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	2.500,00	
		2003-13-041: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Angela Wilde	-	
		2003-13-043: Studio, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslbroich	-	
		2003-13-044: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2003-13-045: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	
		2003-13-046: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater-Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2003-13-047: Hitch, Neuss	Helmut Kettler Helmut Kettler	-	
		2003-13-048: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Initiativkreis Altenberg e.V. Jörg Kluge	-	
		2003-13-049: Kino, Ratingen	Rosslbroich Film Theater GmbH Gabriele Rosslbroich	-	
		2003-13-051: Cobra, Solingen	Die Provinz lebt e.V. Calice Hund	-	
		2003-13-052: Cineplex 3, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	-	
		2003-13-053: Cinetal, Wuppertal	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef Bell	-	
		2003-13-054: Filmtheater an der Gathe, Wuppertal	Zwielicht e.V. Panagiotis Costoglou	-	
		2003-13-057: Sonderehrung Reinhold Dohmann	Central Kino Borgentreich Reinhold Dohmann	-	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			95.500,00	50

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Filmpräsentationen	2003-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2003	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	46.592,00	
		2003-14-015: 20 Jahre Hitch in Neuss	Kino Hitch Helmut Kettler	3.000,00	
		2003-14-019: Hommage an Anna Magnani	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	10.000,00	
		2003-14-020: Night of the Shorts	Wfilm Köln Thomas Egenberger	5.000,00	
		2003-14-022: Filminitiative Remscheid	Metropol Filmtheater Betriebs GmbH Georg Dawo	5.000,00	
		2003-14-023: Kinder-Kino-Fest 2003	Rosslensbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslensbroich	4.500,00	
		2003-14-024: Kino mit Gästen	Lichtwerk - Kino im Filmhaus Ronald Herzog	5.000,00	
		2003-14-025: Französische Filmtage 2003	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	4.800,00	
		2003-14-026: 5. Besonders Wertlos Festival, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea Gollnow	3.000,00	
		2003-14-028: Filmnächte zwischen den Museen	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	3.500,00	
		2003-14-029: Kinderfilmprojekt 2003/2004	Central Kino Borgentreich Reinold Dohmann	4.715,00	
		2003-14-032: Kulturelles Filmangebot 2003/2004	Central Kino Borgentreich Reinold Dohmann	4.490,00	
		2003-14-033: 90 Jahre Schauburg Dortmund	FTB Schauburg Edith Pioch-Vogt	3.000,00	
		2003-14-034: Dokumentarfilmreihe 2004	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	3.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			106.097,00	14
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2003-15-003: Cineplex, Paderborn	FTB Renneke e.K. Hans Werner Renneke	25.250,00	
		2003-15-004: Filmpalette, Köln	Kühn / Recktenwald / Steinkühler GbR Joachim Kühn	6.000,00	
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater Summe			31.250,00	2
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2003-16-001: Odin-Filmtheater, Bad Lippspringe	Papier Bröcker Frank Becker	8.947,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-16-003: Filmpalast, Lüdenscheid	Filmpalast André Lubba	3.576,00	
		2003-16-004: Woki-Filmpalast, Bonn	CineVision Filmtheater GmbH Rainer Otto	9.494,00	
		2003-16-005: Deutsches Haus, Höxter	Dr. Heribert Schlinker KG Heribert Schlinker	8.904,00	
		2003-16-007: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	10.083,00	
		2003-16-008: Studio, Mettmann	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	4.395,00	
		2003-16-009: Kino "Zwei-99", Aachen	Coenen & Render GbR Walter Render	23.757,00	
		2003-16-010: Burgtheater, Gummersbach	FTB Kurt Wolf KG Kurt Wolf	9.000,00	
		2003-16-011: Corso Filmpalast, Hückelhoven	Corso Filmpalast Heinz Dohmen	8.749,00	
		2003-16-012: Cineplex, Paderborn	FTB Renneke Hans Werner Renneke	31.664,00	
		2003-16-013: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	8.716,00	
		2003-16-016: Cinema-Center 1-2-3, Moers	Cinema-Center 1-2-3 Manfred Stelzer	11.745,00	
		2003-16-018: Studio, Recklinghausen	FTB Oliver Kupski Oliver Kupski	15.546,00	
		2003-16-019: Filmpalette, Köln	Kühn, Recktenwald, Steinkühler - Filmtheater GbR Joachim Kühn	20.598,00	
		2003-16-020: Grefi Kino, Grevenbroich	Grevenbroicher Lichtspielhaus GmbH Mustafa El Mesaoudi	19.000,00	
		2003-16-021: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Borck Martina und Dieter	5.771,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			199.945,00	16
	Postproduktionsförderung	2003-18-001: Der zehnte Sommer (AT: Der zehnte Sommer des Kalli Spielplatz)	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	7.500,00	
		2003-18-002: Golden Lemons	2Pilots Film GbR Jörg Siepmann	30.750,00	
		2003-18-003: Die Ritterinnen	Mediopolis GmbH Köln Alexander Ris	7.408,31	
		2003-18-005: Zwischen Nacht und Tag	MTM West Television & Film GmbH Andreas Bareiß	7.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-18-006: Schussangst	TATFILM GmbH Christine Ruppert	5.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			58.158,31	5
	Festivals	2003-19-001: 27. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	25.000,00	
		2003-19-002: 9. Internationales Filmfestival Dortmund	femme totale e.V. Anne Schallenberg	30.000,00	
		2003-19-004: 14. Kinofest Lünen	Pro Lünen e.V. Hubert Tenberge	66.000,00	
		2003-19-005: Filmfestival Münster 2003	Filmwerkstatt Münster e.V. Barbara Fischer-Rittmeyer	30.000,00	
		2003-19-006: Seminarprogramm 2003	Kölner Filmhaus e.V. Jochen Bentz	33.000,00	
		2003-19-007: Seminarprogramm 2003	Filmwerkstatt Düsseldorf e.V. Heinz Dr. Holzapfel	10.000,00	
		2003-19-008: Seminarprogramm 2003	Filmwerkstatt Münster e.V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2003-19-009: Short Cuts Cologne	Kölner Filmhaus e.V. Margot Schmidt-Reichart	8.000,00	
		2003-19-010: 19. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e.V. Sigried Limprecht	20.000,00	
	Festivals Summe			237.000,00	9
	Gerd Ruge Projektstipendium	2003-21-008: Funny Help	Luzia Schmid Luzia Schmid	45.000,00	
		2003-21-013: Die grosse Depression	Konstantin Faigle Konstantin Faigle	45.000,00	
		2003-21-033: Mein Vater der Spion	Thomas Schildberg Thomas Schildberg	10.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			100.000,00	3
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2003-31-002: Zypern-Beobachtungen an der Demarkationslinie	Ertan Erdogan	4.000,00	
		2003-31-011: Kobe	Rainer Komers	7.000,00	
		2003-31-017: Deutsch-Afghanische Chronik	Circe-Film-GmbH Elke Jonigkeit	10.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			21.000,00	3

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2003-34-025: Der Stille	Oliver Pautsch	10.000,00	
		2003-34-026: Burn Out	Wolfgang Quest	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			20.000,00	2
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2003-35-012: Heimkehrer	Jovan Arsenic c/o Kellermann	12.000,00	
		2003-35-013: Whisky	Pandora Filmproduktions GmbH Christoph Friedel	30.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			42.000,00	3
	Förderung von Kurzfilmen	2003-38-015: After Traffic	Freundefilm GbR Elena Von Saucken	4.000,00	
		2003-38-017: Hinter dem Fluss	Thorsten Kellermann	5.000,00	
		2003-38-026: Esther	Jan Schomburg c/o Kunsthochschule für Medien Köln	13.500,00	
		2003-38-029: Mia	Philipp Schäfer	10.000,00	
		2003-38-030: Für immer Edelweiß	Jens Schillmöller c/o Kunsthochschule für Medien, Köln	10.000,00	
		2003-38-034: The Barbecue-Ladies	Tini Tüllmann c/o Kunsthochschule für Medien Köln	7.900,00	
		2003-38-035: Dig the Dog (AT: Funny Funerals)	Alexander Klein	16.000,00	
		2003-38-042: Austauschprojekt Kuba - Köln 00	Kunsthochschule für Medien Ruth / Daniel Olshan / Müller	4.750,00	
		2003-38-046: End of Summer	Rolf Roring	8.000,00	
		2003-38-052: Goodbye	Steve Hudson	20.000,00	
		2003-38-058: Blick aufs Meer	Sebastian Wehkamp	5.000,00	
		2003-38-063: In die Ferne schreiben (Telegrafie-Tansfer)AT	Christina Zimmermann	8.000,00	
		2003-38-067: Dienstag	Robert Wiezorek	8.000,00	
		2003-38-077: Lorenz lacht	Screenhorn Films Metzler Walta GbR Jens Metzler	16.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-38-083: Der alte Bekannte - el conocido	Sara Maria Marcus	7.000,00	
		2003-38-086: Staub zu Staub	Ulf Czellnik	11.000,00	
		2003-38-087: Klytämnestra Pocket	Florian Schoenherr	10.000,00	
		2003-38-092: Rien ne va plus	Living Films O.H.G. Gergana und Sören Voigt	15.000,00	
		2003-38-093: Der Porzellanhund	Oliver Rahayel	3.400,00	
		2003-38-098: Die Sorge des Erland Werther	Emanuel Bernstone	10.500,00	
		2003-38-099: Fünf Zimmer	KHM Mechthild Barth	11.500,00	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			204.550,00	21
	Verleihförderung	2003-40-003: 19 (Neunzehn)	Piffel Medien Hans-Christian Boese	10.000,00	
		2003-40-005: Ausländer raus - Schlingensiefs Container	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	4.000,00	
		2003-40-006: Go	Rapid Eye Movies Stephan Holl	10.000,00	
		2003-40-014: Junta	Rainer Flaskamp	10.000,00	
	Verleihförderung Summe			34.000,00	4
	Förderung von Filmpräsentationen	2003-44-002: Der Körper des Autoren	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	5.000,00	
		2003-44-004: Tournee niederländische Filme	Bundesverband kommunale Filmarbeit Ute Mader	2.500,00	
		2003-44-005: Afrika und Europa - Cineastische Annäherungen an ein kompliziertes Verhältnis	FilmInitiativ Köln e.V. Irene Schoor	3.000,00	
		2003-44-007: Hafenlichtspiele	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Dr. Holzapfel	5.000,00	
		2003-44-009: Tage des Deutschen Films	Medea Film Produktion Service Matthias Haeb	3.000,00	
		2003-44-010: Streik	Westfälischer Kunstverein Carina Plath	3.500,00	
		2003-44-011: Anarchiv(GZ)	AGZ Stefan Ettliger	4.320,00	
		2003-44-013: Grenzenlose Phantasie - Retrospektive des polnischen Animationsfilms	Polnisches Institut Düsseldorf Malgorzata Grudzinska	4.400,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-44-014: Latinoamericana	Studienkreis Film - Filmclub an der Ruhruniversität Bochum Ulrich Ziemons	650,00	
		2003-44-015: Werkschau Michael Lentz	Filmclub 813 e.V. c/o Japan. Kulturinstitut Bernhard Marsch	1.950,00	
		2003-44-017: Cinétrance - Filme von Jean Rouch	Filmclub 813 e.V. c/o Japan. Kulturinstitut Anja Dreschke	2.325,00	
		2003-44-019: Programmreihe im Kurtheater Hennef	Fraulück e. V. Monika König	500,00	
		2003-44-021: Tournee mit dem Film: Visit Iraq	löschen!!! Kamal Aljafari	-	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			36.145,00	13
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2003-45-002: Die Mitte	strandfilm produktions GmbH Dieter Reifarth	30.000,00	
		2003-45-003: Requiem für einen Punk	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	30.000,00	
		2003-45-007: Die Palette	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	30.000,00	
		2003-45-008: Ich habe davon geträumt, Friseur zu werden	Lidija Mirkovic	20.000,00	
		2003-45-011: Zweitschönste Erinnerung	Erwin Michelberger	20.000,00	
		2003-45-012: Can - Baz	Özay Sahin	8.000,00	
		2003-45-015: Die Kunst des Liegens	Lioudmila Voropai	7.000,00	
		2003-45-019: auto motor und horst (AT:Die Familie, die ich nie kennenlernen durfte)	Barbarossafilm Jörg Kobel	15.000,00	
		2003-45-022: Schuss ins Blau	thede filmproduktion Christian Bau	20.000,00	
		2003-45-025: Dancefloor Caballeros - (Der junge Mann und der Kassettenrekorder - AT)	main-office Gebrüder Beetz	18.000,00	
		2003-45-030: Hitler in Paraguay	Matilde Michanie	25.000,00	
		2003-45-034: Wir leben im 21. Jahrhundert	Claudia Indenhock	9.000,00	
		2003-45-038: Hermines Liste	taglicht media GmbH Uli Veith	35.000,00	
		2003-45-041: Pansori, der Klang der Erde	Seunyoung Cho	16.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-45-044: Vater und Feind (AT:Die Botschaft)	Susanne Jäger	8.000,00	
		2003-45-045: Meine drei Tanten aus Homs	Reida Juja	8.000,00	
		2003-45-048: Was wollen Sie eigentlich, Sie leben ja noch!	Krieg & Nolte GbR Robert / Monika Dr. Krieg / Nolte	15.000,00	
		2003-45-050: Gonzalez und seine Modelle	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	50.000,00	
		2003-45-057: Carolina	Isabel Alvarez	10.000,00	
		2003-45-058: Zeit ohne Eltern	Celia Rothmund	8.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			382.000,00	20
	Förderung von Modellprojekten	2003-47-002: The Zone	Dubini Filmproduktion Fosco Dubini	10.000,00	
		2003-47-007: Internetdatenbank "www.Allerweltskino.de"	ALLE(R)WELTSKINO e.V. Köln Martin Block	9.000,00	
		2003-47-008: Archivsicherung Blum	Freie Film Kritik Heiko R. Blum	5.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			24.000,00	3
	Postproduktionsförderung	2003-48-001: Mein kleines Häuserl	Bettina/Stefanie Schiel/Görtz	1.600,00	
		2003-48-004: Gelbe Tage	Filmfabrik Kadir Sözen	2.500,00	
		2003-48-005: Karlchens Parade	ICON Film Herbert Schwering	1.770,00	
		2003-48-009: Stand In	Filmhaus Bielefeld Ronald Herzog	4.000,00	
		2003-48-010: Im Memoriam	Daniel Erb	4.000,00	
		2003-48-015: Espresso	espresso-Film Svenja Mandel	10.000,00	
		2003-48-017: Schneeweiss	Daniela / Dorothee Abke / Brüwer	1.700,00	
		2003-48-018: Mein Leben Teil 2	Angelika Levi	5.000,00	
		2003-48-019: Greenhorn	Red Choco Heart Film Anja Uhland	4.000,00	
		2003-48-020: Love in Concrete	CAMEO Annette Pisacane	25.000,00	
		2003-48-022: Letzte Reise	Marlen / Markus Schlawin / Passera	2.500,00	
		2003-48-023: Geh aus meine Herz	Lola Randl	1.250,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2003-48-024: Contergan: Die Eltern	Moraki Film Andreas Fischer	1.500,00	
		2003-48-027: Blink	Ralf Beckert	7.000,00	
		2003-48-028: Iraqi Airways	Kamal Aljafari	-	
		2003-48-029: Im Memoriam	Daniel Erb	1.000,00	
		2003-48-030: Filmpioniere	Dibs-Film Rüdiger Daniel	2.500,00	
		2003-48-031: Der fliegende Holländer	Dirk Peter Fuchs	1.400,00	
		2003-48-032: Haschisch	Kamal El Kacimi	3.000,00	
		2003-48-038: Kinderdokmarkt Duisburg 2003	Duisburger Filmwoche c/o VHS Mark Stöhr	3.000,00	
		2003-48-042: Wenn der Richtige kommt	Mathias Schick	2.500,00	
		2003-48-043: Ich und das Universum	busse+halberschmidt Marcelo Busse	1.000,00	
		2003-48-044: Der Khan kehrt zurück	Zinnober Film- und Fernsehproduktion GmbH Thomas Meffert	2.500,00	
		2003-48-045: Haider lebt	ALMA-Film-und Theaterproduktion Peter Kern	5.000,00	
		2003-48-047: Mirror	Matthias Müller	2.990,00	
		2003-48-049: Backe Backe Kuchen	Kyne Uhlig	3.000,00	
		2003-48-050: Das Geisterschiff von Ohio	Werner Biedermann	1.500,00	
		2003-48-051: Visit Iraq	Kamal Aljafari		
		2003-48-053: Kinder & Enkel	Hübner Filmproduktion Christoph Hübner	-	
		2003-48-054: e-mail express	Barbara Marheineke	-	
		2003-48-055: Heimkehrer	Jovan Arsenic co Kellermann	7.500,00	
		2003-48-056: Giacomo e Pepe	Michael Kupczyk	580,00	
		2003-48-057: Flyer	Tom Trambow	-	
	Postproduktionsförderung Summe			109.290,00	32

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Festivals	2003-49-002: Film- und Videowettbewerb	Filmhaus Bielefeld e.V. Ronald Herzog	5.000,00	
		2003-49-003: 13. Internationales Bochumer Videofestival	Kulturreferat Asta der Ruhruniversität Bochum Roman Fasching	6.000,00	
		2003-49-004: Blicke aus dem Ruhrgebiet 11. Regionales Festival für Video und Film	Klack Zwo B e.V. Gabi Hinderberger	3.902,95	
		2003-49-006: Cineasia Filmfestival Nummer 3	Cineasia Filmfestival Köln Agopian, Krutsch, Wiens u.a. GbR	7.000,00	
	Festivals Summe			21.902,95	4
	Animation/ Experimentalfilm	2003-55-001: Arts of Science - künstlerische Darstellung von Naturwissenschaft	Dr. Stefan Heusler	7.000,00	
		2003-55-002: Promenade	Vera Lalyko	25.000,00	
	Animation/Experimental film Summe			32.000,00	2
2003	Ergebnis			32.646.925,92	348

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2004	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2004-01-003: Dragnet	Rosebud Films (ab 29.12.05: Ariel Films) Sonja Ewers	50.483,00	
		2004-01-007: Die Entdeckung der Currywurst	Känguruh Film GmbH Volker Ullrich	35.000,00	
		2004-01-008: Nicht-Tödliche Waffen (NT: No More Killing)	Lichtfilm Wolfgang Bergmann	37.000,00	
		2004-01-020: Pnin	Pnin GmbH i. Gr. Bettina Brokemper	30.000,00	
		2004-01-022: Tough Man	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl Ludwig Rettinger	18.534,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			171.017,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2004-03-004: Flughunde	D&D Film- und Fernsehproduktion GmbH Roland Willaert	20.000,00	
		2004-03-006: Freddy - Ein wildes Hamsterleben	Zeitsprung Film und TV Produktions GmbH Sam Davis	20.000,00	
		2004-03-008: Die Zerschlagenen	Kubny und Schnell Film- und Fernsehproduktion Werner Kubny	20.000,00	
		2004-03-014: Contergan	Zeitsprung Film + TV Produktions GmbH Volker Hahn	20.000,00	
		2004-03-017: Legenden	X Filme Creative Pool GmbH Karl-Bernhard Koepsell	20.000,00	
		2004-03-021: Implosion - In Lieb' entbrannt	Living Films Gergana Voigt	20.000,00	
		2004-03-027: Henningstadt	Sabotage Films GmbH Martin Cichy	20.000,00	
		2004-03-037: KING	Heimatfilm Bettina Brokemper	20.000,00	
		2004-03-038: Spanner - Irgendjemand sieht dich immer	2Pilots Filmproduction Jörg Siepmann	20.000,00	
		2004-03-040: Peter Struwel und die Flucht ins 21. Jahrhundert	NFP teleart GmbH & Co. KG Alexander Thies	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			200.000,00	10
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2004-04-003: Elisabeth - Verschwunden in Buenos Aires	Frieder Wagner + Stefan Wölfl Frieder Wagner	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-04-031: Geld allein	Petra Steuber Petra Steuber	15.000,00	
		2004-04-038: VTZ oder Stipe i Jelena	Jovan Arsenic und Kai Hafe- meister Jovan Arsenic	20.000,00	
		2004-04-069: Ende der Eis- zeit	Tom Uhlenbruck Tom Uhlenbruck	20.000,00	
	Drehbuchförde- rung / Antrag durch Regis- seur oder Autor Summe			75.000,00	4
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2004-05-003: Click	X FilmeCreative Pool GmbH Stefan Arndt	500.000,00	
		2004-05-004: Barfuss	barefoot Films Tom Zickler	1.436.582,00	
		2004-05-006: Emmas Glück	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	800.000,00	
		2004-05-008: Die Hochzeits- feier (Lune de guerre) (NT: Die Bluthochzeit)	Typhoon Networks / Fanes Film/ Diana Film Marc / Norbert/ Helmut Conrad / Preuss/ Diel	2.249.944,00	
		2004-05-012: Unkenrufe	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	750.000,00	
		2004-05-013: Das Lächeln der Tiefseefische	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	340.000,00	
		2004-05-014: Madonnen	Pandora Filmproduktions GmbH Karl Baumgartner	180.000,00	
		2004-05-015: Die Legende von den weißen Falken (NT: Der Schatz der..)	Little Shark Entertainment GmbH Tom Spieß	1.083.582,00	
		2004-05-016: Le Coffre des Ancetres (NT: Kirgisische Mitgift)	Thoke Moebius Filmcompany + Pegasos Film Axel + Ernst Möbius + Szebedits	80.000,00	
		2004-05-020: Für den unbe- kannten Hund	Eye! Warning Filmproduktion Domink & Benjamin Reding	297.600,00	
		2004-05-021: Shooting Dogs	Egoli Tossel Film AG Jens Meurer	350.000,00	
		2004-05-022: Eingelocht! (NT: Goldene Zeiten)	Westside Filmproduktion Christian Becker	790.156,69	
		2004-05-024: White Terror	Cameo Film Pisacane An- nette	70.000,00	
		2004-05-025: Der freie Wille	Colonia Media Filmproduk- tion (Label 131) Frank Döh- mann	230.000,00	
		2004-05-026: Caché	Bavaria Film GmbH Prof. Thilo Kleine	200.000,00	
		2004-05-027: Old Love (NT: Love comes lately/ Bis später, Max!)	zero west Kai Künnemann	300.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-05-028: Klimt	Film-Line Productions Arno Ortmaier	500.000,00	
		2004-05-035: L'Avion	Akkord Film/ Fidélité Dirk/ Marc Beinhold/ Missonnier	1.000.000,00	
		2004-05-036: Mr. Average	Tradewind Pictures Springer Thomas	266.000,00	
		2004-05-040: Sommer vorm Balkon	Peter Rommel Productions Peter Rommel	120.000,00	
		2004-05-047: Clara	Helma Sanders GmbH Helma Sanders-Brahms	950.000,00	
		2004-05-049: Leben mit Hannah	Unafilm Titus Kreyenberg	300.000,00	
		2004-05-053: Hope	Pandora Film Produktion Karl Baumgartner	590.000,00	
		2004-05-054: Gefangene	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	300.000,00	
		2004-05-055: In Orbit (NT: Fremde Haut)	MMM Film Zimmermann & Co. GmbH Ulrike Zimmermann	100.000,00	
		2004-05-060: Prinzessin	Colonia Media Filmproduktion/ Label 131 Georg Prof. Feil	400.000,00	
		2004-05-061: Phantome (NT: Was ich von ihr weiß)	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	325.000,00	
		2004-05-063: Liebesleben	X FilmeCreative Pool GmbH Stefan Arndt	686.676,45	
		2004-05-067: Dodo (Kinofilm) (NT: Kleiner Dodo)	Cartoon Film Thilo Graf Rothkirch	700.000,00	
		2004-05-069: Celluloid Dreams (NT: Comrades in Dreams)	Flying Moon Filmproduktion GmbH Helge Albers	150.000,00	
		2004-05-070: Lapislazuli	Dor Film West/ Cobra Film Gerd Huber	269.965,76	
		2004-05-071: August (NT: Die Unerzogenen)	Pandora Filmproduktion GmbH Baumgartner Karl	450.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			16.765.506,90	32
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2004-06-002: Sturmflut	teamWorx Television & Film Nico Hofmann	1.500.000,00	
		2004-06-003: Kein Himmel über Afrika	teamWorx Television & Film Nico Hofmann	370.000,00	
		2004-06-004: Durch Liebe erlöst	Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co. KG Reinhold Elschot	850.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-06-005: Crazy Race II	rome film GmbH Roland Mesmer	750.000,00	
		2004-06-006: Windstärke 8 - Auswanderer	Caligari Film GmbH Gabriele Walther	475.000,00	
		2004-06-009: Die Geschichte des jüdischen Volkes (TV Reihe) (AT: Abrahams Kinder)	Gruppe 5 Filmproduktion Uwe Kersken	450.000,00	
		2004-06-010: Porno!Melo!Drama!	Dreamtool Entertainment Felix Zackor	300.000,00	
		2004-06-011: Lasko - Zug des Todes (NT: - Wunder gibt es immer wieder)	Action Factory GmbH & Co. KG Hermann Joha	1.000.000,00	
		2004-06-013: Dresden - Der Brand	teamWorx Produktion für Kino und Fernsehen GmbH Sascha Schwingel	1.100.000,00	
		2004-06-014: Drei Schwestern made in Germany	Ziegler Film Köln Regina Ziegler	1.100.000,00	
		2004-06-017: Auf der Suche nach dem Glück (NT: Abenteuer Glück)	Filmquadrat GmbH Stefan Tolz	500.000,00	
		2004-06-018: Neger, Neger, Schornsteinfeger	Aspekt Telefilm-Produktion GmbH Markus Trebitsch	1.100.000,00	
		2004-06-019: Arnies Welt	Little Shark Entertainment GmbH Tom Spieß	537.003,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie			10.032.003,00	13
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2004-07-001: Die grosse Depression	Unafilm Kreyenberg Titus	254.300,00	
		2004-07-002: Der grosse Ausverkauf - The big Sellout	Discofilm GmbH Felix Blum	130.000,00	
		2004-07-004: Inmitten der Welten (NT: Wie Luft zum Atmen)	aquafilm Peter Kreutz	125.000,00	
		2004-07-012: Paradizers (NT: Lauf der Dinge)	Intervista digital media Sandra Marzer-Kux	195.000,00	
		2004-07-014: Funny Help (NT: Lost in Liberia)	ICON Film Herbert Schwering	150.000,00	
		2004-07-017: Operation Sunrise	Tutti Canti Filmproduktion Magarita Fotiadis (Neue alleinige GF: Marina Pflutschinger)	75.000,00	
		2004-07-026: Menachem und Fred	Sommer/Egoli Kinofilmproduktion (Neu: Egoli Tossell Film Köl Jens Meurer	90.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-07-027: Der Schatten (NT: El Custodio)	Pandora Filmproduktion GmbH Baumgartner Karl	70.000,00	
	Förderung von Low-Budget- Filmen Summe			1.089.300,00	8
	Förderung von Kurzfilmen	2004-08-003: Der vierte König	Alexandra Schatz Filmpro- duktion Alexandra Schatz	190.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			190.000,00	1
	Verleihförde- rung	2004-10-002: Reconstruction	MFA+ Filmdistribution GmbH Christian Meinke	43.000,00	
		2004-10-003: Die Martins- Passion	Zephir Film Verleih GmbH Uwe Heunisch	28.000,00	
		2004-10-004: Gebürtig	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	13.000,00	
		2004-10-005: At five in the afternoon	Alamode Film Fabien Arséguet	44.135,00	
		2004-10-006: Hotel Noote- boom	Kairos Filmverleih GbR Wilfried Arnold	17.000,00	
		2004-10-009: Sommersturm	X Verleihe AG Rolf Anatol Nitschke	100.000,00	
		2004-10-011: Indian Love Story - Kal Ho Naa Ho	Rapid Eye Movies Stephan Holl	50.000,00	
		2004-10-013: The Fog of War	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	60.000,00	
		2004-10-014: Licht meiner Augen	Schwarz Weiss Filmverleih Dieter Hertel	80.000,00	
		2004-10-015: Lauras Stern	Warner Bros. Entertainment GmbH Philipp Hergarden	100.000,00	
		2004-10-016: Süperseks	Warner Bros. Entertainment GmbH Philipp Hergarden	50.000,00	
		2004-10-017: Höllentour	NFP TV Alexander Thies	100.000,00	
		2004-10-018: Coffee and Cigarettes	Pandora Filmverleih GmbH Reinhard Brundig	50.000,00	
		2004-10-019: Mein Bruder ist ein Hund	Solo Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	125.000,00	
		2004-10-022: Agnes und seine Brüder	X Verleihe AG Rolf Anatol Nitschke	150.000,00	
		2004-10-024: Status Yo!	Die Telepaten Filmverleih GmbH i. Gr. Mustafa El Mesaoudi	50.000,00	
		2004-10-025: Die Thuranos	Neue Visionen Filmverleih GmbH i.G. Torsten Frehse	8.300,00	
		2004-10-026: Vater und Sohn	Piffel Medien Hans-Christian Boese	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-10-028: Männer wie wir (AT: Lattenknaller)	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	50.000,00	
		2004-10-030: Creep	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	100.000,00	
		2004-10-031: Alles auf Zucker	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	50.000,00	
		2004-10-033: Old Boy	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	40.000,00	
		2004-10-035: Egoshooter / Take Away	Reverse Angle Pictures GmbH Peter Schwartzkopff	35.000,00	
		2004-10-036: Schöne Frauen	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	50.000,00	
		2004-10-037: Sieben Zwerge - Männer allein im Wald	Universal Pictures Germany GmbH Dirk Lisowsky	100.000,00	
		2004-10-039: Stratosphere Girl	Rapid Eye Movies Stephan Holl	50.000,00	
		2004-10-042: Kammerflimmern	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	70.000,00	
		2004-10-043: Aus der Tiefe des Raumes	timebandits films GmbH Gerhard Groß	25.000,00	
		2004-10-044: Cowgirl	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	80.000,00	
		2004-10-045: Samaria	Rapid Eye Movies Stephan Holl	42.000,00	
		2004-10-048: Schneeland	Kinowelt Filmverleih GmbH Ralph Koch	60.000,00	
		2004-10-050: Barfuss	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	150.000,00	
		2004-10-052: Weiter als der Mond (AT: Sea of Silence)	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	60.000,00	
		2004-10-053: Whisky	Pandora Film Verleih GmbH Reinhard Brundig	50.000,00	
		2004-10-054: Felix - Ein Hase auf Weltreise	Universal Pictures Hamburg Film- u. Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	50.000,00	
		2004-10-055: Blackout Journey	Farbfilm Verleih Alexander Dupont-Geisselmann	50.000,00	
		2004-10-056: The Nomi Song	Arsenal Filmverleih GmbH Stefan Paul	15.000,00	
		2004-10-057: Playa del Futuro	Kinowelt Filmverleih GmbH Ralph Koch	50.000,00	
		2004-10-058: Die Syrische Braut	timebandits films GmbH Gerhard Groß	100.000,00	
		2004-10-060: Der Flamenco Clan	Salzgeber & Co Medien GmbH Björn Koll	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-10-061: Kebab Connection	timebandits films GmbH Gerhard Groß	75.000,00	
		2004-10-062: Lars von Trier - Europa Trilogie	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	35.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.485.435,00	42
	Vertriebsförderung	2004-11-001: The Nomi Song	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG I. Martins	32.424,00	
		2004-11-002: Das Jahr der ersten Küsse	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	30.000,00	
		2004-11-004: Agnes und seine Brüder	Bavaria Media GmbH Weber / Krämer Michael / Ute	14.000,00	
		2004-11-005: Höllentour	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	20.900,00	
	Vertriebsförderung Summe			97.324,00	4
	Zusatzkopienförderung	2004-12-002: Die Passion Christi	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	5.179,68	
		2004-12-005: Harry Potter und der Gefangene von Azkaban	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	5.536,86	
		2004-12-006: Die Spielwütigen	timebandits films GmbH Gerhard Groß	937,21	
		2004-12-007: Höllentour	NFP Neue Filmproduktion tv GmbH Alexander Thies	2.655,54	
		2004-12-008: (T)raumschiff Surprise - Periode 1	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	2.294,43	
		2004-12-009: Paraiso	TEO-Film Alina Teodorescu	2.366,45	
		2004-12-010: Bibi Blocksberg und das Geheimnis der blauen Eulen	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	3.953,77	
		2004-12-011: Lauras Stern	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	3.467,32	
		2004-12-013: 5 x 2 Fünf mal zwei	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	804,42	
		2004-12-014: Der Neunte Tag	Progress Film-Verleih GmbH Jürgen Haase	1.030,50	
		2004-12-015: Schau mich an	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	850,00	
		2004-12-016: Der Polarexpress	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	4.912,91	
		2004-12-017: Rhythm is it!	Piff! Medien GmbH Hans- Christian Boese	3.350,00	
		2004-12-018: Licht meiner Augen	Schwarz Weiss Filmverleih Dieter Hertel	894,25	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-12-019: Die fetten Jahre sind vorbei	Delphi Filmverleih GmbH & Co. KG Claus Boje	1.119,04	
	Zusatzkopienförderung Summe			39.352,38	15
	Jahresfilmprogrammprämie	2004-13-002: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	-	
		2004-13-003: Kamera, Bielefeld	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2004-13-004: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e.V. Jürgen Hillmer	-	
		2004-13-005: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea / Anke Gollnow / Teuber	18.000,00	
		2004-13-006: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Sandra Gallardo	-	
		2004-13-007: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Sandra Gallardo	-	
		2004-13-008: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	-	
		2004-13-009: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel-Brenig KG Gilla / Jürgen Brenig / Lütz	-	
		2004-13-010: Rex, Bonn	Rex-Lichtspielthater GmbH Dieter Hertel	-	
		2004-13-011: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2004-13-012: Universum, Bünde	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	-	
		2004-13-013: Camera, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	-	
		2004-13-014: Roxy, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	-	
		2004-13-015: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	13.000,00	
		2004-13-016: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	15.000,00	
		2004-13-017: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	6.000,00	
		2004-13-018: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.000,00	
		2004-13-019: Soutterrain, Düsseldorf	FTB Kalle Somnitz Karlheinz Somnitz	10.000,00	
		2004-13-021: Astra & Luna, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	6.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-13-022: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	7.000,00	
		2004-13-023: Filmstudio, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	4.000,00	
		2004-13-024: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2004-13-025: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	-	
		2004-13-026: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2004-13-027: Bambi, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	-	
		2004-13-028: Babylon, Hagen	Wehringhausener Kultur- und Begegnungszentrum Jürgen Breuer	-	
		2004-13-029: Central, Hattingen	G&K Filmtheater & Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2004-13-030: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2004-13-031: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	-	
		2004-13-032: Filmhaus, Köln	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	-	
		2004-13-033: Lupe II, Köln	Filmverleih Die Lupe GmbH Walter Kirchner	-	
		2004-13-034: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	-	
		2004-13-035: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	-	
		2004-13-036: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Angela Wilde	-	
		2004-13-037: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	2.500,00	
		2004-13-038: Palasttheater, Menden	G&K Filmtheater & Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	-	
		2004-13-039: Studio, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GbR Gabrielle Rosslbroich	-	
		2004-13-040: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2004-13-041: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-13-042: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater-Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2004-13-043: Hitch, Neuss	FTB Helmut Kettler Helmut Kettler	-	
		2004-13-044: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager e.V. / Zentrum Altenberg Ralf-Ingo Stöck	-	
		2004-13-045: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	-	
		2004-13-046: Cobra, Solingen	Die Provinz lebt e.V. - Kino in der Cobra Anja Herrmann	-	
		2004-13-047: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Judith und Dr. Heribert Schlinker	-	
		2004-13-049: Cinetal, Wuppertal	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef / Annette Bell / Wörsdörfer	-	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			107.500,00	46
	Förderung von Filmpräsentationen	2004-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Bambi und Löwenherz Oliver Groteheide	31.042,00	
		2004-14-002: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Alte Brennerei Schwacke e.V. Schwackenber	-	
		2004-14-003: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Cinetal Programmkino Jutta Jacobs	-	
		2004-14-005: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	-	
		2004-14-006: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2004-14-007: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Lichtwerk Jürgen Hillmer	-	
		2004-14-008: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Viktoria Hilchenbach Jochen Manderbach	-	
		2004-14-009: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Residenz Bad Laasphe Uwe Gemmecker	2.222,00	
		2004-14-010: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Bürgerzentrum Alter Schlachthof Soest Thomas Zedler	-	
		2004-14-011: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2004	Universum Bünde Dirk Kaiser	-	
		2004-14-013: 6. Besonders Wertlos Festival	Initiative Bahnhof Langendreer e.V. Andrea Gollnow	3.000,00	
		2004-14-014: Neues Europa	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	4.215,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-14-015: Kinder-Kino-Fest 2004	Rosslbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslbroich	4.800,00	
		2004-14-017: Französische Filmtage 2004, Bonn	Bonner Kinemathek e.V. Sigrid Limprecht	4.800,00	
		2004-14-018: Filmwoche: Die geteilte Leinwand, Ahlen	Initiative Bürgerzentrum Schuhfabrik e.V. Christiane Busmann	2.500,00	
		2004-14-021: Locations in NRW - Drehort Wuppertal	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef / Annette Bell / Wörsdörfer	4.167,00	
		2004-14-022: 25 Jahre Metropo- l - Stanley Kubrick	Metropol Düsseldorf Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	4.000,00	
		2004-14-023: Filminitiative, Remscheid	Metropol Filmtheater Betriebs GmbH Georg Dawo	5.000,00	
		2004-14-024: Französische Filmtage, Bonn	Hertel-Brenig KG Jürgen Lütz	2.000,00	
		2004-14-025: 25 Jahre Roxy Kino Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde / Hans-Josef Veddeler- Johannsen / Bott	4.000,00	
		2004-14-027: Kinderfilmpro- jekt 2004/2005	Central-Kino Borgentreich Reinold Dohmann	4.715,00	
		2004-14-028: Kulturelles Filmangebot 2004 / 2005, Borgentreich	Central-Kino Borgentreich Reinold Dohmann	4.950,00	
		2004-14-029: 1000 Jahre Deutschland - Hitler und die Folgen	Kino Hitch Helmut Kettler	3.000,00	
		2004-14-030: Die Grauzone	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	1.180,00	
	Förderung von Filmpräsentati- onen Summe			85.591,00	24
	Förderung der Modernisierung und Neuerrich- tung von Film- theatern	2004-16-002: Lichtspielhaus, Lennestadt	Lichtspielhaus Lennestadt Meinolf Hanses	32.923,00	
		2004-16-003: Apollo Service Kino, Altena	Apollo Service Kinos Nicole Göldner	21.026,00	
		2004-16-004: Rex, Langen- feld	Schauplatz Langenfeld GmbH Georg Huff	2.192,00	
		2004-16-005: Kino, Brakel	FTB Thomas Wirth Thomas Wirth	31.842,00	
		2004-16-007: Linden-Center, Meschede	Robert Schütte	14.901,00	
		2004-16-008: Neues Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorf Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	7.089,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-16-009: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	5.172,00	
		2004-16-010: Capitol, Aachen	Coenen & Render GbR Walter Render	10.892,00	
		2004-16-011: Herzog-Theater, Geldern	FTB Janssen GmbH Frank Janssen	30.000,00	
		2004-16-012: Cineplex 2 und Open Air, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	4.500,00	
		2004-16-015: Filmwelt, Herne	Kinobetriebe Herne GmbH Mareike Politt	50.000,00	
		2004-16-016: Kino, Bad Driburg - European DocuZone	FTB Wirth Thomas Wirth	12.000,00	
		2004-16-019: Cinema, Münster - European Docuzone	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	12.000,00	
		2004-16-021: Bambi, Düsseldorf - European DocuZone	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	12.000,00	
		2004-16-024: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Kalle Somnitz	5.492,00	
		2004-16-029: Rex, Köln	Rex Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	6.250,00	
		2004-16-030: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	1.250,00	
		2004-16-031: Filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	22.421,00	
		2004-16-032: Cineworld, Lünen	Nennmann & Thies Kinobetriebs GmbH i. Gr. Lutz / Meinolf Nennmann / Thies	2.978,00	
		2004-16-035: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	28.350,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			313.278,00	20
	Förderung von Modellprojekten	2004-17-004: Cinekarree, Aachen	Cinekarree GmbH Leo Stürtz	100.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			100.000,00	1
	Postproduktionsförderung	2004-18-002: To Walk on Water	Lama Films Amir Harel	20.000,00	
		2004-18-003: Losers and Winners (AT:Verlieren und Gewinnen)	Filmproduktion Loeken Franke Michael/ Ulrike Loeken/ Franke	155.000,00	
		2004-18-004: Hotel	Essential Filmproduktion Susanne Marian	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-18-005: Die syrische Braut	Neue Impuls Film Bettina Brokemper	6.792,00	
		2004-18-006: Edelweisspiraten	Palladio Film GmbH & Co.KG Niko von Glasow	7.500,00	
		2004-18-007: Sugar Orange	Jost Hering Filme Jost Hering	1.150,00	
	Postproduktionsförderung Summe			195.442,00	6
	Festivals	2004-19-001: 28. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	30.000,00	
		2004-19-003: Feminale - 12. Int. FrauenFilmFestival Köln	Feminale e.V. Christine Moser	50.000,00	
		2004-19-004: 15. Kinofest Lünen	Pro Lünen e.V. Hubert Tenberge	66.000,00	
		2004-19-006: Seminarprogramm 2004	Kölner Filmhaus e.V. Jochen Bentz	31.000,00	
		2004-19-007: Seminarprogramm 2004	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Holzapfel	7.000,00	
		2004-19-008: Seminarprogramm 2004	Filmwerkstatt Münster e.V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2004-19-009: Short Cuts Cologne 2004	Kölner Filmhaus e.V. Marita Lenze	6.000,00	
		2004-19-010: 20. Bonner Sommerkino 2004	Förderverein Filmkultur Bonn e.V. Siegrit Limprecht	20.000,00	
		2004-19-011: DOXS - Dokumentarfilme für Kinder	Stadt Duisburg / VHS, Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	10.000,00	
	Festivals Summe			235.000,00	9
	Gerd Ruge Projektstipendium	2004-21-011: Im Reich des Bösen	Mohammad Farokhmanesh / Frank Geiger Mohammad Farokhmanesh	30.000,00	
		2004-21-012: Es begab sich oder es begab sich nicht	Abed Othman Abed Othman	10.000,00	
		2004-21-019: Uns trennen Welten	Bianca Bodau Bianca Bodau	16.130,00	
		2004-21-022: eBay World	Stefan Tolz / Marcus Vetter Stefan Tolz	40.000,00	
		2004-21-029: Beethovenstraße	Manuel Zimmer Manuel Zimmer	15.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			111.130,00	5
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2004-31-001: Portrait deutscher Alkoholiker	58 filme Tom Schreiber	7.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-31-003: Vive l'Indépendance	TimeCode Video + Kommunikation GmbH Rudolf Neddermann	12.000,00	
		2004-31-006: Kampf dem Terrorismus - auf jemenitisch	Zinnober Film- und Fernsehproduktion GmbH Thomas Meffert	10.000,00	
		2004-31-008: Seltsam, aber so steht's geschrieben	Tradewind Pictures GmbH Thomas Springer	10.000,00	
		2004-31-017: Sprung über 's Herz - Emil Bernhard Cohn	Ernestine Kahn	6.000,00	
		2004-31-021: Glückauf	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	25.000,00	
		2004-31-024: Karlag	Nextfilm Filmproduktion GmbH & Co KG Clementina Hegewisch	9.000,00	
		2004-31-028: In the Mix	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	15.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			94.000,00	8
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2004-34-008: Candy Days (AT)	Tomasz Thomson	10.000,00	
		2004-34-009: Yalla Yalla Jelle	Pee Schoettler	7.500,00	
		2004-34-015: Das Glück	Karin Jurschick Filmproduktion Karin Jurschick	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			27.500,00	3
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2004-35-001: Lost and found (AT: Generation)	ICON Herbert Schwering	30.000,00	
		2004-35-003: Dein Herz in meinem Hirn	Rosa von Praunheim Filmproduktion Rosa von Praunheim	20.000,00	
		2004-35-008: Kanaima	World TV Krieg & Nolte GbR Robert Krieg	60.000,00	
		2004-35-012: Im Bett / En La Cama	CMW Film Company GmbH Christoph Meyer-Weil	40.000,00	
		2004-35-017: Débrouillez-Vous (AT:Herz von Welt)	Markus Passera	16.000,00	
		2004-35-018: Die österreichische Methode (AT:24 h)	Schauspieleragentur SPIRIT e.K.. Cornelia Dörr	30.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-35-020: lieben	Rouven Blankenfeld	25.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			221.000,00	7
	Förderung von Kurzfilmen	2004-38-002: Projektionen	Boris Schaarschmidt	15.000,00	
		2004-38-005: Café Blume und zurück (AT) neu: Die Besucher	Mädchen, die flüstern Ulrike Molsen filmproduktion Ulrike Molsen	12.000,00	
		2004-38-009: Der Junge in der Waschmaschine	Garagen Film Tim Großkurth	15.000,00	
		2004-38-021: Badetag	Marlen Schlawin	18.000,00	
		2004-38-023: Menged (AT: Aheiya Mengat)	Daniel Workou	25.000,00	
		2004-38-027: Hein Fach	Sebastian Poerschke	15.000,00	
		2004-38-030: Deus in Machina	Axel Ricke	35.000,00	
		2004-38-041: Mindestens haltbar	Anna Schwingenschuh	7.000,00	
		2004-38-043: 37 ohne Zwiebeln	André Erkau	17.000,00	
		2004-38-045: Vergiss sie	La Forel Enterprises Lale Nalpantoglu Jens Schillmöller	20.000,00	
		2004-38-047: Firn (AT:Bergfilm)	finisfilm GbR Nils Bökamp	10.000,00	
		2004-38-058: Goldjunge	Janna Velber	17.000,00	
		2004-38-060: Ein Geschäft mit Träumen	Sabine Bernardi	15.000,00	
		2004-38-061: LETZTE SAISON	Tina Bauer	13.800,00	
		2004-38-062: Freihändig (AT: Freispiel)	Johannes Sievert	7.890,00	
		2004-38-064: Die unsichtbare Hand	Dirk Lütter	22.000,00	
		2004-38-067: Gloria (AT)	Christine Lang	17.000,00	
		2004-38-071: Wohlfühlwochenende	Lola Randl	25.000,00	
		2004-38-074: Carrick Mor	Anja Uhland RCH Film Anja Uhland	15.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			321.690,00	19
	Summe				

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Verleihförderung	2004-40-001: Tierra	Flax Film Rainer Flaskamp	18.000,00	
		2004-40-005: B.Aires - Solo por Hoy	Flax Film Rainer Flaskamp	15.000,00	
		2004-40-006: Atash	Irit Neidhardt	12.000,00	
		2004-40-007: Die Geschichte von Marie und Julien	Flax Film Rainer Flaskamp	13.500,00	
		2004-40-011: Carpatia	Basis-Film Verleih Filiale GmbH Clara Burckner	10.000,00	
		2004-40-014: Memoria del saqueo - Die Chronik einer Plünderung	Pegasos Filmverleih und Produktion GmbH Ernst Szebedits	20.000,00	
		2004-40-017: Following	flax film GmbH & Co.KG Rainer Flaskamp	18.000,00	
		2004-40-018: Das Netz	EYZ Kino GbR/b film Verleih Andreas Wildfang	8.000,00	
	Verleihförderung Summe			114.500,00	8
	Förderung von Filmpräsentationen	2004-44-002: Retrospektive Peter Schamoni	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	3.000,00	
		2004-44-005: Der brennende Acker - Stummfilm mit Live-Musik	Filmspiegel c/o Filmwerkstatt Münster Nicky Schulte	4.000,00	
		2004-44-007: Topographie im Blick	Nils Plath	5.700,00	
		2004-44-008: Der kleine Godard - Erinnerungen an Hellmuth Costard	Filmclub 813 Markus Mischkowski	1.950,00	
		2004-44-009: Expanded Cinema / Event Cinema	hardware medien kunst verein Iris Dressler	5.000,00	
		2004-44-010: Alles, alles über Deutschland - Deutsche Filme des 20. Jahrhunderts	Filmclub 813 e.V. Hans-Dieter Delkus	3.600,00	
		2004-44-013: Frauenporträts im DEFA Film	Förderverein Filmkultur Bonn e.V. Mark Heinold	2.000,00	
		2004-44-014: Travelling GIFF in Münster	Die Linse - Verein z. Förderung Jens Schneiderheinze kommunaler Filmarbeit e.V.	2.000,00	
		2004-44-015: 8. Afrikanisches Filmfestival - Jenseits von Europa	FilmInitiativ Köln e.V. Irene Schoor	5.000,00	
		2004-44-017: drei 16mm Filmexperimente	Annette Frick	2.975,00	
		2004-44-018: Hafenlichtspiele	Filmwerkstatt Düsseldorf e.V. Heinz Holzapfel	4.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-44-019: Retrospektive Peter Lilienthal	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	2.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			42.225,00	13
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2004-45-002: Gertrud und ihr Kino in Bombay (AT:Edward)	zero west filmproduktion Kai Künnemann	40.000,00	
		2004-45-005: Klassenleben	S.U.M.O. Film Hubertus Siegert	25.000,00	
		2004-45-007: Daheim in Kabul (AT: Die zweite Rückkehr)	Michael Straßburger	11.000,00	
		2004-45-015: König in Deutschland	Antje Knapp	8.500,00	
		2004-45-017: Kobe	Rainer Komers	25.000,00	
		2004-45-022: Zuletzt befreit mich doch der Tod	Camerada Film Beate Middeke	25.000,00	
		2004-45-023: Ein Dorf mitten in Europa	Krieg & Nolte GbR Robert / Monika Dr. Krieg / Nolte	20.000,00	
		2004-45-032: Import-Export - 500 Jahre Deutsch-Türkische Begegnungen	Eren Önsöz	10.000,00	
		2004-45-033: Fritten mit Kimchie	Cerin Honk	10.000,00	
		2004-45-035: Das kurze Leben des José Antonio Gutierrez	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	60.000,00	
		2004-45-038: Man muß sich beeilen, alles verschwindet	Marianne Kapfer Filmproduktion Marianne Kapfer	40.000,00	
		2004-45-041: Schwarzer Graf	Walter Krieg	20.000,00	
		2004-45-043: Die Mondverschwörung	HE Film Thomas Frickel Thomas Frickel	25.000,00	
		2004-45-058: Harte Mädchen weinen nicht (AT:Who's afraid of Kathy Acker)	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	50.000,00	
		2004-45-060: Deutschland nervt	ICON Film Herbert Schwering	50.000,00	
		2004-45-064: Halbschwarz geht nicht	Wadaogo - Production Wandaogo Britta	60.000,00	
		2004-45-065: Das Kindergefängnis von Tscheljabinsk (AT)	Daniel Mann Marco Gilles	50.000,00	
		2004-45-066: Salam Cinema (AT: die Makhmalbafs - Filmdynastie im Iran)	Vera Tschechowa	30.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-45-070: Steppengesichter	Daniel Erb	22.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation			581.500,00	19
	Postproduktionsförderung	2004-48-005: Roberto und Paolo (AT: Toi, toi, toi)	Pavel Schnabel	20.000,00	
		2004-48-011: Gut abgedreht	Rosi Schneider Mohamed	12.500,00	
		2004-48-016: Wandersplitter	Christoph Hübner	20.000,00	
		2004-48-018: Triptychon mit Schafen	Werner Biedermann	1.000,00	
		2004-48-019: public private	Christoph I Behl	4.000,00	
		2004-48-022: Maroa	Lichtblick Film Joachim Ortmanns	20.000,00	
		2004-48-032: Das Floß	Daniel Mann	2.000,00	
		2004-48-033: Mein Leben Teil 2	CELESTEFILM Angelika Levi	1.700,00	
		2004-48-034: Carpatia	Hektor + Rydzewski Bild + Ton Produktion GmbH Rydzewski Ulrich	10.000,00	
		2004-48-035: Auge um Auge	Jens Georg Kremer	2.000,00	
		2004-48-039: In die Hand geschrieben	Rouven Blankenfeld	20.000,00	
		2004-48-042: Science Fiction	Franz Müller	5.000,00	
		2004-48-043: Whisky	Pandora Film Christoph Friedel	5.000,00	
		2004-48-048: The Man Who Shot Chlnatown	Montagnola Productions Stephanie Bahr	25.000,00	
		2004-48-051: In die Hand geschrieben	Rouven Blankenfeld	1.900,00	
		2004-48-052: Sicherung von Archivmaterialien	Archiv für Filmkunde Heiko Blum	5.000,00	
		2004-48-053: Olga Benario	eliasfilm Galip Iytanir	2.000,00	
		2004-48-055: 15. Internationales Videofestival Bochum	ASTA der Ruhruni Bochum Stephan Kraus Dennis Mathei	6.000,00	
		2004-48-056: Sommerblitze	Jost Hering Filme Jost Hering	-	
		2004-48-057: Natura Morta	Cristiano Civitillo	1.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2004-48-059: Nach Amerika will doch jeder (AT)	ITV Filmproduktion Sebastian Wilke	2.700,00	
		2004-48-060: Langzeitbeobachtung Neue Partei	mind-change filmkooperative Alexander; Daniela Kleider; Michel	900,00	
		2004-48-063: Die Zelle	Angela Melitopoulos	6.500,00	
	Postproduktionsförderung Summe			174.200,00	23
	Festivals	2004-49-002: 12. Regionales Festival für Video und Film	Klack Zwo B e.V. Gabi Hinderberger	6.000,00	
		2004-49-003: Film- und Videowettbewerb	Filmhaus Bielefeld e.V. Ronald Herzog	5.000,00	
		2004-49-007: 14. Internationales Bochumer Videofestival	ASTA der Ruhr-Uni-Bochum Dennis Mathei	6.000,00	
		2004-49-008: Film Workshops in Kabul	Bettina Schiel	4.500,00	
		2004-49-014: 15. Internationales Videofestival Bochum	ASTA der Ruhr-Uni Bochum Stephan Kraus Dennis Mathei	6.000,00	
	Festivals Summe			27.500,00	5
	Animation/Experimental film	2004-55-001: Grün	Kyne Uhlig	20.000,00	
		2004-55-003: Puppetmotel	Sabine Dully	15.000,00	
		2004-55-005: Shaheeds Kopftuch	Gul Ramani Filmproduktion Gul Ramani	4.000,00	
		2004-55-006: Flicker	Carsten Schulz Christina von Greve	13.500,00	
		2004-55-009: La légende des poissons rouges	Stéphanie Beaugrand	12.000,00	
	Animation/Experimental film Summe			64.500,00	5
2004	Ergebnis			33.961.494,28	355

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2005	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2005-01-001: Mein Leben mit Carlos	Gebrueder Beetz Filmproduktion Christian Beetz	33.000,00	
		2005-01-004: Kundinnen	D&D Platinum (mementofilm in Gründung) Andrea Willmes	20.000,00	
		2005-01-010: Laura	Elsani Film Anita Elsani	49.656,00	
		2005-01-015: Die Karawane des Lebens	Lighthouse Film & Medienproduktion Michael Schomers	55.100,00	
		2005-01-016: Der Tod meines Vaters	Little Shark Entertainment GmbH / Roxy Film GmbH & Co KG Tom Spieß	30.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			187.756,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2005-03-003: Die Vogelhändler	Filmfabrik, Spiel- und Dokumentarfilmproduktion GmbH Kadir Sözen	20.000,00	
		2005-03-014: Hannes und Julie	U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG Karl-Eberhard Schäfer	20.000,00	
		2005-03-015: 33 Szenen aus dem Leben	Pandora Filmproduktion GmbH Raimond Goebel	20.000,00	
		2005-03-022: Der Eisvogel	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	15.000,00	
		2005-03-023: Wo das Meer beginnt	Pandora Film Produktion Karl Baumgartner	20.000,00	
		2005-03-026: Die folgende Geschichte	Pictorion Pictures GmbH Martin Zimmermann	20.000,00	
		2005-03-033: Prüfungen	Lichtblick Film Joachim Ortmanns	20.000,00	
		2005-03-036: OSTHOLZ ein deutscher Western im Osten	Discofilm GmbH Holger Hage	20.000,00	
		2005-03-050: Sissy, das kleine Teufelsmädchen	Zieglerfilm Köln GmbH Elke Ried	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			175.000,00	9
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2005-04-001: Emmas Käsebrot - Nichts passiert	Ruth Olshan + Heike Fink Ruth Olshan	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-04-053: Arminius	Michael Kreuz Michael Kreuz	20.000,00	
		2005-04-054: Samira & Samir	Siba Shakib Siba Shakib	20.000,00	
		2005-04-056: Meine große Schwester	Stephan Brüggenthies Stephan Brüggenthies	15.000,00	
		2005-04-057: Landeplatz der Engel	Frank Maria Reifenberg Frank Maria Reifenberg	20.000,00	
		2005-04-076: Das Glück ist eine leichte Dirne	Konstantin Faigle Konstantin Faigle	20.000,00	
		2005-04-082: Drei Schlüssel	Petra Steuber Petra Steuber	18.000,00	
		2005-04-092: Woher ich komme	Marcel Ahrenholz / Melanie Andernach / Andreas Köhler Marcel Ahrenholz	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor			153.000,00	8
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2005-05-004: 4006 Neanderthal	Peter Rommel Productions Peter Rommel	320.000,00	
		2005-05-008: Das Parfum	Constantin Film Produktion GmbH Martin Moszkowicz	750.000,00	
		2005-05-011: Sweet Mud	Heimatfilm Bettina Brokemper	242.203,00	
		2005-05-012: Die Insel der verlorenen Seelen	Pain Unlimited Filmproduktion Bettina Brokemper	300.000,00	
		2005-05-013: The Flying Scotsman	zero west filmproduktion Kai Künnemann	500.000,00	
		2005-05-014: Schwesterherz	Egoli Tossell Film Köln Judy Tossell	225.000,00	
		2005-05-015: Dragnet (NT: True North)	Rosebud Films (Neu: Ariel Films GmbH) Sonja Ewers	850.000,00	
		2005-05-016: The Wind that Shakes the Barley	EMC Denise Booth	250.000,00	
		2005-05-020: Die wilden Hühner	Bavaria Filmverleih- und Produktions GmbH Uschi Reich	800.000,00	
		2005-05-024: You the Living (NT: Das jüngste Gewitter) OT: Du levande	Thermidor Filmproduktion Susanne Marian	140.000,00	
		2005-05-025: Krabat	Claussen & Wöbke Filmproduktion Jakob Claussen	1.400.000,00	
		2005-05-028: Blaze (NT: One Way)	barefoot Films Tom Zickler	1.400.000,00	
		2005-05-034: Vollidiot	Senator Film Produktion GmbH Benjamin Herrmann	1.100.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-05-036: Um in den Himmel zu kommen muss man zuerst sterben	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	180.000,00	
		2005-05-037: Vivere	Elsani Film Anita Elsani	850.000,00	
		2005-05-040: Beautiful Bitch	Neue Impuls Film (Neu: Riva Filmprod) M. Eckelt	750.000,00	
		2005-05-048: Die Entdeckung der Currywurst	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	800.000,00	
		2005-05-050: Gegenüber	Heimatfilm Bettina Brokempfer	400.000,00	
		2005-05-051: Within the whirlwind (NT: Mitten im Sturm)	TATFILM GmbH Christine Ruppert	1.359.732,49	
		2005-05-056: Die Anruferin	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	420.000,00	
		2005-05-057: Jasper - Reise bis ans Ende der Welt	Toons 'n' Tales Filmproduktion Sunita Struck	800.000,00	
		2005-05-059: Zweier Ohne	LichtBlick Film- und Fernsehprod. J. Ortmanns	1.115.893,00	
		2005-05-062: Armin - Kleine Menschen in großen Räumen	Busse & Halberschmidt Filmproduktion GbR Markus Halberschmidt	150.000,00	
		2005-05-064: Rennschwein Rudi Rüssel 2	Relevant Film GmbH Heike Wiehle-Timm	1.350.000,00	
		2005-05-065: TELL	MMC Independent Dr. Gereon Sommerhäuser	900.000,00	
		2005-05-066: Die Tränen meiner Mutter	Filmworker GmbH & Co. KG (ursprüngl. FN: MMCI) Nicolas Gruppe	400.000,00	
		2005-05-067: Mein Führer - Die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf Hitler	Y-Filme GmbH i. G. Stefan Arndt	550.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			18.302.828,49	27
	Förderung d. Herst. eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2005-06-005: Die Pamir	Polyphon Film- und Fernseh GmbH Matthias Dr. Esche	500.000,00	
		2005-06-006: Kalter Sommer (AT: Die Mauer - Berlin '61)	teamWorx Television & Film GmbH Hofmann Nico	1.220.000,00	
		2005-06-008: Contergan	Zeitsprung Film + TV GmbH Michael Souvignier	1.500.000,00	
		2005-06-009: Die Germanen	Gruppe 5 Filmproduktion Uwe Kersken	350.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-06-010: Crazy Race III - Der große Coup	Crazy Film Andreas Dr. Richter	810.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie Summe			4.380.000,00	5
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2005-07-002: Being James Dean (NT: James Dean - Little Prince, little Bastard)	Florianfilm André Schäfer	60.500,00	
		2005-07-003: Im Zeichen der Sonne - Freie Deutsche Jugend (NT: Freundschaft - Die FDJ")	HMR Produktion GmbH Dr. Lutz Hachmeister	150.000,00	
		2005-07-004: No More Killing (AT:Killing me softly; Future Wars-Nicht-tödliche Waffen)	Lichtfilm Wolfgang Bergmann Wolfgang Bergmann	150.000,00	
		2005-07-008: eBay World	Filmquadrat GmbH Stefan Tolz	100.000,00	
		2005-07-011: Sonic Mirror	Zyklop Film (seit 2006: Uwe Dresch Film)	50.000,00	
		2005-07-012: 100 Porsches and me	Florianfilm André Schäfer	91.463,00	
		2005-07-014: Im Reich des Bösen - Fünf Leben im Iran	Brave New Work Armin Hofmann	150.000,00	
		2005-07-015: Die russische Geliebte (NT: Ballada)	HANFGARN & UFER Film- und TV Produktion Gunter Hanfgarn	70.000,00	
		2005-07-016: The African Twintowers	Filmgalerie 451 Filmproduktion OHG Frieder Schlaich	110.000,00	
		2005-07-017: Günter Grass - Alltag eines Sisyphus (NT: Der Unbequeme. Der Dicht)	Ziegler Film GmbH & Co KG Regina Ziegler	150.000,00	
		2005-07-021: Blutrache (NT: Kanun)	Engstfeld Film GmbH Axel Engstfeld	145.000,00	
		2005-07-022: Amerikas geheimer Krieg in Laos	Gebrueder Beetz Filmproduktion Eva Rink	50.000,00	
		2005-07-023: Rubljovka - Straße der Glückseligen	Lichtfilm Wolfgang Bergmann Wolfgang Bergmann	120.285,90	
		2005-07-024: Die Mühen der Ebenen (NT: HalbZeit)	Christoph Hübner Filmproduktion Christoph Hübner	120.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			1.517.248,90	14
	Verleihförderung	2005-10-001: Nobody Knows	Rapid Eye Movies Stephan Holl	45.000,00	
		2005-10-002: Der Clown	Action Concept Cinema Herrmann Joha	100.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-10-003: Almost Heaven (AT: Lively up yourself)	timebandits films GmbH Gerhard Groß	75.000,00	
		2005-10-005: Bin-Jip	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	60.000,00	
		2005-10-006: Die Daltons gegen Lucky Luke	Central Film Vertriebs GmbH Peter Sundarp	120.000,00	
		2005-10-007: Maria voll der Gnade	RTL AllRights GmbH Constantin Lange	34.000,00	
		2005-10-008: Bluthochzeit (AT: Die Hochzeitsfeier)	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	125.000,00	
		2005-10-011: Edelweisspira- ten	Palladio Film GmbH & Co KG Niko Von Glasow	150.000,00	
		2005-10-012: Der kleine Eis- bär 2 - Die geheimnisvolle Insel	Warner Bros. Pictures Ger- many Wilfried Geike	100.000,00	
		2005-10-014: Allein	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	87.500,00	
		2005-10-015: Das Lächeln der Tiefseefische	Central Film Vertriebs GmbH Peter Sundarp	60.000,00	
		2005-10-020: Der Schatz der weißen Falken	Falcom Media GmbH Andrea Willson	110.000,00	
		2005-10-022: Schattenväter	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	80.000,00	
		2005-10-023: Lost Children	timebandits films GmbH Stefan Schubert	25.000,00	
		2005-10-024: Manderlay	Legend Filmverleih GmbH Gerhard Bormann	100.000,00	
		2005-10-025: Dear Wendy	Legend Filmverleih GmbH Gerhard Bormann	75.000,00	
		2005-10-027: Factotum	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	40.000,00	
		2005-10-028: Unkenrufe - Zeit der Versöhnung	NFP Neue Filmproduktion tv GmbH Alexander Thies	110.000,00	
		2005-10-029: Sommer vorm Balkon	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	50.000,00	
		2005-10-030: Eine Hochzeit zu dritt (AT: Click)	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	100.000,00	
		2005-10-031: Paradise Now	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	50.000,00	
		2005-10-032: Pietje Bell	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	75.000,00	
		2005-10-033: Fremde Haut	Ventura Film GmbH Heidrun Podszus	30.000,00	
		2005-10-035: Die große De- pression	timebandits films GmbH Stefan Schubert	40.000,00	
		2005-10-038: Caché	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	80.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-10-040: War'n sie schon mal in mich verliebt?	Gmfilms Michael Höfner	15.000,00	
		2005-10-041: Familia Rodante	Kairos-Filmverleih GbR Wilfried Arnold	10.000,00	
		2005-10-042: Die blaue Grenze	jetfilm Filmverleih GbR Jon Handschin	40.000,00	
		2005-10-044: Die große Stille	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	27.000,00	
		2005-10-045: Die wilden Hühner	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	150.000,00	
		2005-10-047: Der letzte Trapper	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	50.000,00	
		2005-10-048: Ghetto	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	50.000,00	
		2005-10-051: Mongolian Ping Pong	Rapid Eye Movies GmbH Stephan Holl	50.000,00	
		2005-10-052: Minik	MFA+ Filmdistribution e. K. Christian Meinke	25.000,00	
		2005-10-053: Felix 2 - Der Hase und die verflixte Zeitmaschine	Universum Film AllRights GmbH Tania Reichert-Facilides	50.000,00	
		2005-10-055: Hitlerkantate	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	50.000,00	
		2005-10-056: Falscher Bekenner	Piffli Medien GmbH Reinhard Matthäus	34.000,00	
		2005-10-057: Urlaub vom Leben	Schwarz Weiss Filmverleih Dieter Hertel	35.000,00	
		2005-10-058: Maria an Callas	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	75.000,00	
		2005-10-059: Elementarteilchen	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	120.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.702.500,00	40
	Vertriebsförderung	2005-11-001: Hitlerkantate	ATRIX Films GmbH Beatrix Wesle	28.911,00	
		2005-11-002: Fremde Haut	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins-Zurhorst	36.470,00	
		2005-11-003: Die große Stille	Bavaria Media GmbH Ute Krämer	35.000,00	
		2005-11-004: Gisela	media luna entertainment GmbH & Co. KG Ida Martins	20.000,00	
	Vertriebsförderung Summe			120.381,00	4
	Zusatzkopienförderung	2005-12-001: 2046	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	2.150,00	
		2005-12-002: Whisky	Pandora Film GmbH + Co. Verleih KG Reinhard Brundig	1.771,44	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-12-003: Star Wars: Episode III - Die Rache der Sith	Twentieth Century Fox of Germany GmbH Vincent De la Tour	5.459,52	
		2005-12-004: Am Tag als Bobby Ewing starb	Jetfilm Filmverleih GbR Jon Handschin	2.386,04	
		2005-12-008: Der kleine Eisbär 2 - Die geheimnisvolle Insel (Spielkreiskopien)	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	2.628,53	
		2005-12-009: Der kleine Eisbär 2 - Die geheimnisvolle Insel (Filmkunstkopien)	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	10.850,00	
		2005-12-010: Flightplan	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	4.822,55	
		2005-12-011: Wie im Himmel	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	1.045,85	
		2005-12-012: Die Chroniken von Narnia: Der König von Narnia	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	7.414,85	
		2005-12-013: Die große Stille	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	3.172,50	
	Zusatzkopienförderung Summe			41.701,28	10
	Jahresfilmprogrammprämie	2005-13-002: Diana, Aachen	Diana Kino Ingrid Schiffers	-	
		2005-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	-	
		2005-13-004: Kamera, Bielefeld	KAMERA Filmkunsttheater Ingrid Heise	-	
		2005-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e. V. Jürgen Hillmer	-	
		2005-13-006: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	20.000,00	
		2005-13-007: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2005-13-008: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	-	
		2005-13-009: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	-	
		2005-13-010: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	-	
		2005-13-011: Rex, Bonn	Rex-Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	-	
		2005-13-012: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	-	
		2005-13-014: Camera, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddel-Johannsen	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-13-015: Roxy, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	-	
		2005-13-016: Schauburg, Dortmund	Schauburg Lichtspiel + Kunsttheater Edith Pioch-Vogt	-	
		2005-13-017: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	15.000,00	
		2005-13-018: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	12.500,00	
		2005-13-019: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	5.000,00	
		2005-13-020: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.500,00	
		2005-13-021: Souterrain, Düsseldorf	FTB Kalle Somnitz Kalle Somnitz	10.000,00	
		2005-13-022: Filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	-	
		2005-13-023: Astra & Luna, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	7.500,00	
		2005-13-024: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	10.000,00	
		2005-13-025: Filmstudio, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	2.500,00	
		2005-13-026: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunst theater Hanns-Peter Hüster	7.500,00	
		2005-13-027: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	-	
		2005-13-028: Schauburg (Studio), Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	-	
		2005-13-029: Bambi + Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	-	
		2005-13-030: Filmriss Kino, Gevelsberg	Filmriss Projektkino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	5.000,00	
		2005-13-031: Babylon, Hagen	Wehringhauser Kultur- und Begegnungszentrum e.V. Jürgen Breuer	-	
		2005-13-032: Central Kino (Lancaster), Hattingen	G + K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Christian / Rene Groteheide / Klinkmann	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-13-033: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2005-13-034: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Lutz Urbach	-	
		2005-13-035: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	-	
		2005-13-036: Filmhaus Kino, Köln	Filmhaus Kino Köln GbR Joachim Kühn	-	
		2005-13-037: Filmpalette, Köln	Filmpalette GbR Dirk Steinkühler	-	
		2005-13-039: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	-	
		2005-13-040: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Angela Wilde	-	
		2005-13-041: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	-	
		2005-13-042: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	2.500,00	
		2005-13-045: Studio, Mettmann	Rosslenbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	-	
		2005-13-046: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	7.500,00	
		2005-13-047: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	-	
		2005-13-048: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater-Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	-	
		2005-13-049: Hitch, Neuss	Helmut Kettler Helmut Kettler	-	
		2005-13-050: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager / Zentrum Altenberg Jörg Kluge	-	
		2005-13-051: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	5.000,00	
		2005-13-052: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	-	
		2005-13-053: Cobra, Solingen	Die Provinz lebt e. V. Anja Herrmann	-	
		2005-13-054: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Judith und Dr. Heribert Schlinker	-	
		2005-13-055: Cinetal, Wuppertal	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef / Annette Bell / Wörsdörfer	-	
		2005-13-056: Talflimmern, Wuppertal	Cinopsis / Rieder & Tykwer GbR Mark Tykwer	-	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			117.500,00	51

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Filmpräsentationen	2005-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Werkstatt für Kultur e.V. Oliver Groteheide	40.586,00	
		2005-14-002: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Alte Brennerei e.V. Schwackenbergl	2.522,00	
		2005-14-003: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Bell & Wörsdörfer Kino GmbH Jutta Jacobs	2.522,00	
		2005-14-004: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	2.522,00	
		2005-14-005: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	2.522,00	
		2005-14-006: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Lichtwerk Bielefeld Jürgen Hillmer	2.522,00	
		2005-14-007: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Viktoria Hilchenbach Jochen Manderbach	2.522,00	
		2005-14-008: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	2.522,00	
		2005-14-009: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Palasttheater Menden Christian Groteheide	-	
		2005-14-010: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Residenztheater Bad Laasphe Uwe Gemmecker	1.278,55	
		2005-14-011: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Central Hattingen Christian Groteheide	-	
		2005-14-012: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Bürgerzentrum Alter Schlachthof Soest Thomas Zedler	2.522,00	
		2005-14-013: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2005	Universum Bünde Dirk Kaiser	2.522,00	
		2005-14-014: Afghanistan-Filmfestival	Kölner Filmhaus e.V. Joachim Kühn	2.000,00	
		2005-14-015: Dokumentarfilmreihe 2005	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	3.500,00	
		2005-14-016: Werkschau Eric Rohmer, Köln	Filmclub 813 e.V. Hans-Dieter Delkus	3.000,00	
		2005-14-017: Wir warten auf's Kino, Ahlen	Initiative Bürgerzentrum Schuhfabrik e. V. Christiane Busmann	2.000,00	
		2005-14-018: 5. Soester Kurzfilm Tage, Soest	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" T. Zedler	3.500,00	
		2005-14-019: 7. Besonders Wertlos Festival, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	3.000,00	
		2005-14-020: Kinderkinoinitiative OWL 2005	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Judith und Dr. Heribert Schlinker	2.013,00	
		2005-14-027: Neues deutsches Kino	Filmpalette GbR Joachim Kühn	5.000,00	
		2005-14-031: Hafenlichtspiele 2005	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	4.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-14-032: Film während des Weltjugendtags, Köln	Weltjugendtag GmbH Uwe Bothur	5.000,00	
		2005-14-034: Kulturelle Filmpräsentation 2005/2006	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.790,00	
		2005-14-035: Kinderfilmprojekt 2005/2006	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.715,00	
		2005-14-037: 2. Int. Trash- & Kurzfilmfestival	H. A. Center Intermedia Zukowski Zukowski	3.000,00	
		2005-14-038: Ver(sch)wende deine Jugend	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef / Annette Bell / Wörsdörfer	1.100,00	
		2005-14-039: Russland zu Gast in Essen - Festival Russischer Kunst	Lichtburg Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	5.000,00	
		2005-14-040: 50 Jahre Eulenspiegel Filmtheater, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Marianne Menze	5.000,00	
		2005-14-042: 5. Französische Filmtage Bonn - Bonn(e) seance	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	5.150,00	
		2005-14-043: 5. Französische Filmtage Köln - Bonn(e) seance	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	5.150,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			131.980,55	31
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2005-15-001: Lichtwerk: Kino für die Sinne, Bielefeld	Lichtwerk Filmtheater Betriebs GmbH Jürgen Hillmer	15.000,00	
		2005-15-009: Marketingmaßnahmen zur Einführung eines Kinos in einer Kleinstadt	Lichtburg am Schiffshebewerk Ekkehard Traunsberger	3.500,00	
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater Summe			18.500,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2005-16-005: Lichtwerk, Bielefeld	Lichtwerk Filmtheater Betriebs GmbH Jürgen Hillmer	100.000,00	
		2005-16-008: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens / Thomas Schneiderheinze / Behm	31.500,00	
		2005-16-010: Schützenhof-Lichtspiele, Finnentrop	Bürgerschützenverein Finnentrop e. V. Stefan Wintersohle	28.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-16-011: Lichtburg Studio Theater, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	9.500,00	
		2005-16-012: Lichtburg am Schiffshebewerk, Datteln	Lichtburg am Schiffshebewerk Ekkehard Traunsberger	5.000,00	
		2005-16-013: Apollo Kino & Bar, Aachen	Coenen & Render GbR Walter Render	5.000,00	
		2005-16-014: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	9.000,00	
		2005-16-017: Central-Kino, Borgentreich	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	40.000,00	
		2005-16-018: Filmpalast, Lüdenscheid	Filmpalast Andre Lubba	11.550,00	
		2005-16-019: Lichtburg am Schiffshebewerk, Datteln	Lichtburg am Schiffshebewerk Ekkehard Traunsberger	4.625,00	
		2005-16-021: Lichtburg-Center, Dinslaken	Lichtburg-Center Dinslaken GmbH Heidrun Griefßer	30.588,00	
		2005-16-022: Atlantis, Cinema und Movie, Mönchengladbach	Wild Bunch Kinos GmbH i. Gr. Mustafa El Mesaoudi	20.000,00	
		2005-16-023: Melodie, Bielefeld	Papier-Bröker Frank Becker	645,00	
		2005-16-024: Rhythmus, Schloß Holte-Stukenbrock	Papier-Bröker Frank Becker	628,00	
		2005-16-027: Apollo Kino & Bar, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	32.000,00	
		2005-16-028: Hansa Kino, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	5.163,00	
		2005-16-030: filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	12.143,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			345.342,00	20
	Förderung von Modellprojekten	2005-17-001: Das Wunder von Bern / Japan Start	Little Shark Entertainment Sönke Wortmann	35.000,00	
		2005-17-003: Cinema, Ahlen	Ahlener Kino GmbH i. Gr. Werner / Martin Bundgaard / Temme	100.000,00	
		2005-17-004: FTB Hövel, Coesfeld	Karl Hövel Filmtheater-Betriebe Karl Hövel	100.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			235.000,00	3
	Postproduktionsförderung	2005-18-001: Bilder einer Ausstellung (NT: Der unbekannte Soldat)	Sentana Filmproduktion Michael Verhoeven	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-18-002: Two Days (NT: Paradise Now)	Razor Film Produktion Gerhard Meixner	6.296,62	
		2005-18-003: Falscher Bekenner	Heimatfilm Bettina Brokemp- er	80.720,00	
		2005-18-005: Falscher Bekenner	Heimatfilm Bettina Brokemp- er	7.500,00	
		2005-18-008: War'n sie schon in mich verliebt? (Keep Smiling)	ICON Film Herbert Schwering	4.350,00	
		2005-18-010: Magic Eye	Elsani Film Anita Elsani	5.990,00	
		2005-18-011: Gisela	TAG/TRAUM Film- & Video- produktion GmbH Gerd Haag	7.500,00	
		2005-18-012: Kontakt	Busse & Halberschmidt Film- produktion GbR Markus Halberschmidt	5.000,00	
		2005-18-014: WWW - What a Wonderful World	Heimatfilm Bettina Brokemp- er	100.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			242.356,62	9
	Festivals	2005-19-001: 29. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Wer- ner Ruzicka	30.000,00	
		2005-19-002: 10. Internationales Filmfestival Dortmund	femme totale e.V. Anne Schallenberg	30.000,00	
		2005-19-004: 16. Kinofest Lünen	Pro Lünen e.V. Hubert Ten- berge	70.000,00	
		2005-19-005: Filmfestival Münster 2005	Filmwerkstatt Münster e.V. Barbara Fischer-Rittmeyer	32.000,00	
		2005-19-006: Seminarprogramm 2005	Kölner Filmhaus e. V. Jo- chen Bentz	31.000,00	
		2005-19-007: Seminarprogramm 2005	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	7.000,00	
		2005-19-008: Seminarprogramm 2005	Filmwerkstatt Münster e.V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2005-19-009: Short Cuts Cologne 2005	Kölner Filmhaus e.V. Marita Lenze	10.000,00	
		2005-19-010: 21. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e.V. Sigrid Limprecht	20.000,00	
		2005-19-011: DOXS! Dokumentarfilme für Kinder	Stadt Duisburg / VHS, Duis- burger Filmwoche Margarete Fuchs	10.000,00	
		2005-19-012: Blicke aus dem Ruhrgebiet	Klack Zwo B e. V. Gabi Hin- derberger	6.000,00	
		2005-19-013: Kurzfilm-Workshop 2005	Filmhaus Bielefeld e. V. Ronald Herzog	5.000,00	
	Festivals Summe			266.000,00	12

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Gerd Ruge Projektstipendium	2005-21-002: Transit	Nicole Armbruster Nicole Armbruster	5.000,00	
		2005-21-008: Being Kosher	Ruth Olshan Ruth Olshan	17.840,00	
		2005-21-013: pere_STROIKA	Christiane Büchner Christiane Büchner	40.000,00	
		2005-21-038: Rekorde im Tschador	Fatima Abdollahyan Fatima Abdollahyan	7.000,00	
		2005-21-045: Blutrache	Jana Matthes / Andrea Schramm Jana Matthes	50.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			119.840,00	5
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2005-31-003: Die Führung	Karin Jurschick Filmproduktion Karin Jurschick	10.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			10.000,00	1
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2005-34-002: Am Ende ist alles ein Wunder	Unafilm Titus Kreyenberg	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			10.000,00	1
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2005-35-007: Chi Lha Visto (AT: Mein italienischer Vater)	Claudia Rorarius Claudia Rorarius	60.000,00	
		2005-35-011: Ritter Roland (AT: Angst der Fische)	Daniel Schmidt	25.000,00	
		2005-35-017: Hidden Faces	Tradewind Pictures GmbH Helmut Weber	50.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			135.000,00	5
	Förderung von Kurzfilmen	2005-38-005: Der lachende Hund	gilles-mann filmproduktion Marco Gilles	12.500,00	
		2005-38-006: Benidorm	Carolin Schmitz	21.000,00	
		2005-38-029: Stilleben (ATSchwestern)	Melanie Andernach	13.500,00	
		2005-38-035: Idas Reise	PanEuropeanPictures P.E.P Judit Ahn Ahn	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-38-038: Du weißt mehr das du nicht weißt (AT: Beziehungsweise Japan)	Eva Radünzel	15.000,00	
		2005-38-039: Echos (AT: Die Besucherin)	Saschko Frey	15.000,00	
		2005-38-040: Hotel Paradijs	Jan Krüger c/o Binger Film Institut	20.000,00	
		2005-38-043: Atome	Till Steinmetz	20.000,00	
		2005-38-047: After Midnight (AT: Mitternachts)	Marcel - André Casasola Merkle	17.000,00	
		2005-38-048: Speed Dating	Gregor Buchkremer	20.000,00	
		2005-38-050: Am Rand	Andreas Hillebrand	2.500,00	
		2005-38-052: Des Täters Tat	Artelt Andreas	14.000,00	
		2005-38-055: Die Angst einer Frau vor der Abseitsregel	full dozen filmproduktion Hossein Pourseifi	25.000,00	
		2005-38-059: Zwei Goldfische (Echt Schitzo - AT)	Marcel Belledin	20.000,00	
		2005-38-060: Der Aufreißer	H2 Medienproduktion Holger Haase	20.000,00	
		2005-38-063: Lostage (AT: Fluch und Liebe)	Bettina Eberhard	20.000,00	
		2005-38-064: Der brave Mann denkt an sich selbst zuletzt	Heldfilm Oliver Held	15.000,00	
		2005-38-066: Zweimal wie immer	Julia Gruß	2.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			287.500,00	18
	Verleihförderung	2005-40-001: Auch Schildkröten können fliegen	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	10.000,00	
		2005-40-004: Sabado - Das Hochzeitstape	flax film GmbH Co. KG Rainer Flaskamp	13.000,00	
		2005-40-005: Saratan	ICON Film Herbert Schwering	14.000,00	
		2005-40-007: Durchfahrtsland	Real Fiction Filmverleih, Köln Joachim Kühn	14.000,00	
		2005-40-008: Was lebst Du?	BOLU Filmproduktion und - Verleih GmbH Uwe Boll	20.000,00	
		2005-40-010: Go West, Young Man!	flax film GmbH & Co. KG Rainer Flaskamp	8.000,00	
		2005-40-012: Am Tag als Bobby Ewing starb	Jetfilm Verleih - Handschin & Bauckhage GbR Jon Handschin	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-40-013: Nordstadt	Michael Kupczyk Michael Kupczyk	5.000,00	
		2005-40-016: Can Baz - Derjenige der mit seinem Leben spielt	Özay Sahin Özay Sahin	5.000,00	
		2005-40-019: Días de Santiago	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	10.000,00	
		2005-40-022: Wahrheit oder Pflicht	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	10.000,00	
		2005-40-025: Weisse Raben	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	15.000,00	
		2005-40-026: Shouf Shouf Habibi	Die Telepaten Filmverleih GmbH Mustafa El Mesaoudi	25.000,00	
		2005-40-030: Paradise Girls	flax film GmbH & Co. KG Rainer Flaskamp	5.000,00	
		2005-40-031: Die schöne Querulantin	flax film GmbH & Co. KG Rainer Flaskamp	6.500,00	
		2005-40-032: Neues vom Haus	mec film Irit Neidhardt	10.000,00	
	Verleihförderung Summe			185.500,00	16
	Förderung von Filmpräsentationen	2005-44-003: Afrikabilder im deutschen Film	scopium - agentur Peter Hammacher/ Thomas Ellenbruch	7.500,00	
		2005-44-004: ROMA Filmwoche	Rom e. V. Kurt Holl	7.000,00	
		2005-44-005: 25 Jahre Eifel-Film on Tour	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	5.000,00	
		2005-44-008: Kitunga - Spurensuche	Filmclub Münster e. V. Winfried Bettmer	2.500,00	
		2005-44-009: MOSAIK - arabische Filmwoche	Initiative arab. Filmwoche in Bielefeld Fakra Fatnassi	2.500,00	
		2005-44-012: Filmland Südafrika	Filminitiative Köln e. V. Irene Schoor	3.000,00	
		2005-44-013: Verstreute Momente der Konzentration. Urbane und digitale Räume	Hardware Medienkunstverein Inke Arns	5.000,00	
		2005-44-015: Digital Rembrandt	Filmhaus Bielefeld e. V. Ronald Herzog	1.500,00	
		2005-44-016: Wiener Vorstadtposen - "Die Alltagsgeschichten" von E. Spira	Filmclub 813 e. V. / Kino in der Brücke Stephan Jelkmann	1.400,00	
		2005-44-017: Night of the Shorts	W-Film Filmproduktion und Filmverleih Stephan Winkler	5.000,00	
		2005-44-018: Filmkunst - Kunstfilm	Filmclub Münster e. V. Winfried Bettmer	2.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			42.900,00	11

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2005-45-001: Däd or a life	Sandra Van Slooten	13.000,00	
		2005-45-006: Giant Steps	Corinna Belz Filmproduktion Corinna Belz	50.000,00	
		2005-45-013: Giangiaco- mo Feltrinelli - Verleger	Pandora Filmproduktion GmbH Raimond Goebel	35.000,00	
		2005-45-015: Der Champagner Spion	LichtBlick Film- und Fernseh- produktion Carl-Ludwig Ret- tinger	75.000,00	
		2005-45-029: Abenteuer Atlas	TAG/TRAUM Film- & Video- produktion GmbH Gerd Haag	40.000,00	
		2005-45-031: Zwei halbe Leben sind kein Ganzes	Servet Golbol	18.000,00	
		2005-45-033: Uschi und Lo- cke (AT: Paradies)	Claudia Indenhock	25.000,00	
		2005-45-037: Koranische Duelle gegen Terror	Zinnober Film- und Fernseh- produktion GmbH Thomas Meffert	50.000,00	
		2005-45-038: warum halb vier?	brothers finest Filmproduktion Axel Pape	25.000,00	
		2005-45-043: Liebe letzte Grüße	Christian Vizi	25.000,00	
		2005-45-047: Grüne Türen in Hetzeldorf (AT: Zwischen zwei Welten)	Klaus Betzl	20.000,00	
		2005-45-049: Das Dschungel- radio (AT: Stimmen gegen Gewalt)	Ariel Films Benjamina Mirnik	55.000,00	
		2005-45-050: Fussballgöttin- nen	unique Film- und Fernseh- produktion GmbH Jenni Kriegel	15.000,00	
		2005-45-061: Ich. Immendorff (AT: Jörg Immendorff - Ich male meine Wunde)	Nicola Graef	60.000,00	
		2005-45-072: Auge in Auge - Eine deutsche Filmgeschichte (AT: K wie Kino)	Preview Production GbR Joachim Schroeder	25.000,00	
		2005-45-076: Der Mann, der singt (AT:My Name Is Shnur)	Peter Rippl Filmproduktion Peter Rippl	30.000,00	
		2005-45-084: Esel, Hund, Katze, Hahn...und andere Musikanten (AT: Stadtmusi- kanten)	Cinetix Medien und Film GmbH Lilo Mangelsdorff	30.000,00	
		2005-45-087: Mr. Supernatu- ral	Miriam Glaser	14.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-45-091: New Tomorrow Deutschland	Nina Stefanka	17.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumen- tation Summe			622.000,00	19
	Förderung von Modellprojekten	2005-47-004: kinolatino.de	flax film GmbH & Co. KG Rainer Flaskamp	10.000,00	
		2005-47-005: dots and loops	Jochen Kronenberg	4.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			14.000,00	2
	Postprodukti- onsförderung	2005-48-001: Goodbye	Steve Hudson	4.500,00	
		2005-48-002: ZORAN	Stephan Schiffers	4.500,00	
		2005-48-003: Durchfahrtsland	2Pilots Filmproduction Jörg Siepmann	-	
		2005-48-004: Der Mann mit der Pauke	DibsFilm Rüdiger Daniel	2.000,00	
		2005-48-005: Weltverbesse- rungsmaßnahme	Datenstrudel Büro Jörn/Jakob Hintzer/Hüfner	5.000,00	
		2005-48-011: Die österreichi- sche Methode (AT:24 h)	Schauspielagentur SPIRIT e.K. Cornelia Dörr	45.000,00	
		2005-48-012: Basti (AT)	Ralf Beckert	18.000,00	
		2005-48-018: LÂL	Dirk Schäfer	4.000,00	
		2005-48-019: Dance of Free- dom	Ariane Kessissoglou	2.700,00	
		2005-48-030: rendez-vous	Alexander Schüler	5.000,00	
		2005-48-033: Lisanne	media productions TO FREE e.K. Thomas Friebe	2.500,00	
		2005-48-046: Schräge Zeit	Basis-Film-Verleih GmbH Clara Burckner	2.500,00	
		2005-48-049: Männer am Meer	Reto Caffi	3.000,00	
	Postprodukti- onsförderung Summe			98.700,00	13
	Festivals	2005-49-002: Film und Vide- owettbewerb	Filmhaus Bielefeld e. V. Ronald Herzog	3.500,00	
		2005-49-003: Filmfest an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005	Heinrich-Heine-Universität Matthias Pitrowski	3.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2005-49-004: Cineasia Filmfestival Köln No. 5	Cineasia Filmfestival Agopian, Krutsch, Wiens, Wiens GbR Mareike Wiens	2.000,00	
	Festivals Summe			8.500,00	3
	Animation/Experimental film	2005-55-004: Rendezvous	Hand-Made Pictures Alfred Dieler	12.000,00	
		2005-55-006: Post	Trick Studio Lutterbeck GmbH Richard Lutterbeck	30.000,00	
	Animation/Experimental film Summe			42.000,00	2
	Hörspiel	2005-80-001: Hörspielförderung 2005	div.Stipendiaten	107.505,00	
	Hörspiel Summe			107.505,00	1
2005	Ergebnis			30.620.539,84	345

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2006	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2006-01-004: Hanna's Words	Mediopolis Film- und Fernsehproduktion GmbH NL Köln Alexander Ris	48.735,00	
		2006-01-006: Jakobs Bruder	Thomas Schmidt Film- und TV Produktionsgesellschaft mbH Thomas Schmidt	25.000,00	
		2006-01-009: Das Vaterspiel	TATFILM GmbH Christine Ruppert	50.000,00	
		2006-01-010: Der Traum Lebt Mein Leben Zu Ende	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	20.000,00	
		2006-01-011: Albert Schweitzer	NFP teleart GmbH & Co. KG Alexander Thies	70.000,00	
		2006-01-012: Fri(e)da darf nicht sterben	Tradewind Pictures GmbH Thomas Springer	20.000,00	
		2006-01-017: Madly in Love	Cameo Film- & Fernsehproduktion e. K. Annette Pisacane	60.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			293.735,00	7
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2006-03-004: Engel und Sünden - Die Galapagos Affäre	TATFILM GmbH Christine Ruppert	20.000,00	
		2006-03-012: Mar de Plástico	2Pilots Filmproduction Harry Flöter	20.000,00	
		2006-03-020: Zarte Parasiten	RheinFilm GmbH Juliane Thevissen	20.000,00	
		2006-03-038: Pommes essen	Dagstar Film + KIOSK Film Ltd. Dagmar Niehage	20.000,00	
		2006-03-041: Ein Perser im Schafspelz	Dreamer Joint Venture Filmproduktion GmbH Oliver Stoltz	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			100.000,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur od. Autor	2006-04-001: Amselfeld	Andreas Gäßler Andreas Gäßler	20.000,00	
		2006-04-011: Malibu	Christian Becker + Philipp Lutz Christian Becker	20.000,00	
		2006-04-037: In a gada da vida	Erwin Michelberger Erwin Michelberger	20.000,00	
		2006-04-052: Der Absprung	Horst Eckert Horst Eckert	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-04-055: Black City / Passerby	Kamal Aljafari Kamal Aljafari	20.000,00	
		2006-04-057: Die Kids	Christine Galitzine & Karl Dietmar Möller-Naß Christine Galitzine	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor			120.000,00	6
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2006-05-001: Mondkalb	Beaglefilms Filmproduktions GmbH Juri Wiesner	170.000,00	
		2006-05-003: Ein Fall für Freunde... wie alles begann (NT: Mullewapp)	MotionWorks Tony Loeser	370.000,00	
		2006-05-004: Auf der anderen Seite des Lebens	corazón international Klaus Maeck	330.000,00	
		2006-05-005: Flokati (NT: Kontra/ aktuell: Elli Makra - 42277 Wuppertal)	Unafilm Titus Kreyenberg	250.000,00	
		2006-05-013: Freischwimmer	Typhoon AG Fritz Wildfeuer	700.000,00	
		2006-05-017: Ironman (NT: Lauf um dein Leben-Vom Junkie zum Ironman)	enigma film Fritjof Hohagen	650.000,00	
		2006-05-020: Die Wilden Hühner und die Liebe	Bavaria Filmverleih- und Prod. GmbH Uschi Reich	700.000,00	
		2006-05-021: Finnischer Tango	Geisberg Studios Eike Besuden Filmproduktion GmbH Eike Besuden	250.000,00	
		2006-05-022: Prinzessin Lillifee	Neue Deutsche Filmgesellschaft mbH Dr. Claudia Sihler-Rosei	500.000,00	
		2006-05-025: Up! Up! To the Sky	Schneider + Groos Filmproduktion GmbH Christof Groos	130.000,00	
		2006-05-026: Nichts geht mehr	aquafilm Peter Kreutz	300.000,00	
		2006-05-028: Bluthunde (NT: Autopiloten)	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	406.800,00	
		2006-05-031: The Visitor (Neu: Der Besucher)	Discofilm GmbH (Neu: Propellerfilm 110. AS) Felix Blum	200.000,00	
		2006-05-041: 33 Bilder aus dem Leben (NT: 33 Szenen..)	Pandora Filmproduktion GmbH Raimond Goebel	260.000,00	
		2006-05-042: The Children of Huang Shi (NT: Die Kinder der Seidenstrasse)	zero west filmproduktion Martin Hagemann	250.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-05-046: Lemon Tree	Heimatfilm GmbH & Co. KG. Bettina Brokemper	350.000,00	
		2006-05-047: These Times (NT: It's a free world)	EMC Produktion GmbH Denise Booth	200.000,00	
		2006-05-048: Love and other crimes (Liebe und andere Verbrechen)	ICON Film Herbert Schwering	200.000,00	
		2006-05-049: Women without men (AT: Summer 1953)	Essential Filmproduktion Susanne Marian	250.000,00	
		2006-05-051: Nordwand	MedienKontor Movie Boris Schönfelder	250.000,00	
		2006-05-052: Die Frauen des Anarchisten (NT: Die Frau des Anarchisten)	P'artisan Film Produktion Peter Sehr	500.000,00	
		2006-05-056: Lara	EM + Cox Filmproduktion Elisabeth Müller	280.000,00	
		2006-05-058: Unter Bauern (NT: Unter Bauern - Retter in der Nacht)	FilmForm Köln Joachim von Mengershausen	1.150.000,00	
		2006-05-059: Das Vaterspiel	TATFILM GmbH Christine Ruppert	1.000.000,00	
		2006-05-060: Dr. Aléman	2Pilots Filmproduction Jörg Siepmann	750.000,00	
		2006-05-061: Lebanon	Ariel Films Benjamina Mirnik	160.000,00	
		2006-05-064: The Rainbow- maker	27 Films Production Oliver Damian	50.000,00	
		2006-05-066: Buddenbrooks	Colonia Media Filmproduk- tion Winka Wulff	2.150.000,00	
		2006-05-068: Meine schöne Bescherung	X Filme Creative Pool Ma- nuela Stehr	431.213,00	
		2006-05-069: Anonyma	Constantin Film Produktion Martin Moszkowicz	2.500.000,00	
		2006-05-070: Das Geheimnis des Glücks (NT: Die Besu- cherin)	ICON Film Herbert Schwering	400.000,00	
		2006-05-071: Der Fürsorger	Elsani Film Anita Elsani	225.000,00	
		2006-05-072: Lulu und Jimi	sperl + schott film Dr. Gab- riela Sperl	1.100.000,00	
		2006-05-074: The Strength of Water	Pandora Filmproduktion Raimond Goebel	290.000,00	
		2006-05-075: Disengage- ment/ Trennung	Pandora Filmproduktion Christoph Friedel	400.000,00	
		2006-05-078: Hardcover	Little Shark Entertainment Tom Spieß	1.272.439,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-05-080: The Plant	Blinker Filmproduktion Meike Martens	60.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			19.435.452,00	37
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2006-06-001: An die Grenze	Colonia Media Filmproduktions GmbH Christian Granderath	500.000,00	
		2006-06-003: Mein alter Freund Fritz	AllMedia Pictures GmbH Martin Hoffmann	200.000,00	
		2006-06-004: Tarragona	Zeitsprung Entertainment GmbH Michael Souvignier	1.200.000,00	
		2006-06-006: Teufelsbraten	Colonia Media Filmproduktions GmbH Dr. Günter Rohrbach	1.450.000,00	
		2006-06-007: Das letzte Aufgebot	Phoebus Film GmbH & Co Produktions KG Markus Brunnemann	1.300.000,00	
		2006-06-008: Schade um das schöne Geld	Network Movie Film- und Fernsehprod. R. Elschof	450.000,00	
		2006-06-010: Crazy Race IV - Auf der Jagd nach dem afrikanischen Diamanten NT: African Race	Crazy Film Dr. Andreas Richter	800.000,00	
		2006-06-012: Hafen der Hoffnung - Die letzte Fahrt der Wilhelm Gustloff (AT)	UFA Filmproduktion Norbert Sauer	1.060.000,00	
		2006-06-013: Das Gelübde	Colonia Media Filmproduktions GmbH Ralf von Jordans	925.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie Summe			7.885.000,00	9
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2006-07-002: Staub	Ma.ja.de. Filmproduktion Meike Martens	95.000,00	
		2006-07-004: pereSTROIKA	Büchner.Filmproduktion GbR Tobias Büchner	130.000,00	
		2006-07-008: Mr. December - NoBody's Perfect	Palladio Film GmbH & Co KG Niko Von Glasow	170.000,00	
		2006-07-014: Heart of Gold (NT: Hidden Heart)	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Carl-Ludwig Rettinger	86.000,00	
		2006-07-017: Lenin kam nur bis Lüdenscheid	Florianfilm Andre Schäfer	100.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-07-019: Der Tunnel von Sarajevo	Engstfeld Film Axel Engstfeld	140.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen			721.000,00	6
	Verleihförderung	2006-10-001: Leben in mir (AT: Ono / Strangers)	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	50.000,00	
		2006-10-002: Der Hals der Giraffe (OT: Le cou de la giraffe)	Schwarz Weiss Filmverleih Dieter Hertel	70.000,00	
		2006-10-003: Klimt	Arsenal Filmverleih GmbH Stefan Paul	100.000,00	
		2006-10-004: Silence Becomes You	Filmlichter Verena Aimée / Andreas Oefler / Niemand	25.000,00	
		2006-10-007: Gib mich die Kirsche	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	35.000,00	
		2006-10-008: Niceland	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	50.000,00	
		2006-10-009: Lapslazuli - Im Auge des Bären	Twentieth Century Fox of Germany GmbH Vincent De la Tour	75.000,00	
		2006-10-010: Emmas Glück	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	100.000,00	
		2006-10-011: Vitus	Schwarz Weiss Filmverleih Dieter Hertel	125.000,00	
		2006-10-012: Das Parfum - Die Geschichte eines Mörders	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	150.000,00	
		2006-10-014: Ein Freund von mir	X Verleih AG Stefan Arndt	75.000,00	
		2006-10-017: Glück in kleinen Dosen	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	50.000,00	
		2006-10-018: L'Avion - Das Zauberflugzeug	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	75.000,00	
		2006-10-019: The Wind that shakes the Barley	Neue Visionen Filmverleih GmbH Torsten Frehse	70.000,00	
		2006-10-020: Der Liebeswunsch	NFP Neue Filmproduktion tv GmbH Alexander Thies	75.000,00	
		2006-10-021: Mein Führer	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	200.000,00	
		2006-10-022: Bye Bye Blackbird	Reverse Angel Pictures GmbH Peter Schwartzkopff	23.000,00	
		2006-10-023: One Way (AT: Blaze)	Universal Pictures Hamburg Film- und Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	100.000,00	
		2006-10-024: Valley of Flowers	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	92.000,00	
		2006-10-025: Brinkmanns Zorn	Neue Visionen Filmverleih GmbH Torsten Frehse	10.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-10-026: Vivere	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	50.000,00	
		2006-10-027: Shooting Dogs	timebandits films GmbH Stefan Schubert	70.000,00	
	Verleihförder- ung Summe			1.670.000,00	22
	Vertriebsförde- rung	2006-11-001: Der freie Wille	Bavaria Media GmbH Ute Krämer	10.000,00	
	Vertriebsförde- rung Summe			10.000,00	1
	Zusatzkopien- förderung	2006-12-001: Himmel und Huhn	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	2.442,56	
		2006-12-002: Matchpoint	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	2.063,96	
		2006-12-003: Die wilden Hühner	Constantin Film Verleih GmbH Michael Marbach	5.508,00	
		2006-12-004: Die große Stille	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	1.800,00	
		2006-12-005: We feed the World - Essen global	Delphi Filmverleih GmbH Sonja Schmitt	1.709,38	
		2006-12-006: Tom Tykwer Festival	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	5.454,95	
		2006-12-007: Fluch der Kari- bik 2	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	5.892,00	
		2006-12-008: Hui Buh - Das Schloßgespenst	Constantin Filmverleih GmbH Thomas Peter Friedl	5.045,00	
		2006-12-009: Emmas Glück	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Thomas Matlok	3.223,00	
		2006-12-010: Das Parfum - Die Geschichte eines Mörders	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	7.450,00	
		2006-12-013: Das Parfum - Die Geschichte eines Mörders	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	4.550,00	
		2006-12-014: Das Haus der schlafenden Schönen	Atossa Film Produktion GmbH Vadim / Raymond Glowna / Tarabay	4.306,16	
		2006-12-015: Vitus	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	2.455,00	
	Zusatzkopien- förderung Summe			51.900,01	13
	Jahresfilmpro- grammprämie	2006-13-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	2.000,00	
		2006-13-002: Capitol, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	2.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	10.000,00	
		2006-13-004: Kamera, Bielefeld	Kamera	8.000,00	
		2006-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Filmhaus Bielefeld e. V Jürgen Hillmer	16.000,00	
		2006-13-006: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2006-13-007: Metroplis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	4.000,00	
		2006-13-008: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	18.000,00	
		2006-13-009: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	16.000,00	
		2006-13-010: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	8.000,00	
		2006-13-011: Rex, Bonn	Rex - Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	6.000,00	
		2006-13-012: Woki-Atelier, Bonn	CineVision Filmtheater GmbH Rainer Otto	2.000,00	
		2006-13-013: ZOOM, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	12.000,00	
		2006-13-014: Camera, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	10.000,00	
		2006-13-015: Roxy, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	12.000,00	
		2006-13-016: Schauburg, Dortmund	Schauburg Lichtspiel + Kunsttheater Edith Pioch-Vogt	6.000,00	
		2006-13-018: Bambi, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	14.000,00	
		2006-13-019: Black Box, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	10.000,00	
		2006-13-020: Cinema, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	4.000,00	
		2006-13-021: Metropol, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	8.000,00	
		2006-13-022: Souterrain, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	8.000,00	
		2006-13-024: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-13-025: Astra Theater & Luna, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	6.000,00	
		2006-13-026: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2006-13-027: Filmstudio, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	2.000,00	
		2006-13-028: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2006-13-029: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2006-13-030: Filmriss, Gelvesberg	Filmriss Projekt kino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	2.000,00	
		2006-13-031: Bambi, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	12.000,00	
		2006-13-032: Babylon, Hagen	Kulturzentrum Pelme e. V. Jürgen Breuer	6.000,00	
		2006-13-033: Central, Hattingen	G & K Filmtheater & Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	4.000,00	
		2006-13-034: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Daniel Huys	4.000,00	
		2006-13-035: Onikon, Herdecke	Filminitiative Herdecke e. V. Friedhelm Schürmann	2.000,00	
		2006-13-036: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	6.000,00	
		2006-13-037: Kino im Kuba, Jülich	Kultur im Bahnhof e.V. Christoph Klemens	2.000,00	
		2006-13-038: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter und Martina Borck	10.000,00	
		2006-13-040: Filmpalette, Köln	Kühn / Recktenwald / Steinkühler - Filmpalette GbR Dirk Steinkühler	10.000,00	
		2006-13-041: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	18.000,00	
		2006-13-042: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Angela Wilde	8.000,00	
		2006-13-043: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	14.000,00	
		2006-13-044: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	2.000,00	
		2006-13-045: Hansa Kino, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	2.000,00	
		2006-13-046: Studio, Mettmann	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	10.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-13-047: Rio, Mülheim	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2006-13-048: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	16.000,00	
		2006-13-049: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	14.000,00	
		2006-13-050: Hitch, Neuss	Hitch - Kino in Neuss Helmut Kettler	10.000,00	
		2006-13-051: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager / Zentrum Altenberg Jörg Kluge	2.000,00	
		2006-13-052: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	4.000,00	
		2006-13-053: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	8.000,00	
		2006-13-057: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	4.000,00	
		2006-13-059: Talflimmern Open-Air-Kino, Wuppertal	Cinopsis - Rieder & Tykwer GbR Mark Tykwer	2.000,00	
		2006-13-060: Metropolis, Würselen	Metropolis Filmtheater GmbH Axel Petry	2.000,00	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			398.000,00	53
	Förderung von Filmpräsentationen	2006-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen - Lippe 2006	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	40.000,00	
		2006-14-014: Ganz normal Mensch	Filmpalast André Lubba	1.500,00	
		2006-14-015: Dokumentarfilmreihe 2006	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	3.500,00	
		2006-14-017: Türkische Filmtage	Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	5.000,00	
		2006-14-019: Direct Cinema: Retrospektive Albert und David Maysles	Filmclub 813 Jennifer / Anja Jones / Dreschke	3.000,00	
		2006-14-021: Kindergartenkinder ins Kino holen	Cineplex Warburg Heribert Schlinker	2.000,00	
		2006-14-025: Movie in Motion - Lichtspiele unterwegs	Cinetal Bell + Wörsdörfer Kino GmbH Detlef Bell	3.000,00	
		2006-14-026: Deutsche Klassiker	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	1.500,00	
		2006-14-028: Hafenlichtspiele 2006, Düsseldorf	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	1.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-14-029: 8. Besonders Wertlos Festival, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	3.000,00	
		2006-14-030: Artur Brauner - 60 Jahre Filmschaffen, Köln	Filmclub 813 e. V. Frank Blum	3.200,00	
		2006-14-031: Lichtburg Open-Air am Dom, Essen	Lichtburg Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	5.000,00	
		2006-14-032: 1. Kurdische Filmtage in Köln	Verband der Studierenden aus Kurdistan e. V. Mazlum Ayalp	2.000,00	
		2006-14-033: Münster Ethno Film Fest III, Münster	Die Linse e. V. Christine Müh	1.500,00	
		2006-14-034: Kinderfilmprojekt 2006/2007	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2006-14-035: Kulturelle Filmpräsentation 2006/2007	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2006-14-036: Tage des Russischen Films	Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	5.000,00	
		2006-14-037: 95 jähriges Kino-Jubiläum, Steinfurt	Focus Cinemas Steinfurt Ltd. Ellen Borowiak	1.500,00	
		2006-14-038: Das Haus der schlafenden Schönen	Atossa Film Produktion GmbH Vadim / Raymond Glowna / Tarabay	5.200,00	
		2006-14-039: Seniorenkino	Cineplex Warburg Heribert Schlinker	1.500,00	
		2006-14-040: Close to Home	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	5.000,00	
		2006-14-041: Dokumentarfilmreihe 2007	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" e. V. Thomas Zedler	3.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			105.900,00	22
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2006-15-001: Lichtburg-Filmpalast, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	6.018,00	
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater Summe			6.018,00	1
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2006-16-003: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	43.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-16-005: Lichtspielhaus Crista Kaspari, Schmalleberg	Lichtwerk GmbH Thomas Bette	18.060,00	
		2006-16-006: Kino, Wachtberg	Elisabeth Knorr	30.000,00	
		2006-16-007: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	10.000,00	
		2006-16-009: Lichtburg-Filmpalast, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	30.000,00	
		2006-16-011: Atelier im Savoy, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimsberg	40.000,00	
		2006-16-012: Harmonie-Filmtheater, Augustdorf	Papier Bröker Frank Becker	2.200,00	
		2006-16-015: Focus Cinemas, Steinfurt	Focus Cinemas Steinfurt Ltd. Ellen Borowiak	1.400,00	
		2006-16-018: Filmpalette, Köln	Filmpalette GbR Joachim Kühn	32.000,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			207.160,00	9
	Förderung von Modellprojekten	2006-17-001: The Match Factory	The Match Factory Philipp Hoffmann	250.000,00	
		2006-17-002: Cineplex, Olpe	Cineplex Olpe GmbH Helmut Brunotte	100.000,00	
		2006-17-003: Fassbinders Berlin Alexanderplatz: Remastered	Rainer Werner Fassbinder Foundation GmbH Juliane Lorenz	150.000,00	
		2006-17-004: Die Soldaten, Oper von Bernd Alois Zimmermann	Kultur Ruhr GmbH Jürgen Flimm	20.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			520.000,00	4
	Postproduktionsförderung	2006-18-001: The Boss of it all	Pain Unlimited Filmproduktion GmbH (neu: Zentropa Intern. Kö)	15.000,00	
		2006-18-003: On the blacktop (NT: Reich mir deine Hand)	busse & halberschmidt Markus Halberschmidt	140.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			155.000,00	2
	Festivals	2006-19-001: 30. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-19-003: Internationales Frauenfilmfestival 2006	FEMINALE e. V. Beate Preisler	50.000,00	
		2006-19-004: 17. Kinofest Lünen	PRO Lünen e. V. Hubert Tenberge	70.000,00	
		2006-19-007: Seminarprogramm 2006	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	6.000,00	
		2006-19-008: Seminarprogramm 2006	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2006-19-009: Unlimited 1. Kurzfilm Festival Köln	Kurzfilmfreunde Köln e. V. Marita Lenze	15.000,00	
		2006-19-010: 22. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e. V. Sigrid Limprecht	20.000,00	
		2006-19-011: DOXS! Dokumentarfilm für Kinder	Stadt Duisburg / VHS, Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	10.000,00	
		2006-19-013: Seminarprogramm 2006	Filmhaus Bielefeld Ronald Herzog	5.000,00	
		2006-19-014: 16. Internationales Videofestival Bochum	ASTA der Ruhruni Bochum Stephan Kraus D. Mathei	3.000,00	
	Festivals Summe			214.000,00	10
	Gerd Ruge Projektstipendium	2006-21-026: Sewastopols Albatrosse	Andrei Schwartz Andrei Schwartz	35.945,00	
		2006-21-040: Der Zauberlehrling	Jens Schanze Jens Schanze	34.756,00	
		2006-21-055: Im Jahr des Hundes	Ursula Scheid Ursula Scheid	9.000,00	
		2006-21-074: Moving Pictures	Ralf Bücheler Ralf Bücheler	4.000,00	
		2006-21-078: Contact the Distance	Mechthild Barth Mechthild Barth	20.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			103.701,00	5
	Festivalpräsentationsförderung	2006-22-001: Phantome (NT: Was ich von ihr weiß)	Cameo Film- u. Fernsehproduktion Annette Pisacane	5.000,00	
		2006-22-002: Der Mann von der Botschaft (AT: Saschka)	TATFILM GmbH Christine Ruppert	5.000,00	
	Festivalpräsentationsförderung Summe			10.000,00	2
	Stoffentwicklung – Einzel	2006-23-002: Die innere Zone	Dubini Filmproduktion Fosco Dubini	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-23-007: Starfighter	Lichtfilm Wolfgang Bergmann	33.000,00	
	Stoffentwicklung - Einzel Summe			53.000,00	2
	Stoffentwicklung – Paket	2006-24-001: Paket - Pandora	Pandora Film Christoph Friedel	115.000,00	
		2006-24-002: Paket - Lichtblick	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	141.746,00	
	Stoffentwicklung - Paket Summe			256.746,00	2
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2006-31-001: Shit Happens	Ruth Olshan	10.000,00	
		2006-31-005: Let yourself go - ein Portrait des Jazz Pianisten Fred Hersch	Katja Duregger	5.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			15.000,00	2
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2006-34-017: Freiheit	Dirk Lütter	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			10.000,00	1
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2006-35-023: Die Helden aus der Nachbarschaft	Ja Films Jovan Arsenic	50.000,00	
		2006-35-024: La Sangre Brota - Blood Appears	Cameo Film- & Fernsehproduktion e. K. Annette Pisacane	50.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			100.000,00	2
	Förderung von Kurzfilmen	2006-38-001: Pauls Opa	Ove Sander	19.000,00	
		2006-38-008: Herbstturnier (AT: Hühnerstall)	Dorothea Nölle	23.000,00	
		2006-38-010: Rien du tout	Kunst-Werke Berlin e.V. Gabriele Horn	7.000,00	
		2006-38-019: Der Zwischenmieter	Erim Giresunlu	17.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-38-021: Die Brille	Julian Isfort	2.300,00	
		2006-38-022: Peter Lohmeyer sein	IMBISSFILM GbR Martin Rehbock	8.000,00	
		2006-38-026: iPott	Carsten Vauth	9.600,00	
		2006-38-030: Il Giardino	Michael Ester	10.000,00	
		2006-38-034: Marie	Jutta Schünemann	10.000,00	
		2006-38-037: Room For Two	Urs Domingo Gnad	21.000,00	
		2006-38-038: Lea	Steffi Niedertzoll	18.900,00	
		2006-38-040: Bruder, Bruder (AT)	Lars Kreyßig	15.900,00	
		2006-38-041: Salz im Auge (AT:Express Oriental)	CreTa GbR Thomas Crecelius	14.000,00	
		2006-38-049: Ach Luise (AT: Alte Liebe)	Irene Graef Irene Graef	24.600,00	
		2006-38-053: Auf der Strecke (AT: Einzelstrecke)	Reto Caffi Reto Caffi	23.000,00	
		2006-38-054: Flaschengeister (AT: Pfand 2000)	Martin König	15.000,00	
		2006-38-057: Strafstoß	Simon&Schlosser Filmprod. GbR Markus Simon	25.000,00	
		2006-38-058: Ma'rib	Rainer Komers Filmproduktion Rainer Komers	25.000,00	
		2006-38-062: Titus und Alfonso (AT: Frohe Weihnacht, Don Alfonso)	Schiwago Film GmbH Marcos Kantis	12.500,00	
		2006-38-065: Alles bleibt in der Familie	Chris Caliman	16.000,00	
		2006-38-066: Mädchen	Anja Ehrhardt	14.000,00	
		2006-38-071: Latawiec (AT: Im Winter am Meer)	Maria Frycz	16.000,00	
		2006-38-075: Bonanza	Alexandra Georgi	10.000,00	
		2006-38-076: Ehe die Spuren verwehen	Renate Günther-Greene	16.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			372.800,00	24
	Summe				
	Verleihförderung	2006-40-002: Hat Wolf von Amerongen Konkursdelikte begangen?	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	6.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-40-003: Hedy Lamarr - Secrets of a Hollywood Star	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	6.000,00	
		2006-40-005: Die Quereinsteigerinnen	Rif Film Daniel Gräbner	12.000,00	
		2006-40-011: Rolltreppe abwärts	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	15.000,00	
		2006-40-012: Shnat Effes - Die Geschichte vom bösen Wolf	mec film Irit Neidhardt	8.000,00	
		2006-40-013: Die andere Seite des Mondes	flax film GmbH Co. KG Rainer Flaskamp	3.500,00	
		2006-40-016: Close to Home	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	15.000,00	
		2006-40-017: Warum halb vier?	Central Film GmbH Peter Sundarp	12.000,00	
		2006-40-018: Monks	play loud! Productions Dietmar Post	15.000,00	
		2006-40-020: Doch	Michelberger Film Produktion Erwin Michelberger	2.500,00	
	Verleihförderung Summe			95.000,00	10
	Förderung von Filmpräsentationen	2006-44-001: "An der Grenze des Tages". In memoriam Krzysztof Kieslowski	Polnisches Institut Düsseldorf Anna Brzozowska	5.000,00	
		2006-44-007: LaDOC-Lectures 2006	LaDOC-Filmnetzwerk, c/o Filmdokument Braun/Wandaogo GbR Gesa Marten	2.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			7.500,00	2
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2006-45-001: Der Ermittler oder Der Fall Fritz Bauer	CV Films Manuel Götttsching	30.000,00	
		2006-45-006: Camilo - der lange Weg zum Ungehorsam	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	40.000,00	
		2006-45-011: Zaungäste-za plotem	Matl Findel	15.000,00	
		2006-45-015: Self-Made Paradise (AT: Te Spirit of Place)	Avanti Film Christoph Schuch	30.000,00	
		2006-45-032: Deutsche Seelen - Leben nach der Colonia Dignidad (AT:Kolonie der Würdigen)	Polyeides Medienkontor München Matthias Zuber	30.000,00	
		2006-45-039: 18 Parallel (AT: Eingesiedelte Fremde)	Esin Büyükyildirim u. Ozan Ozbanazi	11.000,00	
		2006-45-043: Dharavi - Slums for Sale (AT: Bombay Beat)	Tradewind Pictures GmbH Helmut Weber	55.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-45-056: Die Eroberung der inneren Freiheit	gegenlicht film + tv produktion Silvia/Aleksandra Kaiser/Kumorek	35.000,00	
		2006-45-058: al-batah	Katrin Hellwig-Mechenich	25.000,00	
		2006-45-068: Auf der Suche nach dem Gedächtnis (AT: A Nobel's Life)	Petra Seeger von Mengershausen	20.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			291.000,00	10
	Postproduktionsförderung	2006-48-004: TAKVA	Corazón Int. Akin Maeck Thiel GbR Klaus Maeck	15.000,00	
		2006-48-009: Spielverderber	Busse & Halberschmidt Filmproduktion GbR Marcelo Busse	20.000,00	
		2006-48-010: Ich will dich - Begegnungen mit Hilde Domin	Kerstin Ditges	25.000,00	
		2006-48-012: Kristall	Matthias Müller Matthias Müller	1.440,00	
		2006-48-013: Lichtgestalten (Als die Bilder laufen lernten)	Heidrun Grießer	4.000,00	
		2006-48-015: Es wäre gut, dass ein Mensch würde umbracht für das Volk (Johannespassion)	Hugo Niebeling Filmproduktion Hugo Niebeling	8.000,00	
		2006-48-017: Filmfotographie	Ges. d. Freunde u. Förderer d. Theaterwiss.Sammlung Prof. Dr Elmar Buck	5.000,00	
		2006-48-018: Beckenrand	Kunsthochschule für Medien Köln Michael Koch	4.000,00	
		2006-48-019: Solange Du hier bist	Kunsthochschule für Medien Köln Stefan Westerwelle	5.000,00	
		2006-48-021: Eine Liebe in Ausschwitz	Broadview TV GmbH Leopold Hoesch	5.000,00	
		2006-48-022: Zeit ohne Eltern	Celia Rothmund Celia Rothmund	1.000,00	
		2006-48-028: Komfortzone	Hanno Olderdissen Hanno Olderdissen	1.500,00	
		2006-48-029: Filmfest an der Heinrich-Heine-Universität	Heinrich-Heine-Universität Matthias Pitrowski	2.500,00	
		2006-48-030: Das Haus der schlafenden Schönen	Atossa Film Produktion GmbH Vadim / Raymond Glowna / Tarabay	5.000,00	
		2006-48-035: The Return	Sven O. Hill	7.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-48-037: Die Katzen der Ebene 2	Hold Entertainment GmbH Mustafa Özgür Arslan	9.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			118.440,00	16
	Festivals	2006-49-003: 9. Afrikanisches Filmfestival - "Jenseits von Europa" Neue Filme aus Afrika	FilmInitiativ Köln e.V. Irene Schoor	7.000,00	
		2006-49-004: Cineasia Filmfestival #6	Agopian, Krutsch, Wiens, Wiens GbR Katrin Wiens	4.000,00	
	Festivals Summe			11.000,00	2
	Animation/ Experimentalfilm	2006-55-003: liebeskrank	Spela Cadez	15.000,00	
		2006-55-005: Classix	Dominik Spitol	25.000,00	
		2006-55-006: Globuli	Moving Pictures Stefan Eling	26.000,00	
		2006-55-008: Guardian Angel	Gero Schlierkamp	24.000,00	
		2006-55-009: Nebel	Tessa Knapp Tessa Knapp	9.000,00	
	Animation/Experimental film Summe			99.000,00	5
	Abschlussfilm - LANG	2006-61-003: Verlorene Zeit (AT: Mein Stil ist, das zu schaffen)	Benjamin Greulich Benjamin Greulich	15.370,00	
		2006-61-004: Die Dinge zwischen uns (AT: Ein einfaches Bedürfnis)	Iris Janssen Iris Jansen	75.000,00	
		2006-61-005: Auf der Walz (AT)	schneider+gross filmproduktion GmbH Julia Daschner	60.000,00	
	Abschlussfilm - LANG Summe			150.370,00	3
	Abschlussfilm - KURZ	2006-62-002: Frag Gummo (AT: The Gummo Show)	Samy Challah Samy Challah	27.160,00	
	Abschlussfilm - KURZ Summe			27.160,00	1
	Erstlingsfilm - KURZ	2006-64-001: Sauna Tango	Vera Lalyko Vera Lalyko	30.000,00	
	Erstlingsfilm - KURZ Summe			30.000,00	1
	Hörspiel	2006-80-001: Lulu reloaded - Heimlich auf dem Stummfilmset	Christiane Hitzemann	3.000,00	
		2006-80-002: 66 Recharged	Tom Noga	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2006-80-003: Zombie Swing	Michael Ogrizek	4.000,00	
		2006-80-004: Hochhaus	Paul Plamper	7.000,00	
		2006-80-005: Nach Hause telefonieren	Martina Schulte	6.000,00	
		2006-80-006: Befragung des Echos	Johannes Sistermanns	5.000,00	
		2006-80-007: Marbella Hardcore	Philippe Bruehl	4.000,00	
		2006-80-008: Robotomie	Stan Lafleur	4.000,00	
		2006-80-009: Meyerfeld Wüsten	Edgar Lipki	7.000,00	
		2006-80-010: Voodoo Child	Quabeck, Benjamin & Stegers	6.000,00	
		2006-80-011: Cura Vita	Robert Steudtner	7.000,00	
		2006-80-012: Vom Vergessen der Zeit	Robert Weber	7.500,00	
		2006-80-013: Die neue Lebensführung	Till Müller-Krug	5.500,00	
		2006-80-014: Adam schreit	Barbara Neureiter-FM Einheit	8.500,00	
		2006-80-015: Teamgeist	Thom Kubli	5.000,00	
		2006-80-016: A new sound is hitting the street	Serotonin c/o M.L. Goerke	8.500,00	
		2006-80-017: Tadeusz	Herbert Somplatzki	3.000,00	
		2006-80-018: Pressplay	Mairisch Verlag	2.000,00	
	Hörspiel Summe			98.000,00	18
2006	Ergebnis			33.741.882,01	315

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2007	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2007-01-001: ZZ Top Heaven, Hell or Houston	Spothouse TV GmbH Gandulf Hennig	50.361,00	
		2007-01-004: Unter Bauern	FilmFormKöln GmbH Joachim von Mengershausen	80.000,00	
		2007-01-005: The curse of plenty - Der Fluch des Reichtums	2Pilots Filmproduktion Flötersiepmann Arne Ludwig	60.000,00	
		2007-01-015: Mein Bruder Robert	Philip Gröning Filmproduktion Philip Gröning	50.000,00	
		2007-01-018: Die schwarzen Brüder	enigma film Fritjof Hohagen	50.000,00	
		2007-01-019: Sascha	eastart pictures Ewa Borowski	28.000,00	
		2007-01-022: Samira & Samir	Gemini Film Gerhardt Schmidt	40.000,00	
		2007-01-025: Herbstgold	Gebrueder Beetz Filmproduktion Christian Beetz	35.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			393.361,00	8
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2007-03-006: Unsichtbar (AT)	Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion GmbH Hans. W. Geißendörfer	20.000,00	
		2007-03-011: Sieben Siegel	Lichtmeer Film GmbH & Co. KG Claudia Pöpsel	20.000,00	
		2007-03-016: Pamplona	Pi Filmproduktion GbR Christopher Becker	20.000,00	
		2007-03-020: Geheimagentin Charlie Rose (NT: Alarm für K.A.O.S.)	Akkord Film Produktion GmbH Dirk Beinhold	20.000,00	
		2007-03-025: Grindland	gilles-mann filmproduktion Marco Gilles	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			100.000,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2007-04-044: Draußen	Birgit Grosskopf + Daniela Hilchenbach Birgit Grosskopf	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			20.000,00	1
	Förderung der	2007-05-001: Selbstgesprä-	Geißendörfer Film- und Fern-		

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Herstellung eines Kinofilms	che	sehproduktion Hans W. Geißendörfer	300.000,00	
		2007-05-002: Schweitzer (AT: Albert Schweitzer)	Salinas Filmgesellschaft Alexander Thies	500.000,00	
		2007-05-003: Mein Freund aus Faro	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	400.000,00	
		2007-05-004: Icarus - Berlin calling	Sabotage Films GmbH Karsten Aurich	150.000,00	
		2007-05-005: Die Liebe der Kinder	2Pilots Filmproduction Jörg Siepmann	400.000,00	
		2007-05-011: Adam Resurrected	Adam Productions Werner Wirsing-Lüke	1.000.000,00	
		2007-05-016: Freche Mädchen	Collina Filmproduktion Ulrich Limmer	950.000,00	
		2007-05-019: Die Möglichkeit einer Insel	Black Forest Films Christoph Hahnheiser	200.000,00	
		2007-05-021: The Turtle's Song (NT: Tortuga)	Tradewind Pictures Helmut Weber	205.000,00	
		2007-05-023: Summer	Mediopolis Film- und Fernsehproduktion Alexander Ris	275.000,00	
		2007-05-027: Wüstenblume	MTM West Television & Film GmbH Peter Herrmann	1.100.000,00	
		2007-05-029: Helen	Egoli Tossell Film Judy Tossell	450.000,00	
		2007-05-034: The Dust of Time	Lichtmeer Film GmbH & Co. KG Claudia Pöpsel	750.000,00	
		2007-05-036: Eine vernünftige Lösung (A rational solution)	Pandora Film Raimond Goebel	210.000,00	
		2007-05-037: The Palermo Shooting	Wenders Images GmbH (jetzt: Neue Road Movies GmbH) Wim Wenders	400.000,00	
		2007-05-042: Satte Farben vor Schwarz	Unafilm Titus Kreyenberg	450.000,00	
		2007-05-046: Happy Ever Afters	Tatfilm Christine Ruppert	250.000,00	
		2007-05-052: Der Vorleser	Central Scope NRW Wuebcken Carl L.	1.500.000,00	
		2007-05-053: Hanna's Words (NT: Schläft ein Lied in allen Dingen)	Mediopolis Film- und Fernsehproduktion GmbH Alexander Ris	530.000,00	
		2007-05-054: Laura (NT: Ob ihr wollt oder nicht)	Elsani Film Anita Elsani	1.000.000,00	
		2007-05-056: Lauras Stern in China (NT: Lauras Stern und der geheimnisv. Drache Nian)	Cartoon-Film/ Warner Bros. Thilo Graf Rothkirch	338.531,46	
		2007-05-058: Die Fremde	Independent Artists Filmproduktion Feo + Züli Aladag	150.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-05-059: Tannöd	Wüste Film West Hejo Emons	800.000,00	
		2007-05-060: Murder in the Theatre (NT: Mediator)	Tatfilm Christine Ruppert	290.000,00	
		2007-05-061: Der Brief für den König	Heimatfilm Bettina Brokemper	750.000,00	
		2007-05-064: Sommerspiel (NT: Was du nicht siehst)	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion J. Ortmanns	450.000,00	
		2007-05-066: Maria, ihm schmeckt's nicht!	Claussen+Wöbke+Putz Filmproduktion Jakob Claussen	500.000,00	
		2007-05-067: This is Love	Badlands Film Glasner, Kraume, Vogel GbR Lars Kraume	650.000,00	
		2007-05-068: Lourdes	Thermidor Susanne Marian	149.998,59	
		2007-05-069: Ein Perser im Schafspelz (NT: Salami Aleikum)	Dreamer Joint Venture Filmproduktion GmbH Oliver Stoltz	350.000,00	
		2007-05-070: Es kommt der Tag	Wüste Film West Hejo Emons	200.000,00	
		2007-05-071: Hilde	Egoli Tossell Film Köln Judy Tossell	1.250.000,00	
		2007-05-073: Willkommen in NOGO (NT: Günter Wallraff: Schwarz auf Weiss)	Captator Film Gerhard Schmidt	200.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			17.098.530,05	33
	Summe				
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2007-06-001: Fräulein Stinnes fährt um die Welt	taglicht media Film- & Fernsehproduktion Bernd Wiltung	504.227,71	
		2007-06-003: Schlagwetter (NT: Abgrund - Eine Stadt stürzt ein)	Action Image GmbH & Co. KG Hermann Joha	446.398,18	
		2007-06-005: Die Jagd nach dem Schatz der Nibelungen	Dreamtool Entertainment Stefan Raiser	1.000.000,00	
		2007-06-007: 12 Winter	20:15 Film- und Fernsehproduktion Bettina Brokemper	700.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie			2.650.625,89	4
	Summe				

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2007-07-001: Jakobs Bruder	Thomas Schmidt Film- und TV Produktions GmbH Thomas Schmidt	400.000,00	
		2007-07-003: Sewastopols Albatrosse (NT: Am Pier von Apolonovka)	Eikon West Dr. Ernst Ludwig Ganzert	120.000,00	
		2007-07-004: Beautiful World - Vom Wohnen in der Welt (NT: Auf der sicheren Seite)	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	111.920,00	
		2007-07-005: Chandani - Die Tochter des Elefantenflüsterers	Tradewind Pictures GmbH Helmut Weber	180.000,00	
		2007-07-006: Die Anwälte	Bildersturm Filmproduktion GmbH Sabine Müller	100.000,00	
		2007-07-010: Die Konkurrenten - Russlands Wunderkin-der 2	Lichtfilm W. Bergmann Wolfgang Bergmann	100.000,00	
		2007-07-011: Der Traum lebt mein Leben zu Ende	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	100.000,00	
		2007-07-013: Granatäpfel und Myrrhe	Rif Film Daniel/ Kamal Gräbner/ El Kacimi	100.000,00	
		2007-07-016: Killing Seeds (Raising Resistance)	Dreamer Joint Venture Filmproduktion Oliver Stoltz	100.000,00	
		2007-07-019: Im Hause meines Vaters sind viele Wohnungen	busse & halberschmidt Marcelo Busse	250.000,00	
		2007-07-020: Piano Encounters	Eikon West Dr. Ernst Ludwig Ganzert	175.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			1.736.920,00	11
	Verleihförderung	2007-10-003: Vollidiot	Senator Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	100.000,00	
		2007-10-004: Für den unbekanntesten Hund	Senator Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	70.000,00	
		2007-10-005: Der große Ausverkauf	Majestic Filmverleih GmbH Benjamin Herrmann	55.000,00	
		2007-10-006: Die wilden Hühner und die Liebe	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	100.000,00	
		2007-10-007: Traders Dreams (AT: Ebay World)	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	22.500,00	
		2007-10-008: Der Mann von der Botschaft	Arsenal Filmverleih GmbH Stefan Paul	60.000,00	
		2007-10-011: Hannah	Novapool Pictures GmbH Ursula Klein	17.000,00	
		2007-10-012: Hamburger Lektionen	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	40.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-10-013: Lauf der Dinge (AT: Paradizers)	Pictorion Pictures GmbH Helmut Breuer	10.000,00	
		2007-10-014: Auf der anderen Seite (AT: Auf der anderen Seite des Lebens)	Pandora Film GmbH & Co. Filmproduktions und Verleih KG Reinhard Brundig	100.000,00	
		2007-10-016: The Flying Scotsman	Central Film Verleih GmbH Peter Heinzemann	70.000,00	
		2007-10-017: Schwesterherz	NFP neue film produktion GmbH Alexander Thies	70.000,00	
		2007-10-018: Liebesleben	X Verleih AG Manuela Stehr	150.000,00	
		2007-10-019: Meine schöne Bescherung	X Verleih AG Manuela Stehr	100.000,00	
		2007-10-020: True North (AT: Dragnet)	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	50.000,00	
		2007-10-021: Der kleine König Macius	Senator Film Verleih GmbH Rolf Anatol Nitschke	25.000,00	
		2007-10-024: Gegenüber	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	49.500,00	
		2007-10-025: Kontakt	Filmlichter GbR Verena Aimée Oefler	36.000,00	
		2007-10-027: You, the Living (NT: Das jüngste Gewitter)	Neue Visionen Filmverleih GmbH Wulf Sörgel	40.000,00	
		2007-10-028: Die Unerzogenen (AT: August)	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	34.000,00	
		2007-10-029: Comrades in Dreams - Leinwandfieber	Flying Moon Filmverleih GbR Helge Albers	18.500,00	
		2007-10-030: Kleiner Dodo	Warner Bros. Entertainment GmbH Wilfried Geike	150.000,00	
		2007-10-031: Hope	Pandora Film Verleih GmbH Reinhard Brundig	40.000,00	
		2007-10-032: Die Österreichische Methode	Spirit Filmverleih e. K. Cornelia Dörr	50.000,00	
		2007-10-033: Neandertal	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	40.000,00	
		2007-10-034: Staub	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	20.000,00	
		2007-10-035: Love & Other Disasters	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	50.000,00	
		2007-10-042: Schmetterling und Taucherglocke	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	30.000,00	
	Verleihförderung Summe			1.597.500,00	28
	Vertriebsförderung	2007-11-001: Vivere	Media Luna Entertainment GmbH & Co KG Ida Martins	20.000,00	
		2007-11-002: Armin	mdc international GmbH Wigbert Moschall	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-11-004: Auf der anderen Seite	The Match Factory GmbH Michael Weber	10.000,00	
		2007-11-006: Auf der anderen Seite - Oscar Vornominierungskampagne	The Match Factory GmbH Michael Weber	15.000,00	
	Vertriebsförderung Summe			70.000,00	4
	Zusatzkopienförderung	2007-12-001: Die wilden Kerle 4	Buena Vista International (Germany) GmbH Wolfgang Braun	3.489,28	
		2007-12-002: Mein Führer	X Verleih AG Rolf Anatol Nitschke	4.570,15	
		2007-12-003: Losers and Winners	Gmfilms Michael Höfner	5.732,14	
		2007-12-004: Schiri im Abseits	Lucas Entertainment Lutz Schebesta	7.104,60	
		2007-12-005: Mr. Bean macht Ferien	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	3.723,69	
		2007-12-006: Die wilden Hühner und die Liebe	Constantin Film Verleih GmbH Thomas Peter Friedl	5.791,50	
		2007-12-007: Hände weg von Mississippi	Delphi Filmverleih GmbH Sonja Schmitt	4.672,61	
		2007-12-008: 300	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	5.962,91	
		2007-12-009: Harry Potter und der Orden des Phönix	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	5.626,98	
		2007-12-010: Transformers	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	7.302,00	
		2007-12-011: Saint Jacques - Pilgern auf Französisch	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	1.591,64	
		2007-12-012: Das Bourne Ultimatum	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	5.900,95	
		2007-12-014: La Leon	Salzgeber & Co. Medien GmbH Björn Koll	2.000,00	
		2007-12-015: Zusammen ist man weniger allein	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	2.122,00	
		2007-12-016: Rubljovka - Straße zur Glückseligkeit	Gmfilms Michael Höfner	7.500,00	
		2007-12-018: Persepolis	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	3.065,72	
		2007-12-019: Die rote Zora	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	6.892,40	
		2007-12-020: Elizabeth - Das goldene Königreich	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	5.893,64	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-12-021: Asterix bei den Olympischen Spielen	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	4.221,07	
	Zusatzkopienförderung Summe			93.163,28	19
	Jahresfilmprogrammprämie	2007-13-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	4.000,00	
		2007-13-002: Capitol, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	4.000,00	
		2007-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	9.000,00	
		2007-13-004: Kamera Filmkunsttheater, Bielefeld	Kamera Filmkunsttheater GmbH Ingrid Heise	9.000,00	
		2007-13-005: Lichtwerk im Ravensberger Park, Bielefeld	Lichtwerk Filmtheater Betriebs-GmbH Jürgen Hillmer	13.000,00	
		2007-13-006: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2007-13-007: Metroplis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	4.000,00	
		2007-13-008: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	15.000,00	
		2007-13-009: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	15.000,00	
		2007-13-010: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel-Brenig KG Jürgen Lütz	8.000,00	
		2007-13-011: Rex, Bonn	Rex-Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	8.000,00	
		2007-13-012: Woki-Atelier, Bonn	CineVision Filmtheater GmbH Rainer Otto	2.000,00	
		2007-13-013: ZOOM, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	13.000,00	
		2007-13-015: Camera, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	10.000,00	
		2007-13-016: Roxy, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	10.000,00	
		2007-13-017: Schauburg, Dortmund	Schauburg Lichtspiel + Kunsttheater Edith Pioch-Vogt	9.000,00	
		2007-13-018: Filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	-	
		2007-13-019: Bambi, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	11.000,00	
		2007-13-020: Black Box, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-13-021: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	4.000,00	
		2007-13-022: Lichtburg, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	2.000,00	
		2007-13-023: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	8.000,00	
		2007-13-024: Souterrain, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	7.000,00	
		2007-13-025: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	7.000,00	
		2007-13-026: Astra & Luna, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	6.000,00	
		2007-13-027: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	9.000,00	
		2007-13-028: Filmstudio, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	2.000,00	
		2007-13-029: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2007-13-030: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	4.000,00	
		2007-13-031: Filmriss, Gevelsberg	Filmriss Projekt kino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	2.000,00	
		2007-13-032: Bambi, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	9.000,00	
		2007-13-033: Babylon, Hagen	Kulturzentrum Palmke e. V. Jürgen Breuer	4.000,00	
		2007-13-034: Central Kino (Lancaster), Hattingen	G + K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Christian / Rene Groteheide / Klinkmann	5.000,00	
		2007-13-035: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Daniel Huys	4.000,00	
		2007-13-036: Onikon, Herdecke	Filminitiative Herdecke e. V. Friedhelm Schürmann	2.000,00	
		2007-13-037: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	7.000,00	
		2007-13-038: Berli-Theater, Hürth-Berrenrath	Berli Theater GbR Otto Jansen	2.000,00	
		2007-13-039: Kino im Kuba, Jülich	Kultur im Bahnhof e. V. Christoph Klemens	2.000,00	
		2007-13-040: Capitol, Kerpen	Capitol Theater Bernd Schmitz	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-13-041: Cinenova, Köln	Filmtheaterbetriebe Borck GmbH Dieter & Martina Borck	7.000,00	
		2007-13-042: Filmpalette, Köln	Kühn, Steinkühler GbR - Filmpalette Joachim / Dirk Kühn / Steinkühler	10.000,00	
		2007-13-043: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	20.000,00	
		2007-13-044: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Jürgen Lütz	6.000,00	
		2007-13-045: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	18.000,00	
		2007-13-047: Hansa Kino, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	4.000,00	
		2007-13-048: Studio, Mettmann	Rosslenbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	12.000,00	
		2007-13-050: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	13.000,00	
		2007-13-051: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater-Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	15.000,00	
		2007-13-052: Hitch, Neuss	Helmut Kettler Helmut Kettler	9.000,00	
		2007-13-053: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager / Zentrum Altenberg Jörg Kluge	2.000,00	
		2007-13-054: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	5.000,00	
		2007-13-055: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film-Theater GbR Gabriele Rosslenbroich	9.000,00	
		2007-13-057: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker GbR Heribert Dr. Schlinker	5.000,00	
		2007-13-059: Metropolis, Würselen	Metropolis e. V. Uwe Oelsen-Fritz	2.000,00	
		2007-13-060: Talflimmern / Open Air Kino Wuppertal	Rieder & Tykwer GbR Mark / Mark Tykwer / Rieder	2.000,00	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			397.000,00	55
	Förderung von Filmpräsentationen	2007-14-001: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	36.000,00	
		2007-14-002: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Alte Brennerei Schwacken-berg	-	
		2007-14-003: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	-	
		2007-14-004: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-14-005: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Lichtwerk Bielefeld Jürgen Hillmer	-	
		2007-14-006: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2007-14-007: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	-	
		2007-14-009: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Central Hattingen Christian Groteheide	-	
		2007-14-010: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	-	
		2007-14-011: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Cineplex Warburg Ute Schlinker	-	
		2007-14-012: Kinderkinoinitiative Westfalen-Lippe 2007	Universum Bünde Dirk Kaiser	-	
		2007-14-015: Losers and Winners	Filmproduktion loekenfranke Michael Loeken	4.800,00	
		2007-14-016: Walter Ruttmann - Ein moderner Reaktionsär	Kino Gesellschaft Köln / Kühn & Steinkühler GbR Joachim Kühn	2.000,00	
		2007-14-018: Romy Schneider - Zwischen Sissy und Rosalie, Köln	Filmclub 813 e. V. Ulla Waetzig	4.000,00	
		2007-14-021: Seniorenfilm 2	Cineplex Warburg Heribert Schlinker	1.800,00	
		2007-14-022: Kinderfilmfestival 2007, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	5.200,00	
		2007-14-026: Hafenlichtspiele 2007, Düsseldorf	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	1.000,00	
		2007-14-027: 100-jähriges Jubiläum des Weltspiegel-Theaters, Mettmann	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslenbroich / Papenhoff	4.450,00	
		2007-14-029: Britische Schulfilmreihe Britfilms	Arbeitsgemeinschaft Kino e.V. Eva Matlok	4.600,00	
		2007-14-030: Kulturelle Filmpräsentation 2007/2008	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2007-14-031: Kinderfilmprojekt 2007/2008	Central-Kino Borgentreich Rolf Dohmann	3.000,00	
		2007-14-036: Seniorenfilm	Cineplex Warburg Dr. Heribert Schlinker	1.800,00	
	Förderung von Filmpräsentationen			73.150,00	22
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2007-16-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render GbR Hans Peter / Walter Coenen / Render	18.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-16-002: Else-Lichtspiele, Rödinghausen	Else-Lichtspiele Volker Flohre	17.000,00	
		2007-16-004: Cinema Center, Dülmen	Cinema Center Dülmen GmbH & Co. KG Margret Hövel	19.000,00	
		2007-16-005: Herzog-Theater, Geldern	FTB Janssen GmbH Frank Janssen	37.000,00	
		2007-16-007: Rex, Köln	Rex Lichtspieltheater GmbH C. Laakmann	12.000,00	
		2007-16-009: Weltspiegel, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslbroich / Papenhoff	3.000,00	
		2007-16-011: Melodie, Bielefeld	Papier Bröker Frank Becker	1.200,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			107.200,00	7
	Förderung von Modellprojekten	2007-17-003: Europe´s Finest	Reelport GmbH Tilman Scheel	80.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			80.000,00	1
	Festivals	2007-19-001: 31. Duisburger Filmwoche 2007	Duisburger Filmwoche Werner Ruzicka	20.000,00	
		2007-19-002: Internationales Frauenfilmfestival Dortmund / Köln 2007	Internationales Frauenfilmfestival Dortmund / Köln Anne Schallenberg	40.000,00	
		2007-19-004: 18. Kinofest Lünen	PRO Lünen e. V. Bernd-Peter Menke	70.000,00	
		2007-19-005: Filmfestival Münster 2007	Filmwerkstatt Münster Barbara Fischer-Rittmeyer	26.000,00	
		2007-19-007: Seminarprogramm Filmwerkstatt Düsseldorf	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	2.000,00	
		2007-19-008: Seminarprogramm Filmwerkstatt Münster	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2007-19-009: Unlimited #2 2007	Kurzfilmfreunde Köln e. V. Marita Lenze	15.000,00	
		2007-19-010: 23. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e. V. Sigrid Limprecht	20.000,00	
		2007-19-011: DOXS! Dokumentarfilm für Kinder	Stadt Duisburg / VHS, Duisburger Filmwoche Gudrun Sommer	10.000,00	
		2007-19-012: 17. Internationales Videofestival Bochum	Asta der Ruhruni Bochum Canan Parin	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-19-014: Filmlaboratorium	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	10.000,00	
	Festivals Summe			232.000,00	11
	Gerd Ruge Projektstipendium	2007-21-004: Die Sehnsucht ist ein brennendes Hemd	Jutta von Stieglitz-Yousufy Jutta von Stieglitz-Yousufy	20.000,00	
		2007-21-014: Killing Seeds - Incentive	Bettina Borgfeld / Christin Stolz Bettina Borgfeld	10.000,00	
		2007-21-020: Schönheit	Carolin Schmitz Carolin Schmitz	35.000,00	
		2007-21-029: Die Ordnung der Dinge	Jürgen Brügger und Jörg Haaßengier Jürgen Brügger	35.000,00	
		2007-21-035: Aldi & Icke - die Globalisierung mit dem Pappkarton - Incentive	Rasmus Gerlach Rasmus Gerlach	10.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			110.000,00	5
	Festivalpräsentationsförderung	2007-22-001: Gegenüber	Heimatafilm Bettina Brokemper	7.500,00	
		2007-22-002: Beautiful Bitch	Riva Filmproduktion GmbH Michael Eckelt	1.500,00	
		2007-22-003: Staub	ma.ja.de Filmproduktion Meike Martens	7.400,00	
	Festivalpräsentationsförderung Summe			16.400,00	3
	Stoffentwicklung - Einzel	2007-23-002: Es wird Diamanten regnen vom Himmel - Rick und Rosa	Moonfilm Niederlassung NRW Petra Wagner	51.000,00	
	Stoffentwicklung - Einzel Summe			51.000,00	1
	Stoffentwicklung - Paket	2007-24-001: Paket - Heimatfilm	Heimatafilm GmbH Bettina Brokemper	120.000,00	
		2007-24-002: Paket - schneider und groos	schneider + groos filmproduktion Christof Groos	120.000,00	
		2007-24-003: Paket - Little Shark Entertainment	Littleshark Entertainment GmbH Tom Spieß	98.926,00	
		2007-24-005: Paket - Busse & Halberschmidt	Busse & Halberschmidt Filmproduktion Marcelo Busse	120.000,00	
		2007-24-007: Paket - Engstfeld Film	Engstfeld Film GmbH Axel Engstfeld	100.000,00	
		2007-24-008: Paket - Thevisen Film	Thevisen Film GmbH Juliane Thevisen	74.724,00	
		2007-24-010: Paket - Uhlandfilm	Uhlandfilm Anja Uhland	59.729,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-24-011: Paket - unafilm	unafilm: Titus Kreyenberg	25.228,00	
		2007-24-012: Paket - Neue Cameo Film	Neue Cameo Film Ole Landsjöaasen	31.000,00	
		2007-24-013: Paket - Fruitmarket	Fruitmarket Kultur und Medien GmbH Arne Birkenstock	43.550,00	
	Stoffentwicklung - Paket Summe			793.157,00	10
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2007-31-002: Auf immer und ewig	Bettina Braun Bettina Braun	6.800,00	
		2007-31-007: Melanie H. - Ich wollte, dass es endlich aufhört	Punktfilm Anna Ditges Anna Ditges	8.000,00	
		2007-31-011: Ruhrurbia	Rainer Komers Rainer Komers	17.500,00	
		2007-31-012: Doppelte Befragung - Werner Höfer und die Spaeths	film pool Lutz Weidlich	20.000,00	
		2007-31-013: KUNST!	Philip Gröning Filmproduktion Philip Gröning	20.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			72.300,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2007-34-002: Die sagenhafte Verwandlung des Kalla Brand	Erwin Michelberg Filmproduktion Erwin Michelberger	10.000,00	
		2007-34-005: Inselferien	Maren Erdmann Maren Erdmann	10.000,00	
		2007-34-009: Schneller, höher, weiter...	Tom Weller Tom Weller	10.000,00	
		2007-34-011: Faust	CHBP Ges. f. Bild und Ton mbH Comes/Schomburg Marc/Jan	10.000,00	
		2007-34-013: Adela und der Schnee oder die Macht der Umstände	Christine Lang Christine Lang	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			50.000,00	5
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2007-35-001: Buick Rivera	Tradewind Pictures GmbH Helmut G. Weber	52.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-35-003: Paradiesgärten	Cameo Film- und Fernsehproduktion e.K. Annette Pisacane	57.000,00	
		2007-35-008: SÜT - MILK	Heimatfilm Johannes Rexin	50.000,00	
		2007-35-009: Ganz nah bei Dir	Riva Filmproduktion GmbH Michael Eckelt	50.000,00	
		2007-35-014: Hans Dampf	ehrenmann filmproduktion Christian/Jukka Mrasek/Schmidt	50.000,00	
		2007-35-015: Gigante	Pandora Film Christoph Friedel	40.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			299.000,00	6
	Förderung von Kurzfilmen	2007-38-008: Lola und das Gänseblümchen	Christian Krüger Christian Krüger	10.000,00	
		2007-38-010: L'eau de vie	Martin Varga Martin Varga	6.100,00	
		2007-38-011: Die Lichtung (AT: Der Landjäger)	Lucas Tietjen Lucas Tietjen	15.000,00	
		2007-38-014: Robin (AT)	Katrin Hohendahl Katrin Hohendahl	22.000,00	
		2007-38-015: Der Verdacht (AT)	Mathias Casanova Mathias Casanova	20.000,00	
		2007-38-016: Pietas	Nima Kianzad Nima Kianzad	22.000,00	
		2007-38-020: Schattenwelten	filmisches Berlin Thomas Kutschker	16.000,00	
		2007-38-024: Lena, Stella, ümmü und die anderen (AT:Jenseits von Schalke)	Häuserl Film Bettina Schiel	22.000,00	
		2007-38-032: Kaffee und Kassams (AT: Dokumentarfilm Israel / Sderot)	Annette Dürr Annette Dürr	5.500,00	
		2007-38-038: Absolution	Moritz Grenzebach Moritz Grenzebach	10.000,00	
		2007-38-039: Wolken-Kern-Scanner	Agnes Meyer-Brandis	10.000,00	
		2007-38-042: Nullus Tex (AT: Das Ehepaar)	Izbach & Izbach Bastian Kleppe	15.000,00	
		2007-38-049: Palmen und Dörfer	Verena Maas Verena Maas	7.000,00	
		2007-38-053: Rosa Sommer	le forel enterprises Lale Nalpantoglu	8.000,00	
		2007-38-066: Die besten Beerdigungen der Welt	Ute Wegmann filmproduktion Ute Wegmann	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-38-068: Glasfasern	Alexandra Schröder alexandra Schröder	20.000,00	
		2007-38-069: Fiasko	Janet Riedel Fotografie Janet Riedel	15.000,00	
		2007-38-071: Zugabe	Felderfilm Romeo Grünfelder	10.000,00	
		2007-38-074: Deutsche Bank Story (AT: Traumtänzer)	Ilya Georgevic Pusenkoff Ilya Georgevic Pusenkoff	20.000,00	
		2007-38-075: Leavenworth, WA (AT: Bavarian By Law)	Hannes Lang Hannes Lang	18.000,00	
		2007-38-078: Polar (AT: Luis)	Michael Koch Michael Koch	25.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			321.600,00	21
	Verleihförderung	2007-40-001: Folgeschäden	mec film Irit Neidhardt	12.000,00	
		2007-40-002: DOL - Tal der Trommeln	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	8.000,00	
		2007-40-003: The Cemetery Club	Ventura Film GmbH Heidrun Podszus	20.000,00	
		2007-40-005: El Custodio - Der Leibwächter	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	13.000,00	
		2007-40-006: Im Bett / En la Cama	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	25.000,00	
		2007-40-008: Thomas Harlan - Wandersplitter	Christoph Hübner Filmproduktion Christoph Hübner	8.000,00	
		2007-40-009: 10 Kanus, 150 Speere und 3 Frauen	Alamode Film Fabien Arséguel	10.000,00	
		2007-40-011: Kirgisische Mitgift	Second Order Film Holger Recktenwald	10.000,00	
		2007-40-013: Tapas Mixtas	W-film Filmprod. & Filmverleih Stephan Winkler	5.000,00	
		2007-40-015: Ich will dich - Begegnungen mit Hilde Domin	Film Kino Text Jürgen Lütz e. K. Jürgen Lütz	10.000,00	
		2007-40-016: Takva - Gottesfurcht	Rif Film Daniel Gräbner	12.500,00	
		2007-40-017: Who's afraid of Kathy Acker?	CAMEO Film & Fernsehprod. e. K. A. Pisacane	2.000,00	
		2007-40-018: I'm a cyborg, but that's okay	Rapid Eye Movies HE GmbH Stephan Holl	20.000,00	
		2007-40-019: The Man who shot Chinatown	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	10.000,00	
	Verleihförderung Summe			165.500,00	14

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Vertriebsförderung	2007-41-001: Stendhal Syndrom	Werner Biedermann	1.500,00	
	Vertriebsförderung Summe			1.500,00	1
	Förderung von Filmpräsentationen	2007-44-002: Hommage an Pola Negri	Polnisches Institut Düsseldorf Anna Brzozowska	5.000,00	
		2007-44-004: Afrikanische Perspektiven	FilmInitiativ Köln e. V. Christa Aretz	4.000,00	
		2007-44-008: Bring it all back home	Film in Bewegung Martin Rapp	2.000,00	
		2007-44-009: LaDoc Lectures 2007	LaDoc Filmnetzwerk c/o Filmdokument Braun/Wandaogo GbR Elfriede Schmitt	4.700,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			15.700,00	4
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2007-45-001: Die Natur vor uns	Alfred-Ehrhardt-Stiftung Christiane Stahl	30.000,00	
		2007-45-002: My home is my castle	DOK-WERK Filmkooperative Daniela Michel	50.000,00	
		2007-45-003: Minen und Clowns	Martin Gerner Filmproduktion Martin Gerner	35.000,00	
		2007-45-006: Im Jahr des Hundes	Wasabi Film GmbH hendrik Feil	25.000,00	
		2007-45-011: Powerful Punch	Conny Beißler Conny Beißler	24.000,00	
		2007-45-015: Kinder der Steine	Krieg & Nolte GbR World TV Robert Krieg	40.000,00	
		2007-45-019: NORMAL - estnische und deutsche Lebenswelten	Schnittmenge - Büro für Bewegtbild GbR Sandra Van Slooten	40.000,00	
		2007-45-021: Scientists Under the Attack	Denkmal -Film GmbH Bertram Verhaag	40.000,00	
		2007-45-039: Ein Ton Blau	Terz Filmproduktion GmbH Christoph Friedel	70.000,00	
		2007-45-040: Holding Still (AT>Welcome to Seaside)	Florian Riegel Florian Riegel	25.000,00	
		2007-45-042: Die Kinder vom Friedrichshof	Juliane Großheim Juliane Großheim	18.500,00	
		2007-45-047: Endstation der Sehnsüchte	Flying Moon Filmproduktion Helge Albers	40.000,00	
		2007-45-049: Djangos Erben	Neue Cameo Film Ole Landsjöaasen	60.000,00	
		2007-45-055: Der Wiesenretter	Happy Endings Film Michael Chauvistré	33.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-45-058: Klaus Wildenhahn DIRECT! Public and private	Quinka F. Stoehr Quinka F. Stoehr	13.500,00	
		2007-45-061: man stirbt (AT: Mustermanns Tod)	Patrick Doberenz Patrick Doberenz	19.000,00	
		2007-45-062: We belong here (AT: Wenn ich auch schlafe, mein Herz aber wacht)	Erik Wittbusch Erik Wittbusch	20.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			583.000,00	17
	Förderung von Modellprojekten	2007-47-003: Standard Time	Mark Formanek Mark Formanek	20.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			20.000,00	1
	Postproduktionsförderung	2007-48-001: La Proiezione é Comincata - Film ab!	Oleg Tcherny	800,00	
		2007-48-002: Bus	Jens Schillmöller Jens Schillmöller	800,00	
		2007-48-003: Djangos Erben	World TV Krieg & Nolte GbR Robert Krieg	2.500,00	
		2007-48-004: Whirr	Timo Katz Timo Katz	900,00	
		2007-48-009: Die Seele aber wird allein in der Wüste gewaschen	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	3.500,00	
		2007-48-012: Projekt GOLD (AT: Aus Liebe zum Spiel)	FSL Filmproduktion Stephan Limbach	15.000,00	
		2007-48-014: Kaltmiete	Georg Buchkremer	3.000,00	
		2007-48-018: No Time to Die	FilmInitiativ Köln e. V. Christa Aretz	2.000,00	
		2007-48-019: Lass mich durch deine Augen sehen	Rainer Komers	2.900,00	
		2007-48-026: Sisters of no Mercy	Lukas Roegler Lukas Roegler	2.500,00	
		2007-48-028: Gerhart Baum "... Freiheit ist"	bce film Bettina Ehrhardt	5.000,00	
		2007-48-037: Die Glücklichen (AT: Hans will Glück)	jan georg schütte filmproduktion Jan Georg Schütte	14.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			52.900,00	12
	Festivals	2007-49-002: Filmfest an der Heinrich-Heine-Universität 2007, Düsseldorf	Heinrich-Heine-Universität Christina Hirt	2.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-49-005: Festival des kleinen Films	Innennetz e. V. Holle Frank	2.000,00	
	Festivals Summe			4.500,00	2
	Animation/ Experimentalfilm	2007-55-005: SAIC Skizzenbücher	Cathy Joritz Cathy Joritz	20.000,00	
		2007-55-006: Legenden	Angelique Dubois Angelique Dubois	8.450,00	
	Animation/Experimental film Summe			28.450,00	2
	Abschlussfilm - KURZ	2007-62-002: Schön und mutig	Stefanie Gartmann Stefanie Gartmann	27.000,00	
		2007-62-003: Ein Fall für KBBG	Nima Kianzad + Katrin Hohendahl K. Hohendahl	23.046,00	
		2007-62-004: Der Boden unter den Füßen (AT)	Martin Schwitzner + Mathias Krämer Martin Schwitzner	24.900,00	
		2007-62-005: Beento	F. Müßener + N. Mac Granaky-Quaye Nancy Mac Granaky-Quaye	28.000,00	
		2007-62-008: Rosfeld	Henning Ricke Henning Ricke	20.000,00	
		2007-62-011: Cartonera - Stadt der Kinder (AT: Cartonero)	Maria Goinda Maria Goinda	29.100,00	
		2007-62-013: Was es ist (AT: Mit halbem Herzen)	Kaija Helweg Kaija Helweg	30.000,00	
	Abschlussfilm - KURZ Summe			182.046,00	7
	Erstlingsfilm - LANG	2007-63-001: Ausfahrt Eden (AT: Next Door Paradise)	filmtank hamburg Thomas Tielsch	55.000,00	
		2007-63-002: Hafen der Erinnerung	mec film Irit Neidhardt	90.000,00	
		2007-63-004: Porträts deutscher Alkoholiker	58Filme Hirschberg Schreiber GbR Tom Schreiber	114.000,00	
		2007-63-006: Grasmücke und Pitbulls (AT: Familie auf Zeit)	Yeti Film Celia Rothmund	112.000,00	
		2007-63-007: Unter zwei Himmeln - PV	Blinker Filmproduktion Meike Martens	13.500,00	
		2007-63-008: Die Stämme von Köln (AT: Kölner Stämme)	58Filme Hirschberg Schreiber GbR Olaf Hirschberg	75.000,00	
	Erstlingsfilm - LANG Summe			459.500,00	6
	Erstlingsfilm - KURZ	2007-64-003: Paddy, der kleine Pirat	Power-Toons Michael Schwertel	50.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-64-004: Prinz Ratte (AT)	Albert Radl Albert Radl	50.000,00	
	Erstlingsfilm - KURZ Summe			100.000,00	2
	Hörspiel	2007-80-001: Mad Mike gegen das Konglomerat	Steffen Irlinger	4.000,00	
		2007-80-002: Lebenslänglich USA - Der Fall Miami 5	Tom Noga	5.000,00	
		2007-80-003: Hörspielförderung 2007	Stefan Weigl	6.000,00	
		2007-80-004: Projekt Sissi	Stefan Finke	5.000,00	
		2007-80-005: Karma aus Blech	Jean Claude Kuner	6.000,00	
		2007-80-006: Wer hat Angst vorm bösen Wolf	Jiri Polak	4.000,00	
		2007-80-007: Die Irritation	Joachim Castella	5.000,00	
		2007-80-008: Dr. Ahap de Large	Henning Nass	7.500,00	
		2007-80-009: Real de Ca-torce	Anja Gundelach	6.000,00	
		2007-80-010: Komeda Projekt	Claudia Buthenhoff-Duffy	5.000,00	
		2007-80-011: Geschichte des Publikums	Hoffmann und Lindholm	-	
		2007-80-012: Expedition zur Wiege der Menschheit	Georg Roloff	5.000,00	
		2007-80-013: Radio Wauland	Frau Nika Bertram	7.500,00	
		2007-80-014: making of cent-ripeople	Michael Heinze	7.500,00	
		2007-80-015: Eine anständige Bürgerin	Schiller Wendt	7.500,00	
		2007-80-016: Spin	Stan Lafleur	5.000,00	
		2007-80-017: Mythos und Märtyrer	Ariane Kessissoglou	7.500,00	
	Hörspiel Summe			93.500,00	17
2007	Ergebnis			28.069.503,22	350

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2008	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2008-01-001: Speed	Atmosfilm West David Bernet	30.000,00	
		2008-01-011: See der Träume oder Die Zukunft kann beginnen	Filmproduktion Loeken Franke GbR Ulrike Franke	20.000,00	
		2008-01-012: Die Tollkühnen - Pionierinnen der Lüfte	Blinker Filmproduktion GmbH Meike Martens	20.000,00	
		2008-01-019: Mischpoke	Lichtblick Film Carl-Ludwig Rettinger	20.000,00	
		2008-01-023: Planet Germany	Gruppe 5 Filmproduktion Uwe Kersken	69.130,00	
		2008-01-026: Goodnight	busse & halberschmidt Marcelo Busse	20.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			179.130,00	6
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2008-03-002: Irrläufer	Elsani Film Anita Elsani	20.000,00	
		2008-03-008: Eine unmögliche Liebe	Zeitsprung Entertainment GmbH Michael Souvignier	20.000,00	
		2008-03-009: Halb Mensch - Halb Tier	Hupe Film Andreas Brauer	20.000,00	
		2008-03-017: Gut durch	2Pilots Filmproduktion GmbH Jörg Siepmann	20.000,00	
		2008-03-024: Die Abseitsfalle	Ester.Reglin.Film Produktionsgesellschaft mbH Roswitha Ester	20.000,00	
		2008-03-027: IchundIch	Blinker Filmproduktion Meike Martens	20.000,00	
		2008-03-034: The Futurological Congress	The Match Factory GmbH Michael Weber	20.000,00	
		2008-03-039: Die Psyche des Amor	Network Movie Film- und Fernsehprod. Reinhold Elschot	20.000,00	
		2008-03-045: Die letzte Liebe des Mister Morgan	Kaminski.Stiehm Ulrich Stiehm	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			180.000,00	9
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2008-04-005: Herbergers Töchter	Sabine Leipert, Sabrina Roessel Sabine Leipert	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-04-042: Take the Blame	Steve Hudson + Steve Hudson Steve Hudson	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor			20.000,00	1
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2008-05-002: Vorstadtkrokodile	Westside Filmproduktion Christian Becker	900.000,00	
		2008-05-003: Sturm	23/5 Filmproduktion GmbH Britta Knöller	800.000,00	
		2008-05-005: Stille Sieger (NT: Berlin 1936)	Gemini Film GmbH & Co KG Gerhard Schmidt	550.000,00	
		2008-05-011: Diamantenhochzeit	aquafilm e. K. Peter Kreuz	400.000,00	
		2008-05-012: Antichrist	Zentropa International Köln Bettina Brokemper	900.000,00	
		2008-05-013: Die Wilden Hühner auf Klassenfahrt (NT: .. und das Leben)	Bavaria Filmverleih- und Produktions GmbH Uschi Reich	1.000.000,00	
		2008-05-016: The Photograph	busse & halberschmidt Filmproduktion OHG Markus Halberschmidt	115.000,00	
		2008-05-019: Cheri	Erste MMC Production GmbH Ralph Schmitz	1.500.000,00	
		2008-05-021: Zarte Parasiten	Rhein Film TV- und Medienproduktion GmbH Juliane Thevissen	404.696,48	
		2008-05-022: Deutschland 09	Herbstfilm Produktion GmbH Dirk Wilutzky	500.000,00	
		2008-05-023: Henri Quatre	Ziegler Film GmbH & Co. KG Regina Ziegler	2.900.000,00	
		2008-05-025: VISION - Aus dem Leben der Hildegard von Bingen	Clasart Film- und Fernsehproduktions GmbH Dr. Herbert Kloiber	500.000,00	
		2008-05-028: Der wirkliche Amerikaner: Joe McCarthy	HMR Produktion GmbH Dr. Lutz Hachmeister	600.000,00	
		2008-05-029: Tamilische Hochzeit (AT: Madly in Love)	Neue Cameo Film GbR Ole Landsjöaasen	300.000,00	
		2008-05-031: Low Lights	Dagstar Film Dagmar Niehage	250.000,00	
		2008-05-033: Minuspunkte für Gott (NT: Wenn die Welt uns gehört)	LichtBlick Film GmbH Joachim Ortmanns	150.000,00	
		2008-05-034: Die Päpstin	Constantin Film Produktion GmbH Martin Moszkowicz	1.000.000,00	
		2008-05-045: Medianeras	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	140.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-05-046: Boxhagener Platz	Claussen+Wöbke+Putz Filmproduktion Jakob Claussen	200.000,00	
		2008-05-051: Hangtime	Little Shark Entertainment GmbH Tom Spieß	830.748,00	
		2008-05-052: Renn, wenn du kannst	Wüste Film West GmbH Hejo Emons	350.000,00	
		2008-05-058: Die Frau des Polizisten	Philip Gröning Filmproduktion Philip Gröning	350.000,00	
		2008-05-061: Hochzeitspolka	Pandora Film Produktion GmbH Rainer Teusner	438.776,63	
		2008-05-067: Poll	Kordes & Kordes Film Meike Kordes	300.000,00	
		2008-05-071: Goethe!	Senator Film Produktion GmbH Christoph Müller	687.084,00	
		2008-05-073: Prinzessin Lillifee und das Einhorn	Neue Deutsche Filmgesellschaft mbH Dr. Claudia Sihler-Rosei	450.000,00	
		2008-05-075: Im Alter von Ellen	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	780.000,00	
		2008-05-076: Die kommenden Tage	Badlands Film GmbH & Co. KG Lars Kraume	1.100.000,00	
		2008-05-078: Jud Süß	Clasart Film- und Fernsehproduktions GmbH Dr. Herbert Kloiber	400.000,00	
		2008-05-083: Unter dir die Stadt	Heimatfilm GmbH & Co. KG. Bettina Brokemper	836.000,00	
		2008-05-084: Anduni - Fremde Heimat	Elsani Film Anita Elsani	400.000,00	
		2008-05-087: The Look	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	110.000,00	
		2008-05-088: Brownian Movement	Coin Film GmbH Herbert Schwering	250.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms			20.392.305,11	33
	Summe				
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2008-06-003: Vulkan	teamWorx Television & Film GmbH Dr. Jürgen Schuster	1.500.000,00	
		2008-06-004: Marcel Reich Ranicki: Mein Leben (AT: Mein Leben- Marcel Reich Ranicki)	Trebitsch Entertainment GmbH Katharina Trebitsch	1.100.000,00	
		2008-06-005: Mit Glanz und Gloria (NT: Gier)	Colonia Media Filmproduktion Winka Wulff	600.000,00	
		2008-06-006: Romy	Phoebus Film GmbH & Co Prod. KG M. Brunnemann	350.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-06-007: Dreibeinige Hunde (NT: Keine Angst)	TAG/TRAUM GmbH & Co. KG Gerd Haag	350.000,00	
		2008-06-008: KRUPP - Eine Familie zwischen Krieg und Frieden	Moovie the art of entertainment GmbH Oliver Berben	1.300.000,00	
		2008-06-012: Der Westflug. Eine Entführung aus Liebe.	Monaco Film GmbH Klaus Joke Kromschroder	700.000,00	
		2008-07-010: Das Wunder von Leipzig	Broadview TV GmbH Leopold Hoesch	100.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie Summe			6.000.000,00	8
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2007-07-017: Menschliches Versagen	Sentana Filmproduktion Michael Verhoeven	25.000,00	
		2008-07-002: Kontakthof mit Jugendlichen (NT: Tanzträume)	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	90.000,00	
		2008-07-003: Jedem Kind ein Instrument	SUR Films Detlef Ziegert	110.000,00	
		2008-07-005: Mordakte Hrant Dink - Armenierfrage heute	filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH Gisela Marx	63.000,00	
		2008-07-009: SPEED - Auf der Suche nach der verlorenen Zeit	Dreamer Joint Venture Filmproduktion Oliver Stoltz	150.000,00	
		2008-07-011: Was bleibt sind wir	Werner Kubny Filmproduktion Werner Kubny	150.000,00	
		2008-07-012: Drei Sterne (NT: Die Köche und die Sterne)	HMR Produktion GmbH Dr. Lutz Hachmeister	90.000,00	
		2008-07-013: Mein Leben mit Carlos	Gebrueder Beetz Filmproduktion Christian Beetz	60.000,00	
		2008-07-016: Gerhard Richter - Ohne Titel	Terz Filmproduktions GmbH Christoph Friedel	100.000,00	
		2008-07-018: See der Träume oder Die Zukunft kann beginnen	Filmproduktion Loeken Franke Michael/ Ulrike Loeken/ Franke	200.000,00	
		2008-07-019: Herbstgold	Gebrüder Beetz Filmproduktion Köln GmbH & Co. KG Christian Beetz	135.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			1.173.000,00	11
	Verleihförderung	2007-10-036: Mondkalb	X Verleih AG Martin Kochendörfer	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2007-10-037: Freischwimmer	Novapool Pictures GmbH Ursula Klein	35.000,00	
		2007-10-038: Lauf um dein Leben - Ironman	Kinowelt Filmverleih GmbH Bertil Le Claire	50.000,00	
		2007-10-039: Die Anruferin	NFP neue film produktion GmbH Alexander Thies	50.000,00	
		2007-10-040: Mr. Average	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	40.000,00	
		2007-10-041: Nichts geht mehr	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	25.000,00	
		2008-10-001: Contergan	Zeitsprung Film + TV Produk- tions GmbH V. Hahn	35.700,00	
		2008-10-002: Beautiful Bitch	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	35.000,00	
		2008-10-003: Hardcover	Universum Film GmbH Tania Reichert-Facilides	100.000,00	
		2008-10-004: Up! Up! To the Sky	Zorro Filmverleih- und pro- duktionsgesellschaft mbH Michael Seidel	20.000,00	
		2008-10-005: Nobody's Per- fect (AT: Mr. December)	Ventura Film GmbH Heidrun Podszus	45.000,00	
		2008-10-006: Sweet Mud	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	61.500,00	
		2008-10-007: Lenin kam nur bis Lüdenscheid	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	27.000,00	
		2008-10-008: Lulu und Jimi	X Verleih AG Martin Ko- chendorfer	100.000,00	
		2008-10-009: On the Blacktop	Salzgeber & Co Medien GmbH Björn Koll	25.000,00	
		2008-10-010: Selbstgesprä- che	Filmlichter GbR Verena Aimée Oefler	75.000,00	
		2008-10-011: Elli Makra - 42277 Wuppertal	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	23.350,00	
		2008-10-013: Freche Mäd- chen	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	100.000,00	
		2008-10-014: Die Tränen meiner Mutter	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	50.000,00	
		2008-10-015: Lemon Tree	Arsenal Filmverleih GmbH Stefan Paul	75.000,00	
		2008-10-016: Die Entdeckung der Currywurst	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	75.000,00	
		2008-10-018: 2er ohne	Stardust Filmverleih GmbH Veronika Morawetz	50.000,00	
		2008-10-019: Geliebte Clara (AT: Clara)	Kinowelt Filmverleih GmbH Claudia Snehotta	50.000,00	
		2008-10-020: Krabat	Twentieth Century Fox of Germany GmbH Vincent De la Tour	130.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-10-021: Nordwand	Majestic Filmverleih GmbH Benjamin Herrmann	50.000,00	
		2008-10-022: The Boss of it all	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	40.000,00	
		2008-10-023: Love and other crimes (Liebe und andere Verbrechen)	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	25.000,00	
		2008-10-026: Berlin Calling (AT: Ickarus)	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	40.000,00	
		2008-10-027: Dr. Alemán	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	50.000,00	
		2008-10-028: Bis später, Max! (AT: Love Comes Lately)	3 Rosen GmbH Jürgen Fabritius	35.000,00	
		2008-10-029: Anonyma - Eine Frau in Berlin	Constantin Film Veleih GmbH Fred Kogel	150.000,00	
		2008-10-031: Buddenbrooks	Warner Bros. Entertainment GmbH Wilfried Geike	120.000,00	
		2008-10-032: Die Frau des Anarchisten	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	30.000,00	
		2008-10-033: Der Brief für den König	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	75.000,00	
		2008-10-034: Ein Leben für ein Leben - Adam Resurrected	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	90.000,00	
		2008-10-035: Palermo Shooting	Senator Film Verleih GmbH Anatol Nitschke	80.000,00	
		2008-10-036: Die Besucherin	Filmlichter GmbH Andreas / Verena A. Niemand / Oefler	30.000,00	
		2008-10-037: Die wilden Hühner und das Leben	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	100.000,00	
		2008-10-038: Prinzessin Lillifee	Universum Film GmbH Tania Reichert-Facilides	100.000,00	
		2008-10-039: Der Besucher	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	25.000,00	
		2008-10-040: Deutschland '09	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	100.000,00	
		2008-10-041: Der Vorleser	Senator Film Verleih GmbH Anatol / Peter Nitschke / Heinzemann	100.000,00	
		2008-10-042: Menachem und Fred	Filmlichter GmbH Andreas / Verena A. Niemand / Oefler	20.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.557.550,00	43
	Vertriebsförderung	2008-11-001: Love and Other Crimes	The Match Factory GmbH Michael Weber	15.000,00	
		2008-11-002: Milk - Süt	The Match Factory GmbH Michael Weber	10.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-11-003: Teza	The Match Factory GmbH Michael Weber	5.000,00	
		2008-11-005: Desert Flower	The Match Factory GmbH Michael Weber	45.000,00	
		2008-11-006: The Dust of Time	The Match Factory GmbH Michael Weber	15.000,00	
	Vertriebsförderung Summe			90.000,00	5
	Zusatzkopienförderung	2008-12-002: Die Welle	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	2.822,90	
		2008-12-003: Sex and the City - The Movie	Warner Bros. Entertainment GmbH Volker Modenbach	7.450,00	
		2008-12-004: Lenin kam nur bis Lüdenscheid	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	2.708,58	
		2008-12-005: The Dark Knight	Warner Bros. Entertainment GmbH Volker Modenbach	8.000,00	
		2008-12-006: Gomorra - Reise in das Reich der Camorra	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	2.529,37	
		2008-12-007: Wolke Neun	Senator Film Verleih GmbH Rolf Anatol Nitschke	3.602,47	
		2008-12-008: Krabat	Twentieth Century Fox of Germany Vincent De La Tour	2.500,00	
		2008-12-009: Willkommen bei den Sch'tis	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	3.326,80	
		2008-12-010: Willkommen bei den Sch'tis	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	2.500,00	
		2008-12-012: Buddenbrooks	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	4.517,78	
		2008-12-013: Die Wilden Hühner und das Leben	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	4.010,32	
	Zusatzkopienförderung Summe			43.968,22	11
	Jahresfilmprogrammprämie	2008-13-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	6.000,00	
		2008-13-002: Capitol, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	3.000,00	
		2008-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	9.000,00	
		2008-13-004: Kamera, Bielefeld	Kamera Filmkunsttheater GmbH Ingrid Heise	9.000,00	
		2008-13-005: Lichtwerk, Bielefeld	Lichtwerk Filmtheater Betriebs GmbH Jürgen Hillmer	23.000,00	
		2008-13-006: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-13-007: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	5.000,00	
		2008-13-008: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Langendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	15.000,00	
		2008-13-009: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	15.000,00	
		2008-13-010: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	8.000,00	
		2008-13-011: Rex, Bonn	Rex - Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	8.000,00	
		2008-13-014: ZOOM, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	15.000,00	
		2008-13-015: Camera, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	10.000,00	
		2008-13-016: Roxy, Dortmund	Roxy-Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	10.000,00	
		2008-13-017: Schauburg, Dortmund	Lichtspiel- und Kunsttheater Schauburg Edith Pioch-Vogt	6.000,00	
		2008-13-018: Atelier, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	6.000,00	
		2008-13-019: Bambi, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	11.000,00	
		2008-13-020: Black Box, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	10.000,00	
		2008-13-021: Cinema, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	8.000,00	
		2008-13-022: Lichtburg, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	2.000,00	
		2008-13-023: Metropol, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	8.000,00	
		2008-13-024: Souterrain, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Film- kunst kino GmbH Udo Hei- mansberg	7.000,00	
		2008-13-026: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	9.000,00	
		2008-13-027: Astra, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2008-13-028: Eulenspiegel, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	9.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-13-029: Galerie Cinema, Essen	FTB Hanns-Peter Hüster - Essener Filmkunsttheater Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2008-13-030: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2008-13-031: Filmriss, Gevelsberg	Filmriss Projekt kino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	2.000,00	
		2008-13-032: Bambi, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	10.000,00	
		2008-13-033: Babylon, Hagen	Kulturzentrum Pelmke e. V. Jürgen Breuer	3.000,00	
		2008-13-034: Central, Hattin-gen	G + K Filmtheater + Kulturbetriebe GmbH Christian / Rene Groteheide / Klinkmann	6.000,00	
		2008-13-035: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Daniel Huys	4.000,00	
		2008-13-037: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	9.000,00	
		2008-13-038: Berli, Hürth	Berli Theater GbR Otto Jan-sen	4.000,00	
		2008-13-039: Kino im Kuba, Jülich	Kultur im Bahnhof e. V. Christoph Klemens	2.000,00	
		2008-13-040: Capitol, Kerpen	Capitol Theater Bernd Schmitz	5.000,00	
		2008-13-041: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	7.000,00	
		2008-13-042: Filmpalette, Köln	Kühn, Steinkühler GbR - Filmpalette Joachim / Dirk Kühn / Steinkühler	10.000,00	
		2008-13-043: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	20.000,00	
		2008-13-045: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Jürgen Lütz	8.000,00	
		2008-13-046: OFF Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	14.000,00	
		2008-13-047: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	3.000,00	
		2008-13-048: Hansa Kino, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	5.000,00	
		2008-13-049: Studio, Mettmann	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslenbroich / Papenhoff	13.000,00	
		2008-13-050: Cinema, Müns-ter	Cinema Filmtheater GmbH Thomas / Jens Behm / Schneiderheinze	18.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-13-051: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	15.000,00	
		2008-13-052: Hitch, Neuss	Helmut Kettler Helmut Kettler	11.000,00	
		2008-13-053: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager / Zentrum Altenberg Jörg Kluge	2.000,00	
		2008-13-054: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	6.000,00	
		2008-13-055: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslenbroich / Papenhoff	10.000,00	
		2008-13-056: Cineplex, Warburg	Judith und Dr. Heribert Schlinker Heribert Dr. Schlinker	5.000,00	
		2008-13-057: Lichtburg, Wetter	Lichtburg Service GbR Christian Müller-Espey	2.000,00	
		2008-13-059: Talflimmern, Wuppertal	Rieder & Tykwer GbR Mark / Mark Tykwer / Rieder	2.000,00	
		2008-13-060: Kino im Drehwerk, Wachtberg	Kino im Drehwerk 17/19 Rudi Knorr	10.000,00	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			446.000,00	54
	Förderung von Filmpräsentationen	2008-14-001: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	40.000,00	
		2008-14-002: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Alte Brennerei Schwacken-berg	-	
		2008-14-003: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	-	
		2008-14-004: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2008-14-005: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Lichtwerk - Bielefeld Jürgen Hillmer	-	
		2008-14-006: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2008-14-007: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	-	
		2008-14-009: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Central Hattingen Christian Groteheide	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-14-010: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Alter Schlachthof Zedler	-	
		2008-14-011: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Cineplex Warburg Ute Schlinker	-	
		2008-14-012: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	-	
		2008-14-013: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2008	Filmzentrum Oelde Thomas Fußner	-	
		2008-14-015: 50 Jahre Astra Theater, Essen	FTB H. P. Hüster Hanns-Peter Hüster	5.000,00	
		2008-14-019: Kinderfilmfestival, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	5.200,00	
		2008-14-020: Hafenlichtspiele 2008, Düsseldorf	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	1.000,00	
		2008-14-021: Seniorenkino 2008/2009	Cineplex Warburg Heribert Schlinker	1.800,00	
		2008-14-022: Asphalt - Stummfilm Live Vertonung, Wuppertal	Cinopsis - Rieder & Tykwer GbR Mark Tykwer	500,00	
		2008-14-023: Kulturelle Filmpräsentation 2008/2009	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2008-14-024: Kinderfilmprojekt 2008/2009	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	3.000,00	
		2008-14-025: Tage des russischen Films	Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	2.000,00	
		2008-14-026: Aufgedreht - Jugendfilmtage in Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	2.000,00	
		2008-14-027: Dokumentarfilmreihe 2009	Kulturhaus Alter Schlachthof e.V. Thomas Zedler	3.000,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			68.000,00	22
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2007-16-010: Berli, Hürth	Berli Theater GbR Horst Jansen	1.200,00	
		2008-16-001: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Lutz Urbach	3.700,00	
		2008-16-002: Filmzentrum am Rathaus, Oelde	FTB Thomas Fußner Thomas Fußner	17.000,00	
		2008-16-007: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	16.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-16-008: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Jürgen Lütz	29.000,00	
		2008-16-009: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	49.000,00	
		2008-16-010: Kino im Depot, Dortmund	sweetSixteen-filmclub e.V. Frank Haushalter	18.000,00	
		2008-16-011: Kino im Drehwerk 17/19, Wachtberg	Drehwerk 17/19 Kulturbetrieb GmbH Rudi Knorr	2.800,00	
		2008-16-012: Apollo, Aachen	Coenen & Render GbR Walter / Hans-Peter Render / Coenen	15.000,00	
		2008-16-016: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo/Kalle Heimansberg/Somnitz	8.000,00	
		2008-16-017: Metropol, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo/Kalle Heimansberg/Somnitz	8.000,00	
		2008-16-018: Souterrain, Düsseldorf	Souterrain Kellerkino c/o Düsseldorfer Filmkunstkinos Kalle Somnitz	1.200,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern			168.900,00	12
	Förderung von Modellprojekten	2008-17-001: Lichtburg-Center, Dinslaken	Lichtburg-Center Dinslaken GmbH Heidrun Griebler	90.000,00	
	Förderung von Modellprojekten			90.000,00	1
	Festivals	2008-19-001: 32. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche c/o VHS Werner Ruzicka	20.000,00	
		2008-19-002: DOXS! Dokumentarfilm für Kinder	doxs! Duisburger Filmwoche c/o VHS Gudrun Sommer	10.000,00	
		2008-19-003: Internationales Frauenfilmfestival Dortmund Köln	Internationales Frauenfilmfestival Dortmund / Köln Christina Essenberger	40.000,00	
		2008-19-004: 19. Kinofest Lünen	PRO Lünen e. V. Hubert Tenberge	70.000,00	
		2008-19-007: Seminarprogramm Filmwerkstatt Düsseldorf	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. Heinz Holzapfel	2.000,00	
		2008-19-008: Seminarprogramm	Filmwerkstatt Münster e. V. Winfried Bettmer	15.000,00	
		2008-19-009: KurzFilm-EM 2008, Köln	KurzFilmFreun.de Marita Quaas	10.000,00	
		2008-19-010: 24. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e. V. Sigrid Limprecht	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-19-011: 18. Internationales Videofestival Bochum	Asta der Ruhruni Bochum Canan Parin	3.000,00	
		2008-19-012: Film+ 08	Film+ c/o Schnitt Verlag Oliver Baumgarten	18.000,00	
		2008-19-014: Filmwerkstatt Düsseldorf - Filmlaboratorium	Filmwerkstatt Düsseldorf e. V. V. Heinz Holzapfel	5.000,00	
		2008-19-015: Europäischer Filmpreis 2009	European Film Academy e.V. Marion Döring	350.000,00	
	Festivals Summe			563.000,00	12
	Gerd Ruge Projektstipendium	2008-21-004: Traumfabrik Kabul	Sebastian Heidinger + Nils Bökamp Nils Bökamp	30.000,00	
		2008-21-009: Meine neuen Nachbarn	Kai Christiansen Kai Christiansen	-	
		2008-21-013: Unter Kontrolle	Volker Sattel Volker Sattel	30.000,00	
		2008-21-033: Warum haben Zebras Streifen	Cecilia Antoni Cecilia Antoni	-	
		2008-21-040: Der letzte Fang	Markus Ch. Schmidt Markus Christian Schmidt	-	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			60.000,00	5
	Festivalpräsentationsförderung	2008-22-001: Das Geheimnis des Glücks (NT: Die Besucherin)	Coin Film Gmbh Herbert Schwering	2.500,00	
		2008-22-002: The Palermo Shooting	Neue Road Movies GmbH Wenders / Wim	7.500,00	
		2008-22-003: Sewastopols Albatrosse (NT: Am Pier von Apolonovka)	Eikon West GmbH Dr. Ernst Ludwig Ganzert	2.156,72	
	Festivalpräsentationsförderung Summe			12.156,72	3
	Stoffentwicklung - Einzel	2008-23-002: Love Carousel	Sergej Stanojkovski Production Sergej Stanojkovski	30.000,00	
		2008-23-003: Das Leben im Dunkeln - Filmkritiker	Troika Entertainment GmbH Michael Aust	21.600,00	
		2008-23-010: Der Schimmelreiter	gilles mann filmproduktion Marco Gilles	33.600,00	
		2008-23-014: Shoot me!	Palladio Film GmbH & Co KG Niko Von Glasow	40.000,00	
	Stoffentwicklung - Einzel Summe			125.200,00	4

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Stoffentwicklung - Paket	2008-24-001: Paket - Coin Film	Coin Film Gmbh Herbert Schwering	55.132,00	
	Stoffentwicklung - Paket Summe			55.132,00	1
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2008-31-003: Buena Vista oder die Suche nach Juans Mantel	ariane-film Ges. f. Film- u. Fernsehproduktion Christian Schulzki	8.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			8.000,00	1
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2008-34-001: Schwere Schatten	Serdal Karaca Serdal Karaca	10.000,00	
		2008-34-004: Vor dem Schuss	Florian Mischa Böder Florian Böder	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			20.000,00	2
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2008-35-001: 24 h Marrakech	Rif Film OHG Daniel Gräbner	45.000,00	
		2008-35-018: Der Jahrhundertsommer	Chong Zhang Chong Zhang	25.000,00	
		2008-35-019: Contracorriente	Neue Cameo Flm GbR Ole Landsjöassen	50.000,00	
		2008-35-022: Eine flexible Frau	Tatjana Turanskyi Tatjana Turanskyi	5.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			125.000,00	4
	Förderung von Kurzfilmen	2008-38-005: Take Two	Coin Film Gmbh Herbert Schwering	12.000,00	
		2008-38-006: Kommen, Gehen, Bleiben (AT: Mirja)	Corinna Liedtke Corinna Liedtke	25.000,00	
		2008-38-010: Spuren	Sebastian Fritzsich Sebastian Fritzsich	25.000,00	
		2008-38-023: Milltown, Montana	Rainer Komers Filmproduktion Rainer Komers	25.000,00	
		2008-38-029: Totenwache	Gregor Höppner Gregor Höppner	14.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-38-034: Die Frau am Meer	Rosa Hannah Ziegler Rosa Hannah Ziegler	25.000,00	
		2008-38-036: Maria	Schneider + Groos Filmproduktion Ute Schneider	15.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			141.000,00	7
	Verleihförderung	2008-40-001: Filme gegen das Vergessen	Filmproduktion Dietrich Schubert Dietrich Schubert	4.000,00	
		2008-40-002: Tehilim	mec film Irit Neidhardt	2.000,00	
		2008-40-004: Was am Ende zählt	missingFILMs Acrivulis & Severin GbR Andreas Severin	6.750,00	
		2008-40-005: Camilo - Der lange Weg zum Ungehorsam	Filmwerkstatt Münster Winfried Bettmer	5.000,00	
		2008-40-006: Zuletzt befreit mich doch der Tod	Camerada Film Beate Middeke	3.000,00	
		2008-40-010: Stolpersteine	Film Kino Text Jürgen Lütz e. K. Jürgen Lütz	17.500,00	
		2008-40-011: Auge in Auge	Preview Production GbR Joachim Schroeder	10.000,00	
		2008-40-012: Schwarzer Graf	Basis-Film Verleih GmbH Clara Burckner	5.000,00	
		2008-40-013: Reich des Bösen	Mitosfilm Aktas/Gallico GbR Mehmet Aktas	10.000,00	
		2008-40-014: Der große Japaner - Dainipponjin	Rapid Eye Movies HE GmbH Stephan Holl	5.000,00	
		2008-40-021: Spielverderber	ZORRO FILM GmbH Michael Seidel	10.000,00	
		2008-40-022: 33 Szenen aus dem Leben	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	35.000,00	
		2008-40-028: Auf der Suche nach dem Gedächtnis	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	25.000,00	
	Verleihförderung			138.250,00	13
	Förderung von Filmpräsentationen	2008-44-001: Eine Filmreise in die Welt des Buddhismus	Filmclub Münster Winfried Bettmer	1.000,00	
		2008-44-002: Die Brüder Buharov - Eine Reise in die Welt des ungarischen Kinos	Katrin Schnieders	2.000,00	
		2008-44-003: Elsebader Kinokarren Kurzfilmfestival 2008	Förderverein Bürgerbad Elsetal e. V. Thomas Wild	2.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-44-005: Stummfilm in der Stadt, Münster	Verein zur Förderung kommunaler Filmarbeit - Die Linse e. V. Jens Schneiderheinze	6.000,00	
		2008-44-006: Retrospektive Ulrike Ottinger	Filmclub Münster Winfried Bettmer	2.000,00	
		2008-44-008: LaDoc Lectures 2008	LaDoc Filmnetzwerk c/o Filmdokument Braun/Wandaogo GbR Elfriede Schmitt	2.500,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			15.500,00	6
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2008-45-002: El Alberto	Markus Daniel Schulze Markus Daniel Schulze	21.000,00	
		2008-45-003: Nabokov - Die Textur der Zeit	Harals Bergmann Filmproduktion Harald Bergmann	70.000,00	
		2008-45-006: Im Schatten des Gulag - als Deutsche unter Stalin geboren (AT: Kinder des GULAG)	Loretta Walz Videoproduktion Loretta Walz	20.000,00	
		2008-45-009: The Sound After The Storm	hilfilm Sven O. Hill	25.000,00	
		2008-45-010: Louisa	Katharina Pethke Katharina Pethke	20.500,00	
		2008-45-015: Warteschleifen (AT:Kölner Lektionen)	Westendfilme Markus Mischkowski	22.000,00	
		2008-45-017: Bruder Schwester	Hanfgarn & Ufer Filmproduktion Gunter Hanfgarn	40.000,00	
		2008-45-023: David Wants To Fly	Lichtblick Film Carl-Ludwig Rettinger	35.000,00	
		2008-45-030: Der schwule Neger Nobi - eine DDR-Geschichte	Wilm Huygen Wilm Huygen	25.000,00	
		2008-45-040: Bad Boy Kummer	busse & halberschmidt Marcelo Busse	45.000,00	
		2008-45-041: Unter Kontrolle	Credo Film GmbH Susann Schimk	30.000,00	
		2008-45-047: Der Tag des Spatzen	Blinker Filmproduktion Meike Martens	30.000,00	
		2008-45-051: Generation Kundus (AT:Kundus Kids)	Martin Gerner Filmproduktion Martin Gerner	30.000,00	
		2008-45-053: Scheich Ibrahim, Bruder Jihad (AT: Abrahams Traum)	Andres Rump Andres Rump	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-45-054: Kein Vertrauen. Keine Angst. Um nichts bitten.	Peter Rippl Filmproduktion Peter Rippl	15.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			453.500,00	15
	Postproduktionsförderung	2008-48-003: Die Helden aus der Nachbarschaft	Jovan Arsenic Jovan Arsenic	2.500,00	
		2008-48-004: Autumn's Lament / Herbst - Requiem	Film Fabrik Kadir Sözen	20.000,00	
		2008-48-011: Chan di Chummi - Kiss The Moon	Say Cheese Productions Sandra Hacker	20.000,00	
		2008-48-012: Das Richter Fenster	zero one film Gmbh Thomas Kufus	2.000,00	
		2008-48-014: Auf der Strecke	Reto Caffi Reto Caffi	2.220,00	
		2008-48-015: Die Helden aus der Nachbarschaft	Jovan Arsenic Jovan Arsenic	5.000,00	
		2008-48-016: Der Verdacht	Mathias Casanova Mathias Casanova	1.100,00	
		2008-48-017: Happy Birthday Kleines (AT: Evil Man and Bad Kitty)	Maria Scarcello Maria Scarcello	4.000,00	
		2008-48-021: Autumn/Herbst	Filmfabrik Ute Sözen	5.000,00	
		2008-48-022: When the Mountain meets ist Shadows (AT: Borders)	DOK-WERK Filmkooperative Daniela Michel	15.000,00	
		2008-48-023: Die 4 Jahreszeiten	Timecode Video + Kommunikation GmbH Rolf Neddermann	5.000,00	
		2008-48-026: Birthday	Andrzej Król Andrzej Król	2.000,00	
		2008-48-029: Amateure	Dirk Oetelshoven Dirk Oetelshoven	-	
	Postproduktionsförderung Summe			83.820,00	13
	Festivals	2007-49-004: Afghanistan Filmfestival	Heidary Homeira Heidary	3.000,00	
		2008-49-001: 10. Afrikanisches Filmfestival "Jenseits von Europa"	FilmInitiativ Köln e. V. Christa Aretz	8.500,00	
		2008-49-002: MünsterEthno-FilmFest MEFF IV	Freunde des Dokumentarischen - Fredok e. V. Christine Müh	1.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-49-006: Filmfest 2008 an der Heinrich-Heine-Universität	Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf Milena Gawczynska	2.500,00	
	Festivals Summe			15.000,00	4
	Animation/ Experimentalfilm	2008-55-004: Déjà Muh (AT: Der Notfall)	Basement Pictures Stefan Müller	20.000,00	
		2008-55-005: Besuch zu Hause	Susanne Kutter Susanne Kutter	10.000,00	
		2008-55-009: Cloudtank	Rainer Eisch Rainer Eisch	6.900,00	
		2008-55-012: Ente, Tod und Tulpe	TrickStudio Lutterbeck GmbH Richard Lutterbeck	30.000,00	
		2008-55-013: Trabanten	Galerie Walbröl Ursula Walbröl	10.500,00	
	Animation/ Experimentalfilm Summe			77.400,00	5
	Abschlussfilm - KURZ	2008-62-004: verkehrtHAL-Rum	RattenSchaf Filmproduktion Christian Delarber	8.700,00	
		2008-62-007: WANNABE	58 filme Tom Schreiber	50.000,00	
		2008-62-009: Bobby spielt das Leben (AT)	MICA Filmproduktion Matthias Heuser	20.000,00	
		2008-62-010: Eni (AT: Wir haben uns) - Postproduktion	Ingo Monitor Ingo Monitor	5.000,00	
	Abschlussfilm - KURZ Summe			83.700,00	4
	Erstlingsfilm - LANG	2008-63-002: Feindberührung (AT: Der verwunderte Blick)	Bachelier Filmproduktion Heike Bachelier	75.000,00	
		2008-63-007: Rumpe & Tuli	Pandora Film Raimond Goebel	300.000,00	
		2008-63-009: Work hard - Play hard	Hupe Film Erik Winker	116.000,00	
		2008-63-011: Sascha	eastart pictures Ewa Borowski	424.500,00	
	Erstlingsfilm - LANG Summe			915.500,00	4
	Erstlingsfilm - KURZ	2008-64-001: Das Radiomädchen	Ulla Schmidt Ulla Schmidt	30.000,00	
		2008-64-003: How to Raise The Moon (AT:When I am asleep)	Anja Struck Anja Struck	30.000,00	
		2008-64-006: Der Herz-erlfresser	Hupe Film- u. Fernsehproduktion Andreas Brauer	27.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-64-007: Stumme Spiegel	Mani Bakhshpour Mani Bakhshpour	2.000,00	
	Erstlingsfilm - KURZ Summe			89.000,00	4
	Hörspiel	2008-80-001: Der Benutzer hat derzeit keine Einsätze	Antje Vohwinkel Antje Vohwinkel	4.000,00	
		2008-80-002: Lalibela Boys	Martina Schulte Martina Schulte	7.500,00	
		2008-80-003: Sdreski Ecke Rykerstraße	Enno Stahl Enno Stahl	4.000,00	
		2008-80-004: Aufstieg und Fall des King of Coke	Tom Noga Tom Noga	5.000,00	
		2008-80-005: Babels Bau	Bernhard Herbordt/M. Mohren Bernhard Herbordt	4.000,00	
		2008-80-006: Das ist die Sonne, das ist mein Leben	Martin Zawadzki Martin Zawadzki	3.000,00	
		2008-80-007: pressplay 2	Daniel Beskos- Marisch Verlag Daniel Beskos	3.000,00	
		2008-80-008: Der Tastenclan	Beate Anders Beate Andres	7.500,00	
		2008-80-009: Der innere Innenminister	Till Müller-Klug Till Müller-Klug	6.000,00	
		2008-80-010: Sing, sing!	Marcus Droß Marcus Droß	5.000,00	
		2008-80-011: Cyberchonder	Matthias Kapohl Matthias Kapohl	6.000,00	
		2008-80-012: Die knallbunte Welt des Tomothy Leary	Zeitblom Georg Falk-Huber (Zeitblom)	3.000,00	
		2008-80-013: Absout Schmitt, Sauerland der Ideen	Sven Töniges Sven Töniges	6.000,00	
		2008-80-016: Pusstytown	Ulrich Bassenge Ulrich Bassenge	6.000,00	
		2008-80-019: Der Hörspieler - Betrachtungen aus der Praxis	Leonhard Koppelman Leonhard Koppelman	5.000,00	
		2008-80-025: RUHE 1	Paul Plamper Paul Plamper	7.000,00	
		2008-80-027: Riot Girls	Sabine Bernardi u. Annette Blaschke Sabine Bernardi	5.000,00	
		2008-80-033: Sodom & Gomorrah	Jens Jarisch Jens Jarisch	7.500,00	
		2008-80-035: Drei mal, Kölle, ade!	Holger Hegemann Holger Hegemann	3.000,00	
		2008-80-037: 12 Stunden Hassel	Benjamin Quabeck Benjamin Quabeck	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2008-80-041: Die Erinnerung wirft mich zurück wie eine unsichtbare Faust	Stefan Heckmann Stefan Heckmann	4.000,00	
	Hörspiel Summe			105.500,00	21
2008	Ergebnis			34.495.512,05	344

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2009	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2009-01-001: Mephistos Spielchen	Tradewind Pictures Helmut Weber	80.000,00	
		2009-01-005: A Story of a Palestinian Gangster	Blinker Filmproduktion Meike Martens	40.000,00	
		2009-01-011: Zen in der Kunst des Bogenschießens	Gringo Films GmbH Sonja Ewers	48.000,00	
		2009-01-014: Eleanor Rigby	Tatfilm Produktions GmbH Christine Ruppert	80.000,00	
		2009-01-016: Unsichtbar	Ester.Reglin.Film Produktionsgesellschaft mbH Roswitha Ester	79.500,00	
		2009-01-023: Ruhm	Little Shark Entertainment Sönke Wortmann	70.000,00	
		2009-01-027: Macho Man	Conradfilm GmbH & Co. KG Marc Conrad	75.000,00	
		2009-01-028: Hannah Arendt	Heimatfilm Bettina Brokemper	80.000,00	
		2009-23-006: Pommes essen	Dagstar Film Dagmar Niehage	25.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			577.500,00	9
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2009-03-012: Macho Man	Conradfilm GmbH & Co. KG Marc Conrad	20.000,00	
		2009-03-013: Die Räuber	Little Shark Entertainment GmbH Tom Spieß	20.000,00	
		2009-03-016: Nachsaison Tropical	Propellerfilm Köln GmbH & Co. KG Felix Blum	20.000,00	
		2009-03-018: Mittsommer	filmpool Film- und Fernsehproduktion GmbH Gisela Marx	20.000,00	
		2009-03-019: Dollars - Wenn schon falsch, dann richtig	20:15 Film- und Fernsehprod. B. Brokemper	20.000,00	
		2009-03-020: Die Lügenbaronin	unafilm e.K. Titus Kreyenberg	20.000,00	
		2009-03-022: Die Heinzelmannchen	greenskyfilms GmbH Philipp Steffens	20.000,00	
		2009-03-024: Wenn der Himmel kosher wird	Elsani Film Anita Elsani	20.000,00	
		2009-03-026: Wir brauchen Bass	eitelsonnenschein GmbH Lutz Heineking	20.000,00	
		2009-03-028: Das Zimmermädchen	Pandora Film GmbH Karl Baumgartner	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-03-033: Die Liebhaberinnen	unafilm e.K. Titus Kreyenberg	20.000,00	
		2009-03-036: Burrnesha - Die albanische Jungfrau	Elsani Film Anita Elsani	20.000,00	
		2009-03-046: Ausgerechnet Sibirien	Jooyaa Filmproduktion GmbH Minu Barati-Fischer	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			260.000,00	13
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2009-04-023: Der Schatten	Christian Rau + Christoph Mathieu Christian Rau	20.000,00	
		2009-04-050: Die Frau des Politikers	Jan Bonny Jan Bonny	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			40.000,00	2
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2008-05-070: Tauben auf dem Dach (NT: Die Relativitätstheorie der Liebe)	UFA Cinema GmbH Thomas Peter Friedl	600.000,00	
		2009-05-003: Vorstadtkrokodile 2 - Das Abenteuer geht weiter...	Westside Filmproduktion Christian Becker	900.000,00	
		2009-05-004: Friedenau (NT: "Lollipop Monster")	Network Movie Film- und Fernsehprod. Reinhold Elschot	320.000,00	
		2009-05-005: Teufelskicker	UFA Cinema GmbH Thomas Peter Friedl	650.000,00	
		2009-05-009: TÖTE MICH	Wüste Film West Hejo Emons	600.000,00	
		2009-05-011: Die Tür (NT: Hinter der Tür)	Intuit Pictures GmbH Sandor Söth	600.000,00	
		2009-05-012: The Unforgettables/ Die Unvergessenen	TATFILM GmbH Christine Ruppert	200.000,00	
		2009-05-015: BAL - HONEY	Heimatfilm GmbH & Co. KG. Bettina Brokemper	212.000,00	
		2009-05-017: Breathing Earth	Filmpunkt GmbH Stefan Tolz	80.000,00	
		2009-05-020: Habermann's Mühle (NT: Habermann)	Apollo Media GmbH Thomas Becker	213.932,45	
		2009-05-022: Ritter Rost	Caligari Entertainment Alexander Isadi	500.000,00	
		2009-05-026: Johnny Kühlkissen (NT: Ein Tick anders)	Wüste Film West Hejo Emons	500.000,00	
		2009-05-027: Bastard	Maranto Films Nicole Ringhut	430.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-05-032: Cloudcluster (NT: Tage die bleiben)	Toccata Film Böhm & Nuri GbR Fritz Böhm	390.000,00	
		2009-05-033: Chanda's Secrets (NT: Geliebtes Leben / Life, about all)	Dreamer Joint Venture Filmproduktion i.G. Oliver Stoltz	200.000,00	
		2009-05-038: Home for Christmas	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	440.000,00	
		2009-05-048: Dschungelkind	UFA Cinema GmbH Prof. Nico Hofmann	800.000,00	
		2009-05-049: Hotel Lux	Colonia Media Filmproduktion Winka Wulff	1.400.000,00	
		2009-05-050: Das Blaue vom Himmel	d.i.e. Film GmbH Dieter Ulrich Aselmann	563.949,74	
		2009-05-051: Qissa	Heimatfilm GmbH & Co. KG. Bettina Brokemper	328.364,41	
		2009-05-056: Der kleine Medicus	Zeitsprung Entertainment GmbH Michael Souvignier	800.000,00	
		2009-05-060: Mein Bruder Robert	Philip Gröning Filmproduktion Philip Gröning	457.091,76	
		2009-05-061: PINA	Neue Road Movies GmbH Wim Wenders	650.000,00	
		2009-05-062: Die Superbullen	Constantin Film Produktion Martin Moszkowicz	261.062,03	
		2009-05-063: DREI	X Filme Creative Pool Stefan Arndt	400.000,00	
		2009-05-070: Das Schwein von Gaza (NT: When Pigs have wings)	Barry Films GmbH Dr. Wolfgang Müller	350.000,00	
		2009-05-073: Janosch - Komm, wir finden einen Schatz!	Papa Löwe Filmproduktion GmbH Jürgen Nietmann	200.000,00	
		2009-05-074: Über uns das All	Pandora Film Produktion Christoph Friedel	400.000,00	
		2009-05-075: Brand	TATFILM GmbH Christine Ruppert	420.000,00	
		2009-05-076: Klitschko - der Film	Broadview TV GmbH Leopold Hoesch	400.000,00	
		2009-05-082: Sponsoring (NT: Elles)	Zentropa International Köln Bettina Brokemper	500.000,00	
		2009-05-083: Invasion	Pallas Film GmbH Thanassis Karathanos	350.000,00	
		2009-05-086: Jesus liebt mich	UFA Cinema GmbH Thomas Peter Friedl	800.000,00	
		2009-05-088: Der blaue Tiger	Blinker Filmproduktion Meike Martens	150.000,00	
		2009-05-091: Tom Sawyer	Neue Schönhauser Filmproduktion GmbH Boris Schönfelder	700.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-05-092: Ein Platz an der Sonne (NT: Die Ausbildung)	Unafilm Titus Kreyenberg	400.000,00	
		2009-05-093: The Talking Cure (NT: A dangerous method)	Lago Film GmbH Marco Mehlitz	900.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			18.066.400,39	29
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2009-06-001: Hindenburg	teamWorx Television & Film GmbH Dr. Jürgen Schuster	1.800.000,00	
		2009-06-002: Die Jagd nach der heiligen Lanze	Dreamtool Entertainment GmbH & Co.KG Felix Zackor	1.500.000,00	
		2009-06-003: Undercover Love	Polyphon Film- und Fernseh GmbH Christoph Bicker	550.000,00	
		2009-06-004: Vom Glück nur ein Schatten (NT: Schicksalsjahre)	teamWorx Produktion für Film und Fernsehen Dr. Jürgen Schuster	800.000,00	
		2009-06-005: Gottes mächtige Dienerin	Ziegler Film Köln GmbH Elke Ried	400.000,00	
		2009-06-006: Die letzten 30 Jahre	Odeon Pictures Christoph Menardi	620.000,00	
		2009-06-009: Neue Vahr Süd	Studio Hamburg Produktion Hannover GmbH Michael Lehmann	550.000,00	
		2009-06-010: Spur des Terrors (NT: Takiye - Im Namen Gottes)	Filmfabrik Kadir Sözen	1.000.000,00	
		2009-06-012: VISUS - Das Vermächtnis der Arche	all in production GmbH Annette Reeker	800.000,00	
		2009-06-013: Mutter 007 NT: Nina Undercover - Agentin mit Kids	Dreamtool Entertainment Stefan Raiser	800.000,00	
		2009-06-014: Der Kniefall des Kanzlers. Willy Brandt und die Ostpolitik	Broadview TV GmbH Leopold Hoesch	150.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie Summe			8.970.000,00	11
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2008-07-015: Edles Halbblut - Kann man Erfolg züchten?	Lichtfilm GmbH Wolfgang Bergmann	101.332,71	
		2009-07-003: Arbeit - Entheiligt werde Dein Name!	Hupe Film Erik Winker	250.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-07-008: Perry Rhodan - Unser Mann im All	Florianfilm André Schäfer	145.000,00	
		2009-07-009: The Sound of Heimat	Tradewind Pictures GmbH Helmut Weber	190.000,00	
		2009-07-011: Süßes Gift (NT: Geben und Nehmen)	Lichtfilm GmbH Wolfgang Bergmann	120.000,00	
		2009-07-012: Camp 14 - Total Control Zone	Engstfeld Film GmbH Axel Engstfeld	175.000,00	
		2009-07-014: The Green Wave	Wizard UG und Co Produktions KG Oliver Stoltz	150.000,00	
		2009-07-015: Freiheit ist - Gerhart Baum - Portrait eines Liberalen	BCE Filmproduktion Bettina Ehrhardt	60.000,00	
		2009-77-001: Being Kosher (NT: Nicht ganz kosher)	Atmosfilm West David Ber-net	50.000,00	
		2009-77-003: Mama Afrika	Starhaus Filmproduktion GmbH Rainer Kölmel	70.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			1.311.332,71	10
	Förderung von Kurzfilmen	2009-08-001: Molly und das sagenumwobene Weihnachtsmonster	Trick Studio Lutterbeck GmbH Richard Lutterbeck	180.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen Summe			180.000,00	1
	Verleihförderung	2009-10-001: Ob Ihr wollt oder nicht! (AT: Laura)	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing-Lüke	80.000,00	
		2009-10-002: Vorstadtkrokodile	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	100.000,00	
		2009-10-003: Hilde	Warner Bros. Entertainment GmbH Wilfried Geike	100.000,00	
		2009-10-004: Helen	Warner Bros. Entertainment GmbH Wilfried Geike	120.000,00	
		2009-10-005: Salami Aleikum	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	50.000,00	
		2009-10-006: Mullewapp - Das große Kinoabenteuer der Freunde	Kinowelt Film Entertainment GmbH J.-P. / Jan / Claudia Dr. de Haas / Rickers / Snehotta	50.000,00	
		2009-10-007: The Dust of Time	NFP neue film produktion GmbH Alexander Thies	50.000,00	
		2009-10-008: Die Kinder der Seidenstraße (OT: The Children of Huang Shi)	3 Rosen GmbH Jürgen Fabritius	100.000,00	
		2009-10-010: Gigante (AT)	Neue Visionen Filmverleih Wulf / Thorsten Sörgel / Frehse	71.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-10-011: Das Vaterspiel	Alamode Filmdistribution OHG Fabien Arséguel	70.000,00	
		2009-10-012: Antichrist	MFA+ Filmdistribution e. K. Christian Meinke	71.400,00	
		2009-10-013: Es kommt der Tag	ZORRO FILM GmbH Wer- ner/Michael Fuchs/Seidel	30.000,00	
		2009-10-014: Maria, ihm schmeckt's nicht!	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	50.000,00	
		2009-10-015: Tortuga	Polyband Medien GmbH Swetlana Winkel	75.000,00	
		2009-10-016: Berlin '36 (AT: Stille Sieger)	X Verleih AG Martin Ko- chendorfer	50.000,00	
		2009-10-017: Fräulein Stin- nes fährt um die Welt	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	34.000,00	
		2009-10-018: Cheri	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	100.000,00	
		2009-10-020: Hangtime	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	75.000,00	
		2009-10-021: Unter Bauern	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	100.000,00	
		2009-10-024: Das Massaker von Katyn	Kurt Media GmbH Justus/Rainer Peter/Bruns	40.000,00	
		2009-10-025: Evet, ich will!	MaXXimum Film und Kunst GmbH Ahmet Anil Sahin	20.000,00	
		2009-10-027: Schwarz auf Weiss (AKA Willkommen im Nogo)	X Verleih AG Stefan / Martin / Manuela Arndt / Kochendor- fer / Stehr	20.000,00	
		2009-10-030: Jasper und das Limonadenkomplott	Twentieth Century Fox of Germany Vincent De La Tour	75.000,00	
		2009-10-031: Vision - Aus dem Leben der Hildegard von Bingen	Concorde Filmverleih GmbH Markus Zimmer	100.000,00	
		2009-10-032: LowLights	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	30.000,00	
		2009-10-034: Albert Schweit- zer - Ein Leben für Afrika	NFP marketing & distribution Alexander / Stefan Thies / Thies	75.000,00	
		2009-10-035: Die Päpstin	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	150.000,00	
		2009-10-036: Sturm	Piffel Medien Hans-Christian / Reinhard Boese / Matthäus	50.000,00	
		2009-10-038: Wüstenblume	Majestic Filmverleih GmbH Benjamin Herrmann	140.000,00	
		2009-10-039: This is Love	Kinowelt Filmverleih GmbH Claudia / Jan / Wolfgang Snehotta / Rickers / Braun	60.000,00	
		2009-10-040: Die Anwälte	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-10-041: Tannöd	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	55.000,00	
		2009-10-042: Diamantenhochzeit	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	41.230,00	
		2009-10-043: Lourdes	NFP marketing & distribution Alexander / Stefan Thies / Thies	50.000,00	
		2009-10-044: Vorstadtkrokodile 2	Constantin Film Verleih GmbH Gero Worstbrock	75.000,00	
		2009-10-045: Henri 4	Central Film GmbH Peter / Peter Sundarp / Heinzmann	200.000,00	
		2009-10-046: Die Fremde	Majestic Filmverleih GmbH Benjamin Herrmann	40.000,00	
		2009-10-047: Im Haus meines Vaters sind viele Wohnungen	X Verleih AG Martin Kochendörfer	30.000,00	
		2009-10-048: Teufelskicker	Universal Pictures Hamburg Film- u. Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	100.000,00	
	Verleihförderung Summe			2.742.630,00	39
	Vertriebsförderung	2009-11-001: A Rational Solution (Eine vernünftige Lösung)	The Match Factory GmbH Michael Weber	20.000,00	
		2009-11-002: The Murder Farm	The Match Factory GmbH Michael Weber	24.000,00	
		2009-11-005: Unter dir die Stadt	The Match Factory GmbH Michael Weber	30.000,00	
		2009-11-006: BAL - HONEY	The Match Factory GmbH Michael Weber	22.000,00	
	Vertriebsförderung Summe			96.000,00	4
	Zusatzkopienförderung	2009-12-001: EFFI BRIEST	Constantin Film Verleih GmbH Fred Kogel	2.144,58	
		2009-12-002: Der Vorleser	Senator Film Verleih GmbH Rolf Anatol Nitschke	4.394,76	
		2009-12-003: Männersache	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	5.000,00	
		2009-12-005: Fast and Furious	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	2.179,85	
		2009-12-006: Slumdog Millionär	Prokino Filmverleih GmbH Emma Klopff	3.713,60	
		2009-12-007: Auf der Suche nach dem Gedächtnis	W film Filmprod. und Filmverleih Stephan Winkler	1.768,70	
		2009-12-008: Harry Potter und der Halbblutprinz	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-12-009: Maria, ihm schmeckts nicht!	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	3.000,00	
		2009-12-010: Der gelbe Satin	Sonfilm Marketing Film und TV GmbH Güler Balaban	4.922,00	
		2009-12-011: Berlin '36	X Verleih AG Martin Ko- chendorfer	2.012,75	
		2009-12-012: Lauras Stern und der geheimnisvolle Dra- che Nian	Warner Bros. Pictures Ger- many Volker Modenbach	4.000,00	
		2009-12-013: Die Päpstin	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	7.400,00	
		2009-12-014: Schwarz auf Weiss	X Verleih AG Martin Ko- chendorfer	1.248,82	
		2009-12-015: Die Päpstin	Constantin Film Verleih GmbH Oliver Koppert	4.500,00	
		2009-12-016: Wenn Liebe so einfach wäre	Universal Pictures Internatio- nal Germany GmbH Paul Steinschulte	2.447,33	
	Zusatzkopien- förderung Summe			53.732,39	15
	Jahresfilmpro- grammpremie	2009-13-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	8.000,00	
		2009-13-002: Capitol, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	3.000,00	
		2009-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	10.000,00	
		2009-13-005: AJZ Kino, Biele- feld	AJZ Bielefeld e.V. Volker Verhoff	-	
		2009-13-006: Lichtwerk im Ravensberger Park, Bielefeld	Lichtwerk Filmtheater Be- triebs GmbH Jürgen Hillmer	13.000,00	
		2009-13-007: Kamera Film- kunsttheater, Bielefeld	Neue Kamera Filmtheater Betriebs-GmbH Jürgen Hill- mer	6.000,00	
		2009-13-008: Endstation, Bochum	Initiative Bahnhof Lan- gendreer e. V. Andrea & Anke Gollnow & Teuber	17.000,00	
		2009-13-009: Casablanca, Bochum	Casablanca Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2009-13-010: Metropolis, Bochum	MBS Entertainment GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2009-13-011: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	17.000,00	
		2009-13-012: Neue Filmbüh- ne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	9.000,00	
		2009-13-013: Rex - Lichtspiel- theater, Bonn	Rex - Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	9.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-13-014: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	15.000,00	
		2009-13-015: Roxy, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	9.000,00	
		2009-13-016: Camera, Dortmund	Roxy Kino GmbH Gerlinde Veddeler-Johannsen	9.000,00	
		2009-13-017: Schauburg, Dortmund	Lichtspiel- und Kunsttheater Schauburg Edith Pioch-Vogt	8.000,00	
		2009-13-018: Filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	-	
		2009-13-019: Soutterain, Düsseldorf	FTB Kalle Somnitz Kalle Somnitz	8.000,00	
		2009-13-020: Atelier, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo / Kalle Heimansberg / Somnitz	6.000,00	
		2009-13-021: Bambi, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo / Kalle Heimansberg / Somnitz	10.000,00	
		2009-13-022: Cinema, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo / Kalle Heimansberg / Somnitz	8.000,00	
		2009-13-025: Metropol, Düsseldorf	Metropol Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo / Kalle Heimansberg / Somnitz	10.000,00	
		2009-13-026: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	16.000,00	
		2009-13-027: Elite, Espelkamp	Lichtburg Filmtheater GmbH Karl-Heinz Meier	4.000,00	
		2009-13-028: Astra Luna, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2009-13-029: Eulenspiegel, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Hanns-Peter Hüster	10.000,00	
		2009-13-030: Galerie Cinema	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Hanns-Peter Hüster	8.000,00	
		2009-13-032: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	8.000,00	
		2009-13-033: Filmriss, Gevelsberg	Filmriss Projekt kino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	2.000,00	
		2009-13-034: Bambi + Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	11.000,00	
		2009-13-035: Babylon, Hagen	Kulturzentrum Pelme e. V. Jürgen Breuer	4.000,00	
		2009-13-036: Filmkunst & Programm kino Lancaster	G&K Filmtheater & Kulturbetriebe GmbH Christian Groteheide	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-13-037: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Daniel Huys	4.000,00	
		2009-13-038: Onikon, Herdecke	Filminitiative Herdecke e. V. Friedhelm Schürmann	-	
		2009-13-039: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	11.000,00	
		2009-13-040: Berli, Hürth	Berli Theater GbR Therese Jansen	4.000,00	
		2009-13-041: Kino im Kuba, Jülich	Kultur im Bahnhof e. V. Christoph Klemens	2.000,00	
		2009-13-042: Capitol, Kerpen	Capitol Theater Bernd Schmitz	6.000,00	
		2009-13-043: Off-Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	15.000,00	
		2009-13-044: Filmpalette, Köln	Kühn / Recktenwald / Steinkühler - Filmpalette GbR Dirk Steinkühler	20.000,00	
		2009-13-045: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	7.000,00	
		2009-13-046: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Jürgen Lütz	10.000,00	
		2009-13-047: Hansa, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	2.000,00	
		2009-13-049: Studio und Smoky, Mettmann	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslenbroich / Papenhoff	9.000,00	
		2009-13-050: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater Betriebe GmbH Klaus-Dieter Klepsch	15.000,00	
		2009-13-051: Cinema, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinze	18.000,00	
		2009-13-052: Hitch, Neuss	Helmut Kettler Helmut Kettler	8.000,00	
		2009-13-053: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. OHG Jürgen Pesch	5.000,00	
		2009-13-054: Kino im Walzenlager, Oberhausen	Kino im Walzenlager / Zentrum Altenberg Jörg Kluge	2.000,00	
		2009-13-055: Filmzentrum, Oelde	FTB Thomas Fußner Thomas Fußner	3.000,00	
		2009-13-057: Kino, Ratingen	Rosslenbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslenbroich / Papenhoff	9.000,00	
		2009-13-059: Drehwerk, Wachtberg	Drehwerk 17/19 Kulturbetrieb GmbH Rudi Knorr	4.000,00	
		2009-13-060: Cineplex, Warburg	Cineplex Warburg Ute Schlinker	8.000,00	
		2009-13-061: Filmtheater Winterberg, Winterberg	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	2.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-13-062: Lichtburg, Wetter	Lichtburg Service GbR Christian Müller-Espey	2.000,00	
		2009-13-063: TALflimmern, Wuppertal	Cinopsis - Rieder & Tykwer GbR Mark Tykwer	2.000,00	
		2009-13-064: Cinema, Wuppertal	Lichtblick Cinema GmbH Mustafa El Mesaoudi	4.000,00	
		2009-13-065: Theater am Weißhaus, Köln	Theater am Weißhaus Manfred Kremer	5.000,00	
		2009-13-066: Lichtburg, Essen	Essener Filmkunsttheater GmbH Marianne Menze	10.000,00	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			449.000,00	59
	Förderung von Filmpräsentationen	2009-14-001: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	50.000,00	
		2009-14-002: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Alte Brennerei Schwacken- berg	-	
		2009-14-003: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Filmtheater Winterberg Doris Wahle	-	
		2009-14-004: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Kino Brakel Thomas Wirth	-	
		2009-14-005: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Kino Bad Driburg Thomas Wirth	-	
		2009-14-006: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Lichtwerk - Bielefeld Jürgen Hillmer	-	
		2009-14-007: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
		2009-14-008: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	-	
		2009-14-009: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Residenz Bad Laasphe Uwe Gemmecker	2.693,66	
		2009-14-010: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Central Hattingen Christian Groteheide	-	
		2009-14-011: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Bürgerzentrum "Alter Schlachthof" Thomas Zedler	-	
		2009-14-012: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Filmzentrum am Rathaus Thomas Fußner	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-14-013: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Cineplex Warburg Ute Schlinker	-	
		2009-14-014: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	-	
		2009-14-015: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2009	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	-	
		2009-14-016: Russische Filmtage	Filmclub Münster Winfried Bettmer	2.000,00	
		2009-14-017: Filminitiative Remscheid	Metropol Filmtheater-Betriebs-GmbH Georg Dawo	3.000,00	
		2009-14-018: Seniorenfilm 5	Cineplex Warburg Ute Schlinker	1.800,00	
		2009-14-019: Kinderfilmfestival 2009	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	5.200,00	
		2009-14-020: Cinefete	AG Kino - Gilde e.V. Eva Matlok	1.000,00	
		2009-14-021: Seniorenfilm 6	Cineplex Warburg Judith / Dr. Heribert Schlinker	1.800,00	
		2009-14-023: Kulturelle Filmpräsentation 2009/2010	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2009-14-024: Kinderfilmprojekt 2009/2010	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2009-14-026: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	45.000,00	
		2009-14-027: Aufgedreht - Jugendfilme in Oberhausen	H. Pesch & Co. KG Jürgen Pesch	1.500,00	
		2009-14-028: Kölner Kino Nächte 2009	Kino Gesellschaft Köln / Kühn & Steinkühler GbR Joachim Kühn	1.000,00	
		2009-14-029: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Alte Brennerei e.V. Bernadet Schwackenber	-	
		2009-14-030: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Central Christian Groteheide	-	
		2009-14-031: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Cineplex Warburg Ute / Heribert Schlinker	-	
		2009-14-032: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	-	
		2009-14-033: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-14-034: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Filmzentrum am Rathaus Thomas Fußner	-	
		2009-14-035: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Kino Brakel Thomas / Elina Wirth	-	
		2009-14-036: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Kino 1 Thomas & Elina Wirth	-	
		2009-14-037: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Lichtwerk Jürgen Hillmer	-	
		2009-14-038: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Residenz Bad Laasphe Uwe Gemmecker	2.674,28	
		2009-14-039: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Kulturhaus Alter Schlachthof e.V. Thomas Zedler	-	
		2009-14-040: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Universum Bünde Dirk Kaiser	-	
		2009-14-041: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2010	Viktoria Hilchenbach Jochen Manderbach	-	
		2009-14-042: Wiedereröffnung Filmstudio	Rettet das Filmstudio e.V. Marianne Menze	3.000,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			129.667,94	40
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2009-16-001: Scala Cinema, Leverkusen	Scala Cinema Thomas Schöneborn	4.500,00	
		2009-16-003: Bündener Lichtspiele	FTB P. Hemminghaus Peter Hemminghaus	2.500,00	
		2009-16-004: Studienkreis Film der Ruhr-Universität Bochum	Studienkreis Film - Filmclub an der Ruhruniversität Bochum Susanne Stachowitz	600,00	
		2009-16-007: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Ingo Teusch	4.750,00	
		2009-16-008: Bambi, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimannsberg	16.000,00	
		2009-16-009: Filmstudio Glückauf, Essen	Rettet das Filmstudio e.V. Marianne Menze	75.000,00	
		2009-16-011: ZOOM, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	5.700,00	
		2009-16-032: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. KG Jürgen Pesch	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-16-033: Residenz-Kinocenter, Bad Laasphe	RKC-Wittgenstein Limited Uwe Gemmecker	30.000,00	
		2009-17-004: Filmpark, Lippe	Filmpark Lippe GmbH i. Gr. Volker / Andreas Pannenbecker / Herrmann	100.000,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern			259.050,00	10
	Förderung von Modellprojekten	2009-17-001: Nachwuchsförderpreis Tele 5 "Flucht in Betten"	Lüthje & Schneider Filmproduktion Andreas Hörl	49.067,23	
		2009-17-003: Schloß-Passage, Bergisch Gladbach	H. B. Filmtheater Bergisch Gladbach GmbH Helmut Brunotte	100.000,00	
	Förderung von Modellprojekten			149.067,23	3
	Postproduktionsförderung	2009-18-001: House of Boys	Elsani Film Anita Elsani	150.000,00	
	Postproduktionsförderung			150.000,00	9
	Festivals	2009-19-001: 19. Internationales Videofestival Bochum	Asta der Ruhr Justine Spalik	4.000,00	
		2009-19-002: Internationales Frauenfilmfestival Dortmund	Internationales Frauenfilmfestival Dortmund / Köln Christina Essenberger	40.000,00	
		2009-19-003: Berufsfelder Film	Filmhaus Bielefeld Ronald Herzog	7.500,00	
		2009-19-005: doxs! Dokumentarfilme für Kinder und Jugendliche	Stadt Duisburg / VHS, Duisburger Filmwoche Gudrun/Werner Sommer/Ruzicka	10.000,00	
		2009-19-006: 20. Kinofest Lünen	PRO Lünen e. V. Bernd-Peter Menk	70.000,00	
		2009-19-007: Seminare 2009 - filmcoaching	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Holzapfel	5.000,00	
		2009-19-008: Filmfestival Münster 2009	Filmwerkstatt Münster Winfried/Nicky Bettmer/Schulte	26.000,00	
		2009-19-009: Seminarprogramme 2009	Filmwerkstatt Münster Winfried Bettmer	15.000,00	
		2009-19-010: 25. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e. V. Sigrid Limprecht	20.000,00	
		2009-19-011: 33. Duisburger Filmwoche	Volkshochschule der Stadt Duisburg Werner Ruzicka	20.000,00	
		2009-19-012: Film+09	Film+ c/o Schnitt Verlag Oliver Baumgarten	20.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-19-013: Unlimited 2009	Kurzfilmfreunde Köln e. V. Marita Quaas	15.000,00	
	Festivals Summe			253.000,00	12
	Gerd Ruge Projektstipendium	2009-21-013: Bebop's long March	Mathias Frick Mathias Frick	15.000,00	
		2009-21-016: Der Plastik Planet	Annette Zinkant Annette Zinkant	15.000,00	
		2009-21-024: Goldtausch	Dirk Laabs Dirk Laabs	15.000,00	
		2009-21-036: Der braune Showmaster	Till Harms Till Harms	15.000,00	
		2009-21-039: Von Ingolstadt nach Indien	Tassilo Letzel Tassilo Letzel	15.000,00	
		2009-21-060: Kunst und Konspiration - Das kurze Leben des Mark Lombardi	Mareike Wegener Mareike Wegener	35.650,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			110.650,00	6
	Festivalpräsentationsförderung	2009-22-001: Der Vorleser	Senfkorn Film Michael S. de Normier & Silvia Schneider GbR Michael Simon de Normier	5.235,00	
		2009-22-002: Sturm	23/5 Filmproduktion GmbH Britta Knöller	7.500,00	
		2009-22-003: Hanna's Words (NT: Schläft ein Lied in allen Dingen)	Neue Mediopolis Filmproduktion GmbH Ris, Alexander	2.500,00	
		2009-22-004: The Strength of water	Pandora Film Raimond Goebel	2.500,00	
		2009-22-006: Das Vaterspiel	TATFILM GmbH Christine Ruppert	2.500,00	
		2009-22-007: Low Lights	Dagstar Film Dagmar Niehage	5.000,00	
		2009-22-008: Unter Bauern	FilmFormKöln GmbH Joachim von Mengershausen	5.000,00	
		2009-22-009: Zarte Parasiten	RheinFilm TV- und Medienproduktionsges.mbH Juliane Thevissen	3.000,00	
		2009-22-010: Lebanon	Ariel Films Benjamina Mirnik	7.130,00	
		2009-22-011: Lourdes	Thermidor Susanne Marian	5.000,00	
		2009-22-012: Women without Men	Essential Filmproduktion Susanne Marian	7.500,00	
	Festivalpräsentationsförderung Summe			52.865,00	11

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Stoffentwicklung – Einzel	2009-03-029: Berlinair	Lichtmeer Film Claudia Pöpsel	20.000,00	
		2009-23-001: Wilde Stadt	Lichtmeer Film GmbH & Co KG Claudia Pöpsel	60.999,00	
		2009-23-005: Eine Insel namens Udo	Little shark Entertainment GmbH Tom Spieß	21.670,00	
		2009-23-009: Unter Freunden - Politischer Reigen in Brüssel	Atmosfilm West David Bernet	21.943,00	
		2009-23-010: Phantom-schmerz Mladic	Hupe Film Erik Winker	14.500,00	
		2009-23-011: Philipp & Julie	W-film Stephan Winkler	24.000,00	
	Stoffentwicklung - Einzel Summe			163.112,00	6
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2009-31-006: Fort McMoney - Leben in der Boomtown	DreamTeam medienproduktion Ralf Breier	12.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			12.000,00	1
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2009-34-006: Zerschollen	Bettina Eberhard bettina Eberhard	10.000,00	
		2009-34-013: Die Abmachung (AT:Schatten der Wunde)	Peter Bösenberg Peter Bösenberg	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			20.000,00	2
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2009-35-001: 3	Pandora Filmproduktion GmbH Christoph Friedel	40.000,00	
		2009-35-003: Bielefeld Verschwörung	dvmedia.de Fabio Magnifico	10.000,00	
		2009-35-006: Father, Son & Holy Cow	Black Forest Films GmbH Christoph Hahnheiser	24.000,00	
		2009-35-015: Childrens Republic	Neue Mediopolis Filmproduktion GmbH Petra Hengge	50.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			124.000,00	4
	Förderung von Kurzfilmen	2009-38-002: Nachmieter	Marc Metzger Marc Metzger	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-38-006: Kamakia - Die Helden der Insel (AT: Kafenio - Der griechische Mythos der blonden Frau)	58Filme Hirschberg Schreiber GbR Tom Schreiber	25.000,00	
		2009-38-010: Zerteiler	Henning Marquaß Henning Marquaß	25.000,00	
		2009-38-012: No Quick fix	Stephan Bergmann Stephan Bergmann	25.000,00	
		2009-38-013: Der Schübling	Morina Visar Morina Visar	25.000,00	
		2009-38-015: Narben im Beton	Juliane Engelmann Juliane Engelmann	25.000,00	
		2009-38-018: Nick & Tim	Braun Produktion Bettina Braun	12.350,00	
		2009-38-020: Not worth a bullet - Nicht eine Kugel wert	MJM-Pictures Marco J. Riedl	16.500,00	
		2009-38-021: 2 x klüger	Blinker Filmproduktion Meike Martens	13.500,00	
		2009-38-023: Krokodile ohne Sattel	wandaogo production Britta Wandaogo	12.000,00	
		2009-38-029: Schließ die Augen und wach auf (AT: Zähl bis zehn)	Yvonne Wellie Yvonne Wellie	20.000,00	
		2009-38-032: Der magische Umhang (AT)	Philipp Lutz Philipp Lutz	20.000,00	
		2009-38-033: Kriegerstock	Tobias Leveringhaus Tobias Leveringhaus	20.000,00	
		2009-38-036: Walk A Mile In My Shoes	Jana Debus Jana Debus	10.000,00	
		2009-38-040: Copy and Paste	Georg Gilcher & Renato Spieler Renato Spieler	15.000,00	
		2009-38-042: Traumfabrik	Dominik Siebel Dominik Siebel	15.000,00	
		2009-38-043: Quirk of Fate - Eine Laune des Schicksals	Marc Steinicke Marc Steinicke	25.000,00	
		2009-38-045: Reifezeit (AT)	Alexander Kluth Alexander Kluth	17.500,00	
		2009-38-051: Der kleine Nazi (AT:Die chinesische Katze)	Kordes & Kordes Film Alexandra Kordes	20.000,00	
		2009-38-055: Ednas Tag	Blinker Filmproduktion GmbH Meike Martens	6.000,00	
		2009-38-058: Am Grenzübergang	filmisches Berlin Thomas Kutschker	13.000,00	
		2009-38-059: Brüder	Türker Sür Türker Sür	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-38-063: Beredtes Schweigen	Julia Keller Julia Keller	22.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			432.850,00	23
	Verleihförderung	2009-40-001: pereSTROIKA - umBAU einer Wohnung	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	15.000,00	
		2009-40-003: Der Weg nach Mekka - Die Reise des Muhammad Asad	MindJazz Pictures GbR Holger Recktenwald	9.500,00	
		2009-40-005: Das Festmahl im August	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	20.000,00	
		2009-40-007: Ancient Wisdom for the Modern World	Tao Cinemathek GmbH Jörg Röttger	5.000,00	
		2009-40-009: Autumn / Herbst / Sonbahar	Filmfabrik Kadir Sözen	15.000,00	
		2009-40-010: Armin	busse & halberschmidt Markus Halberschmidt	3.250,00	
		2009-40-011: Secret Sunshine	Rapid Eye Movies Stephan Holl	12.000,00	
		2009-40-013: Tapas Mixtas 2	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	5.000,00	
		2009-40-015: Die Charles-Bonnet-Variante	Werner Biedermann Werner Biedermann	2.000,00	
		2009-40-016: Süt	Mitosfilm / Aktas & Gallico GbR Thomas Kößler	15.000,00	
		2009-40-017: Luck by Chance	Rapid Eye Movies Stephan Holl	7.500,00	
		2009-40-018: Endstation der Sehnsüchte	ZORRO FILM GmbH Werner Fuchs	10.000,00	
		2009-40-022: Cenizas del Cielo	W-film Filmproduktion & Filmverleih S. Winkler	10.000,00	
		2009-40-023: Fliegen und Engel	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	12.000,00	
		2009-40-024: Ganz nah bei Dir	Timebandits Films GmbH Stefan / Judy Schubert / Tossell	17.500,00	
		2009-40-025: Auf der Walz	Aries Images Josef Wutz	15.000,00	
	Verleihförderung			173.750,00	16
	Förderung von Filmpräsentationen	2009-44-001: hafenlichtspiele 2009	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Dr. Holzapfel	3.000,00	
		2009-44-002: Afghanistan Filmfestival - Panorama Hindukusch 2009	Kölner Filmhaus e.V. Homeira Heidary	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-44-003: 5th. International Short Film Festival Detmold	Kultur & Art Initiative e. V. Levent Arslan	5.000,00	
		2009-44-010: Der Pott filmt - 50 Filme, 4 Kinos, 1 Ruhrgebiet	Bahnhof Langendreer e. V / Endstation Kino Anke Teuber	15.000,00	
		2009-44-011: 7. Filmfest an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	Heinrich-Heine-Universität / Institut für Kultur und Medien Sebastian Fischer	1.500,00	
		2009-44-013: Sound-Track_Cologne 6.0	Televisor Mediendienstleistungen GmbH Michael P. Aust	12.000,00	
		2009-44-015: Filmspiegel 2009	Filmwerkstatt Münster Winfried Bettmer	5.000,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			46.500,00	7
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2009-45-002: New York Memories	Rosa von Praunheim Filmproduktion Rosa von Praunheim	20.000,00	
		2009-45-009: Traumfabrik Kabul	Boekamp Kreigsheim GmbH Nils Boekamp	30.000,00	
		2009-45-012: Nasch Deutschland - der Liebe wegen	bt medienproduktion Barbara Trottnow	20.000,00	
		2009-45-016: Touching Concrete	Ilja Stahl Ilja Stahl	20.000,00	
		2009-45-017: Merle Haggard: Learning to Live With Myself	Spothouse GmbH Gandulf Hennig	50.000,00	
		2009-45-023: Haus Tugendhat	Pandora Filmproduktion GmbH Reinhard Brundig	40.000,00	
		2009-45-026: SCHÖNHEIT	unafilm e.K. Titus Kreyenberg	80.000,00	
		2009-45-035: Mein Nachbar, der Feind	Dusan Solomun Dusan Solomun	25.000,00	
		2009-45-038: Warschau-Frankenstein	2Pilots Film GbR Jörg Siepmann	20.000,00	
		2009-45-041: Reich werden im Irak	MMM Film Ulrike Zimmermann	50.000,00	
		2009-45-044: Parallax Sounds - Chicago On The Postrocks	Troika Entertainment GbR Michael Aust	40.000,00	
		2009-45-046: My Private Room is my Public Place (NT: Brasch - das Wünschen und das Fürchten)	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	50.000,00	
		2009-45-047: Overgames	Lutz Dammbeck Filmproduktion Lutz Dammbeck	40.000,00	
		2009-45-048: Die Frau mit der Kamera	Alemann Filmproduktion Claudia von Alemann	35.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-45-054: Die Unverdrossenen	Gesa Hollerbach Petra Eicker	17.000,00	
		2009-45-056: Alarmstufe 6	Agnes Rossa Agnes Rossa	25.000,00	
		2009-45-058: White Blood	LichtBlick Film- und Fernsehproduktion Joachim Ortmanns	70.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			632.000,00	17
	Postproduktionsförderung	2009-48-002: Gigante	Pandora Filmproduktion GmbH Raimond Goebel	5.000,00	
		2009-48-003: Gigante	Pandora Filmproduktion Christoph Friedel	5.000,00	
		2009-48-004: Auf der Strecke	Reto Caffi Reto Caffi	5.000,00	
		2009-48-006: Die Unwertigen (AT: Macht und Ohnmacht der Jugendlichen im Dritten Reich)	Renate Günther-Greene Renate Günther-Greene	12.000,00	
		2009-48-007: Idyll	Astrid Busch Astrid Busch	3.190,00	
		2009-48-017: Wellenreiter	Westendfilme Markus Mischkowski	4.400,00	
		2009-48-020: Miles	Simon Rittmeier Simon Rittmeier	5.000,00	
		2009-48-021: Paraiso	Neue Cameo Film Ole Landsjöaasen	5.000,00	
		2009-48-025: Mein Bruder Franz	Philipp Enders Philipp Enders	3.500,00	
		2009-48-027: LUS oder Geschmack am Leben (AT: Die Erde)	Erwin Michelberger Filmproduktion Erwin Michelberger	15.000,00	
	Postproduktionsförderung Summe			63.090,00	10
	Animation/ Experimentalfilm	2009-55-002: Alerik	busse & halberschmidt Markus Halberschmidt	15.000,00	
		2009-55-005: Bellevue	Power Toons Michael Schwertel	30.000,00	
		2009-55-007: Solar Town	Vivien Weyrauch Vivien Weyrauch	5.700,00	
	Animation/Experimental film Summe			50.700,00	3

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Abschlussfilm - LANG	2009-61-001: Stahlbrammen und Pfirsiche (AT: Sechzehn Einstellungen)	Florian Pawliczek Florian Pawliczek	42.412,00	
	Abschlussfilm - LANG Summe			42.412,00	1
	Abschlussfilm - KURZ	2009-62-005: Soltau (AT)	Kim Düsselberg Kim Düsselberg	24.800,00	
		2009-62-006: Heimspiel (AT)	Max Permantier Max Permantier	28.300,00	
		2009-62-009: Schlusslicht - Vom Träumen des Lebens und vom Leben der Träume	Jan Klügel Jan Klügel	18.300,00	
		2009-62-011: Nicht heute (AT: Zerbrochen)	Bianca Büter Bianca Büter	19.000,00	
		2009-62-012: Schiffe versenken	Nina Frey Nina Frey	29.000,00	
		2009-62-013: Oshima (AT)	Radical Movies! Ulrich Otto	30.000,00	
	Abschlussfilm - KURZ Summe			149.400,00	6
	Erstlingsfilm - LANG	2009-63-002: Hotel Hendrix	Rif Film Daniel Gräbner	150.000,00	
		2009-63-003: Super Dolomiti	Unafilm Titus Kreyenberg	250.000,00	
		2009-63-004: Zeche is nich (AT: Der Ruhrgebietsfilm Pott 2010)	Melanie Andernach Melanie Andernach	100.000,00	
		2009-63-005: Frauenwunder	Anna Wahle Anna Wahle	50.000,00	
		2009-63-008: Rot sind die Füchse - Wenn Kommunistenkinder Arbeiter werden	Sarabande Film- und Musikproduktion Konstanze Burkard	100.000,00	
		2009-63-012: Die Expositionsmaßnahme nach Verbier	Sacher & Verbier GbR Jan Schomburg	85.000,00	
		2009-63-014: 14 Arten, den Regen zu beschreiben (PHOENIX PREIS)	Made in Germany Filmproduktion Melanie Andernach	75.000,00	
		2009-63-015: Fortschritte in Electric Boogie (PV)	Boogiefilm GbR Christina Löbbert	70.000,00	
		2009-64-011: Rodicas	Alice Gruia Alice Gruia	18.000,00	
	Erstlingsfilm - LANG Summe			898.000,00	9
	Erstlingsfilm - KURZ	2009-64-001: psst pp Piano - Hommage à Mary Bauermeister	Gregor Zootzky Gregor Zootzky	30.000,00	
		2009-64-003: Gelb und Pink (AT: "Zicke! Nervkuh! Schwesterherz!")	Janna Velber GbR Janna Velber	14.416,75	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2009-64-004: Herr Rücker (AT: Herr Müllers Handy)	Janna Velber GbR Janna Velber	14.664,25	
		2009-64-005: HERMANN	GeissendörferFilm- und Fernsehproduktion Andreas Habermaier	25.000,00	
	Erstlingsfilm - KURZ Summe			84.081,00	4
	Hörspiel	2009-80-005: Der Grausame	Ulrich Bassenge Ulrich Bassenge	5.000,00	
		2009-80-010: Die Sehnsucht nach der Klammer	Stegers/Halter Philip Stegers	3.000,00	
		2009-80-011: Kleine Geschäfte. Oder: Umkehrung der Verhältnisse	Serotonin Hörspiel Marie-Luise Goerke	7.500,00	
		2009-80-016: Mandela und Nelson. Kinderhörspiel zum Thema Fußball in Afrika	Hermann Schulz Hermann Schulz	3.000,00	
		2009-80-023: Annäherungen: Drogen & Rausch	Henning Nass Henning Nass	6.000,00	
		2009-80-025: Filmerinnerung	Michael Baute Michael Baute	6.000,00	
		2009-80-027: Minenspiele	Peter Strotmann Peter Strotmann	4.000,00	
		2009-80-030: Das Rätsel der Sandbank	Boris Heinrich Boris Heinrich	3.000,00	
		2009-80-031: Die Lokomotive	Thorsten Nesch Thorsten Nesch	4.000,00	
		2009-80-032: DACH	Andreas Jungwirth Andreas Jungwirth	6.000,00	
		2009-80-037: Bewirtschaftung von Randgruppen	Stefan Weigl Stefan Weigl	6.000,00	
		2009-80-053: Don Luis ist zurück	Lothar Stemwedel Lothar Stemwedel	6.000,00	
		2009-80-054: Tod in Ottenstein	Hans van Ooyen Hans van Ooyen	4.000,00	
		2009-80-055: WATCHDOG (AT)	Sabine Stein Sabine Stein	6.000,00	
		2009-80-065: Midnight Train	Robert Weber Robert Weber	6.000,00	
		2009-80-067: Sprachlabor Babylon	Till Müller-Klug Till Müller-Klug	6.000,00	
		2009-80-069: stay enemies	Sabine Melchior Sabine Melchior	4.000,00	
		2009-80-073: Die Invasion der Inversen	Matthias Schamp Matthias Schamp	4.000,00	
		2009-80-079: d28112009 - deutschland in kleinanzeigen (AT)	Martina Schulte Martina Schulte	7.500,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Hörspiel Summe			97.000,00	19
2009	Ergebnis			36.839.790,66	411

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
2010	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2010-01-001: Kickermännchen Jojo	Daywalker Studios und COIN Film Bolle Bollmann	93.000,00	
		2010-01-004: A Puppet's Life	Pandora Filmproduktion Raimond Goebel	50.000,00	
		2010-01-009: Joyride	Erfthal Film und Fernsehproduktion Klaus Dohle	14.000,00	
		2010-01-011: Jo Deckarm	20:15 Film- und Fernsehproduktions GmbH Martin Zimmermann	50.000,00	
		2010-01-013: Pettersson & Findus - Kleiner Quälgeist, große Freundschaft	Tradewind Pictures Helmut Weber	50.000,00	
		2010-01-015: Take the Blame	Gringo Films GmbH Sonja Ewers	40.000,00	
		2010-01-016: Kitty Diablo	Elsani Film Anita Elsani	40.000,00	
		2010-01-017: Mortimer, das Murmeltier	58 filme Tom Schreiber	35.000,00	
		2010-01-020: Elisabeth Selbert	thevissen filmproduktion e.K. Juliane Thevissen	17.000,00	
		2010-01-025: Amselfeld	eastart pictures Ewa Borowski	60.000,00	
		2010-01-026: Haymatloz - Exil in der Türkei	Hupe Film- und Fernsehproduktion GbR Erik Winker	23.700,00	
		2010-23-007: Ein Zimmer im Paradies	Little Shark entertainment GmbH Sönke Wortmann	40.000,00	
		2010-23-014: Vatersland	FilmForm Köln GmbH Petra Seeger	25.000,00	
		2010-23-015: Das Korallenriff	Phoenix digital + Oceans Discovery Tobago LTD Sven Hanten	20.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			557.700,00	14
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten	2010-03-004: Zazy	gilles mann filmproduktion Marco Gilles	20.000,00	
		2010-03-005: Albert & Mileva	Elsani Film Anita Elsani	20.000,00	
		2010-03-014: Hüter meines Bruders	augenschein Filmproduktion GbR Jonas Katzenstein	20.000,00	
		2010-03-022: Schwanger!	Tradewind Pictures Helmut Weber	20.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-03-039: Weisse Ritter	Westendfilme Markus Mischkowski	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Produzenten Summe			100.000,00	5
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2010-04-004: Sarah X	Nancy Mac Granaky_Quaye Nancy Mac Granaky-Quaye	20.000,00	
		2010-04-007: Niemandland	Dennis Eick Dennis Eick	20.000,00	
		2010-04-019: Die Klette	Xao Seffcheque & Ralf Beyerle Xao Seffcheque	20.000,00	
		2010-04-020: Baba	Visar Morina Visar Morina	20.000,00	
		2010-04-025: Das Floss	Christian Becker & Oliver Schwabe Christian Becker	20.000,00	
		2010-04-031: Was am Ende bleibt	Irene Graef Irene Graef	20.000,00	
		2010-04-032: Stalking	Georg Heinzen Georg Heinzen	15.000,00	
		2010-04-034: Rückkehr	Nima Kianzad Nima Kianzad	20.000,00	
		2010-04-046: Lena und Tore und Lena	Jan Schomburg	20.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			175.000,00	9
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2010-05-001: Wunderkinder (ehemals "Crescendo")	CCC Filmkunst GmbH Arthur Brauner	300.000,00	
		2010-05-002: 7 Zwerge - Der 7bte Zwerg	Zipfelmützen-Film Douglas Welbat	650.000,00	
		2010-05-004: Unter Frauen	Ninety-Minute Film GmbH Ivo-Alexander Beck	750.000,00	
		2010-05-006: Ruhm	Little Shark Entertainment GmbH Tom Spieß	1.281.518,12	
		2010-05-013: Die Erfindung der Liebe	Coin Film GmbH Herbert Schwering	600.000,00	
		2010-05-014: Giraffada	Heimatfilm Bettina Brokemper	250.000,00	
		2010-05-016: Der Kongress	Pandora Film GmbH & Co. Filmproduktions- und Vertriebs KG Reinhard Brundig	700.000,00	
		2010-05-017: Melancholia	Zentropa International Köln Bettina Brokemper	145.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-05-023: Eine Insel Namens Udo	Hupe Film- u. Fernsehproduktion Brauer Roelly Winker GbR Andreas Brauer	440.000,00	
		2010-05-024: The Danish Girl	Senator Film Köln GmbH Ulf Israel	1.200.000,00	
		2010-05-027: Der Deutsche Freund	Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion KG Hans W. Geißendörfer	600.000,00	
		2010-05-028: Offroad	Claussen+Wöbke+Putz Filmproduktion Jakob Claussen	308.370,97	
		2010-05-029: Arschkalt	Wüste Film West Hejo Emons	200.000,00	
		2010-05-032: Implosion	KARIBUFILM Künnemann & Schreiber GbR Kai Künnemann	200.000,00	
		2010-05-034: Fraktus	corazón international Klaus Maeck	163.008,68	
		2010-05-036: Vivaldi	Zeitsprung Entertainment GmbH Michael Souvignier	1.500.000,00	
		2010-05-038: Resturlaub	Deutsche Columbia Pictures Filmproduktion GmbH Martin Bachmann	250.000,00	
		2010-05-039: Hannah Arendt	Heimatfilm Bettina Brokempfer	750.000,00	
		2010-05-042: Die Männer der Emden	Berengar Pfahl Film GmbH Berengar Pfahl	650.000,00	
		2010-05-044: Mein kleiner Finger	Heimatfilm Bettina Brokempfer	450.000,00	
		2010-05-048: Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel	Bavaria Filmverleih- und Prod. GmbH Uschi Reich	300.000,00	
		2010-05-049: Puppe	enigma film Fritjof Hohagen	150.000,00	
		2010-05-050: Layla Fourie	Pandora Filmproduktion GmbH Christoph Friedel	550.000,00	
		2010-05-051: Keinohrhasen und Zweiohrküken	Cartoon Film Graf Rothkirch Thilo	800.000,00	
		2010-05-052: Die Quellen des Lebens	X Filme creative pool GmbH Stefan Arndt	1.600.000,00	
		2010-05-054: Der Medicus	UFA Cinema GmbH Wolf Bauer	2.000.000,00	
		2010-05-058: Niemandsland	Hahn Film AG Gerhard Hahn	190.893,27	
		2010-05-059: Die Schwarzen Brüder	enigma film Prof. Dr. Alexander Loskant	850.000,00	
		2010-05-061: Kleine Morde	SteelWorX Film Production GmbH Neslihan Duy	500.000,00	
		2010-05-064: Zwei Leben (ehemals Eiszeiten)	ZINNOBER Film GmbH Dieter Zeppenfeld	629.780,50	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-05-066: Unheilbar Verliebt	Film 1 Henning Ferber	750.000,00	
		2010-05-068: Keep the fire burning (AT)	Little Shark Entertainment Tom Spieß	813.550,60	
		2010-05-069: Bethlehem	Gringo Films GmbH Sonja Ewers	99.792,00	
		2010-05-070: Anleitung zum Unglücklichsein	Desert Flower Filmproduktion GmbH Peter Herrmann	400.000,00	
		2010-05-071: Stiller Sommer	2 Pilots Filmproduktions GmbH Jörg Siepmann	450.000,00	
		2010-05-074: Die Monotheistische Zelle	Colonia Media Filmproduktions GmbH Oliver Vogel	500.000,00	
		2010-05-075: Plasticine	cine plus Köln GmbH Andreas Eicher	170.000,00	
		2010-05-077: Atomium	Unafilm Titus Kreyenberg	250.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			22.391.914,14	38
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie	2010-06-001: Das Mädchen auf dem Meeresgrund	Producers at Work GmbH Gilbert Funke	400.000,00	
		2010-06-002: Bermuda-Dreieck Nordsee	Dreamtool Entertainment Stefan Raiser	1.500.000,00	
		2010-06-003: Unsere Mütter, unsere Väter	teamWorx Television & Film GmbH Dr. Jürgen Schuster	987.985,92	
		2010-06-004: Der Mann mit dem Fagott	Ziegler Film GmbH & Co. KG Elke Ried	700.000,00	
		2010-06-006: Alpha 0.7	Zeitsprung Entertainment GmbH Michael Souvignier	100.000,00	
		2010-06-007: Russland - Mein Schicksal	Colonia Media Filmproduktion Oliver Vogel	373.831,78	
		2010-06-009: In den besten Jahren	Cinecentrum Dt. Ges. für Film- u. Fernsehprod. Gregori Winkowski	297.454,68	
		2010-06-010: Karl der Große	taglicht media Film- & Fernsehproduktion Bernd Wiltig	350.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Fernsehfilms /einer Fernsehserie Summe			4.709.272,38	8
	Förderung von Low-Budget-Filmen	2010-07-006: Abschied von den Fröschen	Bärenfilm Regina Ziegler	127.609,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-07-007: John Irving oder wie er die Welt sieht	Florianfilm André Schäfer	101.675,43	
		2010-07-008: Wange an Wange	Gebrueder Beetz Filmproduktion Christian Beetz	100.000,00	
		2010-07-009: Der letzte Fang	Lichtblick Film Carl-Ludwig Rettinger	126.434,51	
		2010-07-010: 11 Freundinnen	Pandora Film Raimond Goebel	250.000,00	
		2010-07-012: Was bin ich wert?	Bildersturm Filmproduktion GmbH Birgit Schulz	100.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen Summe			805.718,94	6
	Verleihförderung	2010-10-001: Tanzträume	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	35.000,00	
		2010-10-002: Die Relativitätstheorie der Liebe (AT: Tauben auf dem Dach)	Universal Pictures Hamburg Film- u. Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	65.000,00	
		2010-10-003: Die kommenden Tage	Universal Pictures Hamburg Film- u. Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	70.000,00	
		2010-10-004: Die Konkurrenten - Russlands Wunderkin-der 2	Gmfilms Michael Höfner	15.000,00	
		2010-10-006: Themba		75.000,00	
		2010-10-007: Boxhagener Platz	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Reinhard Brundig	90.000,00	
		2010-10-008: Renn, wenn du kannst	ZORRO FILM GmbH Werner / Michael Fuchs / Seidel	45.000,00	
		2010-10-009: Waffenstillstand	3L Filmverleih GmbH & Co. KG Werner Wirsing	30.000,00	
		2010-10-010: Zarte Parasiten	Filmlichter GmbH Andreas / Verena A. Niemand / Oefler	35.000,00	
		2010-10-012: Das Blaue vom Himmel	NFP marketing & distrib. A. / S. Thies / Thies	50.000,00	
		2010-10-013: Women without men	NFP marketing & distribution Alexander / Stefan Thies / Thies	50.000,00	
		2010-10-015: Unter dir die Stadt	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	40.000,00	
		2010-10-016: Bal - Honey	Piffel Medien GmbH Hans-Christian Boese	40.000,00	
		2010-10-017: Jedem Kind ein Instrument	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	28.000,00	
		2010-10-018: Plug & Pray (AT: Der Zauberlehrling)	Farbfilm Verleih GmbH Reno / Alexandre Koppe / Dupont-Geisselmann	30.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-10-019: Hochzeitspolka	X Verleih AG Martin Kochendörfer	50.000,00	
		2010-10-020: Lebanon	Senator Film Verleih GmbH Peter / Helge / Dirk Heinze- mann / Sasse / Steiger	50.000,00	
		2010-10-021: Jud Süß	Concorde Filmverleih GmbH Markus Zimmer	75.000,00	
		2010-10-023: Goethe!	Warner Bros. Entertainment GmbH Wilfried Geike	65.000,00	
		2010-10-025: Geliebtes Leben (OT: Life, above all)	Senator Film Verleih GmbH Peter / Helge / Dirk Heinze- mann / Sasse / Steiger	40.000,00	
		2010-10-026: Pina	NFP marketing & distribution Alexander / Stefan Thies / Thies	90.000,00	
		2010-10-027: Chandani und ihr Elefant (AT: Chandani - Die Tochter des Elefanten- flüsterers)	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	30.000,00	
		2010-10-028: Uncle Boonmee erinnert sich an seine frühe- ren Leben	Movienet Film GmbH Lothar Seelandt	20.000,00	
		2010-10-031: Satte Farben vor Schwarz	Farbfilm Verleih GmbH Reno Koppe	60.000,00	
		2010-10-032: Drei	X Verleih AG Manuela Stehr	100.000,00	
		2010-10-033: Der Fürsorger	Alpha Medienkontor GmbH Gerhard Klein	25.000,00	
		2010-10-036: Im Alter von Ellen	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	30.000,00	
		2010-10-037: Morgentau (AT: Teza)	Venusfilm Verleih Seneit Debese	15.000,00	
		2010-10-038: House of Boys	Filmlichter Verena Aimée / Andreas Oefler / Niemand	30.000,00	
		2010-10-039: Der Traum lebt mein Leben zu Ende	Basis-Film Verleih Berlin Clara Burckner	5.000,00	
		2010-10-040: Vergissmich- nicht	Schwarz / Weiss Filmverleih Dieter Hertel	60.000,00	
		2010-10-042: The Green Wave	Camino Filmverleih GmbH Thomas Reisser	20.000,00	
		2010-10-044: Ein Tick anders (AT: Johnny Kühlkissen)	Farbfilm Verleih GmbH Re- no, Alexandre Koppe, Du- pont-Geisselmann	50.000,00	
		2010-10-045: Within the Whirlwind	NFP marketing & distribution Alexander / Stefan Thies / Thies	50.000,00	
		2010-10-047: Dschungelkind	Universal Pictures Hamburg Film- u. Fernsehvertrieb GmbH Dirk Lisowsky	80.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-10-048: Home for Christmas	Pandora Film Reinhard Brundig	30.000,00	
		2010-10-050: Brownian Movement	Filmlichter Verena Aimée / Andreas Oefler / Niemand	25.000,00	
		2010-10-052: Was du nicht siehst (AT: Sommerspiel)	W-film Stephan Winkler	20.000,00	
	Verleihförderung Summe			1.718.000,00	38
	Vertriebsförderung	2010-11-001: Three	The Match Factory Michael Weber	20.000,00	
	Vertriebsförderung Summe			20.000,00	1
	Zusatzkopienförderung	2010-12-001: Teufelskicker	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	4.500,00	
		2010-12-002: Federicos Kir-schen - Cenizas del Cielo	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	1.500,00	
		2010-12-003: Hanni & Nanni	Universal Pictures International Germany GmbH Paul Steinschulte	4.500,00	
		2010-12-004: Sex and the City 2	Warner Bros. Entertainment GmbH Volker Modenbach	4.500,00	
		2010-12-005: Konferenz der Tiere	Constantin Film Veleih GmbH Oliver Koppert	2.500,00	
		2010-12-008: Harry Potter und die Heiligtümer des Todes - Teil 1	Warner Bros. Pictures Germany Volker Modenbach	7.500,00	
		2010-12-009: Meine Frau, unsere Kinder und ich	Paramount Pictures Germany GmbH Sven Sturm	3.500,00	
	Zusatzkopienförderung Summe			28.500,00	7
	Jahresfilmprogrammprämie	2010-13-001: Apollo, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	5.000,00	
		2010-13-002: Capitol, Aachen	Coenen & Render FTB Hans-Peter / Walter Coenen / Render	3.000,00	
		2010-13-003: Kino, Bad Driburg	FTB Wirth Thomas Wirth	9.000,00	
		2010-13-005: Kamera, Bielefeld	Neue Kamera Filmtheater Betriebs-GmbH Jürgen Hillmer	6.000,00	
		2010-13-006: Lichtwerk, Bielefeld	Lichtwerk Bielefeld Betriebs-GmbH Jürgen Hillmer	13.000,00	
		2010-13-007: Casablanca, Bochum	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-13-008: Endstation, Bochum	Endstation Kino im Bahnhof Langendreer e.V. Andrea Gollnow	17.000,00	
		2010-13-009: Metropolis, Bochum	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	5.000,00	
		2010-13-010: Kino in der Brotfabrik, Bonn	Bonner Kinemathek e. V. Sigrid Limprecht	17.000,00	
		2010-13-011: Neue Filmbühne, Bonn	Hertel - Brenig KG Gilla Brenig	8.000,00	
		2010-13-012: Rex, Bonn	Rex - Lichtspieltheater GmbH Dieter Hertel	8.000,00	
		2010-13-014: ZOOM Kino, Brühl	ZOOM Kino e.V. Hans-Jörg Blondiau	14.000,00	
		2010-13-015: Camera, Dortmund	Dortmunder Filmkunsttheater Gerlinde Veddeler-Johannsen	8.000,00	
		2010-13-017: Schauburg, Dortmund	Lichtspiel + Kunsttheater Schauburg Edith Pioch-Vogt	7.000,00	
		2010-13-018: Filmforum, Duisburg	Filmforum GmbH Kai Gottlob	-	
		2010-13-019: Atelier, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	6.000,00	
		2010-13-020: Bambi, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.000,00	
		2010-13-021: Cinema, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	8.000,00	
		2010-13-022: Metropol, Düsseldorf	Metropol - Düsseldorfer Filmkunst kino GmbH Udo Heimansberg	10.000,00	
		2010-13-023: Souterrain, Düsseldorf	Filmtheaterbetriebe Kalle Somnitz Kalle Somnitz	8.000,00	
		2010-13-024: Astra & Luna, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Marianne Menze	8.000,00	
		2010-13-025: Eulenspiegel, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Marianne Menze	10.000,00	
		2010-13-026: Galerie Cinema, Essen	Filmtheaterbetriebe Hanns-Peter Hüster Marianne Menze	8.000,00	
		2010-13-027: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	6.000,00	
		2010-13-028: Filmriss, Gelvesberg	Filmriss Projekt kino + Veranstaltungsservice Klaus Fiu-kowski	2.000,00	
		2010-13-029: Bambi & Löwenherz, Gütersloh	Werkstatt für Kultur e. V. Oliver Groteheide	13.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-13-030: Babylon, Hagen	Kulturzentrum Pelme e. V. Jürgen Breuer	4.000,00	
		2010-13-032: Kur-Theater, Hennef	Kur-Theater Hennef e. V. Brigitte König	6.000,00	
		2010-13-033: Viktoria, Hilchenbach	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	10.000,00	
		2010-13-034: Berli, Hürth	Berli Theater GbR Horst Jansen	2.000,00	
		2010-13-035: Kino im Kulturbahnhof, Jülich	Kultur im Bahnhof e. V. Cornel Cremer	2.000,00	
		2010-13-036: Capitol, Kerpen	Capitol Theater Bernd Schmitz	5.000,00	
		2010-13-037: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Martina Borck	6.000,00	
		2010-13-038: Filmpalette, Köln	Kühn / Recktenwald / Steinkühler - Filmpalette GbR Dirk Steinkühler	10.000,00	
		2010-13-039: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	12.000,00	
		2010-13-040: Odeon, Köln	Odeon Lichtspieltheater GmbH Jürgen Lütz	8.000,00	
		2010-13-041: OFF-Broadway, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	17.000,00	
		2010-13-043: Theater am Weisshaus, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	5.000,00	
		2010-13-045: Weltspiegel, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslbroich / Papenhoff	9.000,00	
		2010-13-046: Cinema & Kurbelkiste, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Jens Schneiderheinz	20.000,00	
		2010-13-047: Schloßtheater, Münster	Münstersche Filmtheater Betriebe GmbH Felix Esch	14.000,00	
		2010-13-048: Hitch, Neuss	Kino Hitch Helmut Kettler	7.000,00	
		2010-13-049: Kino im Walzenlager, Oberhausen	SOVAT e.V. / Zentrum Altenberg Holger Fünferlings	2.000,00	
		2010-13-050: Lichtburg, Oberhausen	H. Pesch & Co. KG Jürgen Pesch	4.000,00	
		2010-13-051: Filmzentrum Kino am Rathaus	Filmtheaterbetrieb Thomas Fußner	3.000,00	
		2010-13-053: Kino 1+2, Ratingen	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslbroich / Papenhoff	9.000,00	
		2010-13-055: Drehwerk, Wachtberg	Drehwerk 17/19 Kulturbetrieb GmbH Rudi Knorr	3.000,00	
		2010-13-056: Cineplex, Warburg	Cineplex Warburg Ute Schlinker	5.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-13-058: Cinema, Wuppertal	Lichtblick Cinema GmbH Mustafa El Mesaoudi	5.000,00	
		2010-13-059: Talflimmern, Wuppertal	Cinopsis Mark Tykwer	2.000,00	
	Jahresfilmprogrammprämie Summe			384.000,00	50
	Förderung von Filmpräsentationen	2010-14-001: 6010 - Film & Videofestival	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	5.000,00	
		2010-14-003: Kinderfilmfestival 2010	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	5.200,00	
		2010-14-004: Seniorenfilm 7	Cineplex Warburg Dr. Heribert Schlinker	1.800,00	
		2010-14-005: Kulturelle Filmpräsentation 2010/2011	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2010-14-006: Kinderfilmprojekt 2010/2011	Central Kino Borgentreich Rolf Dohmann	4.500,00	
		2010-14-009: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Bambi & Löwenherz Oliver Groteheide	40.000,00	
		2010-14-010: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Alte Brennerei Bernadet Schwackenber	-	
		2010-14-011: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Cineplex Warburg Ute Schlinker	-	
		2010-14-012: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Filmbühne Bad Salzuflen Carsten Rieger	-	
		2010-14-013: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	-	
		2010-14-014: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Filmzentrum am Rathaus Thomas Fußner	-	
		2010-14-015: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Kino Brakel Thomas Wirth	-	
		2010-14-016: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Kino 1 Thomas & Elina Wirth	-	
		2010-14-017: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Lichtwerk Bielefeld Jürgen Hillmer	-	
		2010-14-018: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Residenz Bad Laasphe Uwe Gemmecker	-	
		2010-14-019: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Kulturhaus Alter Schlachthof e.V. Thomas Zedler	-	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-14-020: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Universum Betriebsgesellschaft mbH Dirk Kaiser	-	
		2010-14-021: Kinderkinoabspielring Westfalen-Lippe 2011	Viktoria Filmtheater Jochen Manderbach	-	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			61.000,00	18
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater	2010-15-001: Wochenflyer Filmkunst in Köln	Kühn / Recktenwald / Steinkühler - Filmpalette GbR Dirk / Joachim Steinkühler / Kühn	10.000,00	
	Förderung innovativer Marketingmaßnahmen für Filmtheater Summe			10.000,00	1
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern	2010-15-003: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	2.000,00	
		2010-16-001: Weisshaus Kino, Köln	OFF Kinobetriebs GmbH Christian Schmalz	36.500,00	
		2010-16-010: Capitol Theater, Kerpen	Capitol Theater Bernd Schmitz	28.500,00	
		2010-16-012: Apollo Kino Center, Ibbenbüren	Hermann Engbrink Filmtheaterbetriebe Hermann Engbrink	5.000,00	
		2010-16-018: Kamera, Bielefeld	Neue Kamera Filmtheater Betriebs-GmbH Jürgen Hillmer	7.000,00	
		2010-16-021: Eulenspiegel, Essen	FTB H. P. Hüster Marianne Menze	6.500,00	
		2010-16-025: Cinema & Kurbelkiste, Münster	Cinema Filmtheater GmbH Thomas / Jens Behm / Schneiderheinze	2.750,00	
		2010-16-026: Casablanca, Bochum	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	46.500,00	
		2010-17-003: Cineplex, Warburg	Cineplex Warburg Ute Schlinker	100.000,00	
	Förderung der Modernisierung und Neuerrichtung von Filmtheatern Summe			234.750,00	9

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Modellprojekten	2010-17-001: One Fine Day	One Fine Day Films Tom Tykwer	100.000,00	
	Förderung von Modellprojekten Summe			100.000,00	1
	Postproduktionsförderung	2010-18-001: Taste the Waste	Schnittstelle/ Thurn GbR Astrid Vandekerkhove	33.352,00	
	Postproduktionsförderung Summe			33.352,00	1
	Festivals	2010-19-001: European Film Awards 2009	Ruhr.2010 GmbH Oliver Scheytt	77.025,00	
		2010-19-002: 20. Int. Video-festival Bochum	Asta der Ruhruni Bochum Katrin / Caral Tholen / Steves	4.000,00	
		2010-19-003: Internationales Frauenfilmfestival Dortmund Köln	Internationales Frauenfilm-festival Dortmund / Köln Christina Essenberger	40.000,00	
		2010-19-004: 26. Bonner Sommerkino	Förderverein Filmkultur Bonn e. V. Sigrid Limprecht	20.000,00	
		2010-19-006: doxs! Dokumentarfilme für Kinder und Jugendliche 2010	Stadt Duisburg / VHS, Duisburger Filmwoche Gudrun Sommer	10.000,00	
		2010-19-007: 21. Kinofest Lünen	PRO Lünen e. V. Maximilian Püschel	70.000,00	
		2010-19-008: Film+10	Film+ c/o Schnitt Verlag Eva Tüttelmann	18.000,00	
		2010-19-009: Unlimited 2010	Kurzfilmfreunde Köln e. V. Marita Quaas	20.000,00	
		2010-19-010: 34. Duisburger Filmwoche	Duisburger Filmwoche c/o VHS Werner Ruzicka	20.000,00	
		2010-19-011: Berufsfeld Film 2010	Filmhaus Bielefeld Ronald Herzog	7.500,00	
		2010-19-012: Seminare 2010	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Holzapfel	5.000,00	
		2010-19-013: Seminarprogramm 2010	Filmwerkstatt Münster Winfried Bettmer	15.000,00	
		2010-19-014: blicke filmfestival des ruhrgebiets	Klack Zwo B e.V. Gabi Hinderberger	3.000,00	
	Festivals Summe			309.525,00	13
	Gerd Ruge Projektstipendium	2010-21-006: Nice Places To Die - vom Leben mit Toten	Bernd Schaarmann und Heike Fink Bernd Schaarmann	20.000,00	
		2010-21-011: Money in Minutes	Monika Hielscher & Matthias Heeder Monika Hielscher	20.000,00	
		2010-21-028: Die Früchte der Heuchelei	Jakob D. Weydemann Jakob Weydemann	30.000,00	
		2010-21-033: Seachange	Uwe Teske Uwe Teske	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-21-045: Miles & War	Anne Thoma Anne Thoma	16.000,00	
		2010-21-051: Ein Apartment in Berlin	Alice Agneskirchner Alice Agneskirchner	14.000,00	
	Gerd Ruge Projektstipendium Summe			115.000,00	6
	Festivalpräsentationsförderung	2010-22-001: Tanzträume	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	4.000,00	
		2010-22-002: Im Alter von Ellen	Pandora Filmproduktion Rainer Teusner	7.500,00	
		2010-22-003: Die Fremde	Independent Artists Filmproduktion Feo + Züli Aladag	7.500,00	
		2010-22-004: Herbstgold	Gebrüder Beetz Filmproduktion GbR Christian Beetz	3.500,00	
	Festivalpräsentationsförderung Summe			22.500,00	4
	Stoffentwicklung - Einzel	2010-23-001: Elemente	busse & halberschmidt Markus Halberschmidt	20.000,00	
		2010-23-004: MBX - Stimme aus dem Gefängnis	Lichtfilm GmbH Wolfgang Bergmann	25.000,00	
		2010-23-009: Tag Team	Pi Filmproduktion GBR Becker Christopher	27.000,00	
		2010-23-010: Die letzten Gigolos	Made in Germany Filmproduktion GmbH Melanie Andernach	16.640,00	
		2010-23-011: Der Dieb	eastart pictures Ewa Borowski	50.000,00	
		2010-23-013: Von glücklichen Schafen	Filmfabrik GmbH Kadir Sözen	30.000,00	
	Stoffentwicklung - Einzel Summe			168.640,00	6
	Stoffentwicklung – Paket	2010-24-001: Paket - Müller & Seelig Filmproduktion	Müller & Seelig Filmproduktion Jutta Müller	50.000,00	
		2010-24-005: Paket - 2 Pilots	2Pilots Film GmbH Jörg Siepmann	75.000,00	
		2010-24-006: Paket - Tatfilm	TATFILM GmbH Christine Ruppert	100.000,00	
		2010-24-012: Paket - TAG/TRAUM	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	144.000,00	
	Stoffentwicklung - Paket Summe			369.000,00	4
	Digitalisierung Filmtheater	2010-26-001: Filmtheaterbetrieb, Winterberg	Filmtheater Winterberg Joachim Wahle	30.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-26-002: Kino, Bad Driburg	FTB Thomas Wirth Thomas Wirth	30.000,00	
		2010-26-003: Cineplex 3, Warburg	Cineplex Warburg Judith / Dr. Heribert Schlinker	30.000,00	
		2010-26-004: Schauburg, Gelsenkirchen	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	20.000,00	
		2010-26-005: Metropolis, Bochum	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	20.000,00	
		2010-26-006: Casablanca, Bochum	Schauburg Kino GmbH Michael Meyer	20.000,00	
		2010-26-007: Central Kino, Borgentreich	Rolf Dohmann Rolf Dohmann	30.000,00	
		2010-26-008: Else Lichtspiele, Rödinghausen	Else-Lichtspiele Volker Flohre	30.000,00	
		2010-26-009: Lichtspielhaus, Lennestadt	Lichtspielhaus Lennestadt Meinolf Hanses	30.000,00	
		2010-26-010: Kino, Steinfurt	Heinz Palstring Heinz Palstring	30.000,00	
		2010-26-011: Residenz-Kinocenter, Arnsberg	FTB Nieuwdorp Hubert Nieuwdorp	30.000,00	
		2010-26-012: Weltspiegel, Mettmann	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslbroich / Papenhoff	30.000,00	
		2010-26-013: Kino 1, Ratingen	Rosslbroich Film Theater GbR Gabriele / Margarete Rosslbroich / Papenhoff	30.000,00	
		2010-26-014: Hansa Kino, Lemgo	FTB Volker Pannenbecker Volker Pannenbecker	20.000,00	
		2010-26-016: Drehwerk, Wachtberg	Drehwerk 17/19 Kulturbetrieb GmbH Rudi Knorr	30.000,00	
		2010-26-017: Kur-Theater, Hennef	Förderverein Kurtheater Hennef e.V. Daniel Huys	30.000,00	
		2010-26-018: Cinenova, Köln	FTB Borck GmbH Dieter & Martina Borck	30.000,00	
		2010-26-019: Metropolis, Köln	Metropolis Lichtspieltheater GmbH Catherine Laakmann	30.000,00	
	Digitalisierung Filmtheater Summe			500.000,00	18
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten	2010-31-001: Das Tagebuch der Ana Novac	Christoph Hübner Filmproduktion Christoph Hübner	15.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-31-007: Krieg der Drohnen	Karin Jurschick Filmproduktion Karin Jurschick	18.000,00	
	Projektvorbereitungsförderung / Antrag durch Produzenten Summe			33.000,00	2
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor	2010-34-006: Lucky Luusen	Ester.Reglin.Film Produktionsgesellschaft mbH Roswitha Ester	10.000,00	
		2010-34-009: Blutsbrüder	unafilm e.K. Titus Kreyenberg	10.000,00	
		2010-34-014: Quivive (AT:So weit - so gut)	Erwin Michelberger Erwin Michelberger	10.000,00	
		2010-34-016: im Trichter	Martin Kaatz Martin Kaatz	10.000,00	
		2010-34-019: Toter Flieger	Tom Schreiber Tom Schreiber	10.000,00	
	Drehbuchförderung / Antrag durch Regisseur oder Autor Summe			50.000,00	5
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms	2010-35-001: Die Vermissten	Junifilm GmbH Anke Hartwig	30.000,00	
		2010-35-002: Die innere Zone	Dubini Filmproduktion Donatello Dubini	75.000,00	
		2010-35-007: Zwei Schüsse	Pandora Film Christoph Friedel	50.000,00	
		2010-35-008: Future Lasts Forever	Unafilm Titus Kreyenberg	50.000,00	
		2010-35-010: Der flüchtige Schein des Schattens	Heimatfilm Johannes Rexin	40.000,00	
	Förderung der Herstellung eines Kinofilms Summe			245.000,00	5
	Förderung von Kurzfilmen	2010-38-003: Grünes Gold (AT)	Karibufilm GbR und Barbara Marheineke Kai Künnemann	15.000,00	
		2010-38-004: Südsee (AT)	Dagmar Ege Dagmar Ege	20.000,00	
		2010-38-007: Nothern (AT)	Elementree Film Nils Witt	25.000,00	
		2010-38-010: UNTER DEN HÄNDEN (AT)	Jan Paul Bachmann	20.000,00	
		2010-38-015: Wunder Punkt (AT)	Richard Gregor Brzozowski Richard Gregor Brzozowski	25.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-38-017: Luther	Andre Zimmermann Andre Zimmermann	10.000,00	
		2010-38-020: Ein Platz in der Stadt	Franz Müller Filmproduktion Franz Müller	15.000,00	
		2010-38-026: Ruhrurbia	Komers Film Rainer Komers	25.000,00	
		2010-38-029: Malaika	Heavy Production Boris Schaarschmidt	25.000,00	
		2010-38-031: Palim Palim oder muss man sich den Kosmos....	Marina Isabella Klauser	20.000,00	
		2010-38-036: Was kommt (AT: In Erwartung)	spenglerfilm Michael Spengler	10.000,00	
		2010-38-039: Die Geisterstadt	Herz Filmproduktion Horst Herz	25.000,00	
		2010-38-043: Fruchtfliegen	Bijan Benjamin Bijan Benjamin	25.000,00	
		2010-38-044: Die Asche der Großmutter	elias film Galip Iytanir	17.000,00	
		2010-38-047: Marienburg	Tama Tobias-Macht Tama Tobias Macht	12.000,00	
	Förderung von Kurzfilmen			289.000,00	15
	Verleihförderung	2010-40-001: David wants to fly	Neue Visionen Filmverleih GmbH Torsten Frehse	9.900,00	
		2010-40-006: Die Kinetik der Gefühle	Werner Biedermann Werner Biedermann	2.000,00	
		2010-40-007: Anvil! Die Geschichte einer Freundschaft	Rapid Eye Movies Stephan Holl	15.000,00	
		2010-40-008: New York Memories	Basis-Film Verleih Berlin Clara Burckner	7.500,00	
		2010-40-012: Die Liebe der Kinder	2Pilots Film GbR Jörg Siepmann	7.000,00	
		2010-40-014: Lola	Rapid Eye Movies HE GmbH Stephan Holl	10.000,00	
		2010-40-020: Heimweh nach den Sternen (OT: Nostalgia de la Luz)	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	7.500,00	
		2010-40-023: South	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	15.000,00	
		2010-40-026: Guru - Bhagwan, His Secretary & His Bodyguard	Pandora Film GmbH & Co. Verleih KG Thomas Matlok	25.000,00	
		2010-40-027: Schattenzeit	MindJazz Pictures GbR Holger Recktenwald	10.000,00	
		2010-40-028: Die Stämme von Köln (AT: Kölner Stämme)	Real Fiction Filmverleih Joachim Kühn	8.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-40-030: Live aus Peepli - Irgendwo in Indien	Rapid Eye Movies HE GmbH Stephan Holl	25.000,00	
		2010-40-034: I Shot My Love	W-film Filmproduktion & Filmverleih Stephan Winkler	7.000,00	
	Verleihförderung Summe			148.900,00	13
	Vertriebsförderung	2010-41-001: Laula	Werner Biedermann Werner Biedermann	1.500,00	
	Vertriebsförderung Summe			1.500,00	1
	Förderung von Filmpräsentationen	2010-44-001: 11. Afrikanisches Filmfestival - Cineastische Begegnungen mit Afrika	FilmInitiativ Köln e. V. Christa Aretz	7.000,00	
		2010-44-002: Russische Filmtage 2010	Filmwerkstatt Münster Winfried Bettmer	2.000,00	
		2010-44-003: Sound-Track_Cologne 7.0	Televisor Troika GmbH Michael Aust	9.500,00	
		2010-44-005: 2. Brasilianisches Filmfestival	Durch die Länder e.V. Andrea Salles Ackermann	7.500,00	
		2010-44-006: Filmkunst Jubiläumsfestival	Filmhaus Bielefeld Ronald Herzog	5.000,00	
		2010-44-007: 6th. Int. Short Film Festival Detmold	Kultur & Art Initiative Levent Arslan	5.000,00	
		2010-44-009: hafenlichtspiele 2010	Filmwerkstatt Düsseldorf Heinz Dr. Holzapfel	3.000,00	
	Förderung von Filmpräsentationen Summe			39.000,00	7
	Dokumentarfilm und Dokumentation	2010-31-009: Family Business	Büchner.Filmproduktion GbR Tobias und Christiane Büchner	15.000,00	
		2010-45-004: Der Weg der Ameise (AT: Der Flammenberg)	Guido Rambeck Guido Rambeck	25.000,00	
		2010-45-005: Kamera Gegenseite	Felix Grimm Felix Grimm	25.000,00	
		2010-45-012: Schnee von gestern	Made in Germany Filmproduktion GmbH Melanie Andernach	50.000,00	
		2010-45-015: Shanghai-Crab	Demir Neshe demir Neshe	25.000,00	
		2010-45-019: Die zwei Klosteschwestern von Maria Steinach	Carmen Tartarotti Filmproduktion Frankfurt Carmen Tartarotti	20.000,00	
		2010-45-021: Meine Freiheit, Deine Freiheit	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	40.000,00	
		2010-45-027: Freiheit pur?	LOOKS Medienproduktion GmbH Marco Voß	22.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-45-032: In Between - der Künstler Richard Deacon	Bildersturm Filmproduktion GmbH Birgit Schulz	40.000,00	
		2010-45-035: Eisheimat	thes Juliane Thevissen	30.000,00	
		2010-45-036: Wolkenheime	Westendfilme Markus Mischkowski	17.500,00	
		2010-45-037: Rodeoboxer	Walter Krieg Filmproduktion Walter Krieg	15.000,00	
		2010-45-039: Leben. Einfach. - Nepal	Constanze Sewing Constanze Sewing	15.000,00	
		2010-45-043: Mit deutschem Bier nach China und zurück	Happy Endings Film Michael Chauvistré	35.000,00	
		2010-45-057: Detlef	Stefan Westerwelle Stefan Westerwelle	9.975,00	
		2010-45-059: Man-Made-Place	Su Yu-Shen Su Yu-Shen	25.000,00	
		2010-45-065: The Punch	SUTOR KOLONKO Filmprod.Ingmar Trost GbR André Hörmann	50.000,00	
		2010-45-072: Revision	Blinker Filmproduktion Meike Martens	30.000,00	
		2010-45-073: In the Dark Room	Pandora Film Karl Baumgartner	50.000,00	
	Dokumentarfilm und Dokumentation Summe			539.475,00	19
	Postproduktionsförderung	2010-48-006: Zueignung	Jana Debus Jana Debus	5.000,00	
		2010-48-009: Efecto Dominó	Gabriel Gauchet Gabriel Gauchet	3.000,00	
		2010-48-011: Heimweh nach den Sternen	Blinker Filmproduktion GmbH Meike Martens	4.000,00	
		2010-48-015: Rubber Soul	Lennart Selle Lennart Selle	6.000,00	
		2010-48-017: Galileos Monde	Quimu Casalprim i Suarez Quimu Casalprim i Suarez	7.500,00	
		2010-48-019: Himmelvebot - Lebenslänglich auf Bewährung	TAG/TRAUM Filmproduktion Gerd Haag	3.000,00	
		2010-48-022: Hermann	Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion Andreas. Habermaier	4.000,00	
		2010-48-024: Die Generalinie - La Linea Generale	Oleg Tcherny Oleg Tcherny	2.200,00	
	Postproduktionsförderung Summe			34.700,00	8

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Festivals	2010-49-003: exposed Film-festival n°3	Neue Blicke Köln e. V. Stephan Sarasi	4.000,00	
	Festivals Summe			4.000,00	1
	Animation/Experimental film	2010-55-004: Why Do i Still Sleep?	Lichthof Film & Animation Joachim Bode	10.000,00	
		2010-55-005: Was da lebt	Kyne Uhlig Kyne Uhlig	12.000,00	
		2010-55-008: In mein Gesicht reicht eine Welt herein	Die Gesichtslosen GbR - Corinne Le Hong Corinne Le Hong	15.000,00	
	Animation/Experimental film Summe			37.000,00	3
	Abschlussfilm - KURZ	2010-62-001: Tage in der Stadt	Janis Mazuch Janis Mazuch	23.000,00	
		2010-62-003: Gekidnapped	Sarah Winkenstette Sarah Winkenstette	28.000,00	
		2010-62-004: Der goldene Zweig	Etienne Kordys Etienne Kordys	19.735,88	
		2010-62-005: Linie 102	Daniel Gerken Daniel Gerken	20.000,00	
		2010-62-006: Sicher ist nichts	Nathalie Schulten Nathalie Schulten	20.000,00	
		2010-62-008: ausreichend (Nach den Ferien)	Isabel Prahl Isabel Prahl	20.000,00	
	Abschlussfilm - KURZ Summe			130.735,88	6
	Erstlingsfilm – LANG	2010-63-005: Romeos	Boogiefilm GbR Kristina Löbbert	315.000,00	
		2010-63-006: Kunst und Konspiration - The man who drew the Future	Unafilm Titus Kreyenberg	180.000,00	
		2010-63-011: Fifty Ways To Find Your Lover (Produktionsvorbereitung)	58 filme Julia Meyer	25.000,00	
	Erstlingsfilm - LANG Summe			520.000,00	3
	Erstlingsfilm – KURZ	2010-64-004: Lilith	HOMO LUDENS Pictures Aleksandra Szymanska	30.000,00	
		2010-64-008: Sommer spüren	Svenja Wiese Svenja Wiese	14.000,00	
		2010-64-009: The Rainbow	Unafilm Titus Kreyenberg	30.000,00	
	Erstlingsfilm - KURZ Summe			74.000,00	3

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
	Förderung von Low-Budget-Filmen - TV	2010-77-003: Aufstieg und Fall des Peter Hartz	ECO Media TV-Produktion Stephen Lamby	120.000,00	
	Förderung von Low-Budget-Filmen - TV Summe			120.000,00	1
	Hörspiel	2010-80-001: San Pedro - Stadt der Verdammten	Tom Noga Tom Noga	5.000,00	
		2010-80-004: Sucking Blood	Edgar Lipki Edgar Lipki	4.000,00	
		2010-80-006: Das vergessene Volk oder kein Wort für Krieg	Heinz G. Schmidt Heinz G. Schmidt	3.000,00	
		2010-80-016: Ferienwohnungen für Vögel	Mariann Kaiser Mariann Kaiser	3.000,00	
		2010-80-021: The wrong Rothenburg	Michael Heinze Michael Heinze	3.000,00	
		2010-80-030: Ruhe-Serie	Paul Plamper Paul Plamper	5.000,00	
		2010-80-031: Die Stunde der alten Damen	Gaby Hartel Gaby Hartel	4.000,00	
		2010-80-035: Moondog Rising	Steffen Irlinger Steffen Irlinger	3.000,00	
		2010-80-039: Die netten Nachbarn	Sven Stricker Sven Stricker	4.000,00	
		2010-80-042: macht.alle.gegen!	Oliver Brod Oliver Brod	4.000,00	
		2010-80-047: Bitte freimachen!	Jan Decker Jan Decker	3.000,00	
		2010-80-048: Mörder	Agnieszka Lessmann Agnieszka Lessmann	4.000,00	
		2010-80-050: Die Auswanderer- Japanische Internetcafé-Flüchtlinge	Serotonin Goerke Pusch GbR Marie-Luise Goerke	7.000,00	
		2010-80-052: Footprints	Wort & KlangKüche Almut Schnerring	3.000,00	
		2010-80-058: Straight New World	Jörg Diernberger Jörg Diernberger	4.000,00	
		2010-80-061: Seegang ins Ungewisse	Rosi Ulrich &Tania Bezenberger Rosi Ulrich	4.000,00	
		2010-80-062: Zu rollen, immer zu rollen. Ins ferne Blaue dahin	Dieter Fraeulin Dieter Fraeulin	3.000,00	
		2010-80-066: Querulanten im Steuerparadies	Fabian v. Freier Andreas v. Westphalen Fabian v. Freier	5.000,00	
		2010-80-069: Plattenbaucowboys	Martin Becker Martin Becker	4.000,00	

Jahr	Kategorie	Projektnr., Titel	Firma, Antragsteller	Summe	Anzahl
		2010-80-075: Illegale Publikation, oder: Auf der Suche nach Jaques Lebaudy	Henning Nass Henning Nass	3.500,00	
		2010-80-078: HörspiellInnen-sound runs dortmund	Lale Rodgarkia-Dara Lale Rodgarkia-Dara	4.000,00	
		2010-80-080: Hörspielpark	Paul Plamper Paul Plamper	7.500,00	
	Hörspiel Summe			90.000,00	22
2010	Ergebnis			35.170.183,34	371
2000-2010	Gesamtergebnis			355.769.056,21	3.626

Quelle: Film- und Medienstiftung NRW

35. Welche einzelnen Informationen und Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur aktuellen Ausrichtung der Produktionsförderung der Film- und Medien Stiftung NRW sowie zu ihren einzelnen Arbeitsschwerpunkten und zur Qualität wie Quantität der angebotenen Dienstleistungen wie Beratung, Projektbetreuung etc. vor?

Die Film- und Medienstiftung NRW veröffentlicht auf ihrer Website www.filmstiftung.de detaillierte Informationen zur Produktionsförderung, zu Arbeitsschwerpunkten und zu Dienstleistungen für die breite Öffentlichkeit. Eine detaillierte Auflistung der Förderungen bietet die Antwort zu Frage 34.

Die Fördermaßnahmen der Film- und Medienstiftung erzielen positive Effekte für das Land Nordrhein-Westfalen und werden von der Branche angenommen.

36. Wie bewertet die Landesregierung im Einzelnen die Entwicklung der bisherigen früheren sowie gegenwärtigen Arbeit und Schwerpunktsetzungen der Film- und Medien Stiftung NRW?

1991 gaben Ministerpräsident Johannes Rau und WDR-Intendant Friedrich Nowotny den Startschuss für die Filmstiftung NRW. Die Gründung der Filmstiftung NRW ist eine medienpolitische Erfolgsgeschichte – ein wichtiger Beitrag nicht nur für den deutschen Film, sondern auch für den Strukturwandel in Nordrhein-Westfalen.

Die Landesregierung hat sich 2010 in ihrem Koalitionsvertrag die Weiterentwicklung der Filmstiftung NRW zu einer integrierten Förderinstitution zum Ziel gesetzt. Dieses Ziel wurde 2011 im Einvernehmen der Gesellschafter mit der Etablierung der Film- und Medienstiftung NRW erreicht.

Die Film- und Medienstiftung NRW passt ihre Tätigkeit im Rahmen der ihr übertragenen, satzungsgemäßen Aufgaben den aktuellen Entwicklungen der Medienbranche an, um möglichst nachhaltig zu fördern und die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Medienbranche

am Standort NRW zu gewährleisten. Vor diesem Hintergrund sind die Leistungen der Film- und Medienstiftung NRW positiv zu bewerten.

Jetzt gilt es, Nordrhein-Westfalen zum Digitalen Medienland NRW weiterzuentwickeln. Der Film- und Medienstiftung kommt dabei die Schlüsselrolle zu. Die Landesregierung setzt sich im Kreise der Gesellschafter dafür ein, dass die in der Filmförderung erworbenen Kompetenzen nun auch insbesondere zu Gunsten der digitalen Wachstumsbranchen der Medien eingebracht und ausgebaut werden.

Die Landesregierung erhofft sich hieraus neue Impulse in der Medienförderung und ist der Überzeugung, dass die Film- und Medienstiftung NRW den digitalen Strukturwandel in NRW maßgeblich voranbringen wird.

37. Welche zukünftige inhaltliche und strategische Ausrichtung ihrer Förderpolitik beabsichtigt die Film- und Medien Stiftung NRW mit jeweils welchen und für wann geplanten Neuerungen und Modifikationen zur Weiterentwicklung des bisherigen Spektrums?

Im Rahmen der Neuausrichtung und Erweiterung des Aufgabenspektrums legte die Film- und Medienstiftung NRW in 2011 zum Beispiel ein auf drei Jahre ausgelegtes Pilotförderprogramm für innovative audiovisuelle Inhalte zur Ergänzung des klassischen Film- und Fernsehförderangebots auf.

Als Teil der Entwicklung einer Nachwuchsstrategie für den Medienstandort Nordrhein-Westfalen wird die Film- und Medienstiftung die Instrumente der Nachwuchsförderung evaluieren und weiter ausdifferenzieren.

Zur Steigerung der Effektivität der Gesamtförderung beabsichtigt die Film- und Medienstiftung NRW eine Stärkung der Förderung von Investitionen in die Projektentwicklung.

Die Stiftung plant auch weiterhin, Filmtheater zu betreuen und bei der Digitalisierung zu unterstützen. Eine verstärkte Unterstützung im Bereich der Kinomarketing-Maßnahmen ist ebenfalls geplant. Hier sollen die mit der technischen Innovation verbundenen Potenziale zur Steigerung der Vielfalt und zur Erschließung neuer Zuschauergruppen genutzt werden.

38. Bei welchen konkreten Vorhaben kooperiert die Landesregierung mit der Film- und Medien Stiftung NRW inhaltlich wie organisatorisch, und auf welche Art und Weise sowie in welcher genauen Höhe fördert das Land die Tätigkeit der Film- und Medien Stiftung NRW seit ihrer Gründung vor zehn Jahren jeweils jährlich finanziell und logistisch (bitte detaillierte Aufschlüsselung der Zuwendungen und Kooperationsvorhaben)?

Die Filmstiftung NRW ist im Jahr 1991 gegründet worden. Im Jahr 2011 wurde die Filmstiftung NRW zur Film- und Medienstiftung NRW weiterentwickelt. Die Landesregierung ist Gesellschafterin der Film- und Medienstiftung NRW GmbH und hält 35 Prozent der Gesellschaftsanteile. Die Film- und Medienstiftung NRW fördert entsprechend ihrer satzungsgemäßen Aufgaben im Auftrag unter anderem der Landesregierung die Film- und Medienkultur sowie die Film- und Medienwirtschaft im Land Nordrhein-Westfalen.

Der Haushaltsgesetzgeber hat der Film- und Medienstiftung NRW, beziehungsweise ihrer Vorgängerin, der Filmstiftung NRW, in den letzten zehn Jahren zur Erbringung der satzungsgemäßen Förderaufgaben Zuschüsse in folgender Höhe zur Verfügung gestellt:

Tab. 38.1: Zuwendungen der NRW-Landesregierung an die Film- und Medienstiftung NRW (bzw. an die Vorgängerin Filmstiftung NRW) in den letzten zehn Jahren

Jahr	Zuschuss (in €)
Ansatz 2002	13.104.400
Ansatz 2003	12.081.800
Ansatz 2004	12.082.800
Ansatz 2005	12.082.800
Ansatz 2006	9.666.200
Ansatz 2007	9.666.200
Ansatz 2008	9.666.200
Ansatz 2009	9.906.200
Ansatz 2010	10.406.200
Ansatz 2011	10.606.200

39. Welche einzelnen Vorteile verspricht sich die Landesregierung von der Integration der Mediencluster NRW GmbH in die Film- und Medien Stiftung NRW, und welche diesbezüglichen Erwartungen an zukünftige Projekte und die insgesamt weitere Entwicklung verbindet die Landespolitik damit?

Mit der Gründung der Mediencluster GmbH im Jahre 2009 als weiterer Institution neben der Filmstiftung NRW hat die Vorgängerregierung in Nordrhein-Westfalen eine Doppelstruktur aufgebaut, die die zunehmende Konvergenz der Medien und die sich daraus ergebenden Anforderungen der Medienbranche ignoriert hat.

Die Gesellschafter der Filmstiftung haben 2011 auf Initiative des Landes die funktionale Erweiterung der Film- und Medienstiftung um die Bereiche digitale Medien und Standortmarketing vereinbart. Durch die am 4. Mai 2011 beschlossene Erweiterung des Gesellschaftsvertrages ist der neue Aufgabenzuschnitt gesellschaftsrechtlich wirksam. Um diesen auch inhaltlich umsetzen zu können, ist die Film- und Medienstiftung NRW mit der Übernahme der Mediencluster NRW GmbH personell und finanziell für die neuen Aufgaben ausgestattet worden.

Medienförderung und Standortmarketing gibt es in Nordrhein-Westfalen nun wieder aus einer Hand. Digitale Medien und der in Nordrhein-Westfalen traditionell starke audiovisuelle Sektor werden entsprechend den Realitäten der Branche nicht mehr getrennt, sondern als Einheit betrachtet. Dadurch wird auch die für den Standort NRW wichtige Vernetzung zwischen etablierten und neuen Unternehmen verstärkt.

Ein erster Schritt auf diesem Weg ist die von der Film- und Medienstiftung 2011 gestartete Pilotförderung für innovative audiovisuelle Medieninhalte wie Games, Web-, Mobile- und 360-Grad-Produktionen. Durch die Pilotförderung werden Projekte unterstützt, die der Konvergenz bereits Rechnung tragen und die hiesigen Unternehmen gezielt dabei unterstützen, sich für Herausforderungen der Zukunft aufzustellen.

Darüber hinaus erwartet die Landesregierung durch die Ausweitung der Aufgaben der Film- und Medienstiftung eine noch stärkere Wahrnehmung des Medienstandorts NRW – sowohl national als auch international. Auf große Resonanz ist in diesem Zusammenhang bereits die von der Film- und Medienstiftung erarbeitete Broschüre „Medienland NRW“ gestoßen, in der der Medienstandort Nordrhein-Westfalen mit verschiedenen Branchenporträts vorgestellt wird.

40. In welchem Umfang hat das in Köln ansässige AV-Gründerzentrum im Zeitraum seit 2005 jeweils jährlich Fördermittel in durchschnittlich welcher Höhe an wie viele Gründer und für schwerpunktmäßig welche Vorhaben aus dem Bereich der Medien vergeben?

Die AV-Gründerzentrum NRW GmbH hat seit der Aufnahme ihrer Geschäftstätigkeit im Jahr 2006 bis zum Jahr 2008 jährlich zehn Stipendiaten-Unternehmen aus dem Kernbereich Film- und Fernsehproduktion mit Betriebsmittelzuschüssen in Höhe von insgesamt 100.000 Euro pro Jahr aus Landesmitteln gefördert. Seit dem Jahr 2009 wurden die Bereiche Games und Neue Medien miteinbezogen. Die Stipendienzahl stieg von 10 auf 14, das Fördervolumen wurde auf 140.000 Euro jährlich aufgestockt. Insgesamt wurden bislang 72 Unternehmen gefördert.

Laut einer Evaluation durch das AV-Gründerzentrum im April 2011 sind von den 72 geförderten Unternehmen noch 67 am Markt aktiv, davon 94 Prozent noch in ihrer ursprünglichen Form und mit der ursprünglichen Unternehmensidee. 49 der Unternehmen (71 Prozent) sind im klassischen Medienbereich tätig, 22 Prozent sind im Bereich neuen Medien tätig und sieben Prozent der geförderten Unternehmen sind im Bereich Games aktiv.

41. Welche einzelnen konkreten Schritte unternimmt die Landesregierung, um den großen Medienstandort Köln als diesbezügliches Aushängeschild des Landes zu fördern und zu stärken? Falls Fehlanzeige: Weshalb gibt es keine darauf gerichteten Aktivitäten?

Nordrhein-Westfalen ist ein starkes Medienland. Im Gegensatz zu anderen Medienstandorten ist NRW auch in der Breite Spitze, quer durch alle Teilbranchen und Regionen. Köln ist eine der herausragenden Medienstädte in Deutschland, was sowohl durch das Engagement der Stadt als auch des Landes unterstrichen wird.

In Köln fördert das Land beispielsweise das Medienforum NRW, das zu den wichtigsten Medienfachkongressen in Europa gehört und im nächsten Jahr das 25-jährige Jubiläum feiert, das internationale Film- und Fernsehfestival Cologne Conference und den Grimme Online Award, mit dem herausragende Internetangebote ausgezeichnet werden.

Die Landesregierung selbst veranstaltet in Köln Kongresse zur Förderung der Medienkompetenz, zum Beispiel einen Fachkongress im Rahmen der jährlich stattfindenden Video- und Computerspielemesse Gamescom und den Social Community Day.

Bei diesen Aktivitäten wird das Land in der Regel durch hochrangige Vertreterinnen und Vertreter der Landesregierung repräsentiert.

Für die jeweils in Köln ansässigen Institutionen, die Kunsthochschule für Medien und die Internationale Filmschule Köln GmbH, welche die Qualifizierung von Film- und Fernsehfach-

kräften in Nordrhein-Westfalen fördern, sowie für das AV-Gründerzentrum (siehe Antwort zu Frage 40) übernimmt das Land die überwiegende Finanzierung.

Auch an Fördermitteln des NRW-EU Ziel 2-Programms kann der Medienstandort Köln entsprechend seiner Stärke partizipieren. Zudem tragen die vielfältigen Aktivitäten der Film- und Medienstiftung Nordrhein-Westfalen zur Förderung, Stabilisierung und Entwicklung des Medienstandortes Köln maßgeblich bei.

42. *Wie ist Nordrhein-Westfalen als Standort für die Branche Games derzeit aufgestellt, wie hat sich dieser Wirtschaftszweig in unserem Land entwickelt, und welche zukünftigen Entwicklungspotentiale sind hier zu erwarten?*

NRW ist als Standort der Gamesbranche sehr gut aufgestellt. Der Charakter Nordrhein-Westfalens als eine der wirtschaftlich stärksten Metropolregionen Europas lässt sich auf die nordrhein-westfälische Medienbranche im Allgemeinen sowie die Gamesbranche im Speziellen übertragen. NRW ist einer der führenden Gamesstandorte in Deutschland mit einer Vielzahl an erfolgreichen Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Die Gamesbranche in NRW ist gut vernetzt und breit aufgestellt in allen wichtigen Bereichen: Unternehmen, Ausbildung, Forschung, Förderung, Politik und Events. Als Medienteilmarkt profitiert die Gamesbranche in Nordrhein-Westfalen zudem von der guten Vernetzung innerhalb der vielfältigen Medienlandschaft am Standort (u.a. Online, Mobile, TV, Print und Film).

NRW beherbergt nach Einschätzung einer vergleichenden Studie der Universität Paderborn das quantitativ größte Computer- und Videospielecluster in Deutschland. In NRW werden Spiele aller Genres und für alle Plattformen produziert. Eine inhaltliche Konzentration ist daher nicht zu erkennen. Insgesamt haben 39 Entwicklungsstudios, 14 Publisher und sechs Hybride ihren Sitz in NRW. Nicht nur Unternehmen, die im Kerngeschäft der digitalen Spieleindustrie tätig sind, prägen die Gamesbranche des Landes, sondern auch viele Unternehmen angrenzender Märkte wie beispielsweise Hardware- und Zubehörhersteller, Dienstleister und Technologieanbieter. Die Gamesunternehmen verteilen sich auf die gesamte Fläche von NRW mit Schwerpunktregionen in den Großräumen Köln-Bonn-Aachen und Düsseldorf-Krefeld-Mönchengladbach, dem Ruhrgebiet sowie Ostwestfalen-Lippe.

Nordrhein-Westfalen ist ein Gamesstandort mit Tradition. Von den wenigen international erfolgreichen deutschen Unternehmen der Computer- und Videospielebranche stammt ein bedeutender Anteil aus NRW. Bereits in den 1980er Jahren wurden hier erste Spieleunternehmen gegründet, die nationale oder sogar internationale Bedeutung erlangten beziehungsweise noch heute innehaben und teilweise in wichtigen internationalen Unternehmen der Gamesbranche aufgegangen sind.

Besonders prägend für den Gamesstandort ist die Tatsache, dass drei der weltweit größten internationalen Publisher ihre Repräsentanz für Deutschland beziehungsweise die deutschsprachigen Länder in Nordrhein-Westfalen haben: Electronic Arts, THQ Entertainment und Ubisoft. Sie alle bedienen sich für ihre Produkte der Entwicklerszene Nordrhein-Westfalens. Bei den Entwicklungsstudios und Dienstleistern handelt es sich in der Regel um kleine und mittlere Unternehmen (fünf bis 50 Beschäftigte).

Die Gamesunternehmen schätzen die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten für ihre Nachwuchsfachkräfte, die die Fachhochschulen und Universitäten über ganz NRW verteilt anbieten. Neben der Ausbildung von Fachkräften betreiben einige dieser Hochschulen in eigens eingerichteten Laboren intensive Forschungsaktivitäten zu Games. Es existieren zahlreiche

Kooperationen mit der Branche, wovon Studierende und Unternehmen gleichermaßen profitieren.

Ein weiteres Charakteristikum der nordrhein-westfälischen Computer- und Videospielebranche sind die zahlreichen Kongresse, Preisverleihungen und Messen im Gamesbereich. Als größte und bedeutsame Veranstaltungen seien beispielhaft die Gamescom als europäische Games-Leitmesse und der europäische Ableger der Game Developers Conference, die GDC Europe, angeführt. Zentral ist in NRW auch der E-Sport, eine Wettkampfszene, die sich Ende der 1990er Jahre entwickelt hat. E-Sport bezeichnet den Wettkampf im Austragen von Computerspielen im Mehrspielermodus. Köln gilt als europäische Hauptstadt des E-Sports, da von hier aus die Electronic Sports League (ESL), die national und europaweit von Bedeutung ist, von Turtle Entertainment, einem der weltweit führenden E-Sport-Anbietern, organisiert wird.

Die Landesregierung weiß um die wachsende kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung der Gamesbranche, engagiert sich für die Vernetzung der Akteure und fördert sie in den Wachstumsbereichen. Über die Film- und Medienstiftung Nordrhein-Westfalen werden beispielsweise innovative Projekte und Prototypen gefördert. Daneben finden Unternehmensgründer auch Unterstützung beim AV-Gründerzentrum NRW, in Form von Stipendien, die finanzielle Mittel und Experten-Coachings sowie -Beratung beinhalten.

43. Welche Auswirkungen hat die Weiterentwicklung unserer Mediengesellschaft nach Erkenntnissen der Landesregierung auf Nachhaltigkeit, Ressourceneffizienz und Umweltschutz in Nordrhein-Westfalen?

Das Recht auf Information ist eines der fundamentalen Rechte unserer Demokratie. Wichtig sind daher die freie Zugänglichkeit und Transparenz von Informationen über die Politik, die Regierung und ihre Entscheidungen. Neben den tatsächlichen Entscheidungen müssen Argumentationen und Intentionen ebenso kommuniziert werden wie ihre Folgen und Veränderungen. Veränderte technologische Rahmenbedingungen und der damit verbundene Wandel in der Kommunikationslandschaft stellen die politische Kommunikation vor neue Aufgaben. Neben die klassischen Medien treten zunehmend Onlinemedien, die ein anderes Nutzungsverhalten erfordern, das spontaner bzw. schneller und dialogorientierter ist. Durch das Internet entstehen neue Öffentlichkeiten, politische Handlungskontexte und damit auch neue Spielräume für die Regierungskommunikation: spezielle Nutzergruppen können gezielt erreicht werden.

Darin liegen große Chancen auch für die Entwicklung nachhaltiger Gesellschaftsverhältnisse. Denn eine demokratische Gesellschaft, die die ökologische beziehungsweise Umweltkrise verstehen und sich im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung beziehungsweise einer umweltgerechten und naturverträglichen Ressourceneffizienz verändern will, kann sich nicht allein auf Berufspolitik, Ingenieurskunst und Unternehmergeist verlassen (die alle unbedingt notwendig sind), sie muss auch eine gut informierte und vernetzte Bürgergesellschaft sein, die immer wieder neu auf drängende Fragen aufmerksam macht. Kein Zweifel besteht darin, dass die neuen Kommunikationsmedien gute Möglichkeiten der Vernetzung von Information, Wissen und Handeln bieten. Die digitalen Medien und Plattformen sind in der Regierungskommunikation der Nachhaltigkeits- und Umweltpolitik unverzichtbar geworden. Sie bieten die große Möglichkeit, Information und Wissen zur Nachhaltigkeitsidee schnell und transparent in der Zivilgesellschaft zu verbreiten. Insbesondere die digitalen Medien und sozialen Netzwerke bieten Bürgerinnen und Bürgern sowie zivilgesellschaftlichen Institutionen vielfältige Möglichkeiten der Nachhaltigkeitskommunikation, und sie sind auch als Ergänzung der klassischen Umweltbildung sehr geschätzt.

Nicht zuletzt: Von der Medienwirtschaft und der Medienindustrie ist aus umweltpolitischen Erwägungen selbstverständlich ein nachhaltiges Handeln zu erwarten, ebenso wie die Beachtung von Klimaschutz und Ressourceneffizienz bei Produktentwicklung und Herstellung.

44. Welche Auswirkungen hat die Weiterentwicklung unserer Mediengesellschaft nach Erkenntnissen der Landesregierung auf die Arbeitsbeziehungen und soziale Sicherheit und gesellschaftlichen Zusammenhalt in Nordrhein-Westfalen?

Hierzu liegen der Landesregierung keine wissenschaftlich gesicherten Erkenntnisse vor.

45. Welche Auswirkungen hat die Weiterentwicklung unserer Mediengesellschaft nach Erkenntnissen der Landesregierung auf die Sozialisation Jugendlicher, Bildung, Weiterbildung, Qualifikation und Innovationsfähigkeit in Nordrhein-Westfalen?

Kinder und Jugendliche erleben heute eine Medien- und Kommunikationsvielfalt, deren Dichte noch vor wenigen Jahrzehnten unvorstellbar gewesen wäre. Die Durchdringung unserer Gesellschaft mit Medien verändert inzwischen nachhaltig und mit großem Tempo alle Lebensbereiche.

Im Vergleich zu vielen Erwachsenen nehmen Kinder und Jugendliche die neuen Kommunikationsmöglichkeiten ganz selbstverständlich an, verkennen aber oft vorhandene Risiken. Dabei verunsichert viele Eltern das Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder: Das parallele Nutzen von Chat oder E-Mail bei gleichzeitig laufendem Fernsehapparat und der Nutzung des Telefons erscheint ihnen weniger eine Multi-Tasking-Fähigkeit zu sein als vielmehr ein „Verzetteln“ und ein Mangel an Konzentrationsfähigkeit. Von den Jugendlichen wird die Kritik der Eltern häufig als Einschränkung und Mangel an Vertrauen bewertet. Daher geht es bei familiären Auseinandersetzungen über Medien um Erziehungsfragen und damit auch um das Ausbalancieren von elterlicher Sorge und jugendlicher Selbstständigkeit. Mediennutzung junger Menschen ist nicht einfach nur ein objektives Problem, bei dem es beispielsweise um die Festlegung von Mediennutzungszeiten oder um Qualitätsmaßstäbe für genutzte Medieninhalte geht. Vielmehr ist die Auseinandersetzung um die Mediennutzung durch junge Menschen selbst schon Bestandteil intergenerativer und kultureller Konflikte.

Die kreative Arbeit mit Medien und vor allem der kompetente und kritische Umgang mit Medien ist daher Bildungsarbeit, die ganzheitlich angelegt sein muss. Daher bildet der Bereich Medien auch einen Themenbereich der Bildungsgrundsätze und deswegen hat die Landesregierung gemeinsam mit der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und der Medienberatung NRW die Initiative Medienpass NRW gestartet. Die Bestrebungen in Schule und Ausbildung gehen generell dahin, die motivierenden Aspekte aufzugreifen und insbesondere digitale Medien sinnvoll und strukturiert in den schulischen Unterricht zu integrieren und deren lernförderlichen Anteile zu nutzen. Hier spielen zum Beispiel Onlineplattformen (Learning Management Systeme) eine große Rolle, die lebenslanges Lernen an jedem Ort und zu jeder Zeit ermöglichen. Gleichzeitig hat die Schule auch den Auftrag, Kinder und Jugendliche zu einem kompetenten und sicheren Umgang mit Medien in ihrer Freizeit zu befähigen. Dazu gehören insbesondere die Sensibilisierung für die Wahrung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten und der Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten und anderen Risiken der digitalen Medien.

Der neue Kinder- und Jugendförderplan legt einen Schwerpunkt auf Medienkompetenz. Das Fördervolumen in diesem Bereich ist mehr als verdoppelt worden (von 560.000 Euro auf 1,2

Millionen Euro). Durch die Bereitstellung dieser zusätzlichen Mittel soll der Zugang zu medienpädagogischen Angeboten ausgebaut werden. Dabei gilt es auch, Angebote und Fortbildungen für Multiplikatoren in der Jugendarbeit anzubieten, damit diese bei Ihrer medienpädagogischen Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen aber auch in der Beratungsarbeit mit den Eltern unterstützt werden.

46. Welche konkrete Bedeutung spielen jeweils welche einzelnen Fragestellungen der Medienpolitik in jeweils welchen Fachreferaten der einzelnen Fachressorts dieser Landesregierung außerhalb des federführenden Hauses, und welche Projekte und Aufgabenstellungen mit Bezug zu medienpolitischen Sachverhalten gibt es dort außerhalb der Staatskanzlei im Detail? (bitte detaillierte und vollständige Enumeration betroffener Fragestellungen)

Im Geschäftsbereich der Ministerpräsidentin sind folgende medienpolitische Zuständigkeiten angesiedelt: Grundsatzfragen der Medien- und Netzpolitik, Rundfunkangelegenheiten, Telekommunikationsangelegenheiten (soweit ein Bezug zu Rundfunk oder Telemedien besteht), Medien- und Presserecht, Jugendmedienschutz im Bereich der elektronischen Medien (Rundfunk und Telemedien), Medienwirtschaft sowie Medienkompetenz.

Daneben bestehen in einzelnen Fachressorts Zuständigkeiten für die bereichsspezifische Ausgestaltung von medienpolitischen Sachverhalten. So bearbeitet die Medienberatung NRW im Auftrag des Ministeriums für Schule und Weiterbildung Handlungsfelder, die sich aus der medienpolitischen und schulpolitischen Entwicklung in unserem Land ergeben. Das zentrale Ziel dabei ist, die hohe Qualität des Unterrichtes an den Schulen in NRW zu gewährleisten. Hierzu arbeitet die Medienberatung NRW in folgenden Handlungsfeldern:

1. Qualifikation und Evaluation der Arbeit der Medienberaterinnen und Medienberater,
2. Unterstützung der Zentren für schulpraktische Lehrerausbildung bei der Integration von Medien in die Lehrerausbildung,
3. Mitwirkung bei der Weiterentwicklung ortsnaher Unterstützungssysteme für Schule (Kompetenzteams, regionale Bildungsnetzwerke),
4. Unterstützung bei der Fortbildung von Lehrerinnen und Lehrern sowie Schulleitungen,
5. Unterstützung der Medienkonzeptentwicklung der Schulen,
6. Weiterentwicklung der Standards von Medienkompetenz zum Lernen und Leben mit Medien,
7. Unterstützung der Kommunen bei ihrer Medienentwicklungsplanung,
8. Unterstützung der Innovationsentwicklung auf dem Lernmittelmarkt mit den Verlagen,
9. Qualitätssicherung im Zulassungsverfahren der Lernmittel,
10. Unterstützung der Schulen bei der Ausweitung von schüleraktivierenden Lernszenarien,
11. Beratung der Schulen und Schulträger bei IT-Ausstattung, Pflege und Wartung,
12. Unterstützung der kommunal organisierten Distribution von Medien (zum Beispiel durch EDMOND NRW),
13. Unterstützung von Schulen und Schulträgern auf dem Weg zur inklusiven Schule.

Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV) ist für medienpolitische Sachverhalte zuständig, die in den Regelungsbereich des Telemediengesetzes fallen sowie für Telekommunikationsangelegenheiten soweit kein Bezug zu Rundfunk und Telemedien besteht. Zurzeit ist das MWEBWV mit der Novellierung des Telekommunikationsgesetzes befasst. Darüber hinaus liegt die Zuständigkeit für die Kreativwirtschaft beim Wirtschaftsministerium, das in diesem Rahmen zum Beispiel für die Musik- und die Werbebranche zuständig ist.

Das Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS) befasst sich mit medienpolitischen Sachverhalten unter dem Gesichtspunkt des Arbeitsschutzes. Die gesetzliche Verpflichtung der Arbeitsschutzverwaltung, die Einhaltung des Jugendarbeitsschutzes zu überwachen, besteht auch in Bezug auf medienpolitische Sachverhalte. Ziel ist der Schutz von Kindern und Jugendlichen zum Beispiel im Rahmen der Teilnahme an Filmproduktionen und bei Fotoaufnahmen. Abhängig vom Alter und Konstitution der Kinder ist eine unterschiedlich lange Mitwirkung hieran möglich. Wer noch nicht 15 Jahre alt ist, gilt als Kind - § 2 Absatz 1 Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) -, aber auch schon ab drei Jahren können Kinder auf Antrag bei Aufnahmen im Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) bis zu zwei Stunden zwischen 8 und 17 Uhr teilnehmen. Kinder über sechs Jahre können bis zu drei Stunden täglich in der Zeit zwischen 8 und 22 Uhr mitwirken. Der Antrag ist vorab an die zuständige Aufsichtsbehörde zu stellen, die nach Anhörung des Jugendamtes, der Einwilligung des Eltern, nach Vorlage einer ärztlichen Bescheinigung, nach Vorliegen weiterer Voraussetzungen zum Schutz des Kindes sowie der Sicherstellung von Betreuung und Pausen, ihre Entscheidung trifft. Sofern auch das Fortkommen in der Schule nicht beeinträchtigt wird, gibt die Arbeitsschutzverwaltung dann ihre positive Entscheidung dem Arbeitgeber bekannt. In der Entscheidung wird bestimmt, wie lange, welche Zeit und an welchem Tag das Kind beschäftigt werden darf, die Dauer und Tage der Ruhepausen sowie die Höchstdauer des täglichen Aufenthalts an der Beschäftigungsstätte. Speziell für die Mitwirkung von Kindern im Medien- und Kulturbereich gelten in Nordrhein-Westfalen Richtlinien für die Bewilligung der Mitwirkung von Kindern nach § 6 Jugendarbeitsschutzgesetz (Runderlass des Ministeriums für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport vom 10.04.2000). Diese Richtlinien regeln beispielsweise im Fall einer Mitwirkung von Kindern an Produktionen für mehr als 30 Tagen im Kalenderjahr die Einbeziehung einer weisungsunabhängigen, medienpädagogisch qualifizierten, sozialpädagogischen oder psychologischen Fachkraft durch den antragstellenden Arbeitgeber.

Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) beschäftigt sich nicht direkt mit medienpolitischen Fragestellungen, auch wenn selbstverständlich verschiedene fachliche Schwerpunkte zunehmend multimedial beziehungsweise über soziale Netzwerke vermittelt werden. Die Vermittlung von Medienkompetenz im Verbraucheralltag ist allerdings eine wichtige Aufgabe in der Mediengesellschaft, die nicht nur im Handlungsfeld solcher Institutionen und Initiativen wie der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) oder der Initiative Eltern+Medien liegt. Auch das MKULNV ist auf diesem Gebiet aktiv – durch die Arbeit seiner Abteilung VI „Verbraucherschutz“, und hier insbesondere im Fachreferat VI-4 „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz, Verbraucherzentrale NRW“. Das MKULNV legt zielgruppenspezifisch und mit geeigneten Partnern Angebote zur Verbraucherinformation und Verbraucherbildung auf, bei denen es um den Umgang mit digitalen Medien geht. So führt das Fachreferat „Wirtschaftlicher Verbraucherschutz“ in Kooperation mit der Verbraucherinitiative (Bundesverband) e.V. und der Landesseniorenvertretung NRW e.V. eine Staffel von regionalen Verbraucherkonferenzen für die Zielgruppe „Verbraucher 60plus“ durch. Diese Verbraucherkonferenzen zielen darauf ab, ältere Menschen in ihren Handlungskompetenzen bei der Nutzung des Internets zu stärken. Schwerpunktthemen sind verbraucherspezifische Fragestellungen zum Interneteinkauf, zu Kostenfallen im Netz und zur Sicherheit von persönlichen Daten im Umgang mit sozialen Netzwerken oder Internet-

banking. Darüber hinaus hält die Verbraucherzentrale NRW zahlreiche Angebote zur Vermittlung von Medienkompetenz und Medienwissen bereit. Diese Angebote werden im Zuge der Projekt- oder institutionellen Förderung durch das Land finanziert und zum Teil fachlich begleitet.

Zu folgenden Themenbereichen finden/fanden Projekte der Verbraucherzentrale NRW statt:

- Beratung und Information zur Nutzung von Mobiltelefonen/Handys durch Jugendliche (u.a. Handyführerschein für Kids),
- Information zum Schutz vor Kostenfallen im Internet,
- „Digitale Konvergenz“: Beratung und Information über neue Entwicklungen im TV und bei TV-Systementscheidungen, Hardware-Kauf sowie bei Vertragsabschlüssen rund um Free-/Pay-TV,
- „Digitale Welt I“: Beratung und Information von Verbrauchern im Bereich Digital-TV, Breitband-Internetzugang und Triple-Play (Internetzugang mit TV und Telefonanschluss)
- „Digitale Welt II“: Beratung und Information über hochauflösende TV-Technik, HD/HD+-Angebote, Analog-Digital-Umstieg beim Kabel-TV-Empfang, Breitband-Internetzugang, Triple Play.

Das MKULNV ist – neben der Verbraucheraufklärung zur Mediennutzung – auch mit Fragen zu verbraucherschützenden Regelungen im Datenschutz- oder Telemediengesetz befasst. Verbraucherrechtliche Bewertungen und Stellungnahmen zu Gesetzesvorhaben sowie eigene Initiativen werden beziehungsweise wurden beispielsweise entwickelt zum Schutz vor Abofallen im Internet, zur Aufklärung über Veröffentlichung von Bildaufnahmen von Geodaten-diensten (zum Beispiel Google Street View) oder zur Preisauszeichnung im Internet. Darüber hinaus unterstützt das MKULNV gemeinsam mit der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM) das Projekt „NRW denkt nach(haltig)“.

Das Themenfeld der medienpädagogischen Arbeit und der Anforderungen, die vor allem die schnelle Entwicklung der sogenannten neuen Medien mit sich bringt, ist ein Querschnittsthema innerhalb der kinder- und jugendpolitischen Arbeitsfelder des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS). Schwerpunktmäßig bearbeitet im Rahmen der Jugendhilfe das Fachreferat 312 die Aufgabenstellungen Medienkompetenz in der Jugendhilfe sowie das Themenfeld Jugendmedienschutz. Der Bereich Kindertageseinrichtungen (Referat 321) nimmt den Bereich Medien unter dem Gesichtspunkt der frühkindlichen Bildung in den Blick. In den derzeit in der Praxis erprobten Bildungsgrundsätzen wird dem Thema Medien ein eigener Bildungsbereich gewidmet.

Das Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA) hat insoweit Berührungspunkte zu medienpolitischen Sachverhalten, als das WDR-Gesetz Regelungen zur geschlechterparitätischen Gremienbesetzung enthält (siehe §15 zur Zusammensetzung, Amtsdauer und Kostenerstattung des Rundfunkrats, §20 zur Zusammensetzung, Wahl, Amtsdauer und Kostenerstattung des Verwaltungsrats), welche die Regelung des §12 des Landesgleichstellungsgesetzes NRW konkretisieren.

- 47. Welche einzelnen gesetzgeberischen Initiativen dieser Landesregierung in der laufenden Legislaturperiode, die einerseits Änderungen im Medienrecht direkt beinhalten, oder andererseits medienpolitische Fragen mittelbarer betreffen, sind für jeweils welche Zeitpunkte zur parlamentarischen Einbringung beabsichtigt, und namentlich welche Einzelgesetze werden von diesen Änderungsvorhaben tangiert?**

Die Landesregierung prüft kontinuierlich die medienrechtlichen Rahmenbedingungen auf Optimierungsbefehrfen. Soweit hier Handlungsbefehrfen identifiziert werden, wird die Landesregierung den Landtag über etwaige konkrete gesetzgeberische Initiativen zu gegebener Zeit informieren.

B. Rundfunk in Nordrhein-Westfalen: Programmqualität, Finanzierung, Persönlichkeitsrechte, Unabhängigkeit, Lokalangebote und Bürgerbezug

- 48. Wie bewertet die Landesregierung die Zukunftsfähigkeit der gegenwärtigen Struktur des nordrhein-westfälischen Rundfunksystems sowie die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Programmvielfalt, das Programmangebot und die journalistische Qualität?**

Die Zukunftsfähigkeit der Struktur des nordrhein-westfälischen Rundfunks ist nach gegenwärtigem Stand in allen Punkten gegeben.

- 49. Wie beurteilt die Landesregierung die derzeitigen Zulassungs- und Genehmigungsverfahren im Rundfunk hinsichtlich ihrer Praktikabilität, ihrer Anforderungen und des Bürokratieaufwandes?**

Die Zulassung von privaten Rundfunkprogrammen in Nordrhein-Westfalen erfolgt durch die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Das Verfahren gestaltet sich im Einzelnen nach den §§ 4 ff. LMG NRW und §§ 20 ff. RStV, wobei in den Fällen des § 36 Abs. 2 RStV die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) zuständig ist.

Die verfassungsrechtlichen Anforderungen an das Zulassungsverfahren, die sich vielfach aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, aber beispielsweise auch aus Art. 3 Abs. 1 GG ergeben, sind bei der einfachgesetzlichen Ausgestaltung zu berücksichtigen. Hier gilt es auch, die Rechte aller Beteiligten durch entsprechende Verfahrensvorschriften zu sichern. Die Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) und dem Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) erfüllen diese Anforderungen und wahren zudem größtmögliche Flexibilität in der praktischen Durchführung. Dies bestätigt auch die LfM:

„Aus Sicht der LfM halten die derzeitigen Zulassungs- und Genehmigungsverfahren im Rundfunk die Waage zwischen dem, was aus verfassungsrechtlicher Sicht an Anforderungen und Verfahren geboten ist und der für die Beteiligten notwendigen Praktikabilität, Transparenz und Rechtssicherheit.“

**50. Welche Maßnahmen plant die Landesregierung zur Vereinfachung der Zulassungs- und Genehmigungsverfahren für private Rundfunkanbieter?
Falls Fehlanzeige: Warum sieht sie hier keinen Bedarf?**

Mit der grundlegenden Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) im Jahre 2002 wurde das Zulassungsverfahren für private Rundfunkveranstalter deutlich vereinfacht (siehe Begründung zum LMG NRW, LT-Drs. 13/2368). So bedürfen seitdem beispielsweise Veranstalter, die nach europäischem Recht bereits zugelassen sind, keiner (weiteren) Zulassung nach dem LMG NRW (vgl. § 4 Abs. 2 LMG NRW).

Auch wurden die Anforderungen, die das Gesetz an private Rundfunkveranstalter stellt, insgesamt deutlich herabgesetzt und das Zulassungsverfahren bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vereinfacht.

Auch in der Praxis - siehe dazu Antwort zu Frage 49 - haben sich diese Zulassungsvorschriften bewährt.

Daher sieht die Landesregierung aktuell keinen Bedarf zur weiteren Vereinfachung der Zulassungs- und Genehmigungsverfahren für private Rundfunkanbieter.

51. Auf welche genaue Weise versucht die Landesregierung mit jeweils welchen einzelnen Maßnahmen, die Rahmenbedingungen für private Rundfunkveranstalter am Standort Nordrhein-Westfalen gegenwärtig und zukünftig zu verbessern?

Wie in den Antworten zu den Fragen 49 und 50 gezeigt, existieren gute Rahmenbedingungen für private Rundfunkveranstalter am Standort Nordrhein-Westfalen.

Die Landesregierung sieht daher gegenwärtig keinen Verbesserungsbedarf. Sollten sich für die nahe Zukunft Verbesserungsmöglichkeiten abzeichnen, wird die Landesregierung diese wahrnehmen.

52. Wie bewertet die Landesregierung das aus Gebühreneinnahmen finanzierte zunehmend breitere Internetangebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, insbesondere im Hinblick auf die damit geschaffene Konkurrenz zu entsprechenden Angeboten privater Anbieter von Medien und Informationsdienstleistungen? Welche einzelnen Marktentwicklungen ergeben sich aus dieser Online-expansion insgesamt sowie speziell unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten in Abgrenzung zu vergleichbaren privatfinanzierten Mediatheken?

Der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist im Rahmen des zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages konkretisiert worden. Dies war auch vor dem Hintergrund des sogenannten Beihilfekompromisses mit der EU-Kommission nötig. Die EU-Kommission hat in der Rundfunkgebühr eine staatliche Beihilfe gesehen, die nur dann zulässig ist, wenn insbesondere der Auftrag klar umrissen ist und die Einhaltung dieses Auftrags kontrolliert wird. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist nach seinem gesetzlichem Auftrag Medium und Faktor im Prozess der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung und erfüllt die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft. Er dient der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung. Außerdem kommt ihm eine kulturelle Verantwortung zu. Diese Auftragsdefinition wurde in NRW unter der CDU/FDP-Regierung ausgehandelt, die SPD hat ihr zugestimmt.

Der Gesetzgeber legt weiterhin fest, dass sich der Auftrag auf Angebote im Fernsehen, im Radio und auch im Internet erstreckt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss seine Inhalte über alle Verbreitungswege transportieren können. Aufgabe und Herausforderung der Rundfunkanstalten ist es, ihren Auftrag auch im Internet zu erfüllen und publizistischen Mehrwert zu schaffen. Für Onlineangebote gilt, dass sie neben dem allgemeinen Funktionsauftrag die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen sollen, Orientierungshilfe bieten und inhaltliche Medienkompetenz fördern. Die Rundfunkräte entscheiden als plural besetzte Gremien im Rahmen des Dreistufentests, ob sendungsbezogene oder nichtsendungsbezogene Telemedien mit einer längeren Verweildauer oder Archive mit dem Auftrag vereinbar sind. Im Sommer 2010 wurde die Bestandsüberführung abgeschlossen. Alle Angebote wurden nach Vornahme von Nachbesserungen genehmigt. Beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) wurde zum Beispiel auf Forderung des Rundfunkrates noch eine Ergänzung im Hinblick auf das Thema Presseähnlichkeit vorgenommen. So enthält das Telemedienkonzept nun den Hinweis, dass das Internetangebot in seiner Gesamtheit multimedial und interaktiv und deshalb nicht presseähnlich im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages ist.

Der Rundfunkstaatsvertrag verbietet nicht-sendungsbezogene, presseähnliche Angebote. Der Gesetzgeber versteht darunter journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen. Im Telemedienkonzept wird nunmehr klar gestellt, dass das Internetangebot in seiner Gesamtheit multimedial und interaktiv sei und hörfunk- und fernsehähnliche Gestaltungsformen sowie telemedienspezifische Elemente Schwerpunkte der Darstellung seien; darin liegt auch eine Selbstverpflichtung des WDR.

Mit dieser und anderen Änderungen ist das Telemedienkonzept genehmigt worden. Bisher ist noch kein Dreistufentest für ein neues oder verändertes Angebot durchgeführt worden, aber es gibt zum Beispiel aktuell innerhalb der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) die Überlegung, ein Jugendportal einzurichten.

Die Zukunft für die digitalen Angebote liegt nach Überzeugung der Landesregierung in der Kooperation bei gleichzeitiger Konkurrenz (Coopetition). Öffentlich-rechtliche und private Anbieter stehen in einem solchen Modell bei der Herstellung von Öffentlichkeit im Wettbewerb, arbeiten bei den einzelnen Stufen dieses Prozesses aber auch zusammen. Dabei sind verschiedene Szenarien denkbar, wie die einzelnen Akteure voneinander zum Nutzen aller profitieren können. Mögliche Ansätze für eine Zusammenarbeit liegen im Bereich der technischen Infrastruktur und der Verlinkung zu den Inhalten von Verlagen.

Die Gefahr von Verdrängungseffekten durch die Internetangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sieht die Landesregierung nicht. Die öffentlich-rechtlichen Onlineangebote orientieren sich thematisch an den Sendungen der linearen Programme, die mit denen der privaten Anbieter nicht deckungsgleich sind. So liegt im Bereich der nicht sendungsbezogenen Inhalte des WDR der Schwerpunkt auf NRW-Themen. Einen kommerziellen Onlineanbieter mit dem Berichtsgebiet NRW gibt es nicht. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien ist dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gemäß § 11d Abs. 5 RStV untersagt.

53. Zu welchem Zeitpunkt (ggf. auch in Teilschritten) möchte die Landesregierung die mittlerweile auch von ihr in Aussicht gestellte Werbefreiheit des öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramms umgesetzt haben, und welche einzelnen konkreten Handlungen unternimmt die Landesregierung, um dieses politische Ziel mit einer hohen Erfolgswahrscheinlichkeit zu versehen?

Im 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ist zunächst vorgesehen, dass ab dem 1. Januar 2013 Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gleichbehandelt werden. Das heißt, es wird hier mit Ausnahme von großen Sportereignissen an Sonn- und Feiertagen und an Werktagen nach 20.00 Uhr kein Sponsoring geben.

Die Landesregierung wird sich in der weiteren Diskussion in den zuständigen Gremien, also in der Rundfunkkommission der Länder und der Ministerpräsidentenkonferenz, dafür einsetzen, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ab 2017 ohne Werbung und Sponsoring auskommen sollen.

54. Welchen Lösungsansatz genau präferiert die Landesregierung im Umgang mit der sachlogischen Konsequenz der sich aus der neuen Werbefreiheit dann zukünftig ergebenden Einnahmeausfälle?

Die Landesregierung tritt dafür ein, dass der Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch bei einer Einschränkung oder einem Wegfall der Werbung entsprechend den verfassungsrechtlichen und staatsvertraglichen Grundlagen gedeckt werden muss.

Im Jahr 2014 wird die Diskussion über weitere Schritte in Richtung Werbefreiheit aufgenommen werden. Erst dann kann die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) die Erträge der Rundfunkanstalten aus dem neuen Rundfunkbeitrag im 19. KEF-Bericht beziffern. In diesem Bericht wird die KEF auch ihre Berechnungen zu den finanziellen Auswirkungen einer Reduzierung der Werbung und des Sponsorings, die sie bereits mit dem 15. Bericht vorgelegt hat, aktualisieren. Erst auf der Basis des 19. KEF-Berichts und der aktualisierten Zahlen kann die Frage der Werbung und des Sponsorings im öffentlich-rechtlichen Rundfunk entschieden werden. Dabei soll auch die Frage einer stufenweisen weiteren Reduzierung behandelt werden.

55. Wie wirkt sich ein Werbeverbot nach Auffassung der Landesregierung jeweils auf Art, Inhalt und Umfang sowie Qualität des öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebots sowie die in Nordrhein-Westfalen vorhandenen Arbeitsplätze voraussichtlich aus? (bitte nach Art der möglichen Auswirkungen differenziert beantworten)

Die Landesregierung sieht in einem werbefreien Programm ein Alleinstellungsmerkmal für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, das sein Profil schärfen und qualitativ von den privaten Angeboten abheben kann.

Zahlen zu den von einem Werbeverbot betroffenen Arbeitsplätzen in Nordrhein-Westfalen liegen der Landesregierung nicht vor.

56. *Wie bewertet die Landesregierung im Einzelnen den in der Öffentlichkeit immer wieder beklagten Niveauverfall des Programms sowohl der privaten als auch der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten/-sender, und welche Aktivitäten hält sie zum Zwecke der Qualitätssicherung für angebracht?*

Die Landesregierung äußert sich wegen der verfassungsrechtlich geschützten Programmautonomie der Rundfunkveranstalter nicht zu einzelnen programmlichen Fragen.

Das Programm wird vielmehr auch hinsichtlich seiner Qualität von den Gremien der Rundfunkanstalten und ihren Ausschüssen kontrolliert.

Zu dem Vorwurf des Niveauverfalls weist der Westdeutsche Rundfunk (WDR) darauf hin, dass das WDR Fernsehen 2010 mit 73 Prozent den größten Informationsanteil unter allen dritten Programmen hatte. In einer repräsentativen Umfrage der WDR Medienforschung benannten 89 Prozent der Befragten das WDR Fernsehen als „glaubwürdig“. Auch für den WDR insgesamt liegt eine aktuelle repräsentative Umfrage für NRW vor: Befragt wurden insgesamt 1.409 Personen ab 14 Jahren. Die Teilnehmer der Studie sind insgesamt zu 19 Institutionen befragt worden, dazu zählten neben dem WDR auch Behörden, politische Parteien sowie weitere Medienunternehmen. Die wesentlichen Ergebnisse: Für fast 90 Prozent steht der WDR für Qualität und gilt als glaubwürdig und seriös.

Der WDR ergreift auf mehreren Ebenen Maßnahmen zur Qualitätssicherung (siehe hierzu auch die Antwort zu Frage 92), die gemeinsam und ineinandergreifend sicherstellen, dass die Fortentwicklung des Programms hohen Maßstäben gerecht wird.

Innerhalb der Fernsehprogrammdirektion gibt es Verfahren zur Programmfortentwicklung, die alle Leitungsebenen einbinden und so sicherstellen, dass auch Innovationen aus der operativen Ebene aufgegriffen und fortentwickelt werden. So wurden jüngst neue Sendeplätze ausgeschrieben, um das jeweils passendste Format zu ermitteln. Darüber hinaus hat die Intendantin einen „Innovationstopf“ bereit gestellt, der auch neue Programmvorhaben außerhalb des Programmetats fördern soll. Schließlich verfügt die Fernsehprogrammdirektion seit über zehn Jahren über ein Programmcontrolling, das neben Publikumsakzeptanz und Kosten auch die Qualität der Fernsehprogramme überprüft. Die WDR-Programtleitlinien und der regelmäßige Bericht über deren Umsetzung sind weitere Bausteine zur Qualitätssicherung (zur Sicherung der Qualität siehe auch die Antwort zu Frage 92).

Die Aufsicht über die privaten Fernsehangebote führen die Landesmedienanstalten. Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) erklärt, dass von ihr bereits seit mehreren Jahren Maßnahmen unterstützt werden, die die Qualität der journalistischen Arbeit fördern, so von der vielfältigen Ausbildung in Medienberufen bis hin zur Förderung und Verleihung von Preisen für herausragende Rundfunkbeiträge. Die Landesmedienanstalten initiieren auch öffentliche Debatten, um eine gesellschaftliche Meinungsbildung zu aktuellen Diskussionspunkten zu forcieren. Schließlich tragen auch die rundfunkrechtlichen Sanktionsmöglichkeiten unzulässiger Beiträge im privaten Fernsehen zur Qualitätssicherung bei.

57. *Castingshows, Ekelfernsehen, Angstformate & Co.: In einer zunehmenden Anzahl von Fällen überschreiten bestimmte Produktionsformate bisherige Grenzen des guten Geschmacks und stoßen damit auch an die Grenzen von Moral und Recht, wenn Medienamateure für Gewinnaussichten oder den eigenen Bekanntheitsgrad ihre eigene Intimität sowie Privatsphäre vor einem Millionenpublikum zur Schau stellen und damit ihre Menschenwürde gefährdet ist. Auch das in unserem Land am Standort Köln produzierte TV-Format „Deutschland sucht den Superstar“ steht diesbezüglich häufiger in der Kritik.*

Wie stimmen diese Formate nach Auffassung der Landesregierung mit den Programmgrundsätzen der bestehenden Rundfunkstaatsverträge überein, und welcher Handlungsbedarf ergibt sich für die Politik einerseits und die Medienaufsicht andererseits zur Verhinderung von denkbaren Persönlichkeitsrechtsverletzungen?

Welche genauen Kriterien müssen gegeben sein, damit der Schutzbereich von erwachsenen oder minderjährigen Mediendarstellern tangiert ist, und welche einzelnen Handlungen sind dann durch jeweils wen zu erwarten?

Die Landesregierung äußert sich wegen der verfassungsrechtlich geschützten Staatsfreiheit des Rundfunks nicht zu programmlichen Fragen.

Zu den im Rundfunkstaatsvertrag festgeschriebenen allgemeinen Programmgrundsätzen zählen vor allem die Achtung der Menschenwürde, die Achtung der sittlichen, weltanschaulichen und religiösen Überzeugung, die Achtung der Rechtsordnung sowie die journalistische Sorgfaltspflicht. Die zuständigen Landesmedienanstalten prüfen ein ausgestrahltes Rundfunkangebot hinsichtlich der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Dazu gehören auch die allgemeinen Programmgrundsätze. Stellt die Ausstrahlung einen möglichen Verstoß dar, werden die entsprechenden Maßnahmen seitens der aufsichtführenden Landesmedienanstalt ergriffen. Die Landesmedienanstalten werden allerdings erst nach der Ausstrahlung tätig, eine Vorabprüfung findet nicht statt. Außerdem gehen sie Hinweisen von Zuschauerinnen und Zuschauern beziehungsweise Mediennutzerinnen und Mediennutzern nach. Bei möglichen Persönlichkeitsrechtsverletzungen müssen sich Mediennutzer im Streitfall an ein Zivilgericht wenden. Die Landesmedienanstalten sind an diesem Verfahren nicht beteiligt.

Eine Schranke zur Verhinderung von Persönlichkeitsrechtsverletzungen stellt auch das Jugendarbeitsschutzgesetz in Verbindung mit den nordrhein-westfälischen Richtlinien für die Bewilligung der Mitwirkung von Kindern nach § 6 Jugendarbeitsschutzgesetz im Medien- und Kulturbereich dar (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 46).

§ 6 Jugendarbeitsschutzgesetz hat das Ziel, die Mitwirkung von Kindern im Medien- und Kulturbereich zu ermöglichen, sofern diese Mitwirkung nicht dem Schutzgedanken des Jugendarbeitsschutzgesetzes zuwiderläuft und die geistige, seelische, sittliche und körperliche Entwicklung sowie das Fortkommen der Kinder in der Schule nicht beeinträchtigt werden. Die nordrhein-westfälischen Richtlinien, erstellt unter Beteiligung aller betroffenen Akteure, bestimmen insbesondere die Einbeziehung einer weisungsunabhängigen, medienpädagogisch qualifizierten, sozialpädagogischen oder psychologischen Fachkraft, sofern vorgesehen ist, dass ein Kind an mehr als 30 Tagen im Kalenderjahr in Film- und Fernsehproduktionen, Musical-, Theater- oder Opernaufführungen, Werbeveranstaltungen, Fotoaufnahmen oder sonstigen Veranstaltungen mitwirken soll.

Die Arbeitsschutzverwaltung wägt bereits im Rahmen der Prüfung des Antrags zwischen unzumutbaren psychischen und physischen Belastungen des Kindes sowie möglichen Beeinträchtigungen seiner Schulbildung einerseits und pädagogisch sinnvollen Herausforderungen für seine Persönlichkeitsentwicklung andererseits ab.

Aufgabe der Fachkraft ist es darüber hinaus, das in Rede stehende Produkt, beispielsweise ein Drehbuch, pädagogisch zu bewerten und einen Mitwirkungsplan individuell für jedes mitwirkende Kind zu erstellen. Dabei spielt die Beratung und Betreuung des Kindes und der Erziehungsberechtigten eine wichtige Rolle. Hierzu gehören auch die Begleitung der Kinder bei der Vorbereitung der Produktion und eine Darstellung der Art und des Umfangs der pädagogischen, schulischen und medizinischen Betreuung.

Die Fachkraft hat zudem die weitergehende Möglichkeit, unmittelbar vor Ort während der Darbietung/Aufnahme regelnd einzugreifen: Durch entsprechende Auflagen in der Bewilligung wird dem Antragsteller aufgegeben, der Fachkraft das Recht einzuräumen, die Arbeiten einzuschränken oder abubrechen, sofern sich Unzuträglichkeiten für das Kind bei der Mitwirkung ergeben. Von dieser Regelung werden Kinder im Alter bis zur Vollendung des 15. Lebensjahres erfasst.

Verstöße gegen das Jugendarbeitsschutzgesetz gelten als Ordnungswidrigkeiten und zum Teil (§ 58 Abs. 5 und 6) als Straftaten. Wer unter den Voraussetzungen des Gesetzes vorsätzlich die Gesundheit eines Kindes gefährdet, begeht eine Straftat, die mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft werden kann.

58. Aus welchen einzelnen fachlichen Erwägungen heraus ist die Landesregierung (nicht) der Auffassung, die bisherigen Kontrollmechanismen zur Vermeidung und Beanstandung von die Menschenwürde beeinträchtigenden Inhalten in den vorbezeichneten TV-Formaten seien hinreichend? Falls diesbezüglich Defizite gesehen werden: Welche genauen Initiativen unternimmt die Landesregierung zu jeweils welchen beabsichtigten Zeitpunkten in der laufenden Legislaturperiode, um jeweils welche Veränderung bei der bisherigen Handhabung zu erreichen?

Die Landesregierung sieht keine Defizite bei den bisherigen Kontrollmechanismen zur Vermeidung und Beanstandung von die Menschenwürde beeinträchtigenden Inhalten. Die Aufsichtsmöglichkeiten der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) beziehungsweise der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), insbesondere Beanstandung und Untersagung eines Angebots, haben sich bisher als ausreichend erwiesen.

Dieser Meinung war offenbar auch die vorhergehende Landesregierung, denn sie hat in dieser Hinsicht weder das WDR-Gesetz noch das LMG NRW geändert noch entsprechende Initiativen zur Änderung der Rundfunkstaatsverträge ergriffen.

59. Wie bewertet die Landesregierung den Umstand politisch, dass gebührenfinanziert gelegentlich Moderatorenverträge in erheblichem Millionenvolumen mit Starmoderatoren wie beispielsweise Günther Jauch und Thomas Gottschalk durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten abgeschlossen werden, deren Honoraraufwendungen dann unmittelbar in der Angebotsbreite für Programmqualität nicht mehr zur Verfügung stehen und mittelfristig weitere Gebührenerhöhungen nach sich ziehen können?

Alle Entscheidungen der Rundfunkanstalten im Zusammenhang mit der Programm- und Budgetplanung resultieren aus ihrer Programmautonomie. Die Rundfunkanstalten legen die Höhe ihres Programmbudgets selbstständig fest, wobei die Anstaltsorgane in alle wichtigen finanziellen Vorhaben und Planungen eingebunden sind. So ist vor dem Vertragsabschluss mit Günther Jauch auch der Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks (WDR) beteiligt

worden. Die staatliche Rechtsaufsicht darf aus verfassungsrechtlichen Gründen keinen Einfluss auf diese Entscheidungen nehmen.

Die finanziellen Entscheidungen der Rundfunkanstalten unterliegen außerdem einer eingehenden internen und externen Kontrolle. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), die sich aus unabhängigen Experten zusammensetzt, prüft die Bedarfsanmeldungen der Rundfunkanstalten und gibt den Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten sowie den Länderparlamenten Empfehlungen zur Gebührenhöhe. Hinzu kommen die Prüfungen durch die Rechnungshöfe sowie durch externe Wirtschaftsprüfer.

Wie aus dieser Aufzählung ersichtlich ist, unterliegt die Verwendung der Rundfunkgebührenmittel durchaus einer eingehenden Kontrolle.

Der WDR weist außerdem darauf hin, dass die in den Berichten genannten Summen nicht nur das Honorar für den Moderator, sondern alle Kosten der jeweiligen Produktion über mehrere Jahre umfassen. Hierbei stellt das Moderationshonorar regelmäßig nur einen Bruchteil der gesamten Produktionskosten dar. Diese Produktionskosten, die bei Auftragsproduktionen die gesamte Herstellung der jeweiligen Sendung umfassen, gliedern sich zum Beispiel in Kosten für einen kompletten Redaktionsstab und dessen redaktionelle Arbeit (Konzeption, Recherche), die komplette produktionstechnische Realisation (inklusive Kosten für Studio, Spielfilme, Kamera, Schnitt, Licht, Ton und alles dazugehörige Personal) sowie die Rechtekosten.

60. *Rundfunkanstalten kritisieren gelegentlich Erscheinungsweisen politischer Einmischung. Welche Anforderungen sieht die Landesregierung an den richtigen Umgang der Politik mit öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, welches Verhalten praktiziert sie diesbezüglich selbst, welche Verstöße gegen das Gebot der Staatsferne sind ihr aus den letzten zehn Jahren bekannt, und welchen neuen Regelungsbedarf sieht sie zur Wahrung der Unabhängigkeit von Programm und Senderorganisation?*

Die Anforderungen an den richtigen Umgang der Politik mit öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ergeben sich aus dem Grundgesetz, seiner Interpretation durch die Rundfunkentscheidungen des Bundesverfassungsgerichts und der einfachgesetzlichen Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit durch die Vorschriften der Rundfunkstaatsverträge beziehungsweise der Gesetze, die die Regelungen für die jeweiligen Länder treffen.

Die Landesregierung wahrt den Grundsatz der Staatsferne bei allen Berührungspunkten mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten konsequent.

An dieser Stelle ist insbesondere hervorzuheben, dass das WDR-Gesetz (WDR-G) im Vergleich mit anderen Landesrundfunkgesetzen besonders staatsfern ist – dies zeigt sich beispielsweise bei der Besetzung der Gremien. Ein Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) ist der Landesregierung nicht bekannt.

Neuen Regelungsbedarf sieht die Landesregierung alleine beim ZDF-Staatsvertrag, der im Übrigen auch aktuell Gegenstand eines Normenkontrollverfahrens beim Bundesverfassungsgericht ist.

61. Wie bewertet die Landesregierung die eingegangene journalistische Kooperation zwischen der WAZ-Mediengruppe und dem WDR im Bereich Onlinemedien und Webpräsenz?

Das Lizenzierungsgeschäft zwischen der WAZ-Mediengruppe und der WDR mediagroup GmbH hatte die Lizenzierung aktueller regionaler Fernsehbeiträge des Westdeutschen Rundfunks (WDR) für das Onlineangebot www.derwesten.de zum Gegenstand und dauerte vom 1. März 2008 bis Ende Juli 2011 an. Rechtlich basierte diese Verwertungstätigkeit des WDR auf § 44b Abs. 1 Satz 1 WDR-G. Die Kooperation mit der WAZ-Mediengruppe stellte eine autonome Entscheidung des WDR dar.

Die Landesregierung begrüßt diesen Versuch der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit privatwirtschaftlichen Medienunternehmen. Nicht zuletzt ist zu bemerken, dass die entsprechenden Beiträge des WDR auf diesem Weg eine erweiterte Verbreitung gefunden haben, was zum Teil auch neue Nutzergruppen erschlossen hat.

Im Übrigen liegen solche Kooperationen auch im Interesse der Gebührenzahlerinnen und Gebührenzahler, da die Einnahmen sich im Gebührenfestlegungsverfahren mindernd auswirken.

62. Welche Perspektiven bestehen aus Sicht der Landesregierung zur Weiterentwicklung des Angebots im dualen Rundfunksystem am Standort Nordrhein-Westfalen, beispielsweise die Lizenzierung einer neuen landesweiten Hörfunkwelle, wie es sie in vielen anderen Bundesländern gibt?

Die Weiterentwicklung des Angebots privater Hörfunkveranstalter war in Nordrhein-Westfalen immer durch einen Mangel zur Verfügung stehender terrestrischer UKW-Frequenzen gekennzeichnet. Dies hat mehrere Gründe, unter anderem die nahezu flächendeckende kleinzellige Versorgung mit lokalem Hörfunk. Mit Blick auf die durch den Frequenztausch zwischen British Forces Broadcasting Service (BFBS) und dem Deutschlandradio freigewordenen Frequenzen hat die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) auf der Grundlage eines Konsultationsverfahrens der Ministerpräsidentin den Bedarf für eine landesweite private Bedeckung mit UKW-Hörfunk gemeldet. Ob dies realisierbar sein wird, lässt sich gegenwärtig nicht absehen. Die durch den Frequenztausch zwischen BFBS und dem Deutschlandradio freigewordenen Kapazitäten decken diesen Bedarf nicht, da hierdurch keine flächendeckende Versorgung erreicht wird.

Weitere Versorgungspotenziale sollen durch die Verbreitung von digitalem Hörfunk erschlossen werden. Nachdem die bundesweite Verbreitung von DAB-Hörfunkprogrammen auf den Weg gebracht wurde (Sendebeginn 01.08.2011), werden nun die Vorbereitungen für landesweite Hörfunkprogramme getroffen. Nach einem gemeinsamen Start mit öffentlich-rechtlichen und privaten DAB-Programmen besteht die Option, für den privaten Hörfunk einen eigenen oder mehrere DAB-Multiplexe zur Verfügung zu stellen.

63. Wie beurteilt die Landesregierung Überlegungen, zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an Stelle einer gerätebezogenen Gebühr mit all ihren bekannten Problemen lieber eine personenbezogene Medienabgabe einzuführen? (bitte ausführlich begründet antworten)

Die Landesregierung lehnt eine personenbezogene Medienabgabe ab, weil sie zu einer Benachteiligung von Mehrpersonenhaushalten führen würde. Die Abgabenlast könnte bei Fami-

lien die jetzige Rundfunkgebühr deutlich überschreiten. Die Landesregierung lehnt die Medienabgabe daher schon aus sozialen Gründen ab.

Gleichwohl hält auch die Landesregierung eine Abkehr von der gerätebezogenen Rundfunkgebühr für notwendig. Sie hat sich deshalb gemeinsam mit den anderen Landesregierungen für die Umstellung der Rundfunkfinanzierung auf ein Rundfunkbeitragsmodell eingesetzt. Der Rundfunkbeitrag wird nach der erfolgten Ratifikation des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrags ab dem Jahr 2013 pro Haushalt erhoben werden und alle Nutzungsmöglichkeiten der dort lebenden Personen (Fernsehen, Hörfunk, Telemedien, PC, Autoradio) abdecken. Gleiches gilt auch für den nichtprivaten Bereich. Dort wird ein Beitrag für Betriebsstätten, gestaffelt nach der Zahl der Mitarbeiter, erhoben werden.

Damit wird in Zukunft nicht mehr an das Bereithalten eines vorhandenen Rundfunkempfangsgerätes angeknüpft. Da inzwischen nahezu alle Haushalte mit entsprechenden Geräten versorgt sind, kommt der ehemalige Bundesverfassungsrichter Prof. Dr. Paul Kirchhof in seinem Gutachten zu dem Ergebnis, dass eine Typisierung des Beitragstatbestandes und ein Anknüpfen an den Haushalt verfassungsrechtlich zulässig sind. Schließlich hat jede in einem Haushalt lebende Person generell die Möglichkeit, die vielfältigen Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Wort und Bild zu nutzen. Hierfür sind von Seiten des privaten und auch des nichtprivaten Bereichs entsprechende Beiträge zur solidarischen Finanzierung des Gesamtangebotes des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu zahlen.

64. Welche Ungerechtigkeiten und Mehrbelastungen können nach Auffassung der Landesregierung bei der Erhebung einer neuen haushaltsbezogenen Abgabe nach dem Modell des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages für private Endverbraucher und nordrhein-westfälische Unternehmen insbesondere aus dem Bereich des Mittelstands entstehen?

Für die meisten privaten Rundfunknutzerinnen und -nutzer wird sich nach der Umstellung auf den Rundfunkbeitrag nichts ändern. Vor allem Mehrpersonenhaushalte mit mehreren Erwachsenen (Familien mit volljährigen Kindern, Wohngemeinschaften) werden sogar deutlich entlastet.

Neu ist die Beitragspflicht für finanziell leistungsfähige Menschen mit Behinderung. Bei der Regelung der Befreiungstatbestände im Beitragsmodell war die bisherige Rechtsprechung des Bundessozialgerichts zu berücksichtigen. Es sieht in der Gebührenbefreiung für behinderte Menschen einen Verstoß gegen den gebührenrechtlichen Grundsatz der verhältnismäßigen Gleichbehandlung aller Nutzer. Mit Blick auf die mögliche Belastung haben die Länder im Rundfunkbeitragsstaatsvertrag festgelegt, dass Menschen mit Behinderung zukünftig lediglich einen ermäßigten Beitrag in Höhe von einem Drittel des Rundfunkbeitrages entrichten sollen, sofern sie nicht einen Befreiungsgrund geltend machen können. Darüber hinaus möchten die Länder mit den entsprechenden finanziellen Mitteln die Finanzierung barrierefreier Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erleichtern.

Daneben wird die Gruppe der bisherigen „Nur-Radionutzer“ stärker belastet. Sie zahlen heute lediglich die Grundgebühr. Aufgrund der technischen Weiterentwicklung der Geräte und auch der Angebote wird es in Zukunft kaum noch möglich sein, zwischen den bisherigen reinen Hörfunk- und Fernsehgeräten zu unterscheiden. Daher wird es nach dem Modellwechsel einen einheitlichen Beitrag geben, der alle Nutzungsformen medialer Angebote abdeckt.

Die Belastung der Wirtschaft wird im Falle einer Systemumstellung insgesamt eher sinken. Nach Berechnungen der Länder entfielen im Jahr 2010 ca. 8,64 Prozent aller Gebühreneinnahmen bundesweit auf die Wirtschaftsunternehmen. Dieser Anteil wird mit der Einführung des Rundfunkbeitrags im Jahre 2013 voraussichtlich auf 7,13 Prozent sinken und bis zum Jahr 2016 aufgrund von Neuanmeldungen wahrscheinlich auf 7,30 Prozent steigen.

Die Interessen von kleinen Unternehmen und des Mittelstandes wurden dadurch berücksichtigt, dass zukünftig Betriebsstätten mit bis zu acht (statt wie ursprünglich von der CDU/FDP-Regierung vorgesehen bis zu vier) Beschäftigten nur ein Drittel des Rundfunkbeitrages und solche von neun bis 19 (statt 5 bis 14) in Zukunft jeweils nur einen vollen Rundfunkbeitrag zu zahlen haben. Nach einer Statistik der Bundesagentur für Arbeit fallen nunmehr ca. 70 Prozent aller Betriebsstätten in die erste Staffelstufe. Von den ersten beiden Staffelstufen sind insgesamt ca. 90 Prozent der Betriebsstätten erfasst. Eine weitere Verbesserung insbesondere für die Filialbetriebe ist die Einführung der Beitragsfreiheit für ein Kraftfahrzeug je Betriebsstätte. Für jedes weitere Kraftfahrzeug fällt wiederum nur ein Drittelbeitrag an. Zusätzlich werden Auszubildende bei den Beschäftigten der Betriebe nicht mitgerechnet.

Auch im Bereich der Vermietung von Hotelzimmern und Ferienwohnungen ergibt sich anstatt einer Reduzierung der Gebühr in Höhe von 25 beziehungsweise 50 Prozent jetzt eine Beitragsreduzierung von 66 Prozent.

Bei einzelnen Betrieben sind allerdings teilweise zusätzliche Belastungen zu erwarten. Das gilt vor allem für Großunternehmen mit über 1.000 Filialen und Unternehmen mit einem großen Kfz-Fuhrpark, der bislang nicht mit Rundfunkempfangsgeräten ausgestattet war.

65. Welche Bedeutung wird dem Informationsauftrag des Hörfunks nach Auffassung der Landesregierung künftig noch angesichts der zunehmenden Verbreitung internetfähiger mobiler Endgeräte zukommen?

Radio hat trotz zunehmender Verbreitung internetfähiger mobiler Endgeräte seine Funktion als schnelles und aktuelles Begleitmedium nicht eingebüßt. Gerade in Zeiten des Internets kommt dem Hörfunk eine bedeutende Rolle zu. Hörfunk ist ein wichtiger Kommunikator/Mittler zur Einordnung von Themen für das persönliche Lebensumfeld und das Bedürfnis der Hörer nach informationeller Orientierung in der digitalen Welt. Angesichts der zunehmenden Unübersichtlichkeit der Informationsströme im Internet, deren Quellen häufig nicht überprüfbar oder interessengeleitet sind, kommt dem klassischen Radio eine wachsende Bedeutung zu.

Erkenntnisse der Medienforschung zeigen – so der Westdeutsche Rundfunk (WDR) –, dass die Hörerinnen und Hörer ein großes Vertrauen in die Zuverlässigkeit, Gründlichkeit und Unabhängigkeit insbesondere des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben. Aus Untersuchungen der Medienforschung sei bekannt, dass die Menschen die „Wächterfunktion“ des Radios honorieren, das sie quasi nebenbei auf dem Laufenden hält, sie an Entwicklungen weltweit und vor allen Dingen in der eigenen Region teilhaben lässt und sicherstellt, dass die Hörerinnen und Hörer nichts Wesentliches verpassen.

Inzwischen nutzen etwa 20 Prozent der 14 bis 29-Jährigen zunehmend digitale Medien zum Radioempfang. Gerade in der Zielgruppe der 14 bis 29-Jährigen konnte laut Media Analyse 2011 Radio II eine Steigerung der Verweildauer von 215 Minuten auf 222 Minuten festgestellt werden. Damit hat Radio auch weiterhin einen hohen Stellenwert bei der jungen Zielgruppe, unabhängig vom jeweils genutzten Übertragungsweg.

66. Namentlich welche einzelnen Lokalradiosender produzieren derzeit in Nordrhein-Westfalen täglich ein eigenes Programm, und wie lange bestehen diese einzelnen Sender dabei jeweils schon?

In NRW senden gegenwärtig 44 Lokalradios ein eigenes Programm. Bei den meisten dieser Lokalradios lag der Sendestart nach Angaben der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) zwischen 1990 und 1992.

Tab. 66.1: Sendestarts der Lokalradios

Name des Lokalradios	Verbreitungsgebiet	Sendestart
Antenne AC	Städteregion Aachen	04.10.2010
Radio Bielefeld	Kreis Bielefeld	01.06.1991
Radio Bochum	Stadt Bochum	04.08.1990
Radio Bonn/Rhein-Sieg	Stadt Bonn & Rhein-Sieg Kreis	11.05.1991
Radio Emscher-Lippe	Städte Gladbeck, Bottrop & Gelsenkirchen	06.10.1990
Radio WMW	Kreis Borken	04.04.1992
Radio Kiepenkerl	Kreis Coesfeld	01.02.1992
Radio 91.2	Stadt Dortmund	14.09.1991
Radio rur	Kreis Düren	19.09.1992
Antenne Düsseldorf	Stadt Düsseldorf	07.10.1990
Radio Duisburg	Stadt Duisburg	01.04.1990
Radio Ennepe-Ruhr	Ennepe-Ruhr-Kreis	31.08.1991
Radio Erft	Rhein-Erft-Kreis	01.11.1992
Radio Essen	Stadt Essen	01.04.1992
Radio Euskirchen	Kreis Euskirchen	31.08.1997
Radio Gütersloh	Kreis Gütersloh	14.09.1991
107.7 Radio Hagen	Stadt Hagen	29.09.1990
Lippe Welle Hamm	Stadt Hamm	06.06.1990
94.9 Radio Herford	Kreis Herford	01.04.1991
Radio Herne	Stadt Herne	01.09.1990
Radio Sauerland	Hochsauerlandkreis	06.10.1990
Radio Hochstift	Kreis Höxter & Kreis Paderborn	31.10.1991
Antenne Niederrhein	Kreis Kleve	29.08.1992

Name des Lokalradios	Verbreitungsgebiet	Sendestart
Radio Köln 107.1	Stadt Köln	04.05.1991
Welle Niederrhein	Stadt Krefeld & Kreis Viersen	31.08.1991
Radio Leverkusen	Stadt Leverkusen	08.05.1991
Radio Lippe	Kreis Lippe	01.04.1991
Radio MK	Märkischer Kreis	13.05.1990
Radio Neandertal	Kreis Mettmann	15.09.1990
Radio Westfalica	Kreis Minden-Lübbecke	22.06.1991
Radio 90,1	Stadt Mönchengladbach	29.09.1990
92.9 Radio Mülheim/ 106.2 Radio Oberhausen	Städte Mülheim a. d. Ruhr & Oberhausen	(01.09.1990) Mülheim 06.08.2007, Oberhausen 06.08.2007
Antenne Münster	Stadt Münster	29.09.1991
NE-WS 89,4	Rhein-Kreis Neuss	01.12.1990
Radio Berg	Oberbergischer Kreis & Rheinisch-Bergischer Kreis	07.10.1995
Radio Vest	Kreis Recklinghausen	21.03.1991
Radio RSG	Städte Remscheid & Solingen	30.08.1992
Radio Siegen	Kreis Siegen-Wittgenstein	02.06.1990
Hellweg Radio	Kreis Soest	01.07.1990
Radio RST	Kreis Steinfurt	21.09.1991
Antenne Unna	Kreis Unna	30.11.1991
Radio WAF	Kreis Warendorf	05.09.1992
Radio K.W.	Kreis Wesel	06.05.1990
Radio Wuppertal 107.4	Stadt Wuppertal	06.10.1991

Quelle: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

67. In welchen einzelnen Städten und Gemeinden Nordrhein-Westfalens gibt es demnach derzeit kein entsprechendes eigenes Lokalradioangebot?

Derzeit gibt es demnach im Kreis Heinsberg und dem Kreis Olpe kein entsprechendes eigenes Lokalradioangebot.

68. Wie sieht für die unterschiedlichen bestehenden Lokalradios jeweils einzeln für jeden Sender und jedes Sendegebiet die technische Reichenweitenabdeckung aus (Quote der Haushalte mit Empfangsmöglichkeit), und wie sieht diese im Vergleich jeweils für die einzelnen WDR-Hörfunkprogramme aus?

Den nachfolgenden Tabellen 68.1 und 68.2 können Einzelheiten über die technische Reichweite in den jeweiligen lokalen Verbreitungsgebieten (Lokaler Hörfunk) und der Hörfunkprogramme des Westdeutschen Rundfunks (WDR) entnommen werden.

Die Daten zum lokalen Hörfunk stammen aus dem im Jahr 1998 durchgeführten UKW-Gutachten der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Abweichungen zu den Ist-Daten 2011 können aufgrund der Durchführung von technischen Optimierungsmaßnahmen (Änderung von Sendeleistung, Antennendiagramm, Senderstandortverlagerung etc.) vorhanden sein. Derzeit prüft die LfM die Möglichkeit, erneut ein UKW-Gutachten in Auftrag zu geben, um den aktuellen Ist-Stand der technischen Reichweite aller lokaler Hörfunksender neu bewerten zu lassen.

Der WDR erhebt aus eigenem Interesse Informationen zur technischen Reichweite seiner Hörfunkprogramme. Bezogen auf das WDR-Sendegebiet Nordrhein-Westfalen ist die technische Reichweitenabdeckung der WDR-Hörfunkprogramme wie folgt:

Tab. 68.1: Reichweiten WDR-Hörfunk

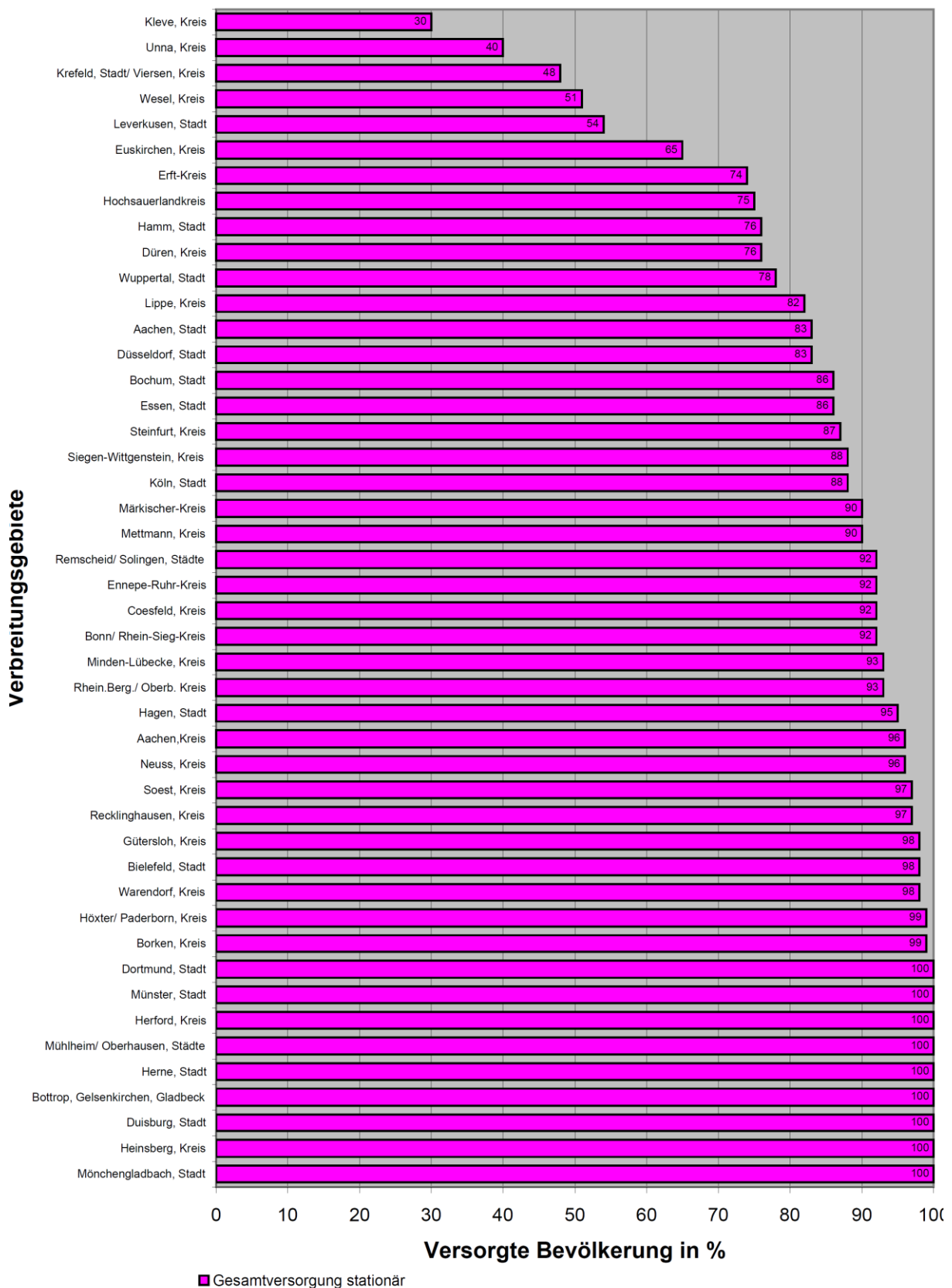
WDR-Programm	1Live	WDR 2	WDR 3	WDR 4	WDR 5	Funkhaus Europa
Versorgte Bevölkerung (in NRW), Empfangsart Dachantenne/Stereo	98,7%	99,6%	99,4%	98,7%	99,7%	61,6%

Quelle: WDR

Die angefragten technischen Reichweiten auf Basis von Haushalten können aufgrund fehlender Daten zur geografischen Lage der Haushalte nicht ermittelt werden. Die obigen Versorgungszahlen basieren daher auf Bevölkerungsdichten unter Berücksichtigung der technischen Störsituation.

Tendenziell versorgt der WDR in der Fläche besser als der Lokalfunk. Der Lokalfunk versorgt hingegen besser in den Ballungsräumen. Dies hängt damit zusammen, dass die Netze des WDR gemäß seines Versorgungsauftrages für die gleichmäßige Flächenversorgung mit wenigen leistungsstarken Sendern ausgelegt sind und diese in der Regel außerhalb der Städte stehen. Der Lokalfunk nutzt im Gegensatz zum WDR eine Vielzahl von Sendern mit kleineren Sendeleistungen. Die betreffenden Standorte liegen vorrangig in den Stadtbereichen der jeweiligen Verbreitungsgebiete. Eine Flächendeckung wird jedoch in einigen lokalen Verbreitungsgebieten nicht erreicht. Dieser grundsätzliche Unterschied ist bei der Bewertung der technischen Reichweitenabdeckung zwischen dem Lokalfunk und dem WDR zu beachten.

Tab. 68.2: Bevölkerungsanalyse der stationären Versorgung des Lokalen Hörfunks



69. Wie lang in eigenproduzierten Sendestunden ist jeweils pro Sender deren Programm ohne den Rahmenmantel von Radio NRW?

Dazu teilte die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) auf Anfrage mit:

„Programmdauer im Lokalfunk NRW: Anforderungen und Umsetzung

In § 55 Absatz 1 Landesmediengesetz (LMG NRW) sind die Mindestsendezeiten für die Programmdauer eines lokalen Hörfunkprogramms in Nordrhein-Westfalen geregelt. Grundsätzlich gilt, dass ein lokales Hörfunkprogramm eine tägliche Programmdauer von mindestens acht Stunden umfassen sollte.

Nach § 55 Absatz 2 LMG NRW kann die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) eine kürzere Programmdauer zulassen, wenn ein wirtschaftlich leistungsfähiger lokaler Hörfunk nur mit einer kürzeren Programmdauer möglich ist.

Auf Antrag kann die LfM

- a. eine tägliche Programmdauer von mindestens fünf Stunden zulassen, oder
- b. an Sonnabenden, Sonntagen und Feiertagen (§ 2 Feiertagsgesetz) eine tägliche Programmdauer von drei Stunden zulassen, oder
- c. ein abweichendes Verbreitungsgebiet festlegen.

Ist eine derartige Maßnahme nicht ausreichend, kann die LfM befristet eine tägliche Programmdauer von mindestens drei Stunden oder eine Verbindung der Maßnahmen nach Buchstabe a) bis Buchstabe b) zulassen.

Unter Abwägung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit in den jeweiligen Verbreitungsgebieten wurden die Mindestsendezeiten für ein lokales Hörfunkprogramm in 23 Verbreitungsgebieten auf mindestens acht Stunden und in 21 Verbreitungsgebieten auf mindestens fünf Stunden von der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR NRW) beziehungsweise in der Nachfolge der Landesanstalt für Medien (LfM) per Satzung in den zuvor genannten Zeiträumen 1989 und im April 2006 bzw. 2010 festgelegt.

Lokale Sendezeiten

Nachfolgend wird der aktuelle Stand der Programmdauer für die 23 Verbreitungsgebiete mit einer Mindestsendedauer von 8 Stunden lokalem Programm unter Berücksichtigung der geschilderten Rahmenbedingungen dargestellt:

Tab. 69.1: Programmdauer Lokalfunk (Mindestsendedauer 8 Stunden)*

Verbreitungsgebiet	Sendername	Sendezeit in Std.		
		Mo. – Fr.	Sa.	So.
Städteregion Aachen	Antenne AC	8	8	9
Stadt Bielefeld	Radio Bielefeld	8	4 + 4**	7 + 1**
Stadt Bochum	Radio Bochum	8	5	6
Stadt Bonn/Rhein-Sieg	Radio Bonn/Rhein-Sieg	9	5 + 3**	3 + 5**

Verbreitungsgebiet	Sendername	Sendezeit in Std.		
		Mo. – Fr.	Sa.	So.
Stadt Bottrop, Stadt Gelsenkirchen, Stadt Gladbeck	Radio Emscher-Lippe	8 + 2 in Kooperation mit Radio Oberhausen/Radio Mülheim	4	3
Stadt Dortmund	Radio 91.2	8	8	8
Stadt Düsseldorf	Antenne Düsseldorf	8 / 8 + 2 (Mo.)	8	8
Stadt Duisburg	Radio Duisburg	8 / 8 + 1 (Di./Do.)	8	8
Erftkreis	Radio Erft	8	7	8
Stadt Essen	Radio Essen	8	8	8
Stadt Köln	Radio Köln	8	8	8
Kreis Lippe	Radio Lippe	8	3	3
Märkischer Kreis	Radio MK	8	8	8
Stadt Münster	Antenne Münster	8	4 + 4**	3 + 5**
Kreis Neuss	NE-WS 89,4	8 / 8 + 3 (Fr.)	5 + 3**	5 + 3**
Kreis Steinfurt	Radio RST	9	3 + 5**	6 + 2**
Stadt Wuppertal	Radio Wuppertal	8	3	3
Stadt Krefeld/Kreis Viersen	Welle Niederrhein	5	3	3
Kreis Mettmann	Radio Neandertal	5	3	3
Stadt Mülheim/Stadt Oberhausen	Radio Mülheim/Radio Oberhausen	4 + 2 (Kooperation mit Radio Emscher-Lippe)	3	3
Kreis Recklinghausen/Radio Vest	Radio Vest	5	3	3
Kreis Unna	Antenne Unna	6	3	3
Kreis Wesel	Radio K.W.	6	4	3 + 4 (Kooperation mit Radio Duisburg)

* ohne Bürgerfunksendezeiten

** Kooperation mit Radio NRW (in den Kooperationsstunden mit Radio NRW sollen lokale Programmelemente, zum Beispiel lokale Nachrichten, lokale Serviceelemente und Verkehrshinweise, in die Sendestunde fest integriert werden; die vertraglichen Vereinbarungen werden der LfM vorgelegt)

Quelle: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

Nachfolgend wird in einer tabellarischen Übersicht der aktuelle Stand der Programmdauer für die 21 Verbreitungsgebiete mit einer Mindestsendedauer von 5 Stunden lokalem Programm dargestellt:

Tab. 69.2: Programmdauer Lokalfunk (Mindestsendedauer 5 Stunden)

Verbreitungsgebiet	Sendername	Sendezeit in Std.		
		Mo. – Fr.	Sa.	So.
Kreis Borken	Radio WMW	5	5	5
Kreis Coesfeld	Radio Kiepenkerl	6	5	3
Kreis Düren	Radio Rur	5	3*	2 + 1*
Ennepe-Ruhr-Kreis	Radio Ennepe Ruhr	6	3	3*
Kreis Gütersloh	Radio Gütersloh	6	5	7
Stadt Hagen	107.7 Radio Hagen	6	3	3
Stadt Hamm	Radio Lippe Welle Hamm	5	5 / 5+ 1 (Fr.)	5
Kreis Herford	Radio Herford	6	4	5
Hochsauerlandkreis	Radio Sauerland	6	5	6
Kreis Höxter/Paderborn	Radio Hochstift	7	5	6
Kreis Kleve	Antenne Niederrhein	5	5	5
Kreis Minden-Lübbecke	Radio Westfalica	10	5	5
Stadt Mönchengladbach	Radio 90,1	5	3 + 2*	3 + 2*
Oberbergischer Kreis/ Rheinisch-Bergischer Kreis	Radio Berg	5	5	5
Stadt Remscheid/ Stadt Solingen	Radio RSG	5	5	5
Kreis Siegen-Wittgenstein	Radio Siegen	5	5	5
Kreis Soest	Hellweg Radio	6	8	6
Kreis Warendorf	Radio WAF	7 / 9 (Mo.) / 8 (Do.)	5	5
Kreis Euskirchen	Radio Euskirchen	3 + 2*	3*	3*
Stadt Herne	Radio Herne	3	3*	3
Stadt Leverkusen	Radio Leverkusen	3 + 2*	3	3*

* Kooperation mit Radio NRW (in den Kooperationsstunden mit Radio NRW sollen lokale Programmelemente, zum Beispiel lokale Nachrichten, lokale Serviceelemente und Verkehrshinweise, in die Sendestunde fest integriert werden; die vertraglichen Vereinbarungen werden der LfM vorgelegt)

Quelle: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

Eine Reduzierung der Mindestsendestunden erfolgt nach Prüfung der wirtschaftlichen Voraussetzungen und wird nur für einen befristeten Zeitraum von bis zu zwei Jahren ausgesprochen. Danach steht eine erneute Überprüfung der wirtschaftlichen Voraussetzungen für eine Reduzierung der Mindestsendestunden an.

Neben den oben aufgelisteten lokalen Sendestunden strahlen zahlreiche Lokalsender zusätzlich lokale Sondersendungen aus bestimmten Anlässen beziehungsweise zu bestimmten Ereignissen (zum Beispiel Kommunal-, Landtags- und Bundestagswahlen) sowie nicht auf Dauer angelegte Sendungen (zum Beispiel Sportsendungen/Übertragungen der Fußball-Bundesliga am Wochenende), monothematische Sendungen (zum Beispiel „Düsseldorfer Wirtschaft“/Antenne Düsseldorf, „Radio Wuppertal am Wochenende: digiTal“) aus.

Da diese Sendungen nur zeitlich befristet (nicht auf Dauer) im Programm ausgestrahlt werden, werden diese lokalen redaktionellen Programmleistungen nicht als lokale Sendezeit lizenziert. Bürgerfunkstunden sind in der oben genannten Übersicht ebenfalls nicht enthalten. Sie werden aber im Rahmen der Lizenzierung als lokale Sendestunde ausgewiesen.

Lokale Optionen

Außerhalb der lokal lizenzierten Sendestunden übernehmen alle 44 Lokalsender in NRW das Rahmenprogramm von Radio NRW. In den Sendestunden von Radio NRW sind Zeitfenster, die sogenannte „lokale Optionen“ enthalten, die von den Lokalsendern für eigenproduzierte lokale Programmelemente zusätzlich genutzt werden können (bis zu 10 Minuten). Die Nutzung der lokalen Optionen durch die Lokalsender ist fakultativ. Sie sind nicht Bestandteil der lokal lizenzierten Sendezeit, sondern sind zusätzliche lokale redaktionelle Programmleistungen, die von den Lokalsendern erbracht werden. In den lokalen Optionen werden unter anderem lokale Nachrichten und lokale Serviceelemente ausgestrahlt.

Im Rahmen einer kontinuierlichen Programmbeobachtung werden Stichproben von den Lokalfunkprogrammen in NRW durchgeführt. Eine Erfassung der lokalen Optionen bei ausgewählten Lokalsendern zeigte, dass die Lokalsender die lokalen Optionen im Tagesverlauf durchgängig mit aktuellen lokalen Informationen nutzen. Damit werden die Hörerinnen und Hörer auch in den Sendestunden von Radio NRW im Tagesverlauf mit aktuellen lokalen Informationen versorgt. Neben den lizenzierten lokalen Sendestunden werden somit zusätzliche eigenständige lokale Programminhalte außerhalb der lokal lizenzierten Sendezeiten von den Lokalsendern produziert und ausgestrahlt.“

70. Welche seit der Marktöffnung früher einmal vorhandenen Lokalradios sind mittlerweile wieder geschlossen worden?

Seit Bestehen des Lokalfunks in NRW haben lediglich die Lokalradios im Kreis Heinsberg und in der Stadt Aachen ihren Sendebetrieb eingestellt.

Für die Stadt Aachen gab es insofern eine Lösung, als die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) im Zuge der Bildung des neuen Gemeindeverbandes „Städteregion Aachen“ die bisherigen Verbreitungsgebiete „Stadt Aachen“ und „Kreis Aachen“ zu einem Verbreitungsgebiet zusammengefasst und die Städteregion Aachen als ein Verbreitungsgebiet für lokalen Hörfunk festgelegt und zwischenzeitlich auch ein lokales Hörfunkprogramm für dieses Verbreitungsgebiet zugelassen hat.

Für das Verbreitungsgebiet Heinsberg ist nach Angaben der LfM derzeit keine Lösung absehbar.

71. Wann ist jeweils einzeln die Schließung eines früher einmal vorhandenen Lokalradios erfolgt, und wie lange haben diese mittlerweile wieder geschlossenen Lokalradios bis zu ihrer Beendigung jeweils zuvor existiert?

Das Lokalradio im Kreis Heinsberg startete am 16. Mai 1992 und stellte seinen Sendebetrieb am 31. Juli 2006 ein, existierte demnach rund 14 Jahre.

Das Lokalradio der Stadt Aachen startete am 1. Februar 1992 und stellte seinen Sendebetrieb am 26. Februar 2010 ein. Ab dem 4. Oktober 2010 wurde dann der Sendebetrieb des Lokalradios für die Städtereion Aachen aufgenommen.

72. Was waren jeweils einzeln die Ursachen für die Schließungsentscheidung?

Nach Einschätzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) waren für die Beendigung des Programmbetriebs sowohl im Verbreitungsgebiet Stadt Aachen als auch im Kreis Heinsberg wirtschaftliche Gründe verantwortlich. In beiden Verbreitungsgebieten waren bereits vor der Schließung schwierige wirtschaftliche Herausforderungen zu überstehen, was nicht zuletzt im mehrmaligen Gesellschafterwechsel der jeweiligen Betriebsgesellschaft seinen Ausdruck fand. Die damalige Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR NRW) hatte bereits bei der Erstlizenzierung darauf gedrängt, ein gemeinsames lokales Radio für den Kreis und die Stadt Aachen zu etablieren, war aber am damaligen Widerstand vor Ort gescheitert.

73. Welche jeweils einzelnen Senderfusionen von früher einmal eigenständigen Lokalradios hat es jeweils wann gegeben, und für welchen Zeitraum rechnet die Landesregierung mit weiteren Entwicklungen dieser Art?

Hierzu ist zunächst anzumerken, dass nach dem Landesmediengesetz (LMG NRW) klassische Senderfusionen nicht möglich sind. Grund hierfür ist § 54 LMG NRW, wonach die Verbreitungsgebiete für lokalen Hörfunk von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) nach in der Regelung näher bezeichneten Kriterien durch Satzung festgelegt werden. Eine „Fusion“ einzelner Lokalradios ist demnach nur dann möglich, wenn die LfM abweichend von früheren Festlegungen durch Satzungsänderung andere Zuschnitte von Verbreitungsgebieten festlegen würde. Hierbei käme dann auch die Zusammenfassung von zwei Verbreitungsgebieten zu künftig einem Verbreitungsgebiet in Betracht.

Eine solche Änderung der Festlegung von Verbreitungsgebieten hat es bislang lediglich in dem bereits zu Frage 70 erwähnten Fall der Festlegung des Verbreitungsgebietes Städtereion Aachen (Aufhebung der Festlegung der Verbreitungsgebiete Stadt Aachen und Kreis Aachen; Festlegung des neuen Verbreitungsgebietes Städtereion Aachen) gegeben. Aus Sicht der LfM zeichnet sich gegenwärtig keine Senderfusion ab. Eine Aussage der Landesregierung zur weiteren Entwicklung wäre daher rein spekulativ.

74. Wie lange haben diese mittlerweile fusionierten Lokalradios zuvor jeweils einzeln eigenständig existiert?

Das Lokalradio für die Stadt Aachen sendete vom 1. Februar 1992 bis 26. Februar 2010. Das Lokalradio für den Kreis Aachen sendete vom 7. Dezember 1991 bis zum 03. Oktober 2010. Am 4. Oktober 2010 nahm dann das Lokalradio für die Städtereion Aachen seinen Sendebetrieb auf.

75. Was waren jeweils einzeln die Ursachen für die Zusammenlegungen?

Ursache für die Zusammenfassung der Verbreitungsgebiete Kreis und Stadt Aachen zu einem Verbreitungsgebiet Städteregion Aachen waren nach Angaben der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zunächst finanzielle Probleme des Lokalradios in der Stadt Aachen. Aufgrund dieser Probleme kam es dann zur Insolvenz der Betriebsgesellschaft und demzufolge auch der Veranstaltergemeinschaft. Hinzu kam, dass mit der Bildung des neuen Gemeindeverbandes durch das Städteregion-Aachen-Gesetz der Kreis Aachen aufgelöst wurde und unter diesem Aspekt die Festlegung des Verbreitungsgebietes Kreis Aachen zu modifizieren war. Wesentlicher Gesichtspunkt hierbei war auch, dass durch die vorangegangenen Diskussionen um die Gründung der Städteregion Aachen vor Ort die Bereitschaft zu einem gemeinsamen Verbreitungsgebiet und Lokalradio wuchs.

76. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Nutzerakzeptanz und Hörerbinding des Mediums Lokalfunk sowohl insgesamt landesweit als auch standortspezifisch für jeden der einzelnen Lokalsender vor?

Der NRW-Lokalfunk steht den vergangenen 23 Erhebungen der Media Analyse (MA) zufolge an der Spitze des bundesweiten Reichweitenrankings. Die MA 2011 Radio II vom 12. Juli 2011 bescheinigt den NRW-Lokalradios eine Tagesreichweite von 5,4 Millionen Hörerinnen und Hörern und eine durchschnittliche Stunde (Montag-Freitag, 6.00-18.00 Uhr) von 1,666 Millionen Hörerinnen und Hörern (laut Radio NRW).

Aus den Pressemitteilungen der veröffentlichten Reichweitenergebnisse (landesweit Media Analyse MA sowie der lokale Ausweis: ema) ergeben sich folgende Zahlen:

Tab. 76.1: MA Top 20: Die meist gehörten Radiosender Deutschlands*

	Sender	MA 2011 Radio II	MA 2011 Radio I
1	radio NRW	1.666.000	1.592.000
2	Bayern 1	1.137.000	1.182.000
3	SWR3	1.125.000	1.106.000
4	1LIVE	1.085.000	1.027.000
5	WDR 2	927.000	962.000
6	Antenne Bayern	899.000	1.030.000
7	Bayern 3	850.000	808.000
8	WDR 4	826.000	894.000
9	NDR 2	714.000	675.000
10	SWR4 BW	547.000	590.000
11	HIT RADIO FFH	494.000	437.000
12	radio ffn	473.000	475.000
13	MDR 1 RADIO SACHSEN	448.000	415.000
14	hr3	394.000	387.000
15	Hit-Radio Antenne	379.000	440.000
16	SWR1 BW	377.000	379.000
17	radio SAW	375.000	353.000

18	bigFM	356.000	333.000
19	Hit-Radio ANTENNE 1	334.000	380.000
20	hr4	321.000	361.000

*Hörer/Ø-Std: Montag-Freitag 06:00-18:00 Uhr, Gesamt 10+ im Vergleich zur MA 2011 radio I, NRW-Sender hervorgehoben

Quelle: MA 2011 Radio II, E.M.A.

Tab. 76.2: Ranking der NRW-Lokalradios *

	Sender	Durchschn. Std. 6-18 Uhr Mo-So in %	Hörer gestern Mo-Fr in %	Hörer gestern Mo-So in %	Verweildauer Mo-Fr in Minuten	Verweildauer Mo-So in Minuten
1	Radio Leverkusen	12,8	42,5	37,3	235	226
2	Radio Lippe Welle Hamm	12,6	43,0	42,0	197	184
3	Radio RSG	12,2	38,6	36,7	189	202
4	Radio Siegen	10,9	43,0	38,3	182	160
5	Radio WMW	10,9	42,3	38,6	190	186
6	Radio Hochstift	10,9	38,3	34,4	192	184
7	Hellweg Radio	10,8	36,6	35,1	218	202
8	Radio Kiepenkerl	10,6	42,2	38,2	163	165
9	Radio Wuppertal	10,3	39,4	34,8	172	182
10	Radio WAF	10,2	39,4	36,0	160	170
11	Radio MK	10,2	37,1	33,3	207	197
12	Radio Gütersloh	10,0	36,2	34,3	162	189
13	107.7 Radio Hagen	9,9	37,0	35,1	185	181
14	Radio Sauerland	9,9	35,9	35,1	194	183
15	Radio 91.2	9,6	30,7	30,9	222	204
16	Radio Westfalica	9,4	33,0	31,6	172	176
17	Radio 90,1	9,3	30,2	28,1	222	204
18	94.9 Radio Herford	8,5	33,9	29,3	181	173
19	Radio Bielefeld	8,4	38,2	34,5	120	129
20	Radio Duisburg	8,3	30,7	28,1	216	197
21	Radio RST	7,9	34,7	31,9	158	148
22	Antenne Niederrhein	7,8	29,7	27,5	186	180
23	Antenne Düsseldorf	7,4	33,2	31,6	144	138
24	Radio Emscher Lippe	7,2	25,5	26,4	186	163
25	Radio Berg	7,1	28,2	25,0	166	172
26	Radio Erft	7,1	26,6	26,2	165	154
27	Antenne Unna	7,0	28,1	26,3	155	151

	Sender	Durchschn. Std. 6-18 Uhr Mo-So in %	Hörer gestern Mo-Fr in %	Hörer gestern Mo-So in %	Verweildauer Mo-Fr in Minuten	Verweildauer Mo-So in Minuten
28	Radio K.W.	6,7	21,9	22,6	199	188
29	Radio Bochum	6,6	28,6	25,9	164	157
30	Radio Essen	6,4	27,7	24,3	164	155
31	Radio Euskirchen	6,1	23,8	23,6	179	166
32	Radio Herne	6,1	27,3	24,8	158	153
33	NE-WS 89.4	5,6	27,1	23,1	155	152
34	Radio Lippe	5,6	25,3	23,7	153	156
35	Radio Köln	5,6	24,8	22,6	150	157
36	Radio Vest	5,5	20,2	19,3	175	164
37	Radio Mülheim/ Radio Oberhausen	5,5	19,8	18,6	217	198
38	Radio Rur	5,4	20,8	18,1	188	184
39	Radio Bonn/Rhein-Sieg	5,4	23,4	21,5	142	150
40	Antenne Münster	5,2	30,2	25,9	114	110
41	Radio Ennepe Ruhr	5,2	21,9	20,3	177	164
42	Welle Niederrhein	4,2	14,1	16,1	144	152
43	Radio Neandertal	2,5	10,5	11,4	153	127

*Antenne AC noch nicht erfasst, Ranking nach durchschnittlichen Std.

Quelle: E.M.A. 2011 II

Tab. 76.3: Reichweite 5-24 Uhr

	Einwohner	Reichweite im Sendegebiet
Radio Lippe Welle Hamm	153,000	43,0
Radio Siegen	245,000	43,0
Radio Leverkusen	137,000	42,5
RADIO WMW	308,000	42,2
Radio Kiepenkerl	186,000	42,2
Radio Wuppertal	300,000	39,4
Radio WAF	234,000	39,4
Radio RSG	233,000	38,6
Radio Hochstift	380,000	38,3
Radio Bielefeld	277,000	38,2
Radio MK	370,000	37,1
107.7 Radio Hagen	163,000	37,0
Hellweg Radio	260,000	36,6

	Einwohner	Reichweite im Sendegebiet
Radio Gütersloh	299,000	36,2
Radio Sauerland	230,000	35,9
RADIO RST	372,000	34,7
94.9 Radio Herford	214,000	33,9
ANTENNE DÜSSELDORF	506,000	33,2
Radio Westfalica	270,000	33,0
Radio 91.2	497,000	30,7
Radio Duisburg	417,000	30,7
Radio 90,1	221,000	30,2
ANTENNE MÜNSTER	239,000	30,2
Antenne Niederrhein	265,000	29,7
Radio Bochum	329,000	28,6
Radio Berg	476,000	28,2
Antenne Unna	354,000	28,1
Radio Essen	498,000	27,7
Radio Herne	142,000	27,3
NE-WS 89.4	379,000	27,1
Radio Erft	396,000	26,6
Radio Emscher Lippe	385,000	25,5
Radio Lippe	301,000	25,3
Radio Oberhausen	184,000	25,1
Radio Köln	853,000	24,8
Radio Euskirchen	164,000	23,8
Radio Bonn/Rhein-Sieg	778,000	23,3
Radio Ennepe Ruhr	290,000	21,9
Radio K.W.	407,000	21,9
Radio Rur	229,000	20,8
Radio Vest	479,000	20,2
Radio Mülheim/ Radio Oberhausen	329,000	19,8
Welle Niederrhein	462,000	14,1
Radio Mülheim	145,000	12,4
Radio Neandertal	427,000	10,5

* Hörer gestern, Deutschsprachige 14plus, Montag – Freitag, sortiert nach den aktuellen Zahlen

Quelle: E.M.A. 2011 II

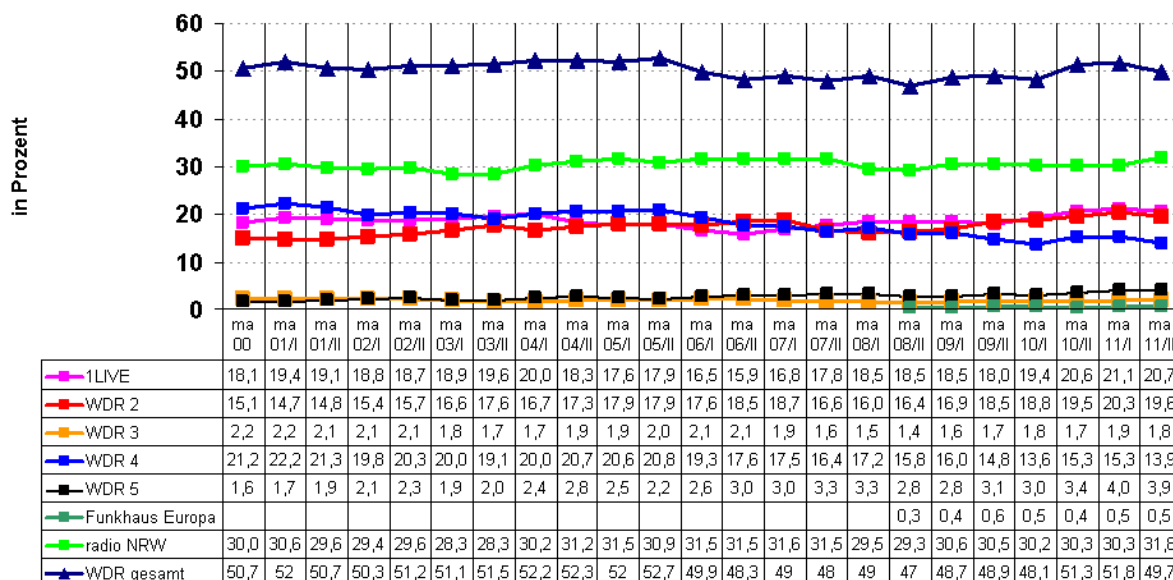
77. **Wie haben sie im Detail im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre in Nordrhein-Westfalen jeweils jährlich die Einschaltquoten für die einzelnen WDR-Hörfunkprogramme einerseits und den Lokalfunk andererseits entwickelt? (falls verfügbar bitte standortspezifisch und nicht nur landesweit)**

Dem WDR zufolge haben sich die Einschaltquoten seiner Hörfunkprogramme wie folgt entwickelt:

Abb. 77.1:

Reichweiten der vergangenen zehn Jahre für die WDR-Hörfunkprogramme und den Lokalfunk ma 00 bis ma 11/II

Montag bis Sonntag, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre in NRW, in Prozent



bis ma 08/I: Erwachsene ab 14 Jahre D
 von ma 08/II bis ma 09/II: Personen ab 10 Jahre D + EU
 ab ma 10/I: Deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre

Quelle: ma 2000 - ma 2011/II

78. **Welche Erkenntnisse und Entwicklungstrends zur Lokalradiolandschaft sind der Landesregierung aus den letzten zehn Jahren, beispielsweise durch die Reichweitenanalyse E.M.A. oder andere Erhebungen, bekannt?**

Viele der Lokalradiostationen haben in den zurückliegenden zwei Jahren bereits ihr 20-jähriges Bestehen feiern können. Neben punktuellen Problemen, die aufgrund regionaler Besonderheiten (etwa hinsichtlich der UKW-Frequenzsituation oder der Topografie des Versorgungsgebietes) oder besonderer wirtschaftlicher Rahmenbedingungen zu konstatieren waren, ist das Zwei-Säulen-Modell des nordrhein-westfälischen Lokalfunks etabliert und erfolgreich. Das unterstreichen auch die Ergebnisse der Radiomarktanalyse Media-Analyse 2011 Radio II für Radio NRW, das als Rahmenprogrammanbieter eine Tagesreichweite von 5,403 Millionen Hörerinnen und Hörern (+232.000, Hörer gestern, 5.00 bis 24.00 Uhr, Mo.-

Fr.) und eine Bruttoreichweite in der werberelevanten Durchschnittsstunde (6.00 bis 18.00 Uhr, Mo.-Fr.) von 1,666 Millionen Hörerinnen und Hörern (+74.000) erzielte. Mit diesen Ergebnissen führt Radio NRW das Reichweitenranking an und ist Marktführer unter allen Radioanbietern in Deutschland.

Details zur E.M.A.-Reichweitenentwicklung einzelner Lokalradios seit 2000 gehen aus der folgenden Liste hervor:

Tab. 78.1: Reichweite 5-24 Uhr (Hörer gestern) Montag - Freitag

sortiert nach den aktuellen Zahlen

	Einwohner	2000 II	2001 II	2002 II	2003 II	2004 II	2005 II	2006 II	2007 II	2008 II	2009 II	2010 II	2011 II
	Deutschsprachige 14plus												
	Stand 2011 II	Aug 00	Aug 01	Aug 02	Jul 03	Jul 04	Jul 05	Jul 06	Jul 07	Jul 08	Jul 09	Jul 10	Jul 11
											D+EU10plus	Deutschspr. 10plus	Deutschspr. 14plus
Radio Lippe Welle Hamm	153.000	40,9	46,1	46,7	43,4	43,7	45,8	46,2	46,3	40,0	43,9	46,4	43,0
Radio Siegen	245.000	34,5	41,4	40,5	40,8	42,0	37,1	37,0	39,7	44,4	42,4	37,6	43,0
Radio Leverkusen	137.000	31,8	38,6	38,1	35,5	37,5	35,4	39,7	30,9	30,1	31,8	36,5	42,5
Radio WMW	308.000	34,6	31,7	26,2	35,0	31,0	35,0	34,3	34,4	34,6	32,4	32,0	42,2
Radio Kiepenkerl	186.000	24,9	26,3	27,9	30,2	22,7	24,3	29,3	27,3	35,9	31,7	38,7	42,2
Radio Wuppertal	300.000	29,1	25,2	29,1	32,1	26,2	33,9	33,6	35,0	35,9	34,8	36,3	39,4
Radio WAF	234.000	28,2	31,6	32,6	32,4	36,5	38,0	37,2	32,9	44,3	34,1	37,9	39,4
Radio RSG	233.000	32,8	37,6	37,1	34,5	36,6	31,1	35,6	35,1	36,4	35,7	34,2	38,6
Radio Hochstift	380.000	36,4	35,5	31,5	33,2	35,8	27,9	35,9	34,4	33,5	42,8	39,8	38,3
Radio Bielefeld	277.000	37,1	35,0	38,8	41,1	39,1	40,8	34,9	38,7	36,9	31,1	38,7	38,2
Radio MK	370.000	33,3	33,7	37,1	33,3	39,6	35,2	31,8	33,5	40,7	36,7	43,1	37,1
107.7 Radio Hagen	163.000	34,5	36,7	36,4	34,9	35,9	36,1	36,1	34,0	42,2	32,7	32,4	37,0
Hellweg Radio	260.000	32,4	36,5	35,4	36,1	32,4	41,4	33,7	40,6	42,6	34,6	41,2	36,6

	Einwohner	2000 II	2001 II	2002 II	2003 II	2004 II	2005 II	2006 II	2007 II	2008 II	2009 II	2010 II	2011 II
	Deutschsprachige 14plus												
	Stand 2011 II	Aug 00	Aug 01	Aug 02	Jul 03	Jul 04	Jul 05	Jul 06	Jul 07	Jul 08	Jul 09	Jul 10	Jul 11
											D+EU10plus	Deutsch10plus	Deutsch 14plus
Radio Gütersloh	299.000	28,3	36,1	39,1	34,5	35,3	38,9	36,2	32,3	30,1	34,7	34,5	36,2
Radio Sauerland	230.000	29,5	32,6	35,3	37,3	31,6	31,1	29,5	34,9	36,5	38,0	33,7	35,9
Radio RST	372.000	24,6	26,8	25,6	26,2	26,1	26,4	28,8	33,9	32,5	34,4	27,2	34,7
94.9 Radio Herford	214.000	28,2	35,4	32,0	31,9	35,4	32,8	32,5	30,9	30,6	32,8	37,5	33,9
Antenne Düsseldorf	506.000	32,9	30,0	27,6	25,0	26,5	27,8	28,2	29,2	28,7	24,6	30,5	33,2
Radio Westfalica	270.000	26,7	29,9	33,2	30,0	34,3	36,9	28,6	31,3	35,2	31,2	33,5	33,0
Radio 91.2	497.000	33,2	32,3	33,8	25,2	26,2	28,7	32,4	30,6	32,7	35,1	41,0	30,7
Radio Duisburg	417.000	24,6	23,8	21,4	24,5	24,0	25,3	24,0	24,6	21,8	20,6	24,4	30,7
Radio 90,1	221.000	35,4	34,9	37,5	34,4	33,8	31,0	33,6	27,1	30,5	39,0	32,6	30,2
Antenne Münster	239.000	28,3	23,4	27,4	28,0	22,3	24,3	27,9	25,3	27,2	27,7	37,6	30,2
Antenne Niederrhein	265.000	25,8	27,5	22,8	27,1	27,1	26,8	27,3	27,5	31,2	26,0	30,4	29,7
Radio Bochum	329.000	12,8	23,1	24,5	18,7	22,6	24,6	26,8	31,8	30,3	28,2	29,9	28,6
Radio Berg	476.000	24,7	22,6	22,9	24,1	29,0	21,1	26,9	28,6	23,5	24,4	30,5	28,2
Antenne Unna	354.000	17,3	19,1	20,7	24,0	22,1	22,7	20,5	24,7	23,1	27,3	30,0	28,1
Radio Essen	498.000	20,3	22,8	19,3	22,2	32,1	29,8	27,7	23,4	23,4	22,6	29,2	27,7
Radio Herne	142.000	32,3	36,1	29,9	30,2	31,3	31,3	26,8	30,0	30,4	25,8	30,2	27,3
NE-WS 89.4	379.000	24,2	29,6	29,9	30,8	31,5	27,0	28,4	26,0	25,3	31,7	29,6	27,1
Radio Erft	396.000	21,7	25,3	21,8	25,5	26,5	28,7	28,0	25,7	25,4	22,8	22,3	26,6
Radio Emscher Lippe	385.000	19,3	23,8	15,7	19,3	21,7	26,2	22,9	24,6	24,5	20,7	24,0	25,5
Radio Lippe	301.000	24,1	24,5	24,0	29,2	28,6	24,3	21,1	27,0	25,9	23,8	27,8	25,3
Radio Oberhausen	184.000									31,7	32,6	23,5	25,1
Radio Köln	853.000	18,4	23,2	24,3	27,4	30,1	25,2	24,8	22,7	22,2	19,1	23,7	24,8

	Einwohner	2000 II	2001 II	2002 II	2003 II	2004 II	2005 II	2006 II	2007 II	2008 II	2009 II	2010 II	2011 II
	Deutschsprachige 14plus												
	Stand 2011 II	Aug 00	Aug 01	Aug 02	Jul 03	Jul 04	Jul 05	Jul 06	Jul 07	Jul 08	Jul 09	Jul 10	Jul 11
											D+EU10plus	Deutsch10plus	Deutsch 14plus
Radio Euskirchen	164.000	25,6	23,1	25,3	20,6	26,3	25,0	24,6	22,8	24,6	23,4	23,3	23,8
Radio Bonn/ Rhein-Sieg	778.000	15,9	20,3	20,4	20,3	24,0	22,7	16,3	17,8	22,3	19,1	20,6	23,3
Radio Ennepe Ruhr	290.000	13,2	16,2	18,3	23,8	17,0	19,8	13,6	18,0	21,1	17,2	19,1	21,9
Radio K.W.	407.000	16,3	23,0	18,5	20,4	19,1	16,3	20,2	18,2	16,9	21,8	25,9	21,9
Radio Rur	229.000	20,9	17,9	23,4	24,2	25,3	24,8	24,4	23,6	22,1	22,5	18,8	20,8
Radio Vest	479.000	19,8	17,2	18,0	18,5	17,9	18,7	15,9	17,0	16,5	21,8	18,3	20,2
RadioMH/ Radio OB	329.000	12,1	16,7	19,9	18,3	20,0	21,3	20,8	21,0	24,9	25,3	20,3	19,8
Welle Niederrhein	462.000	23,7	20,7	17,7	18,0	21,4	17,9	23,2	18,0	21,9	17,0	21,9	14,1
Radio Mülheim	145.000									16,7	16,0	16,1	12,4
Radio Neandertal	427.000	20,0	20,7	22,2	18,5	20,7	18,7	21,8	19,8	15,9	17,6	17,0	10,5
Welle West	217.000	18,2	16,2	15,6	16,1	15,2	11,9	13,9	9,2	0,0	0,0	0,0	0,0

Quelle: Radio NRW

79. *Wie beurteilt die Landesregierung beispielsweise unter Berücksichtigung der aktuellen Ergebnisse der Reichweitenanalyse E.M.A. NRW 2011 II und weiterer ihr vorliegender Erkenntnisse die momentane redaktionelle Wirkungsmöglichkeit und wirtschaftliche Situation des nordrhein-westfälischen Lokalfunks, und welche Perspektiven wie bevorstehende Herausforderungen für die kommenden Jahre sieht die Landesregierung?*

Der nordrhein-westfälische Lokalfunk ist etabliert, akzeptiert und erfolgreich. Unter den Verbreitungsgebieten gibt es naturgemäß reichweitenstarke Veranstalter und solche, deren Hörerzahlen absolut gesehen geringer ausfallen. Der NRW-Lokalfunk und Radio NRW stehen in Nordrhein-Westfalen in direkter Konkurrenz zu den sechs Programmen des Westdeutschen Rundfunks (WDR) (davon drei mit Werbung) und den drei Programmen des Deutschlandradios. Bisher konnte sich der NRW-Lokalfunk am Hörermarkt gegen die Programme des WDR behaupten. Radio NRW verzeichnet in der Zielgruppe Gesamt 1,666 Millionen Hörerinnen und Hörer, in der sogenannten werberelevanten Zielgruppe 14-49 Jahre 995.000 Hörerinnen und Hörer. Zum Vergleich: Die WDR-Kombi weist 2,076 Millionen Hörerinnen und Hörer in der Zielgruppe Gesamt und 1,430 Millionen Hörerinnen und Hörer in der Zielgruppe 14-49 Jahre aus.

Der lokale Hörfunk hat trotz des singulären Programmangebotes durch eine hohe Hörerakzeptanz die wirtschaftliche Tragfähigkeit gesichert. Dies ist bemerkenswert, da der WDR mit seinen Programmen klar abgegrenzte Zielgruppen anspricht und somit auf deren Interessen gezielter eingehen kann.

Durch die Förderung von Maßnahmen zur Steigerung der journalistischen Qualität in den Verbreitungsgebieten soll seitens der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) allen Sendern die Möglichkeit einer kontinuierlichen Fortentwicklung der redaktionellen Wirkungsmöglichkeiten geboten werden. Dies wird stets auch umfassend genutzt. Sowohl die Resonanz aus anderen Bundesländern, als auch die kritische Würdigung der redaktionellen Inhalte (etwa im Rahmen des NRW-Hörfunkpreises) zeigen, dass die redaktionellen Inhalte dementsprechend auf einem hohen Qualitätsniveau liegen. Von punktuellen Ausnahmen bei wirtschaftlich schwierigeren Umständen abgesehen, trägt dies wiederum wesentlich auch zu einer in der Gesamtbetrachtung aktuell überwiegend stabilen ökonomischen Basis des NRW-Lokalfunks bei.

Künftige Herausforderung der Veranstalter wird es sein, die mit digitalen Medien aufwachsende junge Zielgruppe mit attraktiven crossmedialen und mobilen Angeboten für den Hörfunk zu begeistern, sie auf allen relevanten Verbreitungswegen zu erreichen und so an das Medium zu binden.

80. *Welche politischen Schlussfolgerungen zieht die Landesregierung aus allen ihr vorliegenden Erkenntnissen über die zukünftige Stabilität, wirtschaftliche Ertragsbasis, Rolle und Entwicklung des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen für diesbezügliche Handlungsnotwendigkeiten?*

Nach über zwei Jahrzehnten erfolgreicher Arbeit der NRW-Lokalradios und des Rahmenprogramms von Radio NRW ist auch künftig von einem funktionstüchtigen und ertragsfähigen lokalen Hörfunk auszugehen. Der Lokalfunk und das Zwei-Säulen-Modell sind eine nordrhein-westfälische Erfolgsgeschichte. In keinem anderen Land der Bundesrepublik Deutschland ist eine so hohe Lokalfunkdichte zu finden wie in NRW.

Immer wieder ist in der bisherigen Zeit seiner Existenz deutlich geworden, dass die lokale Ausrichtung von Informationen und Servicediensten von den Hörerinnen und Hörern honoriert wird. Aufgrund eines steigenden Wettbewerbsdrucks sind neben der hohen Reichweite und Hörerakzeptanz jedoch auch Marktanteilsrückgänge des Lokalfunks in NRW zu beobachten. Es ist absehbar, dass einhergehend mit der demografischen Entwicklung (sinkende Bevölkerungszahl und Älterwerden der Bevölkerung) der wirtschaftliche Druck auf den Lokalfunk zunehmen wird. Zur Sicherung der Entwicklungsperspektiven des Lokalfunks und der dualen Hörfunkordnung in NRW ist die Verbreitung neuer Angebote als Ergänzung zum heutigen Lokalfunk unerlässlich.

Eine der großen Herausforderungen der näheren Zukunft wird zweifelsfrei die technische Entwicklung sein. Die Digitalisierung der Hörfunkverbreitung wird dabei zu Umbrüchen im Gesamtsystem führen. Auch die bisweilen prognostizierten Veränderungen beim Mediennutzungsverhalten werden nicht folgenlos bleiben. Wie genau und vor allem zu welchem Zeitpunkt mit Veränderungen zu rechnen ist, kann nicht mit Sicherheit vorhergesagt werden. Fakt ist jedoch, dass alle am nordrhein-westfälischen Lokalfunk Beteiligten sich bereits intensiv mit diesen Herausforderungen auseinandersetzen. Indikatoren sind dabei die Internetangebote der Lokalradios, die vielfach bereits wesentlicher Bestandteil der unternehmensbezogenen Gesamtplanung sind.

81. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Ertragssituation und wirtschaftlichen Stabilität jeweils für jeden einzelnen dieser Lokalsender vor?

Detaillierte Zahlen zur Ertragssituation der einzelnen Lokalsender liegen nicht vor und können in diesem Rahmen nicht mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden.

Auch der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) liegen weder von den einzelnen Lokalradios noch von Radio NRW oder dem Westdeutschen Rundfunk (WDR) die Jahresabschlüsse systematisch vor. Lediglich bei Lizenzverlängerungen und Anträgen von Lokalstationen auf Programmreduzierung wird der LfM Einsicht in das betriebswirtschaftliche Datenwerk gewährt.

Laut dem Verband Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen (VLR-NRW) schreibt der überwiegende Teil der Lokalradios aus der Mitgliedschaft des Verbands schwarze Zahlen. Die LfM schätzt, dass der private Hörfunk 2010 Gesamterträge von rund 90 Millionen Euro erwirtschaftet hat und damit fast 20 Millionen Euro weniger als in Spitzenjahren. Demgegenüber steht 2010 ein geschätzter Gesamtaufwand von ca. 80 Millionen Euro. Ein insgesamt positiver Kostendeckungsgrad sei 2010 nur möglich gewesen, weil auch der Aufwand deutlich reduziert wurde.

**82. Wie sieht im Einzelnen der Vergleich zwischen der in Nordrhein-Westfalen verankerten Struktur der Lokalradios im Vergleich zu den Modellen des privaten Hörfunks in den jeweils fünfzehn anderen Bundesländern aus?
Mit jeweils welchen anderen Bundesländern bestehen jeweils welche Gemeinsamkeiten, und wo liegen jeweils die Unterschiede im Detail?**

Die einzelnen Landesmediengesetze verfolgen unterschiedliche Regulierungsansätze zur Sicherung der Vielfalt im privaten Hörfunk. Teilweise haben sich Landesgesetzgeber an einem außenpluralen Modell orientiert, wonach der Rundfunk in seiner Gesamtheit Vielfalt gewährleisten muss. In anderen Ländern werden zum Erhalt der Meinungsvielfalt binnenplurale Maßnahmen ergriffen, die den Rundfunkveranstalter an sich zur Vielfaltssicherung in

seinem Programm anhalten. Daneben besteht in einigen Ländern auch eine Kombination beider Ansätze.

Am Modell des Außenpluralismus orientieren sich sechs der 14 Landesmediengesetze (Baden-Württemberg, Bayern, Hamburg/Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt). Vier Landesmediengesetze schreiben Binnenpluralismus als Grundsatz vor (Bremen, Hessen, Saarland, Sachsen). Kombinierte Vorschriften von außen- und binnenpluralistischen Maßnahmen bestehen in fünf Ländern (Berlin, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Thüringen).

Ein Beispiel für eine Kombination beider Ansätze ist das Landesmediengesetz Thüringen (ThürLMG). Zunächst fordert das Landesmediengesetz, dass das Gesamtangebot aller landesweiten Hörfunkprogramme den Anforderungen der Meinungsvielfalt entspricht (§ 15 Abs. 1 ThürLMG; Außenpluralismus). Ist dies nicht der Fall, erteilt die Landesmedienanstalt nur dann eine Zulassung, wenn binnenpluralistische Maßnahmen, wie etwa die Bildung eines Programmbeirates, Gewähr dafür bieten, dass das Programm ein ausgewogenes Meinungsbild vermittelt (§ 16 Abs. 1 Nr. 1 ThürLMG). Ferner muss der Veranstalter als Anbietergemeinschaft organisiert werden, die durch ihre Zusammensetzung und gesellschaftsrechtlichen Regelungen einen pluralistischen Einfluss auf die Programmgestaltung gewährleistet (§ 16 Abs. 1 Nr. 2 ThürLMG).

Die einzelnen Landesmediengesetze unterscheiden sich nicht nur bezüglich des bevorzugten Ansatzes, sondern enthalten verschiedene Maßnahmen zur Vielfaltssicherung. Zur Vermeidung lokaler oder regionaler Doppelmonopole unterliegen vor allem die Beteiligungen regionaler marktbeherrschender Tageszeitungsverlage der Regulierung, wobei auch hier die einzelnen Landesmediengesetze variieren.

Ebenfalls unterscheidet sich die zulässige Anzahl von Programmen, die ein Veranstalter in einem Land betreiben darf. In Sachsen beispielsweise darf ein Rundfunkanbieter unbegrenzt viele Programme veranstalten, soweit er dadurch nicht vorherrschende Meinungsmacht erreicht, wohingegen in Sachsen-Anhalt Rundfunkveranstalter nur je zwei Hörfunkprogramme sowie ein Fernsehvollprogramm und ein Fernsehspartenprogramm veranstalten dürfen.

Eine nordrhein-westfälische Besonderheit des Lokalfunks ist der BürgerhÖrfunk: Die Lokalradios sind verpflichtet, einen Teil ihrer Sendezeit Bürgerinnen und Bürgern für selbstgestaltete Beiträge zur Verfügung zu stellen. Das Bürgerfunkprogramm selbst orientiert sich dabei an Rahmenbedingungen, die in Form eines Funktionsauftrags Eingang ins Landesmediengesetz NRW (§ 40a Abs. 1 LMG NRW) gefunden haben:

„Der Bürgerfunk im lokalen Hörfunk dient dazu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen.“

BürgerhÖrfunk gibt es neben Nordrhein-Westfalen nur in Bremen und in Niedersachsen.

83. *Wie hat sich nach Auffassung der Landesregierung bislang die gesetzgeberisch gewählte Struktur im Bereich der nordrhein-westfälischen Lokalradios (nicht) bewährt, insbesondere im Vergleich zu den anderen Bundesländern, die über landesweite private Radiosender verfügen?*

Die Struktur der Lokalradios in Nordrhein-Westfalen hat sich bewährt. Die Lokalradios sind trotz der Konkurrenzsituation mit den sechs Wellen des Westdeutschen Rundfunks (WDR)

Marktführer in NRW. Sie haben ihre Spitzenposition am Hörermarkt in den letzten Jahren sogar ausbauen können. Im Jahr 2009 steigerte Radio NRW die Tagesreichweite gegenüber 2008 um 1,2 Prozentpunkte auf 30,5 Prozent. In der Altersgruppe zwischen 14 und 49 Jahren blieb der Lokalfunk mit 37,7 Prozent der täglichen Hörerinnen und Hörer die Nummer eins. Auch die Hördauer lag bei Radio NRW mit 50 Minuten auf dem Niveau von 2008 und sicherte dem Lokalradioverbund mit 30,7 Prozent den höchsten Marktanteil. Die Lokalradios sprechen ihre Kernzielgruppe zwischen 20 und 49 Jahren mit lokalen Informationen, Nachrichten sowie Serviceinformationen und Unterhaltung an.

Auch im bundesweiten Vergleich liefern die Lokalradios in NRW ein gutes Bild ab. Die Wirtschaftlichkeit der Lokalradios weicht in den einzelnen Ländern teilweise deutlich voneinander ab. NRW nimmt in diesem Vergleich eine Spitzenposition ein. Im sächsischen Lokalfunk hielten sich Aufwand und Ertrag 2008 die Waage, während Baden-Württemberg mit einem Kostendeckungsgrad von 94 Prozent in der Verlustzone lag.

Der große Erfolg des nordrhein-westfälischen Lokalfunks hat auch dazu beigetragen, dass die Organisationsform nach dem sogenannten „Zwei-Säulen-Modell“ inzwischen unstrittig ist. Wirtschaftlich wie publizistisch profitiert der Lokalfunk von lokalredaktionellen Leistungen, aber auch von programmprägenden Formaten des fast allen Stationen gemeinsamen Mantels, der von Radio NRW geliefert wird.

84. Welche diesbezüglichen Veränderungen im Lokalfunk wie landesweiten Rundfunk strebt die Landesregierung in der laufenden Legislaturperiode an?

Die Landesregierung wird den Landtag zu gegebener Zeit über Veränderungsbestrebungen informieren.

85. Wie hat sich die inhaltliche und programmliche Ausrichtung des WDR-Rundfunks nach Kompetenzen und Schwerpunkten im Zeitraum seit 2000 entwickelt? (bitte aufgeschlüsselt nach den Bereichen Fernsehen, Radio und Internetauftritt beantworten)

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) erklärt hierzu:

„Das WDR Fernsehen hat sich seit 2000 stärker als Programm für die Menschen in Nordrhein-Westfalen profiliert und insgesamt modernisiert. Dies geschah weitgehend in den Genres, die bereits im Jahr 2000 zum Programmprofil gehörten.

Im Mittelpunkt stand die Ausweitung des Regionalangebots, zunächst ab November 2000 mit zusätzlichen Produktionen von Ballungsraumfernsehen (WDRpunkt Köln und WDRpunkt Dortmund). Im Jahre 2006 wurden diese beiden Sendungen eingestellt und die Kapazitäten für die Ausweitung der „Lokalzeit“ von neun auf elf regionale Ausgaben eingesetzt.

Im November 2000 ging die Lokalzeit auch samstags auf Sendung. Seitdem bilden „Aktuelle Stunde“ und „Lokalzeit“ montags bis samstags von 18.50 Uhr bis 20.00 Uhr das Herzstück der aktuellen regionalen Berichterstattung.

Das Primetime-Angebot ist seit 2000 in weiten Teilen modernisiert, aber in seinen Kernpunkten erhalten geblieben. Die Tierdokumentationen sind damals wie heute am Dienstag um 20.15 Uhr platziert, Wissenschaftsformate werden weiterhin auf dem Sendeplatz Dienstag 21.00 Uhr ausgestrahlt. Dabei wurden die ehemals drei verschiedenen Sendungen des Genres inzwischen durch das Format „Quarks & Co“ und dessen Derivate, z. B. „Quarks & Caspers“, abgelöst. Dies hat den Vorteil, dass der Zuschauer sich in einem quantitativ zuneh-

menden Programmangebot an einer vertrauten und verlässlichen „Marke“ orientieren kann. Unterhaltungsformate, die in 2000 noch in der Primetime am Freitag platziert waren, werden heute in der Primetime am Mittwoch mit Quiz- oder Ranking-Formaten bespielt. Manche Angebote, wie z. B. „Volkstümliche Musik“ wurden eingestellt.

2007 hat der WDR „Hart aber fair“, das als Nachfolgeformat von „mittwochs live“ seit 2001 im WDR Fernsehen lief, im Ersten platziert. Für mehrere Primetime-Sendeplätze wurden moderne, informative Verbraucherformate wie „Der Vorkoster“ oder „Markencheck“ entwickelt. Die Anzahl der Dokumentationsplätze im WDR Fernsehen ist unverändert. Neben der Tier-Dokumentation strahlt der WDR die Formate „Menschen hautnah“ und „die story“ aus. Der Sendepplatz für zeitgeschichtliche Dokumentationen wurde 2004 von 23.00 auf 20.15 Uhr am Freitag vorgezogen und stärker auf Nordrhein-Westfalen fokussiert.

Auch anspruchsvolle Kinofilme, Dokumentarfilme, klassische Musik, Rock und Jazz werden weiterhin als Genres auf festen Sendepätzen gepflegt. Unterhaltungsformate wie „Zimmer frei“ oder „Mitternachtsspitzen“ wurden aus dem Nachtprogramm auf 22.15 Uhr bzw. 21.45 Uhr vorverlegt.

Der WDR Hörfunk hat eine klare Flottenstrategie, die auch im „Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln“ verankert ist. Demnach veranstaltet der WDR

- mit 1LIVE ein Programm, das sich mit aktuellen Nachrichten, Informationen und Musik sowie unterhaltenden Beiträgen vor allem an jüngere Menschen richtet
- mit WDR 2 ein Tagesbegleitprogramm mit Musik und aktuellen Informationen aus den verschiedenen Regionen Nordrhein-Westfalens, Deutschland und der Welt
- mit WDR 3 ein musikgeprägtes Kulturprogramm, das sich im Schwerpunkt auf Themen der Kultur aus Nordrhein-Westfalen, Deutschland und der Welt stützt und auch der kulturellen Darstellung der Regionen dient
- mit WDR 4 ein musikgeprägtes Programm, das eine eher ältere Zielgruppe anspricht und zielgruppenspezifische Themen aufgreift
- mit WDR 5 ein wortgeprägtes Hörfunkprogramm, das ein informationsbetontes Angebot insbesondere zu Themen aus Politik, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft enthält sowie
- mit Funkhaus Europa ein Angebot, das sich vor allem Themen des interkulturellen Zusammenlebens widmet.

Darüber hinaus bietet der WDR im Digitalradio mit 1LIVE Diggi ein musikgeprägtes Programm an, das sich mit altersadäquater Information und Unterhaltung an ein junges Publikum richtet und als einzige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt mit KiRaKa einen eigenen Kinderradiokanal. Dort werden die vorhandenen Kinderangebote des WDR Hörfunks gebündelt, teilweise ergänzt und neu zusammengestellt.

Diese Vorgaben im Blick behaltend, hat der WDR in den vergangenen Jahren die Programmprofile seiner Wellen zeitgemäß weiterentwickelt. Damit hat er auch auf die Bedürfnisse und Anregungen der Hörerschaft reagiert: So ist die Wirtschaftsberichterstattung in den vergangenen Jahren ausgeweitet worden, 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 haben den Wort- und Informationsanteil ausgebaut, die Darstellungsform der Reportage ist im WDR Hörfunk gestärkt worden. Dem Wunsch nach regionaler Information hat der WDR zum Beispiel durch die neu ins WDR 5-Programm genommene Sendung „Thema NRW“ (einstündige Sendung aus einem Regionalstudio) entsprochen. Die kontinuierlich guten Ergebnisse der Media-Analyse (MA) sieht der WDR ebenso als Bestätigung seiner Strategie an wie die Platzierung

dreier seiner Wellen (1Live, WDR 2, WDR 4) unter den zehn meist gehörten Programmen in Deutschland.

Die inhaltliche und programmliche Ausrichtung des WDR-Onlineangebotes hat sich nach Kompetenzen und Schwerpunkten im Zeitraum seit 2000 kontinuierlich weiterentwickelt. Nach einer ersten Phase der organisatorischen und inhaltlichen Professionalisierung in den Jahren 2000 bis 2002 wurden im Onlineangebot zwei klare inhaltliche Schwerpunkte einerseits auf die NRW-Berichterstattung – originär bei „WDR.de“ und als Zulieferung für tageschau.de – und auf das ARD-Sportangebot „sportschau.de“ gelegt, das der WDR federführend betreut. Daraus ergibt sich für die WDR Online-Journalisten eine hohe NRW-Kompetenz und für die Mitarbeiter im sportschau.de-Team eine hohe Sportkompetenz. Für die Onlineredakteure des WDR wurde über die Jahre durch die VPRT-Beschwerde bei der EU-Kommission, durch die zahlreichen kleinteiligen Regelungen des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags oder auch durch die Verleger-Klage gegen die tagesschau.de-App eine – verglichen mit Programmredakteuren aus Radio und Fernsehen – hohe medienrechtliche Kompetenz für ihre Arbeit immer wichtiger.

Im Onlineangebot des WDR liegen Schwerpunkte auf der Vermittlung von Medienkompetenz, auf der Berichterstattung über Netzthemen und über Themen der Digitalisierung in allen Bereichen. Seit einigen Jahren wird die interaktive Auseinandersetzung und Begegnung mit dem Nutzer immer wichtiger. Web 2.0 und Soziale Medien machen das ganze Leben interaktiver, schneller und aktueller – und das macht natürlich auch vor dem Medienbereich nicht halt. Im Gegenteil: In zunehmendem Umfang wollen die Nutzer in die Erstellung „ihres“ Onlineangebotes, des gebührenfinanzierten WDR.de-Angebotes eben, mit eingebunden werden.

Eindeutig stabilisiert hat sich die Schwerpunktsetzung bei der journalistischen Veröffentlichungspraxis: verlässlich geht vor schnell. Besonderen Wert legt die Redaktion auch auf die Staatsferne des gesamten Angebotes.

Zur programmlichen Ausrichtung ist auch das Bemühen um die Ansprache jüngerer Zielgruppen mit typischen Qualitätsinhalten des WDR – natürlich auch aus dem Radio und Fernsehprogramm zu sehen.

Schwerpunkt und programmliche Ausrichtung gleichermaßen ist das konsequente Engagement des WDR für möglichst weitgehende Barrierefreiheit im Online-Angebot – und zwar schon seit dem Jahr 2000, also lange vor dem Geltungszeitpunkt der gesetzlichen Regelung durch die BITV NRW.“

86. Welche Änderungen bei Schwerpunkten der inhaltlichen und programmlichen Ausrichtung des WDR-Rundfunkangebotes und Senderprofils sind nach heutigem Kenntnisstand für den Zeitraum der kommenden Jahre bis 2020 geplant? (bitte aufgeschlüsselt nach den Bereichen Fernsehen, Radio und Internetauftritt beantworten)

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) erklärt dazu:

„Ein Planungshorizont von 10 Jahren ist für ein Medienunternehmen aufgrund der technischen, gesellschaftlichen und programmlichen Dynamik im Konkurrenzumfeld nicht belastbar zu prognostizieren.

Aus heutiger Sicht und bei konservativer Betrachtung des bestehenden Programmportfolios sind aber für das Fernsehen zwei Grundannahmen zu treffen:

1. Im Zusammenhang mit der digitalen Programmverbreitung werden die meisten Haushalte mehr Programmangebote von mehr Programmanbietern empfangen können,
2. Mit der zunehmenden nicht-linearen Programmverbreitung (Mediatheken, Video-on-Demand-Plattformen, mobile Angebote wie iTunes etc.) werden die Programmangebote auch zunehmend zeitunabhängig und ortsunabhängig verbreitet und rezipiert werden.

Damit bedürfen die Sendungen im linearen Programm zukünftig voraussichtlich noch stärker einer Profilierung im Sinne eines starken Markencharakters, um wiedergefunden und wiedererkannt zu werden.

Denkbar wäre zum Beispiel das derzeit sehr differenzierte Sendungsangebot in den einzelnen Genres perspektivisch unter mehreren starken Dachmarken zusammenzufassen, damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk als „Absender“ dieser Programme besser erkennbar wird.

Bezogen auf das lineare Programmschema im Fernsehen sind größere Reformen/Neuausrichtungen in den vergangenen Jahren nicht mehr vorgenommen worden. Es gibt aktuell kein Genre, das nach heutigem Stand nicht fortgeführt werden soll. Der Schwerpunkt der Aktivitäten zur Modernisierung und vor allem Verjüngung basiert auf Veränderungen im bestehenden Programm – so lange das Zuschauerinteresse dabei auf hohem Niveau gehalten werden kann.

Da das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung ausweislich der Media-Analyse stabil und der WDR mit seinen Angeboten weiterhin erfolgreich ist, kann es bei der Weiterentwicklung des WDR-Hörfunkangebotes nicht um grundsätzliche Reformen gehen. So wird Radio im Wesentlichen ein Begleitmedium bleiben, das sich im Übrigen auch parallel zu anderen Medien (Internet) nutzen lässt. Die Herausforderung besteht darin, die Radioprogramme entsprechend den sich verändernden Bedürfnissen und die (Medien-) Nutzungsgewohnheiten der Hörerinnen und Hörer weiter zu entwickeln. Dabei muss insbesondere die Erreichbarkeit des jungen Publikums sichergestellt werden.

Es wird erwartet, dass sich die Nutzung der Radioangebote weiter differenziert, hier dürfte das Digitalradio (terrestrisch sowie per Internet) eine bedeutende Rolle spielen. Neben zusätzlichen Ausspielwegen dürfte auch die On-demand-Nutzung (Podcasting, Download-Angebote, Streaming-on-Demand) eine Stärkung erfahren. Radio wird in zunehmendem Maße multimedial. Es wird auf Bildschirmen Zusatzinformationen liefern, wie sie heute schon aus den Smartphone-Angeboten bekannt sind: Programmbegleitende graphische und textliche Angebote wie Playlists, Nachrichten, Wetter- und Verkehrsinformationen sollen auf den Endgeräten mit Bildschirm nutzbar sein.

Um auch in Zukunft den Kontakt zur jungen Zielgruppe zu behalten, ist eine stärkere Vernetzung von 1LIVE mit dem Fernsehen und dem Online-Angebot des WDR geplant. Der Anteil der Hörerinnen und Hörer mit Migrationshintergrund wird weiter steigen, dies wird in den nächsten Jahren Anpassungen erfordern.

Da sich das Internet dynamisch entwickelt, lässt sich eine Prognose bis 2020 für kein Online-Angebot treffen – auch nicht für das des WDR. Zudem ist rückblickend festzustellen, dass die Neuregelungen und Nachwirkungen des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags die Internetarbeit im WDR deutlich eingeschränkt haben. Zahlreiche Redakteure und Webtechniker sind damit beschäftigt, etwa Mechanismen für Verweildauerfristen zu finden, zu etablieren und zu kontrollieren, um „abgelaufene“ Seiten zu löschen oder bestehende oder geplante Inhalte gemäß den neuen Regelungen zu bewerten – Ressourcen, die bei der Weiterentwicklung eines innovativen, kreativen Online-Programms fehlen.

Absehbar ist nach heutigem Kenntnisstand, dass der WDR die Multimedialität seiner Angebote weiter ausbauen wird und den Bereich der Interaktivität, der Kommunikation mit den Nutzern, weiter intensivieren wird. Dazu zählen auch Aktivitäten in Sozialen Medien, etwa dem Sozialen Netzwerk „Facebook“, bei „Google Plus“ und dem Microblogging-Dienst „Twitter“. Da sich dort vor allem junge Menschen vernetzen, bieten Soziale Medien für den WDR die Chance, junge Menschen über persönliche Empfehlungen aus dem Freundeskreis für WDR Programmangebote und Inhalte zu interessieren. Zugleich stellen sie eine Herausforderung dar: die Anpassung an ein neues Rollenverständnis, in dem der WDR nicht ausschließlich als Sender, sondern auch als Dialogpartner des Bürgers auftritt – in dem er aber gleichzeitig seine journalistische Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und Objektivität wahrt.

Ebenfalls geplant ist eine Harmonisierung des WDR-Internetangebots. Seit Anfang des Jahres 2011 ist ein neues System – verbunden mit einem neuen Layout – im Einsatz, das angefangen von „WDR.de“ über die Startseiten „WDR.de“ (August 2011) dann „sportschau.de“ (02/12) und die „WDR Mediathek“ (11/12) in eine einheitliche technische Umgebung überführt. Schrittweise sollen dann alle WDR-Auftritte in dem neuen System hergestellt werden, um Inhalte leichter austauschen zu können, Ressourcen zu schonen und das Erscheinungsbild der WDR-Seiten insgesamt weiter zu konsolidieren und somit nutzerfreundlicher zu gestalten.

Es ist sehr wahrscheinlich, dass bis zum Jahr 2020 vor allem Inhalte aus den Bereichen Information und Bildung das Online-Angebot des WDR dominieren werden. Interessante und attraktive Unterhaltungsangebote werden durch die Bestimmungen der sog. Negativliste des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags zumindest stark erschwert.

Schließlich sei noch darauf hingewiesen, dass zur programmlichen Ausrichtung auch das konsequente Engagement des WDR für möglichst weitgehende Barrierefreiheit zählt.

Nahezu alle Seiten des WDR-Internetangebots sind barrierefrei. Unabhängig von den Ausgabegeräten und Internetbrowsern kann das Angebot uneingeschränkt genutzt werden: technische Hilfsmittel wie Screenreader, Braillezeile, Readspeaker und Großbildsysteme o.ä. werden unterstützt. Hinzu kommen redaktionelle Standards, z.B. werden Fremdwörter oder Abkürzungen weitgehend vermieden oder alternativ gekennzeichnet und erklärt. Für hörgeschädigte Zuschauer und Nutzer bietet der WDR die Möglichkeit, in speziell aufbereiteten WebTV-Ausgaben zahlreicher Fernseh-Sendungen Untertitel und Gebärdendolmetscher-Einblendungen zuzuschalten. Dieses Angebot soll perspektivisch in die WDR Mediathek übertragen werden.

Der Programmbereich Internet verantwortet auch die Untertitelung und die Audiodeskription im WDR Fernsehprogramm. Die Untertitelung wurde in den vergangenen Jahren stark ausgeweitet: von 12.500 untertitelten Sendeminuten im Jahre 2006 auf rund 200.000 seit 2009. Im vergangenen Jahr hat der WDR 60 Prozent Programms untertitelt; bei den Zulieferungen für die ARD sogar 90 Prozent. In diesem Bereich nimmt der Sender innerhalb der ARD seit Jahren eine Vorreiterrolle ein.

Für Menschen mit Sehbehinderungen bietet der WDR bei ausgewählten Filmen, meist Tatort-Folgen aus Münster und Köln, eine Hörfilmfassung (Audiodeskription) an: Durch ein neues Verfahren konnte die Produktion 2010 im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt werden: auf insgesamt über 3.000 Sendeminuten. Mit der Reihe *Abenteuer Erde* wurden dabei erstmals auch Dokumentationen mit Hörfilmfassungen versehen. 2011 wird die Anzahl der Sendeminuten mit Audiodeskription voraussichtlich sogar auf fast 5.000 steigen.

Gemäß dem Beschluss der ARD-Intendantensitzung für einen weiteren Ausbau der Barrierefreiheit im ARD Programm wird der WDR sein Engagement in diesem Bereich noch weiter intensivieren.“

87. Welche Investitionsschwerpunkte differenziert nach den Bereichen Programm, Personal und Sachausstattung / Einrichtungen sind für jeweils welche Bereiche in jeweils welcher Größenordnung beim WDR in den nächsten Jahren für den Zeitraum bis 2020 geplant?

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) hat dazu mitgeteilt:

„Die Mittelfristige Finanzplanung ist gemäß § 46 FinO-WDR für einen Zeitraum von fünf Jahren aufzustellen. Das erste Planjahr ist das laufende Haushaltsjahr. Die Mittelfristige Finanzplanung ist der Haushalts- und Wirtschaftsführung für diesen Zeitraum zugrunde zu legen. Der Entwurf zur Haushaltsplanung 2012 umfasst für den mittelfristigen Planungszeitraum die Jahre 2011 bis 2015.

Hiernach sind folgende Programmausgaben geplant:

Hörfunk-Programm (in T€):

2011	86.287
2012	90.404
2013	86.897
2014	87.645
2015	86.893

Fernseh-Programm (in T€):

2011	404.187
2012	435.479
2013	400.755
2014	431.470
2015	406.927

Personal (in T€):

	Personal- aufwendungen *	Personal- stellen	Personal- abbau
2011	316.597	4.290,0	-16,0
2012	325.487	4.279,0	-15,0
2013	329.935	4.264,0	-15,0
2014	334.539	4.249,0	-15,0
2015	339.196	4.234,0	-15,0
2011-2015 gesamt	1.645.754	4.234,0	-76,0

* Arbeitsentgelte und Soziale Aufwendungen

Sachausstattung / Einrichtungen:

Hinsichtlich der Investitionen in das Anlagevermögen wird in den nächsten Jahren die Vernetzung der einzelnen Produktionsbereiche im Hörfunk und im Fernsehen voranschreiten. Die alten analogen Programmdateibestände auf Film und Band werden sukzessive auf neue Medien überspielt, die dann in digitalen Archivsystemen allen Produktionskomplexen über Netzanbindungen zur Verfügung stehen sollen. Geplante Erneuerungs-Investitionen sollen zu Teilen dazu genutzt werden, den Umstieg in die HDTV-Produktionstechnik sukzessive auf wirtschaftlichem Weg zu ermöglichen. Weiterhin wird in vielen Bereichen, unter Einbeziehung der neuesten Technologien, die Optimierung von Arbeitsprozessen weiter vorangetrieben, um Synergieeffekte zu nutzen und den WDR für die Zukunft richtig aufzustellen. So sind u. a. die Erneuerung der Fernseh-Produktionstechnik im Funkhaus Düsseldorf, die Errichtung einer neuen Produktionsinfrastruktur für den Hörfunk und verschiedene Investitionen im Zusammenhang mit der Umstellung auf das hochauflösende Fernsehen (HD-Technik) im Studio C und E, den Fernsehübertragungswagen 2 und 4, in der Sendeabwicklung für das WDR-Fernsehen sowie in der Programmverbreitung in den Jahren bis 2016 geplant. Für die Realisierung dieser Maßnahmen ist insgesamt ein jährliches Investitionsvolumen von rund 40 Mio. € vorgesehen. Darüber hinausgehende konkrete Planungen bis 2020 liegen im WDR noch nicht vor und sind in Anbetracht des schnellen technischen Wandels im Medienbereich nur schwer leistbar.

Hervorzuheben sind für die nächste Zeit die folgenden Projekte:

RegioNet 2.0: Für das Jahr 2012 sieht der WDR einen Ausbau seines Glasfasernetzes in NRW vor. Es ist beabsichtigt, ein 10 Gbit/s-Netz als Rückgrat für die vernetzte Produktion an den NRW-Standorten des WDR zur Stärkung der regionalen Berichterstattung einzusetzen. Hiermit legt der WDR den Grundstein, dem Publikum Beiträge auch aus seinem direkten Lebensumfeld in zukunftsweisender Technik anbieten zu können.

Aufbau eines HD-Uplinks in Langenberg: Parallel zu den geplanten HDTV-Ausstrahlungen der Dritten Programme über Satellit von BR, NDR und SWR soll das WDR-Fernsehen ab Mai 2012 ebenfalls in HDTV ausgestrahlt werden. Für WDR HD soll der vorhandene ARD / WDR-Regionaltransponder genutzt werden, der noch bis Ende 2018 zur Verfügung steht. Darüber hinaus ist beim WDR der Aufbau eines weiteren Satelliten-Uplinks und der zugehörigen Multiplextechnik für High-Definition-Fernsehen (HDTV) vorgesehen. Im ersten Schritt sollen ab dem 1. Januar 2014 drei Fernsehprogramme der ARD im HDTV-Standard über das Satellitensystem von SES ASTRA verbreitet werden. Nach einer neuen Programm-sortierung der ARD/WDR-Satellitentransponder soll der Uplink im zweiten Schritt ab dem Jahr 2019 die Ausstrahlung des WDR-Fernsehprogramms in HDTV und der regionalen Aus-einanderschaltungen übernehmen.“

88. *Wie hat sich der Marktanteil sowohl des WDR-Fernsehprogramms als auch der einzelnen WDR-Hörfunksender jeweils jährlich seit 2000 landesweit entwickelt, und welche regionalen Unterschiede gibt es diesbezüglich?*

Für die Hörfunksender ist die Tagesreichweite maßgeblich. Siehe dazu die Antwort zu Frage 77. Die Entwicklung der Marktanteile des Fernsehprogramms des Westdeutschen Rundfunks (WDR) zeigt die nachfolgende Tabelle:

Tab. 88.1: Marktanteil WDR Fernsehen, Mo. – So. 3-3 Uhr

Jahr	Marktanteil, gesamt ab drei Jahren, Nordrhein-Westfalen (in %)
2000	6,6
2001	6,6
2002	6,6
2003	6,6
2004	7,2
2005	7,3
2006	7,1
2007	7,0
2008	6,8
2009	7,3
2010	7,1
2011 (bis 12.9.)	7,1

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, 01.01.2000-12.09.2011

89. Welche zehn Serien sowie welche zehn Einzelsendungen haben jeweils differenziert nach WDR-Hörfunk und WDR-Fernsehen im Zeitraum der letzten zehn Jahre die höchsten Einschaltquoten erlangt? Wie hoch waren diese jeweils in Prozent und absoluten Zahlen?

Der Landesregierung lagen hierzu keine eigenen Informationen vor. Die Befragung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) hat folgende Erkenntnisse gebracht:

Das Medium Radio erfährt im Tagesverlauf am Morgen (ca. zwischen 7.00 Uhr und 11.00 Uhr) die höchste Reichweite. Entsprechend erzielen auch im Hörfunkbereich nach Auskunft des WDR die Morgensendungen der Massenprogramme 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 die höchsten Reichweiten. Die Analyse der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) ergab zuletzt die folgenden Tagesreichweiten (deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahre in NRW, jeweils von Mo. – Fr., Zuschauerzahl und Marktanteil):

1LIVE:

05:00 - 10:00 Uhr: Olli Briesch & Imhof / Tobi Schäfer & Bursche:
2,59 Millionen, 16,2 Prozent

WDR 2:

05:00 - 09:00 Uhr: WDR 2 Morgenmagazin
2,16 Millionen, 13,5 Prozent

WDR 4:

06:00 - 10:00 Uhr: Guten Morgen!

1,71 Millionen, 10,7 Prozent

Im Bereich Fernsehen erzielten die folgenden Programme des WDR die höchsten Reichweiten seit dem 1. Januar 2000 (Reichweite in der Zuschauergruppe ab 3 Jahren in NRW, Zuschauerzahl und Marktanteil; Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, 01.01.2000-12.09.2011):

Top 10 Einzelsendungen im WDR Fernsehen

1. „Lokalzeit“ vom 18.01.2007, Beginn: 19.30 Uhr, Dauer 0:29:00 min., 2,04 Millionen, 27,2 Prozent
2. „WDR extra - Orkan in NRW“ vom 18.01.2007, Beginn: 20.15 Uhr, Dauer 0:32:03 min., 1,89 Millionen, 23,1 Prozent
3. „Sport im Westen Extra - Finale Handball II“ vom 02.02.2003, Beginn: 18.50 Uhr, Dauer 0:48:03 min., 1,63 Millionen, 22,3 Prozent
4. „Aktuelle Stunde“ vom 18.01.2007, Beginn: 18.50 Uhr, Dauer 0:39:30 min., 1,61 Millionen, 23,4 Prozent
5. „WDR extra - Viele Tote und Hunderte Verletzte - Massenpanik bei der Love Parade“ vom 24.07.2010, Beginn: 19.50 Uhr, Dauer 0:10:00 min., 1,53 Millionen, 36,4 Prozent
6. „WDR extra: Schneechaos auf den Straßen - Tief Petra zieht über NRW“ vom 16.12.2010, Beginn: 20.15 Uhr, Dauer 0:30:00 min., 1,50 Millionen, 20,2 Prozent
7. „Tatort“ vom 20.01.2005, Beginn: 20.15 Uhr, Dauer 1:27:00 min., 1,47 Millionen, 19,6 Prozent
8. „Kommunalwahl 2004, Folge 5“ vom 26.09.2004, Beginn: 19.30 Uhr, Dauer 0:29:00 min., 1,46 Millionen, 23,4 Prozent
9. „Der 90. Geburtstag oder Dinner for One“ vom 31.12.2010, Beginn: 18.50 Uhr, Dauer 0:17:46 min., 1,41 Millionen, 27,1 Prozent
10. „Tatort“ vom 30.12.2004, Beginn: 20.15 Uhr, Dauer 1:22:44 min., 1,39 Millionen, 18,4 Prozent

Top 10 Serien im WDR Fernsehen

1. Die Anrheiner, So. 17.45 Uhr, 535 Folgen: 0,42 Millionen, 10,1 Prozent
2. Adelheid und ihre Mörder, So. 17.00 Uhr, 23 Folgen: 0,40 Millionen, 5,8 Prozent
3. Ein Fall für die Anrheiner, So. 17.45 Uhr, 8 Folgen: 0,37 Millionen, 10,2 Prozent
4. Auf Achse, Mo. 20.15 Uhr, 7 Folgen: 0,37 Millionen, 5,1 Prozent
5. Großstadtrevier, So. 17.00 Uhr, 60 Folgen: 0,36 Millionen, 9,1 Millionen
6. Der Dicke, Mi. 22.15 Uhr, 39 Folgen: 0,35 Millionen, 6,4 Prozent
7. Auf eigene Gefahr, So. 17.00 Uhr, 40 Folgen: 0,32 Millionen, 9,1 Prozent
8. Das Haus am Eaton Place, So. 17.00 Uhr, 52 Folgen: 0,31 Millionen, 8,0 Prozent
9. Der Doktor und das liebe Vieh, So. 17.00 Uhr, 26 Folgen: 0,29 Millionen, 8,0 Prozent
10. Julia - Eine ungewöhnliche Frau, So. 17.00 Uhr, 26 Folgen: 0,29 Millionen, 8,5 Prozent

90. Welche einzelnen TV-Formate sind seitens des WDR seit dem Jahr 2000 jeweils für das gemeinsame erste Programm der ARD sowie für einzelne andere dritte Programme innerhalb der ARD-Senderfamilie produziert worden? (bitte einzeln aufschlüsseln)

91. Welchen Marktanteil beziehungsweise welche Reichweite erlangten diese WDR-Produktionen jeweils für das erste ARD-Programm beziehungsweise bei der Ausstrahlung in anderen dritten Programmen? (bitte einzeln aufschlüsseln)

Zu den Fragen 90 und 91 hat der Westdeutsche Rundfunk (WDR) zusammengefasst wie folgt Stellung genommen:

„Die folgende Tabelle listet eine Auswahl der wichtigsten WDR-produzierten Sendungen zur Ausstrahlung im ARD-Programm Das Erste seit dem 01. Januar 2000 inklusive Anzahl der Folgen und Reichweite (Zuschauer in der BRD ab 3 Jahren, Sehbeteiligung in Mio. und Marktanteil in Prozent; Quelle: WDR). Zusätzlich zu der Auswahl wurden weitere WDR-Formate zum ARD-Programm zugeliefert, vor allem in den Bereichen:

1. Einzel-Dokumentationen und Reportagen
2. Naturdokumentationen
3. Ereignisbezogene Sondersendungen (zum Beispiel zum Weltjugendtag, „Ich stelle mich“)
4. Gottesdienste/Verkündigungssendungen
5. Fernsehfilme und Kinoproduktionen
6. Einzelformate im Bereich Kabarett/Comedy
7. Zulieferungen zu Tagesschau, Tagesthemen, Nachtmagazin, ARD-Mittagsmagazin
8. Wahlsendungen

Tab. 90.1: Auswahl an „ARD Das Erste“-Sendungen mit Herkunftsender WDR seit dem 1. Januar 2000

Titel	Anzahl	Zuschauer gesamt ab drei Jahren, BRD gesamt	
		Sehbeteiligung in Mio.	Marktanteil
Programm-Events			
Filmmittwoch	101	4,17	13,5
Unterhaltung Do 20.15 Uhr	32	4,14	14,3
Unterhaltung Sa 2015	64	4,56	15,9
Karnevalssendungen	95	3,72	16,6
Diverse Formate (alphabetisch)			
ABENTEUER AIRPORT	348	1,04	10,8
ABNEHMEN IN ESSEN	347	1,13	10,7

Titel	Anzahl	Zuschauer gesamt ab drei Jahren, BRD gesamt	
		Sehbeteiligung in Mio.	Marktanteil
ABENTEUER WILDNIS	13	0,80	8,6
alfredissimo	145	0,89	9,7
ARD Brennpunkt	65	5,42	18,3
ARD-Morgenmagazin (Mo.-Fr.)		0,57	22,3
ARD-Ratgeber (Sa/So)	295	1,56	10,1
AUF EIGENE GEFAHR	97	1,77	14,9
BOULEVARD BIO	100	1,73	7,3
Das Wort zum Sonntag	140	2,34	12,3
DER FAHNDER	52	3,02	11,4
DER 7. SINN	16	3,38	11,2
Der Popolski Show	6	1,73	8,0
Der Tod ist kein Beinbruch	8	4,41	15,6
Die Lotto-Show	36	1,05	9,6
DIE SCHOENSTE SACHE DER WELT	109	0,47	8,8
DITTSCHÉ	16	0,44	7,6
Dittsche - Das wirklich wahre Leben	8	1,60	15,7
Druckfrisch	21	0,50	4,8
Ein gutes Los für alle	211	3,08	14,2
Ein Team für alle Felle	16	0,66	7,2
Europamagazin	347	0,71	7,8
FAMILIE HEINZ BECKER	30	2,89	11,6
FARBE BEKENNEN	8	2,64	9,3
Gabi Bauer	72	0,69	7,7
GELD ODER LIEBE	22	3,07	16,4
GLOBUS	20	1,06	8,0
HARALD SCHMIDT	173	1,39	8,9
Hart aber fair	264	1,67	12,3
Im Angesicht des Verbrechens	10	1,92	7,8

Titel	Anzahl	Zuschauer gesamt ab drei Jahren, BRD gesamt	
		Sehbeteiligung in Mio.	Marktanteil
Jahrestage	12	1,47	10,0
Joachim Gauck	20	0,88	6,1
KULTURWELTSPIEGEL	92	0,87	8,2
Land und lecker	12	0,84	9,3
Legenden	21	1,57	9,9
Liebe an der Macht	15	1,72	10,0
Lindenstrasse	576	4,13	16,9
Menschen bei Maischberger	266	1,54	11,2
MONITOR	322	1,74	11,5
Mord mit Aussicht	19	4,50	15,0
NightWash	22	0,45	6,7
Papageien, Palmen & Co.	40	1,34	11,8
Pinguin, Löwe & Co.	94	2,08	15,7
PLANET ERDE	15	2,13	9,6
PLUSMINUS	156	1,68	11,8
Presseclub	784	0,85	10,6
Schimanski	4	6,26	17,7
Schmidt & Pocher	40	1,34	9,2
Sportschau (Sa)	240	2,38	14,7
Sportschau Fußball Bundesliga	656	5,61	26,4
Sportschau (So)	480	2,09	10,5
STUDIO EINS	1173	1,58	9,4
Sturm der Liebe	1378	2,79	24,7
TATORT (Herkunftssender WDR - Erstausstrahlungen/Wiederholungen)	127	5,33	20,1
TATORT (Herkunftssender WDR - nur Erstausstrahlungen)	71	8,16	23,6
ttt - titel thesen temperamente	85	0,69	6,4
VATER WIDER WILLEN	87	0,56	12,8

Titel	Anzahl	Zuschauer gesamt ab drei Jahren, BRD gesamt	
		Sehbeteiligung in Mio.	Marktanteil
Verbotene Liebe	2733	2,34	14,4
W wie Wissen	139	1,07	8,6
WAT IS	102	0,79	12,9
Weltreisen	196	0,72	9,2
Weltspiegel	276	1,39	9,6
Windstärke 8 - Das Auswandererschiff 1855	12	1,29	8,8

Quelle: WDR

Tab. 90.2: Auswahl an ARD Das Erste-Sendungen im Kinderprogramm mit Herkunftsender WDR

Titel	Anzahl	Zuschauer gesamt ab drei Jahren, BRD gesamt	
		Sehbeteiligung in Mio.	Marktanteil
Kinderprogramm (nach Anzahl d. Folgen)			
Die Sendung mit der Maus	607	1,03	10,6
Wissen macht Ah!	526	0,34	9,4
neuneinhalb	412	0,35	6,4
Kopfball	265	0,68	7,3
Jim Knopf	226	0,15	6,6
Fix & Foxi	207	0,11	7,1
Blaubär und Blöd	191	0,23	8,1
Die Abenteuer von Paddington Bär	126	0,16	8,3
neun1/2	125	0,40	6,2
Oiski! Poiski!	123	0,12	5,9
SISSI	110	0,12	5,8
Hexe Lilli	108	0,11	5,3
Rennschwein Rudi Rüssel	106	0,34	6,6
Piratenfamilie	105	0,18	8,5
ALS DIE TIERE DEN WALD VERLIESSEN	78	0,13	6,0
Au Schwarte!	52	0,11	5,9
BLINKY BILL	52	0,09	5,8
Gawayn	52	0,12	4,0
Tier hoch vier	50	0,52	5,9
Pitt & Kantrop	42	0,08	4,2

Der kleine Eisbär	37	0,31	8,5
KÄPT'N BLAUBÄR CLUB	37	0,24	9,0
Cosmic Cowboys	26	0,08	5,5
Maus-Club	26	0,22	8,3
Nick & Perry	26	0,20	9,4
NULL-ACHT-13	26	0,33	6,3
Urmel	26	0,08	5,3
Das hässliche Entlein und ich	25	0,10	5,3
Frag doch mal die Maus	25	3,00	15,7
Kleine Geschichten von wilden Tieren	25	0,36	6,8
Chamäleon	23	0,34	8,0
Alina	21	0,69	9,0
DIE KLEINEN STROLCHE	21	0,23	6,7
Shaun das Schaf	21	0,19	5,9
Kinderweltspiegel	20	0,32	7,2
Paulas Sommer	19	0,31	6,8
Petzi und seine Freunde	14	0,22	8,7
Pik Sieben	13	0,26	8,8
WUNDERSAME GESCHICHTEN	8	0,39	8,6

Quelle: WDR

Reichweitendaten zur Ausstrahlung der Programme in anderen dritten Programmen der ARD liegen nicht vor.“

92. Mit welchen einzelnen Instrumenten und welcher Kontinuität gewährleistet und überprüft der WDR-Rundfunk nach den der Landesregierung vorliegenden Erkenntnissen die journalistische Qualitätssicherung in seinem Programmangebot? Was sind hierfür die maßgebenden Kriterien? (Ergebnisse und Methodik bitte aufgeschlüsselt nach den Bereichen Fernsehen, Radio und Internetauftritt darstellen)

Wie schon in der Antwort zu Frage 56 ausgeführt, äußert sich die Landesregierung wegen der verfassungsrechtlich geschützten Programmautonomie der Rundfunkveranstalter nicht zu einzelnen programmlichen Fragen.

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) teilt hierzu folgendes mit:

„Die Fernsehprogrammdirektion überprüft kontinuierlich die Qualität ihrer Sendungen und Beiträge unter journalistischen und anderen Aspekten. Maßgeblich hierfür sind folgende Regelungen:

1. Das WDR-Gesetz in der Fassung (i.d.F.) vom 5. Juli 2011, hier § 4a Erfüllung des Programmauftrags.
2. Die WDR-Programtleitlinien vom 19. September 2008, hier insbesondere Ziffer 01 – Qualität, Abschnitt Qualitätssicherung, und Ziffer 05 – Information.

3. Die Dienstanweisung des Intendanten zur Regelung der Programmverantwortung i.d.F. vom 7. Februar 1990, hier insbesondere II. Grundsätze der Programmarbeit, III. Überwachung und Abnahme von Sendungen und V. Beweissicherung.
4. Die Richtlinie für unabhängige Wirtschaftsberichterstattung und besondere Regelungen für die Finanzmarktberichterstattung vom 5. Mai 2008 zur Gänze.

Darüber hinaus führt die Fernsehprogrammleitung seit über zehn Jahren ein vorbildliches Programmcontrolling-Verfahren durch. Hier werden neben Publikumsakzeptanz und Kosten auch die Qualität der Fernsehprogramme überprüft. Zu jedem Format beziehungsweise Sendeplatz existiert eine Zielvereinbarung, die jährlich aktualisiert wird und die auch Qualitätsziele umfasst. Kriterien sind beispielsweise Informationswert, Glaubwürdigkeit, Aktualität und Relevanz von Themen, Fairness in der Berichterstattung, Wissensvermittlung und Verständlichkeit. In etwa zweijährigem Abstand werden in einem Monitoring mehr als 100 Zuschauer befragt, um zu prüfen, ob die Ziele auch erreicht werden. Ergänzt wird das Monitoring durch die Befragung von Experten sowie quantitative und qualitative Studien der Medienforschung.

Die Ergebnisse dieses Verfahrens enthalten personenbezogene Daten, da immer auch Programmprotagonisten in die Untersuchung einbezogen werden. Auch sind die Ergebnisse für Konkurrenzunternehmen unmittelbar verwertbar, so dass sie den Charakter von Geschäftsgeheimnissen haben. Auf eine Darstellung wird darum hier verzichtet.

Die Qualitätssicherung im WDR Radio kann in zwei Bereiche unterteilt werden: die interne und die externe Qualitätssicherung. Bei der internen Qualitätssicherung prüfen die Redaktionen anhand verschiedener Instrumente, ob die selbst gesteckten Qualitätsziele erreicht werden. Zudem gibt es Instrumente, mit deren Hilfe das Qualitätsniveau gehalten beziehungsweise verbessert werden soll. Die wichtigste Institution ist dabei die Redaktionskonferenz vor und nach einer Sendung. Darüber hinaus gibt es eine große Variationsbreite von Sitzungen, Konferenzen, Klausuren, Workshops und Coachings, die der Qualitätskontrolle und -verbesserung dienen.

Regelmäßige Monitoring-Runden gehören zu den wichtigsten Instrumenten der Qualitätskontrolle in WDR 5. In der Regel gibt es für die täglich stattfindenden Sendungen in jedem Jahr ein Monitoring.

Die Qualitätsziele werden zusammen mit den verantwortlichen Redaktionen erarbeitet. Sie beziehen sich in der Regel auf die Themenauswahl, die Themenumsetzung, die Dramaturgie der Sendung, die Moderation, die Musikauswahl, die Übergänge zur nachfolgenden Sendung und die technische Realisation. Die Jury besteht aus zehn bis zwölf Mitgliedern – Redakteurinnen und Redakteure aus möglichst allen Ressorts von WDR 5, dazu je eine Kollegin beziehungsweise ein Kollege aus der Technik und aus dem Sprecherdienst sowie ein wellenexterner Juror beziehungsweise eine Jurorin. Die Erfahrung hat gezeigt, dass gerade der Blick des externen Jurymitglieds durch den Perspektivwechsel eine wichtige Ergänzung des Monitorings darstellt. Meist handelt es sich um Fernsehredakteure vergleichbarer Sendungen, manchmal kommen die Gäste aus den Regionalstudios oder aber aus anderen Wellen.

Bei der externen Qualitätssicherung nutzt der WDR Quellen von außerhalb des Hauses, um Aufschluss über die Qualität seiner Programme zu erlangen. Maßstab für Qualität ist somit die Einschätzung der Hörerinnen und Hörer oder speziell beauftragter professioneller Programmbeobachterinnen und Programmbeobachter.

Zentrales Instrument dabei ist die regelmäßige Media Analyse, bei der ermittelt wird, wie stark die WDR-Radioprogramme genutzt werden. Daraus können auch Rückschlüsse auf die Qualität gezogen werden. Hinzu kommen eigene Untersuchungen der WDR-Medienforschung wie die Integrierte Programmauswertung, in denen wesentlich stärker als in der Media-Analyse qualitative Aspekte der Programmwahrnehmung abgefragt werden. So werden bei der Integrierten Programmauswertung zum Beispiel Stärken und Schwächen von Sendungen in Form von Einzelinterviews und Gruppendiskussionen ermittelt. Mittlerweile sind auch die Rückmeldungen, die über die Hotlines (per Telefon beziehungsweise Mail) der verschiedenen Wellen die Redaktionen erreichen, zu einem wichtigen Instrument der Qualitätskontrolle (rund 750.000 Kontakte jährlich allein im Hörfunk) geworden. Viele Reaktionen betreffen zum Beispiel die Musikzusammenstellung. Die meisten Radiowellens veranstalten zudem mindestens einmal im Jahr einen Höreritag, bei dem die Hörerinnen und Hörer mit Redakteurinnen und Redakteuren sowie Programmverantwortlichen direkt sprechen können. Die Wünsche, Kritikpunkte, Anregungen und Beschwerden der Hörerinnen und Hörer werden in standardisierten Fragebögen protokolliert, zentral ausgewertet und anschließend den angesprochenen Redaktionen zugeleitet.

Der WDR verfügt auch für alle Programmelemente im Internet über ein explizites Qualitätsmanagement, das in der Programmanweisung der Intendantin verbindlich verankert ist. Darüber hinaus wird durch Medienforschung, Usabilitystudien, Fremdkritiken, Workshops, Klausuren und umfangreiche Fortbildungsmaßnahmen Qualitätssicherung und Weiterentwicklung für alle Sendungen und Produkte regelmäßig aktualisiert und an neue technische Entwicklungen und veränderte gesellschaftliche Bedürfnisse angepasst. Über Web 2.0-Funktionalitäten geben Nutzerinnen und Nutzer zudem gerade dem Onlineangebot ständig Feedback, mit dem sich die Redaktionen beschäftigen.“

93. In welchem Umfang ist der WDR an gemeinsamen ARD-Einrichtungen, Drittanbietern (beispielsweise Produktionsdienstleistern) oder anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkangeboten außerhalb Nordrhein-Westfalens beteiligt? (bitte einzeln aufschlüsseln nach prozentualem und finanziellen Beteiligungsumfang)

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) teilt hierzu folgende Daten mit:

Tab. 93.1: Unmittelbare Beteiligungsunternehmen des WDR (Stand: 31.12.2010)

Unternehmen	Bet.-Ant. (in %)	Stammkapital (in T€)	Bet.- Buchwert (in T€)
German Broadcasting Centre Brussels S.P.R.L., Brüssel	95,00	13.500	14.834
ARD.ZDFmedienakademie gGmbH, Nürnberg	16,80	100	17
ARTE Deutschland TV GmbH, Baden-Baden	11,00	256	28
Institut für Rundfunktechnik GmbH, München	9,29	140	13
Rundfunk-Betriebstechnik GmbH, Nürnberg	8,99	516	146
Deutsches Rundfunkarchiv, gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts, Frankfurt a.M. und Babelsberg	7,14	36	3
SportA Sportrechte und Marketing Agentur GmbH, München	5,56	540	30
Deutsche Presse Agentur GmbH, Hamburg	1,84	16.465	79
ERTICO S.C., Brüssel	1,05	118	1
Summe		31.671	15.169

Quelle: WDR

94. Wie hat sich das WAZ-Lizenzierungsgeschäft seit seinem Bestehen (1. März 2008) entwickelt?

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) teilt hierzu mit:

„Im Rahmen des Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)-Lizenzierungsgeschäfts wurden seit Beginn des Vertrages im Juni 2008 bis zu seinem Ende im Juli 2011 insgesamt 2.361 regionale Beiträge des WDR abgerufen. Dies sind durchschnittlich 61 Beiträge im Monat. Die Beiträge wurden der WAZ zeitgleich mit der Bereitstellung in der WDR-Mediathek regional zur Verfügung gestellt, das heißt ca. zwei Stunden nach der Ausstrahlung des Beitrags.“

95. Wie haben sich Überschuss und Fehlbetrag des WDR jeweils jährlich im Zeitraum seit 2000 entwickelt, und welche Hauptfaktoren sind dabei jeweils für die positiven wie negativen Jahresabschlüsse verantwortlich gewesen?

Tab. 95.1: Überschuss und Fehlbetrag aus der Finanzrechnung des WDR (in T€)

2000	- 19.547,9	(-) gestiegene Aufwendungen für Sportgroßereignisse (Olympische Sommerspiele in Sydney, Fußball WM in Frankreich)
2001	+ 6.552,9	(+) Gebührenerhöhung zum 01.01.2001 von umgerechnet 14,44 € auf 16,15 € p.m. (-) gegenläufig: gestiegene Aufwendungen für die Alters- und Hinterbliebenenversorgung
2002	+ 30.774,7	(+) geringere Aufwendungen für die Alters- und Hinterbliebenenversorgung (+) Gebührenerhöhung aus 2001 wirkt sich fort (-) gegenläufig: gestiegenen Aufwendungen für Sportgroßereignisse (Olympische Winterspiele in Salt Lake City, Fußball WM in Japan und Südkorea)
2003	- 14.272,3	(-) gestiegenes Investitionsvolumen (-) gestiegene Gebäuderückstellungen (-) Mehraufwand im Fernsehen-Programm (u.a. Herstellung anspruchsvoller Familien- und Kinderprogramme, Herstellung ARD-Bundesliga-Sportschau)
2004	+ 9.109,1	(+) Erträge aus der Auflösung von Steuerrückstellungen (abgeschlossene Betriebsprüfung für die Jahre 1994 bis 2000 für verschiedene Betriebe gewerblicher Art) (+) gestiegene Gebührenerträge resultierend aus aktiver Marktbearbeitung (-) gegenläufig: Mehraufwand im Fernsehen-Programm durch Sportgroßereignisse (Olympische Sommerspiele in Athen, Tour de France, Fußball EM in Portugal)
2005	+ 22.691,3	(+) Gebührenerhöhung zum 01.04.2005 von 16,15 € auf 17,03 € p.m. (+) Begrenzung der Investitionsausgaben mittels "Globaler Minderausgabe"
2006	- 9.794,3	(-) Dotierung Sonderrücklagen
2007	+ 15.489,8	(+) geringere Aufwendungen für die Alters- und Hinterbliebenenversorgung (+) geringere Programmaufwendungen als im Vorjahr (2006: Fußball WM in Deutschland)
2008	- 39.625,0	(-) erhöhte Rückstellungszuführungen im Zusammenhang mit Steuerrisiken (-) gestiegene Aufwendungen für die Alters- und Hinterbliebenenversorgung
2009	+ 36.881,5	(+) Gebührenerhöhung zum 01.01.2009 von 17,03 € auf 17,98 € p.m. (+) Entnahme Sonderrücklage für Sonderprojekte im Rahmen der Digitalisierung
2010	+ 8.662,0	(+) gestiegene übrige Betriebserträge (insbesondere Steuererstattungen aus einer erfolgten Betriebsprüfung für die Jahre 2001-2006)

Quelle: WDR

96. Wie bewertet die Landesregierung sämtliche einzelne wettbewerbliche, programmliche und ökonomische Auswirkungen des Umstandes, dass der WDR gemäß eigener Angabe zu 24,9 Prozent an der privaten Radio NRW GmbH mit Sitz in Oberhausen beteiligt ist?

Aus Gründen des Sachzusammenhangs wird Frage 96 gemeinsam mit Frage 105 beantwortet.

Wie in Frage 99 durch die Fragestellerin selbst festgestellt wurde, ist für die Frage der rechtlichen Zulässigkeit der Beteiligung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten an privatwirtschaftlichen Unternehmen insbesondere auf die sechste Rundfunkentscheidung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfGE 83, 238 ff.) abzustellen.

Das BVerfG hat in diesem Urteil nicht nur festgestellt, dass der Gesetzgeber in der dualen Rundfunkordnung verfassungsrechtlich nicht gehalten ist, öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter strikt voneinander zu trennen, sondern darüber hinaus ausdrücklich statuiert, dass der Gesetzgeber bei der Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit befugt ist, Kooperationen zwischen diesen beiden Arten von Veranstaltern zuzulassen, die auch in Form einer gemeinschaftlichen Programmträgerschaft erfolgen können.

Die vom Bundesverfassungsgericht in der sechsten Rundfunkentscheidung festgestellten Anforderungen an ein Gesetz, das eine solche Beteiligung zulässt, erfüllen die §§ 5 Abs. 3 LMG NRW sowie die §§ 3 Abs. 10, 45 WDR-G. Dies bestätigt auch eben dieses Urteil des Bundesverfassungsgerichts, das sich unter anderem mit den Vorschriften, die zur Zeit des Urteils die Beteiligung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) an der Radio NRW GmbH regelten, auseinandergesetzt und diese für mit dem Grundgesetz vereinbar erklärt hat.

Insbesondere ist keine Loslösung von öffentlich-rechtlichen Bindungen festzustellen. Der WDR hat sogar seine Programmgrundsätze weitgehend in die der Radio NRW GmbH (§ 3 Gesellschaftsvertrag der Radio NRW GmbH) eingebracht.

Die Beteiligung des WDR hat es ermöglicht, in NRW den heute bestehenden leistungsfähigen lokalen Hörfunk aufzubauen. Somit trägt die Beteiligung zu einer vielfältigen Hörfunklandschaft bei.

Im Übrigen mindern die aus der Beteiligung an der Radio NRW GmbH fließenden Erträge den im Verfahren bei der Kommission zu Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) auszuweisenden Finanzbedarf des WDR.

Die Landesregierung ist zusammenfassend nicht nur von der Zulässigkeit der Kooperation zwischen dem WDR und Radio NRW überzeugt, sondern begrüßt diese ausdrücklich.

97. Weshalb steht nach Auffassung der Landesregierung die Beteiligung des WDR an Radio NRW im sachlichen Zusammenhang mit den gesetzlichen Aufgaben des WDR (§ 45 Abs. 1 Nr. 1 WDRG), obgleich es sich bei privaten Rundfunkveranstaltern an sich um Konkurrenten des WDR im Zuhörer- und Werbekundenmarkt handelt?

Auftrag des Westdeutschen Rundfunks (WDR) ist es gemäß § 3 I WDR-G, für die Allgemeinheit bestimmten Rundfunk zu veranstalten und zu verbreiten. Gegenstand eines privaten Rundfunkveranstalters ist ebenfalls die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk.

Insofern steht die Beteiligung des WDR an der Radio NRW GmbH nicht nur im sachlichen Zusammenhang mit, sondern stellt sogar einen Teil der Erfüllung seiner gesetzlichen Aufgabe dar. Für diese Bewertung kommt es auf eine etwaige Konkurrenzsituation nicht an.

Zur rechtlichen Beurteilung wird auf die Antwort zu den Fragen 96 und 105 verwiesen. Im Übrigen scheint auch die vorige Landesregierung diese Einschätzungen geteilt zu haben, da die in Frage gestellte Beteiligung des WDR auch in der vorigen Legislaturperiode bestand und gesetzgeberisch keine diese betreffende Initiative getroffen wurde.

98. Welche rechtlichen Bedenken hegt die Landesregierung grundsätzlich gegen die Beteiligung des WDR an einem privaten Rundfunkanbieter? Falls Fehlanzeige: Aus welchen einzelnen Gründen und Erwägungen heraus nicht?

Die Landesregierung hegt keinerlei rechtliche Bedenken gegen die Beteiligung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) an einem privaten Rundfunkanbieter, sondern begrüßt diese Kooperation aus den bereits in der Antwort zu den Fragen 96 und 105 genannten Gründen.

Diese rechtliche Einschätzung gründet in dem verfassungsrechtlich gebilligten gesetzlichen Rahmen des LMG NRW und des WDR-G (siehe ebenfalls oben), der die Rundfunkfreiheit aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG hinsichtlich der Frage der Beteiligung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters an einem privaten Rundfunkveranstalter verfassungskonform ausgestaltet.

99. In seinem 6. Rundfunkurteil (BVerfGE 83, 238) hat das Bundesverfassungsgericht Schranken für die Beteiligung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten an privatwirtschaftlichen Unternehmen aufgezeigt. Unter anderem hat es die Loslösung von öffentlich-rechtlichen Bindungen zu Gunsten von Erwerbszwecken untersagt. Hiernach stellen sich folgende Fragen: In welchem Umfang nutzt der WDR seine Beteiligung an Radio NRW zur Zweit- oder Mehrfachverwertung eigenproduzierter redaktioneller Inhalte?

Dazu hat der Westdeutsche Rundfunk (WDR) auf Anfrage mitgeteilt:

“Es gibt keine Zweit- oder Mehrfachverwertung eigenproduzierter redaktioneller Inhalte von bzw. durch Radio NRW.“

100. In welchem Umfang produziert oder beauftragt der WDR die Erstellung redaktioneller Inhalte zwecks Erstverwertung durch Radio NRW?

Dazu hat der Westdeutsche Rundfunk (WDR) auf Anfrage mitgeteilt:

“Es findet keine Produktion redaktioneller Inhalte durch den WDR zum Zweck der Erstverwertung durch Radio NRW statt. Der WDR beauftragt auch in keinem Fall die Erstellung redaktioneller Inhalte zum Zwecke der Erstverwertung durch Radio NRW.“

101. In welchem Umfang ist der WDR an den bei Radio NRW erzielten Erlösen beteiligt, die sich durch Werbung oder andere Einnahmequellen ergeben?

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) teilt hierzu mit:

„Der WDR hat keine Umsatz-, sondern eine Ergebnisbeteiligung. Er erhält auf der Basis seines Anteils von 24,9 Prozent am Stammkapital der Radio NRW GmbH eine jährliche Dividende.“

Einzelne Ergebnisse aus dieser Beteiligung haben den Charakter von Geschäftsgeheimnissen. Auf ihre Darstellung wird hier darum verzichtet.

102. In welchem Umfang hat der WDR Einfluss auf Inhalt oder Sendeplatz von Werbung oder ähnlichen Vermarktungsmaßnahmen bei Radio NRW?

Aus Gründen des Sachzusammenhangs wird Frage 102 gemeinsam mit Frage 106 beantwortet.

Hierzu hat der Westdeutsche Rundfunk (WDR) angegeben, auf Grund seines Status als Minderheitsgesellschafter keine Einflussmöglichkeiten auf Inhalte, Sendeplatzgestaltung und Vermarktungsmaßnahmen von Radio NRW zu haben.

Der WDR hält aktuell 24,9 Prozent der Anteile an der Radio NRW GmbH. Nach dem Gesellschaftsvertrag der Radio NRW GmbH werden Entscheidungen über die Programmstruktur durch die Gesellschafterversammlung getroffen. Bei diesen Entscheidungen ist zur Beschlussfassung eine Mehrheit von drei Viertel der Stimmen der Gesellschafterversammlung erforderlich (§ 10 Abs. 3 Gesellschaftsvertrag der Radio NRW GmbH). Die Stimmanteile in der Gesellschafterversammlung richten sich nach der Kapitaleinlage des jeweiligen Gesellschafters, wobei jedem Gesellschafter eine Stimme pro Einlage von 500 Euro zukommt. Somit hat der WDR (alleine) keine Einflussmöglichkeiten auf die benannten Entscheidungen.

Über diese rechtliche Ausgestaltung hinaus gibt der WDR an, auch faktisch keinen Einfluss auf die genannten Entscheidungen bei Radio NRW zu nehmen, was von der Radio NRW GmbH bestätigt wurde.

Im Übrigen werden, so der WDR, mit Blick auf die bestehende Wettbewerbssituation zur WDR mediagroup GmbH vom WDR keine vertraulichen Unternehmensdaten von Radio NRW an die WDR mediagroup GmbH weitergegeben.

103. Welche Umsätze und Gewinne generierte der WDR im Zeitraum seit 2000 aus seiner Beteiligung an Radio NRW (bitte einzeln nach Jahren aufschlüsseln)?

Siehe Antwort zur Frage 96. Es gibt für den WDR keine direkte Umsatz-, sondern lediglich eine Gewinnbeteiligung. Die Gewinnanteile sind in der Tabelle 101.1 aufgeschlüsselt.

104. Welcher Anteil dieser Gewinne und Umsätze ist in demselben Zeitraum davon auf werbegenerierte Umsätze und Gewinne von Radio NRW entfallen?

Da die geforderten Angaben den Charakter von Geschäftsgeheimnissen haben wird hier auf eine Darstellung verzichtet.

105. Aus welchen einzelnen rechtlichen wie sonstigen Erwägungen heraus erachtet die Landesregierung eine Finanzierung des WDR über durch Beteiligungen an grundsätzlich keinen Werbebeschränkungen unterliegenden Privatsendern für zulässig beziehungsweise nicht zulässig?

Aus Gründen des Sachzusammenhangs wird Frage 105 gemeinsam mit Frage 96 beantwortet (siehe dort).

106. In welcher Weise und welchem Umfang nimmt der WDR auf Art und Inhalt der Sendeformate von Radio NRW oder deren inhaltliche oder formale Gestaltung Einfluss?

Aus Gründen des Sachzusammenhangs wird Frage 106 gemeinsam mit Frage 102 beantwortet (siehe dort).

107. Wie haben sich jeweils jährlich in den letzten zehn Jahren die Werbeeinnahmen der einzelnen WDR-Hörfunkprogramme, von Radio NRW im landesweiten Mantelprogramm und der jeweils einzelnen Lokalradios vor Ort entwickelt?

Der Landesregierung liegen zu dieser Frage keine weiteren als die von den Rundfunkveranstaltern veröffentlichten Zahlen vor.

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) hat auf Anfrage mitgeteilt, dass sich für seine werbetragenden Wellen 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 in der Summe im Hinblick auf die Nettoumsätze folgendes Bild ergibt:

Tab. 107.1: Nettowerbeumsätze WDR-Hörfunk

WDR mg - Werbefunk, netto nach Skonti gem. ARD-Jahrbuch

in T€	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Werbefunk	66.242	58.467	54.969	50.816	52.478	54.499	53.358	51.333	50.010	50.320	50.155

Im Übrigen, darauf weist die Radio NRW GmbH hin, können die Bruttoumsatzzahlen der einzelnen Werbeträger bis einschließlich 2010 der Nielsen Mediaresearch 2000 – 2010 entnommen werden. Sie lauten:

Tab. 107.2: Bruttoumsätze Werbeträger N II 2000-2010

Jahr	2000	2001	2002	2003
Werbeträger	Brutto in €	Brutto in €	Brutto in €	Brutto in €
RADIO 1LIVE	41.568.016	45.610.556	45.085.306	44.031.834
RADIO NRW	67.607.126	70.877.171	62.389.388	59.748.047
WDR 2	39.599.660	29.758.451	28.508.344	29.718.532
WDR 4	9.439.121	8.372.938	8.730.878	11.605.336
Gesamt	158.213.923	154.619.116	144.713.916	145.103.749

Jahr	2004	2005	2006	2007
Werbeträger	Brutto in €	Brutto in €	Brutto in €	Brutto in €
RADIO 1LIVE	45.442.508	48.150.648	44.696.729	44.599.358
RADIO NRW	66.085.830	77.804.853	68.646.522	77.484.912
WDR 2	30.740.488	33.214.935	37.264.493	36.637.524
WDR 4	15.221.006	16.403.959	13.301.181	10.831.124
Gesamt	157.489.832	175.574.395	163.908.925	169.552.918

Jahr	2008	2009	2010
Werbeträger	Brutto in €	Brutto in €	Brutto in €
RADIO 1LIVE	47.099.633	50.217.090	48.346.000
RADIO NRW	76.502.917	73.555.193	69.582.552
WDR 2	33.084.845	36.359.246	37.516.752
WDR 4	11.351.705	20.058.757	19.659.193
Gesamt	168.039.100	180.190.286	175.104.497

Bezüglich der Werbeumsätze der Lokalradios vor Ort, so wurde auf Anfrage mitgeteilt, liegen der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), dem WDR und auch Radio NRW keine Daten vor.

Auch der Landesregierung selbst sind diese Umsatzzahlen nicht bekannt.

108. Welche konkreten einzelnen Auswirkungen haben die vom Landtag kürzlich im WDR-Gesetz beschlossenen Änderungen bei der Personalvertretung im WDR nach Einschätzung der WDR-Intendanz hinsichtlich der finanziellen, personellen, administrativen und sonstigen Konsequenzen? (bitte ausführliche Darlegung aller sich aus Sicht des WDR für den Sender ergebenden Konsequenzen)

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) schätzt die Konsequenzen folgendermaßen ein:

„Der bisherige § 55 Abs. 5 WDR-Gesetz, wonach Ortskräfte in den Auslandsstudios des WDR Nicht-Beschäftigte im Sinne des § 5 LPVG sind, ist gestrichen worden. Die Einbeziehung der zurzeit etwa 110 Ortskräfte in den Auslandsstudios wird zu einem Mehraufwand und zu einer Verzögerung im Verfahren führen. Da das vor Ort geltende ausländische Recht auch auf die Arbeitsverhältnisse zwingend Anwendung findet, wird dies zu Reflektionen zwischen dem deutschen Mitbestimmungsrecht und dem ausländischen Recht führen. In der Praxis wird die Mitbestimmung des Personalrats erwartbar zu Zeitverzögerungen führen, obwohl sie de facto vor dem Hintergrund der zwingenden Rechtsvorschriften vor Ort zum Teil leerlaufen wird.

Bei der Mitbestimmung in Bezug auf die programmgestaltenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie sie sich aus der Neufassung des § 55 Abs. 2 WDR-Gesetz ergibt, bleiben die konkreten Auswirkungen für den WDR im Einzelfall abzuwarten. Bei Anstalten wie RBB, NDR oder MDR, in denen das Bundespersonalvertretungsgesetz Anwendung findet, bezieht sich die Beteiligung der Personalvertretung hinsichtlich dieses Personenkreises auf die Mitwirkung anstatt auf die Mitbestimmung.

Das am 29.06.2011 geänderte LPVG geht hinsichtlich der Beteiligungsrechte des Personalrats über die Beteiligungsrechte hinaus, die bis zur Novellierung des LPVG im Jahre 2007 gegeben waren. Hinsichtlich der Auswirkungen können aufgrund der Kürze der Zeit noch keine substanziellen Aussagen gemacht werden. Da nun auch arbeitnehmerähnliche Personen der Mitbestimmung unterliegen und wahlberechtigt und wählbar als Personalratsmitglieder sind, sind noch zahlreiche rechtliche Fragen offen. So kann die Eigenschaft als arbeitnehmerähnliche Person erst im Nachhinein festgestellt oder aberkannt werden.

Wie in diesen Fällen das Mitbestimmungsverfahren eingehalten werden kann, muss noch geklärt werden. In den Kreis der arbeitnehmerähnlichen Personen fallen auch die auf Produktionsdauer Beschäftigten, wenn sie wirtschaftlich abhängig und sozial schutzbedürftig sind.

Erhöht hat sich die Zahl der freizustellenden Personalratsmitglieder, weil insbesondere die Personen im Sinne des § 12a Tarifvertretungsgesetzes als Beschäftigte gelten. Bezogen auf den WDR müssen hierfür drei zusätzliche Stellen im kommenden Haushaltsjahr eingerichtet werden.

Bezogen auf das neue Mitbestimmungsrecht des Personalrats für Leiharbeitnehmer (AÜG-Kräfte) bezieht sich der erweiterte Mitbestimmungstatbestand auf die Vorlage von Rahmenbeziehungsweise Einzelverträgen zwischen Verleiher und Entleiher gegenüber dem Personalrat. Sofern zu beauftragende Leistungen nach EU-vergaberechtlichen Vorschriften auszu-schreiben sind, ist zurzeit noch offen, wie die jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen eingehalten und umgesetzt werden können. Hier wird es noch darum gehen, einen Verfahrensvorschlag für die Ausgestaltung der Beteiligung des Personalrats unter Berücksichtigung der rechtlichen und operativen Rahmenbedingungen für AÜG-Einsätze im WDR zu entwickeln.“

**109. Sind seitens der Landesregierung in dieser Legislaturperiode gesetzgeberisch strukturelle Veränderungen beim WDR-Gesetz geplant?
Wenn ja: Mit jeweils welchem Inhalt und zu jeweils welchen Zeitpunkten?**

Die Landesregierung wird den Landtag zu gegebener Zeit über Initiativen informieren.

Vorbemerkung der Landesregierung zu den Fragen 110 bis 119

Mit dem 13. Rundfunkänderungsgesetz ist die Konzeption des Bürgerfernsehens in Nordrhein-Westfalen grundlegend geändert worden. Während früher gemäß § 75 Abs. 1 S. 1 Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) alte Fassung (a. F.) die Verbreitung von Bürgerfernsehen über offene Kanäle erfolgte, ist jetzt ein landesweiter Lehr- und Lernsender vorgesehen, dessen Zweck die Qualifizierung, die Vermittlung von Medienkompetenz sowie die Erprobung innovativer Programm-, Partizipations- und Ausbildungskonzepte ist (§ 40c LMG NRW). Die Technische Universität Dortmund hat schon während der Pilotphase den landesweiten Lehr- und Lernsender „nrwision“ betrieben und nunmehr die Zulassung für den Regelbetrieb erhalten. Die Lizenz ab 1. Januar 2012 hat eine Laufzeit von vier Jahren. Programmzulieferer können Bürgergruppen, Lern- und Lehrredaktionen sowie Institutionen der Ausbildung in Medienberufen sein. Die bisherigen offenen Kanäle kommen damit als Programmzulieferer in Betracht, sodass die Landesregierung die Bezeichnung „Offener Kanal“ in den folgenden Fragen dahingehend auslegt.

110. Namentlich welche einzelnen offenen (Fernseh-)Kanäle werden aktuell in Nordrhein-Westfalen betrieben, und wie genau hat sich die Zahl der offenen Kanäle in Nordrhein-Westfalen in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Wie in der Vorbemerkung ausgeführt, existieren offene Kanäle seit der Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) in diesem Sinne nicht mehr. Vor der Novellierung waren nach Auskunft der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) bis zu zehn Arbeitsgemeinschaften in NRW lizenziert, die insgesamt ca. 675.000 Haushalte erreichten.

111. Mit jeweils wie viel Sendezeit und welchem Verbreitungsgrad strahlen die einzelnen offenen Kanäle ihr Programm aus?

Laut Auskunft der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) wird das Programm von „nrwision“ über das digitale Kabelnetz von Unitymedia (Kanal 137) verbreitet. Derzeit haben 1,25 Millionen Haushalte in NRW die Möglichkeit, den Sender zu empfangen. Das Programm von „nrwision“ ist 24 Stunden auf Sendung. Wöchentlich werden derzeit etwa elf Stunden neue Programminhalte und im Übrigen Sendeschleifen und Wiederholungen ausgestrahlt. Darüber hinaus werden auf der Internetseite www.nrwision.de auch Livestreams angeboten.

112. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung hinsichtlich der aktuellen Zuschauerzahlen standortspezifisch und landesweit vor?

Hierzu hat die Landesregierung die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) um Auskunft gebeten. Dort liegen jedoch keine Erkenntnisse vor.

113. Wie gestaltet sich jeweils die Finanzierung der einzelnen offenen Kanäle in Nordrhein-Westfalen und des Systems landesweit?

Für den im September 2011 auf vier Jahre zugelassenen Lehr- und Lernsender „nrwision“ stellt die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) nach eigener Auskunft jährlich Mittel in Höhe von bis zu 400.000 Euro bereit. Darüber hinaus können Qualifikationsmaßnahmen für Bürger sowie Lern- und Lehrredaktionen an Instituten der beruflichen und wissenschaftlichen Ausbildung gefördert werden, die audiovisuelle Produktionskenntnisse als Zusatzqualifikation vermitteln.

114. Wie haben sich die Einschaltquoten der offenen Kanäle in den letzten zehn Jahren jeweils verändert?

Laut Auskunft der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) werden keine Einschaltquoten der offenen Kanäle gemessen.

115. Wie beurteilt die Landesregierung die Nutzerakzeptanz hinsichtlich der Bürgermedien differenziert nach Bürgerfunk, offenen Kanälen und sonstigen Angeboten?

Da über die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer laut Auskunft der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) keine verlässlichen Daten vorliegen, kann die Landesregierung keine Beurteilung der Nutzerakzeptanz vornehmen.

116. Wie viele Bürger engagieren sich in Nordrhein-Westfalen überschlägig bei der Produktion von Bürgermedien differenziert nach Bürgerfunk, offenen Kanälen und sonstigen Angeboten?

Hierzu konnte die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) folgendes mitteilen:

Für die Teilnahme am Bürgerfunk ist seit 2007 ein Qualifizierungsnachweis erforderlich. Bis Ende 2008 wurden 77 Medientrainerinnen und Medientrainer akkreditiert und 1.200 Zertifikate ausgegeben. Im Jahr 2009 waren 157 Medientrainerinnen und Medientrainer verzeichnet und es wurden insgesamt 251 Zertifikatskurse durchgeführt. Im Jahr 2010 wurden 211 Kurse angeboten und die Zahl der vergebenen Zertifikate belief sich auf insgesamt 3.048. Weiterhin werden Schulungen zur Vermittlung und Vertiefung von Kenntnissen zum Beispiel in den Bereichen Moderation, Interview oder Sprechen angeboten. Im Jahr 2008 wurden 40 Maßnahmen, im Jahr 2009 insgesamt 62 Maßnahmen und im Jahr 2010 in der Summe 143 Maßnahmen gefördert.

Für das Bürgerfernsehen gab es über ganz NRW verteilt im Jahr 2010 ca. 130 Produktionsgruppen. Außerdem wurden 15 Lehr- und Lernredaktionen von der LfM gefördert. Zu den geförderten Einrichtungen gehören:

Universitäten

- Deutsche Sporthochschule Köln
Institute der Sporthochschule
- Universität Bielefeld
Erziehungswissenschaften
in Kooperation mit dem Offener TV-Kanal Bielefeld e. V. und Filmhaus Bielefeld
- Ruhr-Universität Bochum
Medienwissenschaft
- Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Katholisch-Theologische Fakultät
in Kooperation mit dem KSI Katholisch-Sozialen Institut Bad Honnef
- Universität Duisburg-Essen
Literatur und Medienpraxis
- Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Institute für Erziehungswissenschaft, Soziologie und Politologie
in Kooperation mit dem Arbeitskreis Ostviertel e. V.

Seminar für das Lehramt

- Kooperation des Seminars für das Lehramt in Hamm mit der Film- und Medienakademie für Kinder und Jugendliche gGmbH und dem Medienzentrum der Stadt Hamm

Fachhochschulen

- Internationale Fachhochschule Bad Honnef
Eventmanagement
in Kooperation mit dem KSI Katholisch-Sozialen Institut Bad Honnef
- Hochschule Ostwestfalen-Lippe in Höxter
Umweltingenieurwesen
- Hochschule Rhein-Waal in Kleve
in Kooperation mit der Kisters Stiftung Kleve
- Fachhochschule Münster
Oecotrophologie
- Fachhochschule Münster
Sozialwesen

Berufskollegs

- Hans-Böckler-Berufskolleg Marl
Erzieher/Erzieherinnen sowie Informatiker / Informatikerinnen
in Kooperation mit dem Offener Kanal e. V. Marl
- Max-Born-Berufskolleg in Recklinghausen
Bautechniker
in Kooperation mit dem Offener Kanal e. V. Marl
- Berufskolleg Senne in Bielefeld
Druck- und Medientechnik
in Kooperation mit dem Filmhaus Bielefeld und dem Offenen TV-Kanal Bielefeld e. V.

Aus diesen Zahlen kann auf die Anzahl der engagierten Bürgerinnen und Bürger geschlossen werden.

117. Welche einzelnen unterschiedlichen Vorhaben und Projekte im Bereich der Bürgermedien sind der Landesregierung derzeit bekannt, und wie lassen sich diese ferner bei regional differenzierter Betrachtung näher quantifizieren?

Aus der Antwort zu Frage 116 wird deutlich, dass die Förderung von Bürgermedien durch die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) sehr breit angelegt ist. Die Förderung lässt sich nach Auskunft der LfM nicht regional spezifizieren. Jedoch können für den Bereich der Schul- und Jugendradioprojekte für die Jahre 2010 und 2011 folgende Angaben gemacht werden:

Tab. 117.1: Regionale Verteilung der von der LfM im Rahmen des Bürgerfunks geförderten Schulradioprojekte

Verbreitungsgebiet	Anzahl Schulen	
	2010	2011 (bis September)
Aachen	1	3
Bielefeld	20	10
Borken	2	
Bonn/Rhein-Sieg	13	6
Bottrop/Gelsenkirchen/Gladbeck	1	6
Coesfeld	7	10
Dortmund		2
Duisburg	8	8
Düsseldorf	16	9
Erfthkreis	10	7
Essen	1	1
Euskirchen	1	
Gütersloh	1	
Hamm	4	
Herne	4	2
Köln	17	10
Krefeld/Viersen	12	7
Kreis Mettmann	3	1
Kreis Neuss	6	6
Minden-Lübbecke	8	3
Mönchengladbach	10	7
Mülheim/Oberhausen	23	3
Münster	5	1
Oberbergischer/Rheinisch-Bergischer Kreis	7	1
Recklinghausen	4	1
Soest	2	
Solingen/Remscheid	4	9
Warendorf	3	4
Wesel	1	
Gesamt	194	117

Tab. 117.2: Regionale Verteilung der von der LfM geförderten Jugendradioprojekte

Verbreitungsgebiet	Anzahl Jugendprojekte	
	2010	2011 (bis September)
Aachen	8	3
Bielefeld	32	8
Dortmund	1	
Düsseldorf	1	
Bonn/Rhein-Sieg		7
Duisburg		1
Erftkreis	2	2
Euskirchen		1
Köln	4	4
Krefeld / Viersen	4	
Kreis Gütersloh		1
Mettmann		1
Minden-Lübbecke	1	1
Mülheim/Oberhausen	1	1
Oberbergischer/Rheinisch-Bergischer Kreis		3
Soest	5	3
Warendorf		1
Gesamt	59	37

118. Wie bewertet die Landesregierung die jeweilige journalistische wie sonstige Qualität der einzelnen gegenwärtigen Angebote an Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen?

Die jährlich von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vergebenen Bürgermedien- und Campusradiopreise zeigen zum Beispiel, dass in den Bürgermedien in NRW qualitativ hochwertige Leistungen erbracht werden können.

119. Welche genauen Möglichkeiten bestehen im Landeshaushalt, seitens der Landesanstalt für Medien (LfM) oder sind der Landesregierung von privater Seite (wie Stiftungen etc.) bekannt zur Förderung von Bürgermedien in jeweils welchem finanziellen Umfang bei jeweils welchen Fördervoraussetzungen? (bitte präzise und differenziert darstellen nach jeweiligen Fördertatbeständen und Budgets pro Geldgeber)

Aus Gründen der Staatsferne erhalten Bürgermedien durch die Landesregierung keine regelmäßige Förderung. Diese Förderung ist staatsfern über die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) organisiert.

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat den Bürgerfunk in den vergangenen Jahren mit durchschnittlich 1,4 Millionen Euro und das Bürgerfernsehen mit 1,7 Millionen Euro gefördert.

Der Landesregierung liegen keine Informationen über regelmäßige Förderungen der Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen von privater Seite vor.

120. *Wie viele Projekte des Bürgerfunks sind jeweils jährlich seit 2005 von Landesseite aus mit welchem durchschnittlichen Zuschuss pro Vorhaben gefördert worden?*

121. *Welche Arten und Ausrichtungen von Bürgerfunkprojekten sind dabei zur Spezifizierung Schwerpunkte der Förderung gewesen? (Inhalte, Träger, Jugendbeziehungsweise Seniorenangebote, regionale Schwerpunkte etc.)*

Die Fragen 120 und 121 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Von Landesseite wurden im genannten Zeitraum keine Projekte des Bürgerfunks gefördert.

Durch die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) werden Projekte des Bürgerfunks entsprechend dem Landesmediengesetz gefördert. Im Medienpädagogischen Atlas (MPA) sind unter dem Stichwort Bürgerfunk 68 Projekte gelistet (Stand 31. August 2011). Der MPA ist verfügbar unter <http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/medienpaedagogischer-atlas-nrw/datenbank-suche/projekte.html>.

122. *Welche einzelnen Erkenntnisse liegen der Landesregierung bezüglich des Bürgerfunks zum Anteil, der Qualität und Quantität von Schulprojekten und deren jährlicher Entwicklung seit 2005 vor?*

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) gibt hierzu an, dass erst seit der Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) im Jahr 2007 Daten vorlägen. Im Jahr 2008 hätten demnach ca. 100 Schulen Radioprojekte durchgeführt. Im Jahr 2009 seien 110 Maßnahmen gefördert worden, an denen ca. 225 Schulen beteiligt gewesen seien. Im Jahr 2010 sei die Anzahl leicht auf 103 Projekte an ca. 200 Schulen gesunken. Die Projekte seien relativ gleichmäßig auf alle Schulformen verteilt. Es seien sowohl einzelne Projekte mit ca. zehn Unterrichtsstunden als auch Vorhaben von mehreren Schulen mit einer Radiowerkstatt als zentralem Partner umfasst. Auch die Veranstaltergemeinschaften und Redaktionen der Lokalradios nähmen sich zunehmend des Themas an, stellten zusätzliche Sendezeit zur Verfügung oder führten Projekte durch.

123. *Welche Maßnahmen plant die Landesregierung hinsichtlich der angekündigten Reform des Medienkonzentrationsrechts?*

Die Landesregierung setzt sich bei den derzeitigen Verhandlungen über eine Reform des Medienkonzentrationsrechts für eine Weiterentwicklung des Bonuspunktesystems ein. Neben den bestehenden Regionalfenstern und Drittsendezeiten, die schon heute einen wertvollen Beitrag für mehr Meinungsvielfalt leisten, sollten weitere Möglichkeiten für Bonuspunkte geschaffen werden. Der Rundfunkstaatsvertrag sollte Anreize enthalten, die es für Veranstalter attraktiv machen, ihr Programm und andere Medienangebote für Dritte zu öffnen. Dabei

geht es nicht nur um eine Ausweitung der Sendezeiten für Regionalfenster und unabhängige Dritte sowie um größere Reichweiten derartiger Angebote. In Zeiten der Konvergenz sollte auch belohnt werden, wer seine anderen Medienangebote für regionale Inhalte oder Inhalte Dritter öffnet.

124. Wie viele TV-Sender mit Sitz in Nordrhein-Westfalen und entsprechendem lokalen Verbreitungsgebiet („Lokalfernsehen“) in Nordrhein-Westfalen existieren gegenwärtig (bitte namentlich einzeln und mit genauer Zuordnung des Verbreitungsgebietes auflisten)?

Derzeit sind nach Angaben der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Nordrhein-Westfalen ausschließlich regionale Fernsehveranstalter zugelassen, nicht aber solche, deren Programme explizit nur in lokale Kabelnetze eingespeist werden. Dies hängt unter anderem auch damit zusammen, dass der Übergang zwischen lokaler und regionaler Verbreitung häufig fließend ist, was nicht zuletzt der nordrhein-westfälischen Kabelnetzstruktur geschuldet ist. So bestimmen sich die Verbreitungsgebiete der regionalen Fernsehsender zwar grundsätzlich nach der inhaltlichen Ausrichtung des jeweiligen Programms. In welche konkreten Kabelnetze die Sender im Einzelnen eingespeist werden, wird jedoch in einem gewissen Maße durch die bestehende Kabelnetzstruktur, insbesondere des Netzes der Unitymedia NRW GmbH, vorgegeben.

Die LfM hat in Nordrhein-Westfalen insgesamt sieben regionale TV-Angebote zugelassen und ihnen parallel jeweils einen Platz im analogen Kabelnetz gemäß § 18 Abs. 3 LMG NRW zugewiesen.

Im Einzelnen handelt es sich um die regionalen Vollprogramme „center.tv Region Aachen“ der center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH & Co. KG (für die Region Aachen), „center.tv Region Düsseldorf-Neuss“ der center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf & Co. KG (für die Region Düsseldorf/Neuss), „center.tv Region Köln“ der center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH & Co. KG (für die Region Köln), „center.tv Region Ruhr“ der center.tv Heimatfernsehen Ruhr AG (für die Region Ruhr), „City Vision“ der City Vision GmbH & Co. KG (für die Region Mönchengladbach), „Studio 47“ der Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co. KG (für die Region Duisburg) sowie „wm.tv“ der wm.tv GmbH (für die Region Westmünsterland).

125. Wie gestalten sich jeweils die aktuellen Beteiligungsverhältnisse an den einzelnen Lokalfernsehanbietern?

Die aktuellen Beteiligungsverhältnisse an den einzelnen Regional-TV-Veranstaltern stellen sich nach Auskunft der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) wie folgt dar:

center.tv Heimatfernsehen Köln GmbH, Köln

M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG – 90 %

H. Neusser Besitz- und Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG – 10 %

center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf GmbH & Co. KG, Düsseldorf

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH – 100 %

(Komplementärin der center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf GmbH & Co. KG ist die center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf Verwaltungs-GmbH*)

center.tv Heimatfernsehen Ruhr AG, Köln

center.tv Holding AG – 100 %

(Alleingesellschafterin der center.tv Holding AG ist die Zalbertus New Media GmbH, deren Alleingesellschafter Herr André Zalbertus ist.)

City Vision GmbH & Co. KG, Mönchengladbach

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH - 60 %

Thomas Manglitz – 40 %

(Komplementärin der City Vision GmbH & Co. KG die City Vision Verwaltungs-GmbH*)

Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co. KG, Duisburg

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH – 30,00 %

Jörg Zeiler – 18,79 %

Sascha Devigne – 17,07 %

Stephan Wesche – 17,07 %

Jürgen Schardt – 17,07 %

Beteiligungsverhältnisse an der Komplementärin der Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co. KG, der Studio 47 - Stadtfernsehen Duisburg Verwaltungs-GmbH:

Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH – 30,00 %

Sascha Devigne – 20 %

Stephan Wesche – 20 %

Jörg Zeiler – 20 %

Jürgen Schardt – 10 %

wm.tv GmbH & Co. KG, Bocholt

LB GmbH – 100 %

(Komplementärin der wm.tv GmbH & Co. KG ist die wm.tv GmbH*)

* Die Kapital- und Stimmrechtsanteile an der Komplementärin sind identisch mit denjenigen an der Kommanditgesellschaft.

126. Wie bewertet die Landesregierung das Angebot von Drittsendezeiten im Lokalfernsehen?

Die Landesregierung bewertet dies – genau wie die Vorgängerregierung – positiv.

127. In welcher Form ganz konkret will die Landesregierung ab welchem Zeitpunkt welche Anreize für private Rundfunkanbieter im Rahmen der von ihr bereits mehrfach abstrakt angekündigten neuen Rundfunkregulierung schaffen?

Die Medienlandschaft hat sich durch die Digitalisierung und Konvergenz tief greifend verändert. Der rasante technologische Fortschritt stellt die Medienpolitik vor die Herausforderung, dafür Sorge zu tragen, dass die Medienordnung mit diesen Entwicklungen Schritt hält. Dies kann nur gelingen, wenn die Medienpolitik neue Wege geht. Die Landesregierung ist davon überzeugt, dass Regulierung nicht nur über Ge- und Verbote funktioniert, sondern auch durch die Schaffung von Anreizen. Mögliche Anreize könnten aus der Sicht der Landesregierung eine bessere Auffindbarkeit sowie die Ermöglichung von Mehreinnahmen sein. Anreize, die eine bessere Auffindbarkeit ermöglichen, könnten durch folgende Maßnahmen geschaffen werden: bevorzugte Berücksichtigung auf Plattformen (Must Carry), bevorzugte Listung auf EPGs (Must be Found) sowie durch einen Abschmelz- und Partagierschutz. Mehreinnahmen könnten insbesondere durch eine Liberalisierung der Werbung realisiert werden.

128. Welche Auswirkungen für die Kulturszene in Nordrhein-Westfalen hat der Verkauf des Frequenzbereichs der Digitalen Dividende, wodurch drahtlose Veranstaltungstechnik ihren Nutzwert verloren hat, wie sehen Kompensation und Alternativlösungen für die Betroffenen aus, und was unternimmt das Land zur Herstellung eines fairen Interessensausgleichs?

Diese Frage wurde bereits mit der Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 849 der Abgeordneten Alexander Vogt und Andreas Bialas (SPD) durch die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien ausführlich beantwortet (LT-Drs. 15/2480).

129. Welche einzelnen Erkenntnisse im Detail liegen der Landesregierung zur Neuvergabe der Frequenzen vor, die bislang vom britischen Soldatensender BFBS genutzt worden sind und künftig durch diesen nicht mehr verwendet werden? Wer ist jeweils Begünstigter dieses landesweiten Frequenzjuwels, und warum hat kein öffentliches Bietungsverfahren stattgefunden, das auch der öffentlichen Hand stattliche Einnahmen beschert hätte?

Im Jahr 2010 wurden zwei UKW-Frequenzen aus dem ehemaligen Bestand der britischen Gaststreitkräfte an deutsche Programmveranstalter vergeben.

Die Frequenz Langenberg 96,5 MHz wurde durch die Ministerpräsidentin gemäß § 11 Landesmediengesetz (LMG) NRW dem Deutschlandradio zugeordnet und wird seit dem für das Hörfunkprogramm Deutschlandradio-Kultur eingesetzt. Die technische Reichweite dieses Programms hat sich dadurch im Versorgungsgebiet des Senders von 1,2 Millionen Einwohnern auf ca. 10 Millionen Einwohner erhöht. Aus der vormals lückenhaften Versorgung mit Deutschlandradio-Kultur, die durch mehrere leistungsschwache Stadtsender erfolgte, ist so eine weitestgehend flächendeckende Abdeckung für den größten Teil der Bevölkerung im Westen Nordrhein-Westfalens entstanden.

Die ehemalige BFBS (British Forces Broadcasting Service)-Frequenz 97,8 MHz am Standort Bonn ist dort zur Verbesserung der Versorgung des lokalen Hörfunks Radio Bonn/Rhein-Sieg eingesetzt worden. Die dadurch frei gewordene Frequenz des lokalen Hörfunks kam wiederum Deutschlandradio zugute, wodurch die technische Reichweite des Programms Deutschlandradio-Kultur auf die Stadt Bonn ausgeweitet werden konnte.

Die Zuordnung der Frequenzen erfolgte gemäß den in § 10 LMG NRW aufgeführten Maßgaben. Eine Versteigerung von Rundfunkfrequenzen, die der Informations-, Meinungs- und Angebotsvielfalt dienen sollen, ist – wie auch in sämtlichen anderen Bundesländern – nach der geltenden Gesetzeslage nicht möglich. Im Übrigen schließt auch das TKG gemäß § 61 Abs. 2 die Versteigerung von Rundfunkfrequenzen aus.

130. Wie genau sieht derzeit die UKW-Frequenzliste für Nordrhein-Westfalen aus? (bitte detaillierte Übersichtstabelle, wie sich MHz auf Sendegebiet und Programmausstrahlung jeweils verteilen)

Tab. 130.1: Derzeit in Nordrhein-Westfalen in Betrieb befindliche UKW-Sender mit der jeweiligen Programmbelegung

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Aachen	93,9	WDR 4
Aachen	95,9	WDR 3
Aachen	100,8	WDR 2 AC
Aachen	101,9	WDR 5
Aachen	106,4	Einslive
Aachen	100,1	LfM Antenne AC
Aachen Karlshöhe	102,7	Deutschlandfunk
Aachen TH	91,2	Hochschulradio
Aachen Uni	99,1	Hochschulradio
Ahaus	93	LfM Westmünsterland-Welle
Altena	91,5	LfM Radio MK
Arnsberg	106,5	LfM Radio Sauerland
Arnsberg	88,5	WDR 5
Arnsberg	91,7	WDR 4
Arnsberg	96	Einslive
Arnsberg	97,5	WDR 3
Arnsberg	99,4	WDR 2 SG
Aue	105,4	LfM Radio Siegen
Augustdorf	91,3	LfM Radio Lippe
Bad Laasphe	97,3	LfM Radio Siegen
Bad Münstereifel	107,4	LfM Radio Euskirchen
Bad Oeynhausen	87,7	WDR 5
Bad Oeynhausen	90,1	WDR 4
Bad Oeynhausen	92,7	WDR 3
Bad Oeynhausen	99,1	WDR 2 BI
Bad Oeynhausen	93,9	Deutschlandfunk
Bad Oeynhausen	107,7	Einslive
Bad Pyrmont	88,6	NDR 1
Bad Pyrmont	92,6	NDR 2

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Bad Pyrmont	94,2	N-Joy
Bad Pyrmont	95,7	NDR 3
Bad Pyrmont	98,5	NDR 4
Balve	94,6	LfM Radio MK
Beckum	95,7	LfM Radio WAF
Beckum	91,5	Deutschlandfunk
Belecke	107,7	LfM Hellweg Radio
Bergheim	91,4	LfM Radio Erft
Bergisch Gladbach	99,7	LfM Radio Berg
Bethel	94,3	LfM Einrichtungs-Rundfunk
Bielefeld	103	BFBS 1
Bielefeld	101,6	BFBS 2
Bielefeld	95,5	Deutschlandfunk
Bielefeld	98,3	LfM Radio Bielefeld
Bielefeld	106,2	Deutschlandradio-Kultur
Bielefeld Uni	87,9	Hochschulradio
Bocholt	88,4	LfM Westmünsterland-Welle
Bochum	98,5	LfM Radio 98,5
Bochum Uni	90	Hochschulradio
Bonn	88	WDR 5
Bonn	90,7	WDR 4
Bonn	93,1	WDR 3
Bonn	100,4	WDR 2 K
Bonn	102,4	Einslive
Bonn	97,8	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Bonn	98,9	Deutschlandradio-Kultur
Bonn Bad Godesberg	89,1	Deutschlandfunk
Bonn Bad Godesberg	107,6	AFN
Bonn Ölberg	99,9	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Bonn Uni	96,8	Hochschulradio
Borgholzhausen	106,8	LfM Radio Gütersloh
Borken	97,6	LfM Westmünsterland-Welle
Borken	92,5	Deutschlandradio-Kultur
Bornheim	104,2	LfM Radio Bonn/RheinSieg

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Bottrop	98,7	LfM Radio Emscher Lippe
Büren	104,8	LfM Radio Hochstift
Clarholz	106,4	LfM Einrichtungs-Rundfunk
Coesfeld	107,4	LfM Radio Kiepenkerl
Detmold Fh Lippe	95,9	Hochschulradio
Dorsten	105,2	LfM Hit Radio West
Dortmund	87,8	WDR 2 DO
Dortmund	91,2	LfM Radio 91,2
Dortmund	106	BFBS 1
Dortmund Uni	93	Hochschulradio
Dülmen	92,5	BFBS 1
Dülmen	106,3	LfM RadioKiepenkerl
Düren (Hürtgenwald)	92,7	LfM Radio rur
Düsseldorf	104,2	LfM Antenne Düsseldorf
Düsseldorf	106	Deutschlandradio-Kultur
Düsseldorf Uni	97,1	Hochschulradio
Duisburg	92,2	LfM Radio Duisburg
Duisburg Uni	104,5	Hochschulradio
Ederkopf	95,8	WDR 5
Ederkopf	100,7	WDR 4
Ederkopf	101,8	WDR 2 SI
Ederkopf	107,2	Einslive
Eggegebirge	88,1	LfM Radio Hochstift
Eifel Bärbelkreuz	89,6	WDR 5
Eifel Bärbelkreuz	96,3	WDR 3
Eifel Bärbelkreuz	101	WDR 2 AC
Eifel Bärbelkreuz	104,4	WDR 4
Eifel Bärbelkreuz	105,5	Einslive
Eifel Bärbelkreuz	106,1	Deutschlandradio-Kultur
Essen	102,2	LfM Radio Essen
Essen Nord	105	LfM Radio Essen
Essen Uni	105,6	Hochschulradio
Euskirchen	99,7	LfM Radio Euskirchen
Friedrichsdorf	97,6	LfM Radio Bielefeld

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Gelsenkirchen	96,1	LfM Radio Emscher Lippe
Gevelsberg	105,7	LfM Radio en
Grevenbroich	102,1	LfM NE-WS 89,4
Gronau	94,6	Deutschlandradio-Kultur
Gronau	103,6	LfM Westmünsterland-Welle
Gütersloh	95,9	LfM RadioGütersloh
Gütersloh	91,7	BFBS 2
Hagen	107,7	LfM Radio Hagen
Hallenberg	106,5	LfM Radio Sauerland
Hallenberg	88,3	WDR 5
Hallenberg	96,1	WDR 4
Hallenberg	105,7	Einslive
Haltern	95,6	LfM Hit Radio West
Hamm	105	LfM Lippe Welle Hamm
Hattingen	91,5	LfM Radio en
Herchen Rosbach	107,9	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Herdecke	92,7	LfM Radio en
Herford	94,9	LfM Radio Herford
Herne	90,8	LfM Radio Herne 90acht
Höxter	104,8	LfM Radio Hochstift
Höxter	87,8	WDR 4
Höxter	93,9	WDR 5
Höxter	95,2	WDR 3
Höxter	96,4	WDR 2 BI
Höxter	107,3	Einslive
Höxter FH Lippe	99,4	Hochschulradio
Hohe Warte	91,8	WDR 2 W
Holzminden	88,6	NDR 4
Holzminden	92,7	NDR 1
Holzminden	96	NDR 2
Holzminden	98,4	NDR 3
Holzminden	99,7	N-joy
Hückeswagen	106	Deutschlandradio-Kultur
Ibbenbüren	88,5	WDR 5

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Ibbenbüren	96	WDR 2 MS
Ibbenbüren	97,3	WDR 3
Ibbenbüren	99,5	WDR 4
Ibbenbüren	102,5	Einslive
Iserlohn Seilerberg	92,5	LfM Radio MK
Kleve	93,3	WDR 2 RR
Kleve	97,3	WDR 3
Kleve	99,7	WDR 5
Kleve	101,7	WDR 4
Kleve	103,7	Einslive
Kleve	90,1	Deutschlandradio-Kultur
Kleve Geldern	105,7	LfM Antenne Niederrhein
Kleve Klever Berg	98	LfM Antenne Niederrhein
Köln	91,3	Deutschlandfunk
Köln Uni	100	Hochschulradio
Köln Inturm	98,6	WDR 2 K
Köln Inturm	87,6	Einslive
Köln	101,7	LfM Domradio
Köln	107,1	LfM Radio Köln
Köln-Colonius	105,8	LfM Radio Erft
Krefeld	87,7	LfM Welle Niederrhein
Langenberg	88,8	WDR 5
Langenberg	95,1	WDR 3
Langenberg	99,2	WDR 2 RR
Langenberg	101,3	WDR 4
Langenberg	103,3	FhEuropa
Langenberg	106,7	Einslive
Langenberg	96,5	BFBS 1
Langenberg	97,6	LfM Radio Neandertal
Lemgo	106,6	LfM Radio Lippe
Lemgo	88,9	Deutschlandradio-Kultur
Lemgo	92,2	Deutschlandfunk
Lemgo FH Lippe	96,1	Hochschulradio
Lennestadt	96,9	Deutschlandradio-Kultur

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Letmathe	90,8	LfM Radio MK
Leverkusen	107,6	LfM Radio Leverkusen
Linderhofe	107,4	LfM Radio Lippe
Lindlar	105,2	LfM Radio Berg
Linnich	107,5	LfM Radio rur
Lippstadt	103,6	LfM Hellweg Radio
Lohmar	94,2	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Lübbecke	88,6	WDR 5
Lübbecke	91,7	WDR 3
Lübbecke	93,6	Einslive
Lübbecke	96	WDR 2 BI
Lübbecke	99,6	WDR 4
Lübbecke	106,6	LfM Radio Westfalica
Lübbecke Heidbrink	97,7	Deutschlandradio-Kultur
Lüdenscheid	100,2	LfM Radio MK
Lüdinghausen	88,2	LfM Radio Kiepenkerl
Lünen	97,4	LfM Antenne Unna
Marsberg	94,8	LfM Radio Sauerland
Meinerzhagen	88,3	LfM Radio MK
Meschede	104,9	LfM Radio Sauerland
Meschede FH	94,7	Hochschulradio
Minden	95,7	LfM Radio Westfalica
Möhnesee	100,9	LfM Hellweg Radio
Mönchengladbach	90,1	LfM Radio 90,1
Moers	91,7	LfM Radio K.W.
Monschau	87,7	WDR 5
Monschau	91,9	WDR 4
Monschau	94,2	WDR 2 AC
Monschau	98,2	WDR 3
Monschau	99,7	Einslive
Monschau	105	LfM AntenneAC
Much	94,2	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Mülheim	92,9	LfM Radio Mülheim
Münster	89,7	WDR 3

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Münster	92	WDR 5
Münster	94,1	WDR 2 MS
Münster	100	WDR 4
Münster	107,9	Einslive
Münster	95,4	LfM Antenne Münster
Münster	102,2	BFBS 2
Münster Stadt	97,5	Deutschlandradio-Kultur
Münster Stadt	104,5	Deutschlandfunk
Münster Uni	90,9	Hochschulradio
Neunkirchen	98,9	LfM Radio Siegen
Neuss	89,4	LfM NE-WS 89,4
Niederkrüchten Elmpt	104	BFBS 1
Nordhelle	90,3	WDR 5
Nordhelle	93,5	WDR 2 SI
Nordhelle	98,1	WDR 3
Nordhelle	102,7	Deutschlandfunk
Nordhelle	103,8	WDR 4
Nordhelle	104,7	Einslive
Oberhausen	106,2	LfM Radio Oberhausen
Oelde	96,3	LfM Radio WAF
Oelde	107,5	LfM Radio Gütersloh
Olpe	96,3	Deutschlandradio-Kultur
Olsberg	98,6	WDR 5
Olsberg	102,1	WDR 2 SI
Olsberg	104,1	WDR 4
Olsberg	106,1	Deutschlandradio-Kultur
Olsberg	107	Einslive
Olsberg	96,2	LfM Radio Sauerland
Opladen	96,9	LfM Radio Berg
Paderborn	105	BFBS 2
Paderborn	94,5	Deutschlandfunk
Paderborn	93,7	LfM Radio Hochstift
Paderborn Uni	89,4	Hochschulradio
Plettenberg	99,5	LfM Radio MK

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Pulheim	92	LfM Domradio
Rahden	95,1	LfM Radio Westfalica
Recklinghausen	101,9	Deutschlandradio-Kultur
Recklinghausen	94,6	LfM Hit Radio West
Remscheid	92,2	LfM Radio RSG
Remscheid	95,7	WDR 2 W
Remscheid	107,9	LfM Radio RSG
Rheinberg	105,1	BFBS 1
Rheindahlen	91,3	BFBS 1
Rheindahlen	104,3	BFBS 2
Schleiden	106,9	LfM RadioEuskirchen
Schmallenberg	89,1	LfM Radio Sauerland
Schmallenberg	90	WDR 5
Schmallenberg	93,8	WDR 2 SI
Schmallenberg	97,8	WDR 3
Schmallenberg	100,1	Einslive
Schmallenberg	101,1	WDR 4
Schoepingen	105,2	LfM Radio RST
Schwalenberg	101	LfM Radio Lippe
Selm	89,3	LfM Antenne Unna
Sendenhorst	92,6	LfM Radio WAF
Siegburg	91,2	LfM Radio Bonn/RheinSieg
Siegen	97,6	WDR 5
Siegen	98,4	WDR 3
Siegen	88,2	LfM Radio Siegen
Siegen	97,1	WDR 2 SI
Siegen	101,2	WDR 4
Siegen	107,5	Einslive
Siegen	100,2	Deutschlandradio-Kultur
Siegen	94,2	Deutschlandfunk
SiegenUni	92,1	LfM Uni Siegen
Simmerath	97,2	LfM AntenneAC
Solingen	94,3	LfM Radio RSG
Steinfurt	91	Deutschlandradio-Kultur

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Steinfurt Uni	103,9	Hochschulradio
Stolberg	107,8	LfM AntenneAC
Sundern	107,6	LfM Radio Sauerland
Tecklenburg	104	LfM Radio RST
Tecklenburg	101,1	Deutschlandradio-Kultur
Teutoburger Wald	90,6	WDR 5
Teutoburger Wald	93,2	WDR 2 BI
Teutoburger Wald	97	WDR 3
Teutoburger Wald	100,5	WDR 4
Teutoburger Wald	105,5	Einslive
Unna	102,3	LfM Antenne Unna
Unna (Schwerte)	104,4	Deutschlandfunk
Viersen	100,6	LfM Welle Niederrhein
Viersen	104	Deutschlandradio-Kultur
Ville	88,4	WDR 2 K
Vlotho	91,7	LfM Radio Herford
Waldbröl	105,7	LfM Radio Berg
Warburg	88,4	WDR 5
Warburg	91,8	WDR 2 BI
Warburg	94,3	WDR 3
Warburg	98,2	Einslive
Warburg	104,5	WDR 4
Warburg	106,6	Deutschlandfunk
Warendorf	94,7	LfM Radio WAF
Warendorf	107,2	Deutschlandfunk
Werdohl	97,2	LfM Radio MK
Wesel	102,8	Deutschlandfunk
Wesel	107,6	LfM Radio K.W.
Wickede	107,3	LfM Hellweg Radio
Witten	104,2	LfM Radio en
Wittgenstein	88,7	WDR 3
Wittgenstein	92,3	WDR 2 SI
Wulfen	101,9	BFBS 1
Wuppertal	91	Deutschlandfunk

Standort UKW Sender	Frequenz	Nutzung
Wuppertal	99,8	WDR 2 W
Wuppertal	107,4	LfM Radio Wuppertal

Quelle: Bundesnetzagentur

C. Printmedien in Nordrhein-Westfalen: Qualitätsjournalismus, Buchmarkt, neue Markttrends durch Zeitungs-Apps, E-Books und Bürgerreporter

131. Namentlich welche einzelnen Zeitungsverlage unter Angabe des Sitzes in jeweils welchen einzelnen Eigentümerstrukturen gibt es derzeit für alle Arten von periodischen Publikationen (wie Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Illustrierte, Wochenmagazine, Verbraucherzeitungen etc.) in Nordrhein-Westfalen?

Die folgende Aufstellung gibt einen Überblick über die Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen jeweils mit Angaben zu Sitz des Unternehmens und den Eigentümerstrukturen. Die Darstellung sämtlicher Verlage in Nordrhein-Westfalen kann in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht geleistet werden. Aktuell liegen der Landesregierung keine umfassenden Daten zu diesem Bereich vor.

1	<p>Altmeppen-Verlag GmbH & Co KG, Rheine Münsterländische Volkszeitung</p> <p>Eigner: Haumer, Ursula 70% Stegelmann, Birgit 30%</p> <p>pers. haft.: 1. Altmeppen-Rekers, Britta; 2. Altmeppen Verwaltungsgesellschaft mbH Eigner ist die KG</p>
----------	---

2	<p>Aschendorff Medien GmbH & Co KG, Münster Westfälische Nachrichten</p> <p>Eigner: Aschendorff GmbH & Co KG 100% (2.1) Eigner: Hüffer, Anton Wilhelm 21,9% Hüffer, Dagmar 21,4% Hüffer, Jürgen Benedikt 16,7% Hüffer, Paul Eduard 8,8% Kerstiens, Michael 8,6% Hüffer, Anne 6,3% Alff, Winfried 5,7% Luke, Margret 5,7% Steinbicker, Dieter 5%</p> <p>pers. haft.: Westfälische Nachrichten GmbH Eigner ist die KG</p> <p>pers. haft.: Westfälische Nachrichten GmbH</p>
----------	--

Eigner: Aschendorff GmbH & Co KG 100% (2.1)

3	B. Boll Verlag des Solinger Tageblattes GmbH & Co KG , Solingen Solinger Tageblatt Eigner: Boll, Bernhard 58% Boll, Michael 32% Bandekow, Gisela 10% pers. haft.: Dr. B. Boll GmbH Eigner: Boll, Bernhard 100% * vgl. auch 39
----------	--

4	Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH , Bonn General-Anzeiger Eigner: Neusser Besitz- und Verwaltungs GmbH & Co KG 82% (4.1) Eigner: Neusser, Hermann jun. 86,7% Neusser-Eimermacher, Bettina 13,3% pers. haft.: H. Neusser Verwaltungs-GmbH Eigner ist die KG Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG 18% (vgl. 8.1)
----------	--

5	J.C.C. Bruns Betriebs-GmbH , Minden Mindener Tageblatt Eigner: J.C.C. Bruns GmbH & Co KG 100% Eigner: Thomas, Sven 66% Thomas, Rainer 26% Thomas, Anke 8% pers. haft.: J.C.C. Verlags- und Druckerei-Beteiligungsges. mbH Eigner wie KG
----------	--

6	Druck und Verlag Konrad Kirch GmbH , Ochtrup Tageblatt für den Kreis Steinfurt Eigner: Werheid, Helmut 50% Zaun, Peter-Georg 50%
----------	---

7	<p>Düsseldorf-Express GmbH & Co KG, Düsseldorf</p> <p>Düsseldorf Express</p> <p>Eigner: Girardet Verlag KG 50% (vgl. 10) Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG 50% (vgl. 8.1)</p> <p>pers. haft.: Düsseldorf-Express Beteiligungsgesellschaft mbH Eigner: W. Girardet Verlag KG 50% (vgl. >Girardet Verlag, vgl. 10) Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG 50% (vgl. 8.1)</p>
8	<p>M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Ztg. GmbH & Co, Köln</p> <p>Kölner Stadt Anzeiger</p> <p>Kölnische Rundschau</p> <p>Express</p> <p>Eigner: Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG 100% (8.1) Schütte, Dieter 25% Neven DuMont, Alfred 17,7% DuMont Schütte, Christian 10,5% Vischer, Cornelia 7,5% Neven DuMont, Konstantin 7% Neven DuMont, Hedwig 7% Neven DuMont, Isabella 5,5% Neven DuMont, Reinhold 5% Erfurt, Nadine 2,2% Schütte, Marco 2% Schütte, Ingo 2% Schütte, Nadine 2% Brücher-Lohrengel, Daniel 1,4% von Glasow, Nikolaus 1,4% Vischer, Gregor 1% Schlagintweit, Silvia 1% Aschoff, Anjella 1% Mayer-Schlaginweit, Nicola 1% Schlaginweit, Kaya 1% Scheibler, Jürgen 1%</p> <p>pers. haft.: M. DuMont Schauberg Geschäftsführungs-GmbH Eigner: DuMont Schütte, Christian 50% Neven DuMont, Alfred 33,3% Neven DuMont, Konstantin 16,7%</p> <p>pers. haft.: M. DuMont Schauberg Verwaltungs-GmbH Eigner: Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co KG (8.1)</p>

9	<p>J. Fleißig GmbH & Co KG, Coesfeld</p> <p>Allgemeine Zeitung</p> <p>Eigner: Fleißig Holding GmbH 100%</p> <p> Eigner:</p> <p> Fleißig Pressehaus Immobilien GmbH & Co KG 100%</p> <p> Eigner: Roß, Nina 100%</p> <p>pers. haft.: Herbert Fleißig Verwaltungs GmbH</p> <p> Eigner:</p> <p> J. Fleißig GmbH & Co KG</p>
----------	--

10	<p>Girardet Verlag KG, Düsseldorf</p> <p>Westdeutsche Zeitung</p> <p>Eigner: Girardet, Klaus 35,8%</p> <p> Girardet, Rainer 28%</p> <p> Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH 12,2% (vgl. 22)</p> <p> Girardet, Nikolaus 8,2%</p> <p> Girardet, Isabelle 8,2%</p> <p> Girardet-Seiffert, Annette 2,6%</p> <p> Böhmer, Bärbel 2,6%</p> <p> Joens-Girardet, Christina 2,6%</p> <p>pers. haft.: 1. Girardet, Michael</p> <p> 2. Girardet Verwaltungsgesellschaft mbH</p> <p> Eigner:</p> <p> W. Girardet GmbH & Co KG 100%</p> <p> Eigner:</p> <p> Girardet Verlag KG (vgl. 10)</p>
-----------	--

11	<p>Graphische Betriebe F.W. Rubens KG, Unna</p> <p>Hellweger Anzeiger</p> <p>Eigner: Haarmann-Rubens, Monika 38%</p> <p> Rubens-Laarmann, Ulrich 30,4%</p> <p> Rubens, Günter 19%</p> <p> Rubens-Laarmann, Anne 7,6%</p> <p> Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 5% (vgl. 29.1)</p> <p>pers. haft.: 1. Haarmann, Hans-Christian</p> <p> 2. Rubens GmbH</p> <p> Eigner wie bei KG</p>
-----------	---

12	<p>Haller Kreisblatt Verlags-GmbH, Halle</p> <p>Haller Kreisblatt</p> <p>Eigner.: Bratvogel Verlagsgesellschaft mbH & Co KG 100%</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">Bratvogel, Ernst August 46,4%</p> <p style="padding-left: 40px;">Brachvogel, Eva Maria 25,3%</p> <p style="padding-left: 40px;">Brachvogel, Hans 28,3%</p> <p style="padding-left: 20px;">pers. haft.:</p> <p style="padding-left: 40px;">Bratvogel Verlagsgesellschaft mbH</p> <p style="padding-left: 60px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 80px;">Kalski, Eva Maria 56,7%</p> <p style="padding-left: 80px;">Bratvogel, Ernst-August 43,3%</p>
-----------	---

13	<p>Handelsblatt GmbH, Düsseldorf</p> <p>Handelsblatt</p> <p>Eigner: Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co KG 100%</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">DvH Medien GmbH 100% (13.1)</p> <p style="padding-left: 60px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 80px;">Georg Dieter von Holtzbrinck Familienges., Stuttgart 100%</p> <p style="padding-left: 60px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 80px;">Holtzbrinck, Dieter von</p> <p style="padding-left: 80px;">Holtzbrinck, Andreas von</p> <p style="padding-left: 80px;">Dieter von Holtzbrinck Stiftung GmbH, Stuttgart</p> <p style="padding-left: 20px;">pers. haft.:</p> <p style="padding-left: 40px;">Handelsblatt Verwaltungs-GmbH</p> <p style="padding-left: 60px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 80px;">DvH Medien GmbH 100% (vgl. 13.1)</p>
-----------	---

14	<p>E. Holterdorf GmbH & Co KG, Oelde</p> <p>Die Glocke</p> <p>Eigner: Holterdorf, Dirk 50%</p> <p style="padding-left: 20px;">Gehring, Fried 50%</p> <p>pers. haft.: E. Holterdorf Beteiligungs GmbH</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner ist die KG</p>
-----------	---

15	<p>J. Horstmannsche Buchhandlung GmbH & Co KG, Dülmen</p> <p>Dülmener Zeitung</p> <p>Eigner: Bednara, Marc 100%</p> <p>pers. haft.: 1. Bednara Beteiligungs-GmbH</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">1. Bednara, Rita 100%</p> <p style="padding-left: 40px;">2. Bednara, Verena</p>
-----------	--

16	IVZ Medien GmbH & Co KG , Ibbenbüren Ibbenbürener Volkszeitung
Eigner:	Ibbenbürener Vereinsdruckerei GmbH 81% Eigner: Rieping, German 4,5% Rieping, Klaus 1,5% weitere 39 Gesellschafter mit jeweils kleinen Anteilen Aschendorff Medien GmbH & Co KG 19% (vgl. 2)
pers. haft.:	IVZ Medien Verwaltungs GmbH Eigner

17	W. Jahn Verlag GmbH & Co KG , Soest Soester Anzeiger
Eigner:	Westfälischer Anzeiger Verlagsges. mbH & Co KG 40% (vgl. 31) Grab, Ingrid 20% Jahn, Hans-Werner 20% Jahn, Bettina 6,7% Jahn, Peer-Walter 6,7% Jahn, Marcus Michael 6,7%
pers. haft.:	1. Anzeiger-Verlag Soest GmbH Eigner: Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft 58% (vgl. 31) Jahn, Bettina; Jahn, Peter Walter; Jahn, Marcus Michael zus. 14% Jahn, Hans-Werner 14% Grab, Ingrid 14% 2. GVG Gesellschaft für Verlagsgeschäfte oHG, Hamm (17.1) Eigner: Zeitungsverlag Altena GmbH Eigner: F. Wolff & Sohn KG 100% (17.2) Eigner: Ippen, Dirk 85,5% Ippen, Magdalena 0,7% Dierichs Verwaltungs-GmbH 13,8% Eigner: Dierichs, Helga 50% Erbengemeinschaft nach Rainer Dierichs 50%

18 Lippischer Zeitungsverlag Giesdorf GmbH & Co KG, Detmold

Lippische Landes-Zeitung

Eigner: Giesdorf Beteiligungs GmbH & Co KG 100% **(18.1)**

Eigner:

Giesdorf, Rolf 25,3%

Giesdorf, Rainer 25,3%

Pietsch, Britta 17,3%

Pockrandt, Wolf-Dieter 17,3%

Giesdorf, Doris 12,5%

Pockrandt, Arild Göran 0,6%

Pockrandt, Sven Oliver 0,6%

Pietsch, Julia 0,6%

Pietsch, Katherine Alice 0,6%

pers. haft.: Giesdorf Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH 100%

Eigner:

Pockrandt, Gisela 37%

Giesdorf, Rolf 31,5%

Giesdorf, Rainer 31,5%

pers. haft.: Lippischer Zeitungsverlag GmbH

Eigner:

Giesdorf Beteiligungs GmbH & Co KG 100% **(18.1)**

19 Märkischer Zeitungsverlag GmbH & Co KG, Lüdenscheid

Lüdenscheider Nachrichten

Eigner: Meinerzhagener Druck- und Verlagshaus Kämper GmbH & Co KG 22,3%;

Eigner:

Ippen, Dirk 100% **(vgl. 30)**

Pers. haft.:

Zeitungsverlag Altena Beteiligungsgesellschaft mbH

Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co KG 71,2% **(vgl. 30)**

Du Mont, Heinrich, 6,5%

pers. haft.: 1. Märkischer Zeitungsverlag und Verwaltungs GmbH

Eigner wie KG

2. GVG Gesellschaft **(vgl. 17.1)**

20 J. Mergelsberg GmbH & Co KG, Borken

Borkener Zeitung

Eigner: Schmidt, Beate (geb. Mergelsberg) 100%

pers. haft.: 1. Mergelsberg Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH

Eigner:

Schmidt, Beate 80%

Schmidt, Stephan 20%

2. Schmidt, Stephan

21	<p>Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf</p> <p>Rheinische Post</p> <p>Eigner: Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 100% (21.1)</p> <p>Eigner:</p> <ul style="list-style-type: none"> Befa Beteiligungs-GmbH 22,2% Droste, Manfred 10% Wenderoth-Alt, Irene 10,1% Lohse, Stephan 6,4% Girardet Verlag KG 4% (vgl. 10) Droste, Tilman 3,4% Droste-Zobel, Lieselotte 3,4% Droste, Alexander 3,4% Droste, Felix 3,4% Klostermann, Thomas 3,2% Seifert, Katja 3,2% Lohse-Arnold, Hildegard 3% Arnold, Gottfried 3% Klostermann-Arnold, Margret 3% Ebel, Martin 2,7% Ebel, Stefan 2,7% Ebel, Johannes 2,7% Alt, Elisabeth Katharina 2,7% Rauert, Stephanie 2,1% Arnold, Philipp 2,1% Arnold, Karl Hans 2,1% Schaffrath, Joseph 1% eigene Anteile 0,1%
-----------	--

22	<p>Siegener Zeitung Vorländer + Rothmaler GmbH & Co KG, Siegen</p> <p>Siegener Zeitung</p> <p>Eigner: Rothmaler, Wolfgang 62,4%</p> <p>Vorländer, Thomas 37%</p> <p>Poesch, Franziska 0,6%</p> <p>pers. haft.: 1.Siegener Verlagsgesellschaft mbH</p> <p>Eigner:</p> <ul style="list-style-type: none"> Rothmaler, Wolfgang 53,2% Vorländer, Thomas 31,6% Poesch, Franziska 0,5% Rothmaler-Schön, Cornelia 4,7% Rothmaler, Johannes 4,7% <p>2. Rothmaler-Schön, Cornelia</p> <p>3. Rothmaler, Johannes</p>
-----------	---

23	Everhard Sommer GmbH & Co KG, Ahlen Ahlener Zeitung Eigner: Aschendorff Medien 100% (vgl. 2) pers. haft.: Josef Sommer Verwaltungsgesellschaft mbH Eigner: Everhard Sommer GmbH & Co KG 100% (vgl. 23)
24	Süderländer Tageblatt Plettenberger Zeitung O. Hundt GmbH & Co KG, Plettenberg Süderländer Tageblatt Eigner: Hundt, Camilla 100% pers. haft.: Hundt Verwaltungs GmbH Eigner: Hundt, Camilla 100%
25	Temming Verlag KG, Bocholt Bocholter-Borkner-Volksblatt Eigner: Temming, Gisela 47,4% Mannheims, Josef 47,4% Terheyden, Beate 5,3% pers. haft.: Terheyden, Jörg
26	Verlag J. Bauer KG, Marl Recklinghäuser Zeitung Eigner: Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 100% (entspricht 40%) (vgl. 28.1) pers. haft.: Bauer, Kurt (entspricht 60%)
27	Verlag Emsdettener Volkszeitung GmbH & Co KG, Emsdetten Emsdettener Volkszeitung Eigner: Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 90% (vgl. 28.1) Altmeppen-Verlag GmbH & Co KG 10% (vgl. 1) pers. haft.: 1. Verlag Emsdettener Volkszeitung Verwaltungsges. mbH Eigner: Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 100% (vgl. 28.1) 2. JLW Beteiligungsges. OHG (vgl. 28.2)

28	<p>Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co KG, Dortmund Ruhr Nachrichten</p> <p>Eigner: Ruhr-Nachrichten Verlag & Co KG 100% (28.1) Eigner: Lensing-Wolff, Jutta 50% Verlag Lensing-Wolff GmbH 50% Eigner: Erben des Florian Lensing-Wolff 99% Lensing-Wolff, Jutta 1%</p> <p>pers. haft.: Erben des Florian Lensing-Wolff Lensing-Wolff, Lambert</p> <p>pers. haft.: 1. Verlag Lensing-Wolff Verwaltungsges. mbH (siehe oben) 2. JLW Beteiligungsges. oHG, Dortmund (28.2) Eigner: Verlag Lensing-Wolff GmbH 60% (siehe oben)</p>
-----------	---

29	<p>Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG, Essen Westdeutsche Allgemeine Zeitung</p> <p>Eigner: Brost Holding GmbH & Co KG 50% (29.2) Eigner: Brost, Johannes 33,3% Brost, Hannah 33,3% Brost, Theresia 33,3% pers. haft.: 1. Erben der Annelise Brost 2. Borst-Verwaltungs GmbH</p> <p>Funke-Familien-Gesellschaft GbR 50% Eigner: Schubries, Renate 33,3% Grotkamp, Petra 33,3% Erben der Holthoff, Gisela 33,3%</p> <p>pers. haft.: Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag GmbH Eigner wie KG</p>
-----------	--

30	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag GmbH & Co Zeitschriften- und Beteiligungs-KG, Essen Westfalenpost
Eigner:	Brost Holding GmbH & Co KG 50% (vgl. 29.2) Grotkamp, Petra 16,7% Schubries, Renate 16,7% Erben der Holthoff, Gisela 16,7
pers. haft.:	WAZ-ZB Verwaltungsges. mbH Eigner ist die KG
(zuvor Westfalenpost GmbH & Co Verlags-KG, Hagen)	

31	Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co KG, Hamm Westfälischer Anzeiger
Eigner:	F. Wolff und Sohn KG 84% (vgl. 17.2) Hildebrandt, Lore 6,0% Hertlein, Ingrid von 10%
pers. haft.:	1. Westfälischer Anzeiger Verlagsverwaltungsgesellschaft mbH Eigner: F. Wolff & Sohn 60% (vgl. 17.2) eig. Anteile 40%
	2. GVG Gesellschaft für Verlagsgeschäfte oHG (vgl. 17.1)

32	Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH, Bielefeld Westfalen-Blatt
Eigner:	C.W. Busse Holding GmbH 85,5% Eigner: Busse, Erika 78,7% Busse, Harald 8% Best, Michael 7,3% Busse, Sabine 6% neu: Aschendorff Medien GmbH & Co KG 24,9% (vgl. 2)
	Westfalen-Blatt 14,5% (vgl. 31)

33	<p>Zeitungsverlag Aachen GmbH, Aachen Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung</p> <p>Eigner: Aachener Verlagsgesellschaft 75,5%</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">Ernst, Ingeborg 6,3%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schmitz, Herbert 6,3%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schmitz, Karlheinz 5,2%</p> <p style="padding-left: 40px;">Hofmann, Benedikt 4,2%</p> <p style="padding-left: 40px;">Hofmann, Ursula 4,2</p> <p style="padding-left: 40px;">Bossle, Beatrix 4,2%</p> <p style="padding-left: 40px;">Thull, Martin 4,2%</p> <p style="padding-left: 40px;">Maas, Walter 3,1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schöningh, Birgit 3,1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Ernst, Barbara 2,6%</p> <p style="padding-left: 40px;">Ernst, Michael 2,6%</p> <p style="padding-left: 40px;">Müller, Uta 2,6%</p> <p style="padding-left: 40px;">Ernst, Benedikt 2,6%</p> <p style="padding-left: 40px;">Kelsch-Schmitz, Hanne 2,1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Hofmann, Raymund 2,1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Cords, Claudia 2,1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Plasberg, Angelika 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schmitz, Norbert 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schmitz, Christoph 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Braun, Dorothee 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">May, Ursula 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Schöningh, Gerhard 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Maas, Monika 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Maas, Georg 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">Maas, Ulrich 1%</p> <p style="padding-left: 40px;">eigene Anteile der GmbH 33,3%</p> <p>Aachener Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH & Co KG 24,5%</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH 100% (vgl. 21.1)</p>
-----------	--

34	<p>Zeitungsverlag Iserlohn Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung (IKZ) GmbH & Co KG, Iserlohn</p> <p>Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung</p> <p>Eigner: Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG 39,2% (vgl. 29)</p> <p style="padding-left: 20px;">IKZ-Holding GmbH 19,9%</p> <p style="padding-left: 40px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 60px;">Gerry, Ute 100%</p> <p style="padding-left: 20px;">Adlitz AG, Zürich, 40,9%</p> <p>pers. haft.: Wichelhoven Verwaltungsgesellschaft mbH</p> <p style="padding-left: 20px;">Eigner:</p> <p style="padding-left: 40px;">Gerry, Ute 75,2%</p> <p style="padding-left: 40px;">Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG 24,8% (vgl. 29)</p>
-----------	---

35	Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co KG, Bielefeld Neue Westfälische
Eigner:	Presse-Druck GmbH 57,5% Eigner: Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 100% (vgl. 35.1) Eigner: Treuhänder für die SPD 100% J.D. Küster Nachf. GmbH & Co KG 42,5% Eigner: Kaeller, Edith 52,6% Kaeller, Wolfgang 47,4% pers. haft.: J.D. Küster Nachf. Verwaltungsgesellschaft mbH Eigner: Kaeller, Wolfgang 100%
pers. haft.:	Zeitungsverlag Neue Westfälische Verwaltungsgesellschaft mbH Eigner: J.D. Küster Nachf. GmbH & Co KG 50% (vgl. oben) Presse-Druck GmbH 50% (vgl. oben)

36	Zeitungsverlag Niederrhein GmbH & Co Essen KG, Essen Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung
Eigner:	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG 89,4% (vgl. 29) Rheinisch-Westfälische Verlagsgesellschaft mbH 10,6% Eigner: Stiftung Presse-Haus NRZ, Essen, 100%
pers. haft.:	Zeitungsverlag Niederrhein GmbH Eigner wie KG

37	Zeitungsverlag Der Patriot GmbH, Lippstadt Der Patriot
Eigner:	Laumanns Verwaltungs GmbH 100% Eigner: C. Jos. Laumanns oHG pers. haft.: Laumanns, Carl Michael Laumanns, Reinhard Barnstorf-Laumanns, Christoph

38	Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co KG Essen-Dortmund, Dortmund Westfälische Rundschau
Eigner:	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsges. E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG 86,9% (vgl. 29) Westfälische Verlags-Gesellschaft mbH 13,1% Eigner: Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH 100% (vgl. 35.1)
pers. haft.:	Zeitungsverlag Westfalen GmbH Eigner wie bei wie KG

39	Remscheider Medienhaus GmbH & Co KG, Remscheid (vgl. 3) (bis Ende Oktober 2011: J.F. Ziegler KG Druckerei und Verlag) Remscheider General-Anzeiger
Eigner:	B. Boll Verlag des Solinger Tageblatts 100% (vgl. 3)
pers. haft.:	Remscheider Medienhaus Verwaltungsgesellschaft mbH Eigner: B. Boll Verlag des Solinger Tageblatts 100%

132. Namentlich welche Titel unter Angabe der Erscheinungshäufigkeit werden für jeweils welchen Kaufpreis jeweils von den Verlagshäusern veröffentlicht?

Der Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen (ZVNRW) hält die folgende Übersicht zum Kaufpreis der Zeitungen in Nordrhein-Westfalen vor:

Tab. 132.1: Vertriebspreisübersicht von NRW-Zeitungen in Euro

Zeitungstitel	Abo-Preis inkl. MWSt	Einzelverkaufspreis						
		MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
Aachener Zeitung / Aachener Nachrichten	25,50 25,50	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,40	
Allgemeine Zeitung	22,40	1,10	1,10	1,10	1,10	1,40	1,40	
Bocholter Borkener Volksblatt	24,50	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15	1,35	
General-Anzeiger, Bonn	27,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,80	
Borkener Zeitung	25,90	1,10	1,10	1,10	1,10	1,40	1,40	
Der Patriot	21,50	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,30	
Die Glocke	23,85	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,40	
Dülmener Zeitung	21,50	1,05	1,05	1,05	1,05	1,35	1,35	
Emsdettener Volkszeitung	25,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,35	
Haller Kreisblatt	22,50	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,50	
Hellweger Anzeiger	22,45	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	
Ibbenbürener Volkszeitung	26,70	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	
Iserlohner Kreisanzeiger	25,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Kölner Stadt-Anzeiger / Kölnische Rundschau	25,60 25,60	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,60	
Lippische Landes-Zeitung	23,65	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,25	
Mindener Tageblatt	22,80	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	2,00	
Münsterländische Volkszeitung	24,00	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,50	
Münstersche Zeitung	26,30	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,50	
Neue Ruhr Zeitung	25,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Neue Westfälische	24,50	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,50	
Recklinghäuser Zeitung	22,90	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,30	
Remscheider General-Anzeiger	24,30	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,40	
Rheinische Post	26,20	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,50	
Ruhr Nachrichten	22,30	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,30	
Siegener Zeitung	20,80	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,60	
Solinger Tageblatt	24,80	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,45	
Süderländer Tageblatt	22,90	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,40	
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	24,50	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,50	
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	25,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Westdeutsche Zeitung	23,15	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Westfalen-Blatt	23,80	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,50	
Westfalenpost	25,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Westfälische Nachrichten	27,20	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,95	
Westfälische Rundschau	25,40	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Westfälischer Anzeiger	24,90	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,40	
Handelsblatt	48,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30		
Düsseldorf-EXPRESS	14,40	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	
EXPRESS Köln	14,40	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	
EXPRESS Köln/Sonntagsausgabe								1,00

Quelle: ZVNRW; Stand 07/2011

133. Wie hat sich die Zahl der Zeitungen und Zeitungsverlage in Nordrhein-Westfalen jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre entwickelt?

Die Akteure im Zeitungsmarkt hatten sich in den letzten Jahren in einem äußerst schwierigen Umfeld zu behaupten, vor allem beeinflusst durch einen konjunkturellen Rückgang der Werbeerlöse im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrisen. Zudem steht die Branche vor strukturellen Problemen in Folge der Digitalisierung und einem veränderten Leser- und Nutzerverhalten.

Alle vier Kennziffern zum Zeitungsmarkt - Zahl der Verlage, der Zeitungen und der Hauptredaktionen sowie die verkaufte Auflage - haben sich in den letzten zehn Jahren negativ entwickelt. Die Verluste sind bis auf jene bei der verkauften Auflage nicht hoch, gleichwohl für die jeweils betroffene Region bedeutsam. Tabelle 133.1 zeigt die Entwicklung für die einzelnen Kategorien, soweit Daten vorliegen. Die Veränderungen in den einzelnen Kategorien verhalten sich wie folgt:

Verlage:

2004: Der Verlag des Mindener Tageblatts übernimmt zum 1. Januar von der Buchdruckerei und Verlagsanstalt Heinrich Meyer oHG in Vlotho den Vlothoer Anzeiger. Die Meyer oHG scheidet aus dem Kreis der Zeitungsverlage aus.

2004: Die Everhard Sommer GmbH & Co KG, Verlag der Ahleener Zeitung, wird von der Mediengruppe um die Westfälischen Nachrichten in Münster vollständig übernommen. Der Verlag bleibt allerdings erhalten.

2006: Die Buersche Zeitung wird im September eingestellt; der Verlag Buersche Zeitung Heinz Klöckner wird abgewickelt.

2009: Vollständige Übernahme und Einstellung der Neusser Druckerei und Verlag GmbH (Neuß-Grevenbroicher Zeitung) durch die Mediengruppe um die Rheinische Post.

2011: Die Westfalenpost (WP) in Hagen erschien traditionell in der Westfalenpost GmbH & Co Verlags-KG. Nach der vollständigen Übernahme war das Unternehmen bereits nach Essen verlegt worden. Inzwischen erscheint die WP in der Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag GmbH & Co Zeitschriften- und Beteiligungs-KG in.

Tageszeitungen:

2004: Nach der Übernahme erscheint der Vlothoer Anzeiger seit Anfang des Jahres als Lokalausgabe der Mindener Zeitung.

2004: In Köln entsteht im Oktober mit Stadt-Anzeiger Direkt die einzige neue Zeitung im Beobachtungszeitraum.

2006: Stadt-Anzeiger Direkt wird Ende des Jahres eingestellt.

2006: Die Buersche Zeitung wird im September eingestellt.

2009: Die Neuß-Grevenbroicher Zeitung wird zum 1. Februar vollständig von der Mediengruppe um die Rheinische Post übernommen und in der Folge in den Verlag der Rheinischen Post als weitere Lokalausgabe integriert.

Hauptredaktionen:

2001: Ende des Jahres schließt der Hellweger Anzeiger in Unna seine Hauptredaktion und bezieht in der Folge den Mantel vom Westfälischen Anzeiger.

2003: Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung werden unter eine gemeinsame Chefredaktion gestellt. Ein Teil der einst selbständigen Hauptressorts war schon zuvor zusammengefasst worden, andere folgen nun. Die Aachener Nachrichten verfügen nur noch über eine Rest-Redaktion.

2009: Die WAZ-Gruppe richtet in Essen eine Zentralredaktion für ihre Zeitungen Westdeutsche Allgemeine, Neue Ruhr/Rhein Zeitung und Westfälische Rundschau ein. Die Mantelredaktionen der Titel werden personell reduziert.

2010: Die Kölnische Rundschau stellt ihre Hauptredaktion Ende September ein und übernimmt in der Folge den Mantel vom General-Anzeiger in Bonn.

2011: Die Westfalenpost wird in die Zentralredaktion der WAZ-Gruppe einbezogen. In Hagen bleibt aber eine kleine Hauptredaktion der Westfalenpost bestehen.

Tab.133.1: Entwicklung der Zeitungsbranche in Nordrhein-Westfalen

	Verlage *	Tageszeitungen	Hauptredaktionen	Verkaufte Auflage **
1993 *	k. A.	50	22	4.330.800
2002	42	44	21	3.881.800
2004	41	43	21	k. A.
2006	41	44	21	3.598.200
2008	40	42	21	3.334.900
2010	39	41	20	3.103.000

* Das Outsourcing von einzelnen Ausgaben (zum Beispiel bei den Ruhr Nachrichten) wird nicht berücksichtigt.

** Auflage nach IVW jeweils für das 1. Quartal. Inklusive der Boulevardzeitungen Express und Düsseldorf

134. Wie haben sich hinsichtlich der relevanten Marktdaten regionale und überregionale Zeitungen in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Betrachtet wird in der Folge die Auflagenentwicklung der regionalen und überregionalen Zeitungen. Aufschluss über die Gesamtentwicklung der einzelnen Teilmärkte (Anzeigenblätter, Fachzeitschriften etc.) inklusive der Werbeinnahmen gibt die Antwort zur Frage 160.

Aufgrund eines schwierigen Marktumfelds (vgl. dazu auch die Antwort zur Frage 133) sinkt die Auflage der gesamten Tagespresse seit Jahren beständig. Unterteilt nach Zeitungstypen weisen die überregionalen Tageszeitungen die geringsten, die Boulevardzeitungen die höchsten Verluste auf. Die regionalen Abonnementzeitungen liegen im Mittelfeld. Dabei ist bei jedem Zeitungstyp jedoch die Gesamtzahl der Zeitungstitel zu berücksichtigen. Wird eine Zeitung eingestellt, gelingt es den verbleibenden Titeln in der Regel nicht, alle nicht mehr versorgten Leser aufzufangen und an ein anderes Blatt zu binden. Entsprechend ist die Einstellung einer Zeitung daher immer auch mit einem Auflagenverlust verbunden. Diesen Effekt bekamen in den letzten zehn Jahren insbesondere die Regionalzeitungen zu spüren.

Bei den überregionalen Titeln verlief die Marktentwicklung ungewöhnlich: Mit der Financial Times Deutschland (FTD) wurde im Jahr 2000 erstmals nach Jahrzehnten wieder eine Zeitung gegründet, die sich im Anschluss am Markt durchsetzen konnte. Dies ist im Vergleich der Auflagenzahlen von 2000 (noch ohne die FTD) und 2010 entsprechend zu berücksichtigen. Mit einer Gesamtauflage von jeweils gut 1,5 Millionen Exemplaren zeigen die überregionalen Zeitungen eine im Vergleich zur Entwicklung des Gesamtmarktes beachtliche Konstanz. Die Entwicklung der einzelnen Titel verlief dabei durchaus unterschiedlich: Kleinere Zugewinne verbuchten die Süddeutsche Zeitung und die Kombination Welt/Welt kompakt. Verluste mussten vor allem die Frankfurter Rundschau, das Handelsblatt, die Frankfurter Allgemeine Zeitung und das Neue Deutschland hinnehmen.

Die von den überregionalen Titeln in Nordrhein-Westfalen abgesetzten Teilaufgaben weisen in der Summe einen Anstieg auf. Damit ist auch der Anteil von NRW an der Gesamtauflage von 15,9 Prozent in 2000 auf 16,2 Prozent in 2010 gestiegen.

Die einzige überregionale Boulevardzeitung, Bild, hatte im selben Zeitraum anhaltende Absatzprobleme. Der Auflagenverlust war für den deutschen Markt immens: von 4,2 Millionen Exemplaren in 2000 auf 3,0 Millionen Exemplare in 2010. Das entspricht einem Rückgang um 29 Prozent. Gleichzeitig hat das Blatt auch in NRW eine erhebliche Zahl an Käufern ver-

loren. Die Auflage sank von 834.000 auf 567.000 Exemplare. Mit 32 Prozent waren die Verluste in Nordrhein-Westfalen im Verhältnis gesehen noch höher als bei der Gesamtauflage.

Tab. 134.1: Auflagenentwicklung der überregionalen Tageszeitungen

Titel	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Süddeutsche Zeitung	428.600	433.700	434.300	446.300	449.000	444.900
davon in NRW	31.100	32.600	32.600	39.500	45.400	43.300
Anteil NRW an gesamt	7,2%	7,5%	7,5%	8,9%	10,1%	9,7%
Frankfurter Allg. Zeitung	407.900	390.200	385.900	370.100	368.300	368.000
davon in NRW	90.600	81.400	83.800	81.100	76.200	76.800
Anteil NRW an gesamt	22,2%	20,9%	21,7%	21,9%	20,7%	20,9
Die Welt/Welt Kompakt *	242.600	233.700	202.700	246.800	268.600	248.700
davon in NRW	51.700	49.600	44.600	50.200	58.800	51.000
Anteil NRW an gesamt	21,3%	21,2%	22,0%	20,3%	21,9%	20,5%
Frankfurter Rundschau	190.800	187.500	181.200	161.700	153.500	142.200
davon in NRW	16.900	15.600	14.600	14.800	13.500	11.300
Anteil NRW an gesamt	8,9%	8,3%	8,1%	9,1%	8,8%	8,0%
Die Tageszeitung	59.000	60.000	58.300	57.600	55.400	56.800
davon in NRW	11.400	11.500	11.400	12.100	11.400	11.100
Anteil NRW an gesamt	19,3%	19,1%	19,5%	21,0%	20,6%	19,5%
Neues Deutschland	62.900	56.200	51.300	48.500	42.700	39.800
davon in NRW	700	600	600	600	500	600
Anteil NRW an gesamt	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,4%
Handelsblatt **	167.400	141.300	144.300	144.000	147.800	136.900
davon in NRW	44.900	38.500	36.600	35.000	35.900	34.100
Anteil NRW an gesamt	26,8	27,2%	25,4	24,3%	24,3%	24,9%
Financial Times Dtschld. **	k.A.	80.400	93.900	101.700	101.700	100.700
davon in NRW	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	20.600
Anteil NRW an gesamt	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	20,4%
Überregionale Tageszeitungen ges. ***	1.559.200	1.583.000	1.458.000	1576.700	1.587.000	1.538.000
davon in NRW	247.300	229.800	224.200	233.300	241.700	248.800
Anteil NRW an gesamt	15,9%	15,3%	15,4%	15,8%	16,3%	16,2%
Bild	4.248.400	4.083.300	3.781.300	3.545.200	3.326.200	3.014.100
davon in NRW	833.500	795.800	736.000	682.100	640.900	566.900
Anteil NRW an gesamt	19,6%	19,5%	19,5%	19,2%	19,3%	18,8%

Quelle: Auflagenzahlen nach IVW und teilweise nach Verlagsangaben (für NRW) jeweils für das I. Quartal

* Ab 2006 Gesamtauflage von Die Welt und Welt Kompakt.

** abweichend Montag bis Freitag statt Montag bis Samstag

*** Gesamtsummen nur in 2010 inkl. Financial Times Deutschland

Auch die regionalen Boulevardzeitungen Express und Düsseldorf Express haben in den letzten zehn Jahren erheblich an Auflage verloren. Die beiden Ausgaben des Express für Köln und für Bonn verkauften im Jahr 2000 noch 231.000 Exemplare, die Ausgabe in Düsseldorf 73.000 Exemplare. Bis 2010 schmolz die Auflage auf 153.000 bzw. 41.000 Exemplare. Das entspricht Verlusten von einem Drittel beim Express und von 45 Prozent beim Düsseldorf Express.

Für die Regionalzeitungen in Nordrhein-Westfalen liegen keine Auflagenzahlen für das Jahr 2000 vor. Der Vergleich der Jahre 2002 und 2010 zeigt aber auch für die kürzere Entwicklung hohe Verluste im Verkauf. Die Gesamtauflage ist um 18 Prozent auf 3,2 Millionen Exemplare in 2010 (inkl. Express und Düsseldorf Express) gesunken. In der Regel waren die Auflagenverluste in den Großstädten höher als in den ländlichen Gebieten. Entsprechend weisen gerade die kleineren Titel in der Provinz geringere Verluste auf als jene Regionalzeitungen, die ihr Verbreitungsgebiet vor allem in städtischen Ballungsgebieten haben. Von diesem Negativ-Trend blieben nur wenige Titel verschont. Sie profitierten in der Regel von der Entwicklung konkurrierender Titel, beispielsweise in dem Fall, dass einzelne Ausgaben eingestellt wurden.

Tab. 134.2: Auflagenentwicklung der lokalen und regionalen Tageszeitungen in NRW

Titel	1981	2002	2006	2008	2010
(Allgemeiner Anzeiger, Halver)	3.800	bis 31.12.95 eigenständig; jetzt: Lüdenscheider Nachrichten			
(Meinerzhagener Zeitung)	6.800			jetzt Lüdenscheider. Nachrichten	
(Süderländer Volksfreund, Werdohl)	3.600	bis 30.9.1997 eigenständig; jetzt: Lüdenscheider. Nachrichten			
(Altenaer Kreisblatt)	5.700	bis 1989 eigenständig; jetzt: Lüdenscheider. Nachrichten			
(Dortmunder Nord-West-Zeitung)	6.000	eingestellt			
(Essener Tageblatt)	9.100	eingestellt			
(Mendener Zeitung)	7.200		Angaben unter Soester Anzeiger	bis 30.3.2010	
(Buersche Zeitung, Gelsenkirchen)	16.100	9.200	8.000	bis 30.9.2006	
(Honnefer Volkszeitung) **	5.600	6.000	bis 30.6. 2002		
(Vlothoer Anzeiger)	5.000	5.200	bis 31.3.2004 2 x wö.); jetzt: Mindener Tageblatt		
Münstersche Zeitung	45.000	jetzt: Ruhr Nachrichten			

Titel	1981	2000	2002	2006	2008	2010
Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung	167.000	161.100	157.600	141.700	136.900	129.200
Ahlener Zeitung	9.000	8.100	8.000	7.200	7.000	6.800
Allgemeine Zeitung, Coesfeld	13.900	18.200	18.600	18.400	18.200	17.900
Bocholter-Borkener Volksblatt	22.600	26.000	25.000	24.100	23.800	23.500
Borkener Zeitung	13.700	18.600	18.700	17.900	17.800	17.500
Dülmener Zeitung	8.200	10.000	9.900	9.400	9.200	8.800
Emsdettener Volkszeitung	6.600	6.900	9.500	8.800	8.400	8.100
General-Anzeiger, Bonn	73.000	89.300	89.600	89.900	84.500	81.800
Die Glocke, Oelde	63.000	63.800	63.000	59.100	58.100	57.100
Haller Kreisblatt	11.700	13.500	13.100	12.400	12.100	11.900
Hellweger Anzeiger, Unna	26.200	25.200	24.600	26.000	25.800	24.500
Ibbenbürener Volkszeitung	14.100	17.000	16.900	21.700	21.400	21.000
Iserlohner Kreisanzeiger und Zeitung	24.600	30.700	29.100	26.300	25.000	24.900
Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau	414.000	423.900	405.100	359.500	345.000	336.000
Lippische Landes-Zeitung, Detmold	46.800	45.000	45.000	46.200	45.100	43.700
Lüdenscheider Nachrichten ¹	20.800	37.000	36.100	32.800	31.600	32.200
Mindener Tageblatt ²	34.800	37.800	37.800	36.100	35.400	34.500
Münsterländische Volkszeitung, Rheine	16.900	18.000	17.900	17.100	16.700	15.900
Neue Ruhr/Rhein Zeitung, Essen *	176.000	k.A.	155.000	k.A.	k.A.	k.A.
Neue Westfälische, Bielefeld	150.000	165.000	160.200	154.900	153.300	150.100
Neuß-Grevenbroicher Zeitung	46.500	52.600	52.000	49.700	49.000	45.500
Der Patriot, Lippstadt	26.300	29.000	28.500	27.200	26.300	25.500
Recklinghäuser Zeitung, Marl	76.100	73.300	71.000	65.900	65.800	63.600
Remscheider General-Anzeiger	26.900	23.600	22.900	21.100	19.800	18.800
Rheinische Post, Düsseldorf	332.000	341.200	339.900	325.400	318.300	310.900
Ruhr Nachrichten, Dortmund	225.000	242.200	230.100	186.100	202.800	191.800
Siegener Zeitung	60.000	62.000	60.200	59.600	58.100	56.800

Titel	1981	2000	2002	2006	2008	2010
Soester Anzeiger ⁴	23.200	32.600	38.800	32.300	31.700	36.100
Solinger Tageblatt	31.900	28.900	28.300	26.300	25.600	24.800
Süderländer Tageblatt, Plettenberg	6.500	6.000	6.000	5.300	5.200	4.900
Tageblatt für den Kreis Stein- furt, Ochtrup	3.800	4.300	4.300	4.200	4.000	4.000
Westdeutsche Allgemeine Zeitung	1.234.800	1.124.200	1.049.700	929.000	852.800	779.300
Westdeutsche Zeitung, Düsseldorf	196.000	165.600	160.700	142.400	130.900	121.600
Westfalen-Blatt, Bielefeld	146.000	142.800	138.000	127.600	125.300	121.900
Westfalenpost, Hagen *	150.000	k.A.	140.000	k.A.	k.A.	k.A.
Westfälische Nachrichten, Münster	101.000	128.300	130.200	119.300	115.100	113.700
Westfälische Rundschau, Dortmund *	209.000	k.A.	160.000	k.A.	k.A.	k.A.
Westfälischer Anzeiger, Hamm	53.400	49.700	48.700	44.100	41.900	41.700
Abo-Presses gesamt ⁵	3.722.000	3.721.400	3.594.900	3.373.200	3.122.900	3.007.600
Düsseldorf-Express	136.500	73.300	63.200	48.900	45.700	40.500
Express	304.100	231.300	209.300	176.100	166.300	152.800
Boulevard-Presses gesamt	440.600	304.600	272.500	225.000	212.000	193.300
Regionalpresses gesamt	4.162.600	4.026.000	3.887.800	3.587.700	3.334.900	3.200.900
Handelsblatt	83.400	167.400	141.300	144.000	147.800	136.900
gesamt	4.246.000	4.193.400	4.029.100	3.731.700	3.482.700	3.337.800

Quelle: Formatt-Institut; Auflagenzahlen nach IVW jeweils für das 1. Quartal

* Der IVW nennt keine auf den Titel bezogene Auflagenzahlen. Die Auflagenzahl beruht auf einer Schätzung auf der Basis der Gesamtauflage der verbundenen Titel, wie sie jeweils der IVW gemeldet wird.

** Inzwischen eingestellt.

1 Das Auflagenplus der Lüdenscheider Nachrichten basiert vor allem auf Zukäufen von benachbarten Zeitungen.

2 Das Mindener Tageblatt profitierte von der Einstellung der Mindener Ausgabe der Neuen Westfälischen und dürfte im Jahr 2003 von der dann erfolgten Einstellung der Mindener Ausgabe des Westfalen-Blatts erneut profitiert haben.

3 Bei den Auflageverlusten spiegelt sich die Einstellung von Lokalausgaben und die damit verbundene Reduzierung des Verbreitungsgebiets wider.

4. Die Auflagensteigerung basiert auch auf der Übernahme der Mendener Zeitung.

5 Ohne die kleinen Auflagen in NRW von einzelnen grenznahen Zeitungen aus anderen Bundesländern.

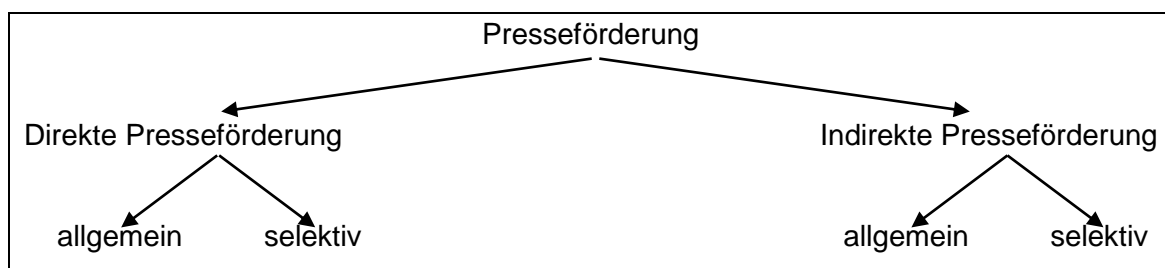
135. Welche Maßnahmen mit Auswirkungen auf den Erhalt der Zeitungsvielfalt werden gegenwärtig auf EU-Ebene geplant und / oder umgesetzt (bitte einzeln aufschlüsseln)?

Die EU nimmt selbst keine Fördermaßnahmen vor, akzeptiert aber die sehr unterschiedlichen Maßnahmen der Nationalstaaten innerhalb der EU.

Ziel der Presseförderung ist es, mit Hilfe staatlicher Unterstützung die strukturelle Vielfalt der Presse zu erhalten oder zu fördern. Wird diese Förderung in der Form einer finanziellen Unterstützung gewährt, handelt es sich um eine staatliche Beihilfe. Eine solche ist innerhalb der Europäischen Union solange zulässig, wie sie den Handel zwischen Mitgliedstaaten nicht beeinträchtigt (Art. 87 EGV). Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die finanzielle Unterstützung von Zeitungen auf den Wettbewerb außerhalb einzelner Nationalstaaten keinen Einfluss hat. Zu dieser Einschätzung gelangte die EU-Kommission bereits 1977. Auch die in Frankreich praktizierte Förderung des Auslandsvertriebs wurde von der EU-Kommission nicht beanstandet. Da ein grenzüberschreitender Handel mit Printmedien nur in beschränktem Maße stattfindet (Ausnahmen bestehen bei grenzüberschreitenden einheitlichen Sprachräumen, zum Beispiel Deutschland und Österreich sowie außerhalb der EU Schweiz, und betreffen hauptsächlich den Zeitschriften-, kaum aber den Zeitungsmarkt), wird Presseförderung auch von der World Trade Organization (WTO) geduldet.

Bei der Presseförderung kann grundsätzlich entweder die gesamte Branche (allgemein) unterstützt werden, oder es werden (selektiv) nur strukturell benachteiligte, beziehungsweise wirtschaftlich bedrohte Unternehmen gefördert. Generell lassen sich Formen direkter von Formen indirekter Presseförderung unterscheiden:

Abb. 135.1: Formen der Presseförderung



Quelle: Holtz-Bacha, Presseförderung im westeuropäischen Vergleich. In: Buck, Peter A. (Hrsg.): Medienmanager Staat. Von den Versuchen des Staates, Medienvielfalt zu ermöglichen. Medienpolitik im internationalen Vergleich. München (1994), S. 444.

Bei der direkten Förderung handelt es sich um direkte finanzielle Zuwendungen, während die indirekte Förderung Presseunternehmen nur mittelbar begünstigt, meist in der Form von Vertriebsförderung oder Nachlässen bei der Umsatzsteuer. Direkte Förderungen setzen eindeutige Kriterien für die Selektion der zu fördernden Zeitungen bzw. Verlage voraus. Die Kriterien sind je nach Land unterschiedlich und begünstigen in der Regel solche Tageszeitungen, deren Fortbestand bedroht ist. Teilweise sind diese Förderungen zweckgebunden (z. B. Innovations- oder Technikförderungen). Hilfen werden auch über staatliche Anzeigenaufträge gewährt, bei denen der Insertionszweck nicht im Vordergrund steht.

Direkte Presseförderung erhalten Zeitungsunternehmen in Form von Subventionen für Vertrieb oder Investitionen in Österreich, Belgien, Dänemark, Estland, Finnland (vor allem Parteipresse), Frankreich, Italien (vor allem Parteipresse), Norwegen (Klein- und Zweitzeitungen sowie nationale Meinungsblätter), Portugal (Regional- und Lokalzeitungen) und in Schweden (Zweitzeitungen). Eine fundierte Übersicht des Fördervolumens in den einzelnen Staaten liegt nur für die Jahre bis einschließlich 2007 vor, aktuellere Daten können in diesem Rahmen nicht mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden.

Tab. 135.1: Direkte Presseförderung in Europa (Landeswährung in Mio.)

	2003	2004	2005	2006	2007
Belgien (€)	1,1	6,2	6,2	6,0	6,5
Finnland (€)	k.A.	k.A.	13,6	13,6	6,1
Frankreich (€)	63,6	61,3	106,0	101,0	89,0
Italien (€)	130,0	150,0	150,0	150,0	164,0
Luxemburg (€)	5,5	5,5	6,6	7,1	k.A.
Österreich (€)	12,9	13,5	12,1	12,9	12,8
Portugal (€)	1,56	0,97	0,34	0,27	0,34
Dänemark (D-Krone)	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0
Estland (EE-Krone)	28,0	28,0	28,0	29,0	34,9
Norwegen (N-Krone)	k.A.	k.A.	k.A.	240,0	251,8
Schweden (S-Krone)	509,0	518,0	495,0	495,0	515,0
Ukraine (Hryvnia)	k.A.	k.A.	k.A.	20,4	21,1
Russland (Rubel)	266,0	310,0	48,0	150,6	150,6
Weißrussland (Rubel)	12.000,0	11.103,7	12.599,0	13.000,0	15.899,5

Quelle: World Association of Newspapers (Press Trends 2008)

In Belgien, Finnland, Frankreich, Luxemburg und Norwegen (teilweise) sind Regierung oder Fachministerien für die Vergabe der direkten Mittel zur Presseförderung zuständig. In Italien, Norwegen (teilweise), Österreich und Portugal entscheidet jeweils eine Regulierungsbehörde. In Dänemark, den Niederlanden und Schweden existiert jeweils ein spezialisiertes Gremium.

Als Maßnahmen indirekter Presseförderung finden sich in Europa:

- Subventionen oder niedrige Zölle für Zeitungspapier
- finanzielle Unterstützung für Zeitungsverkaufsstellen
- finanzielle Unterstützung für Nachrichtenagenturen
- finanzielle Unterstützung für Einrichtungen der Journalistenausbildung
- finanzielle Unterstützung für Einrichtungen zur Leseförderung
- Reduzierung der Mehrwertsteuer (Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Slowakische Republik, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, Zypern)
- Vollständiger Erlass der Mehrwertsteuer (Belgien, Dänemark, Großbritannien);
- vergünstigte Tarife für Telekommunikationsleistungen.

Bei der indirekten Presseförderung ist die früher vorherrschende Subventionsform eines verbilligten Postvertriebs (vor allem für überregionale Zeitungen) im Zuge der Privatisierung von Postunternehmen in vielen Ländern zurückgeführt oder beendet worden. Ähnliches gilt für einen verbilligten Bahntransport von Zeitungen. Deshalb beschränkt sich die indirekte Förderung in den meisten EU-Mitgliedsstaaten inzwischen auf einen reduzierten Mehrwertsteuer-

satz, wobei teilweise Differenzierungen nach Presstyp vorgenommen werden. Indirekte Presseförderung ist auch durch den Verzicht von Gewerbesteuern für Zeitungs- oder Zeitschriftenverlage möglich. Darüber hinaus werden in einigen Ländern Vergünstigungen durch höhere Abzugsmöglichkeiten gewährt. Indirekte Presseförderung in Form von reduzierten Mehrwertsteuersätzen erfolgt in der EU fast flächendeckend (vgl. Auflistungen oben).

In Deutschland erhebt der Staat als indirekte Fördermaßnahme seit Jahren nur den so genannten halbierten Mehrwertsteuersatz auf Vertriebs Erlöse von derzeit sieben statt 19 Prozent.

Im Einzelnen werden die folgenden Methoden zur allgemeinen oder selektiven staatlichen Förderung genutzt:

Abb. 135.2: Methoden staatlicher Presseförderung

	allgemein	selektiv
direkt	Subventionierung aller Zeitungen Unterstützung von Druck- und Vertriebskooperationen Unterstützung von Investitionen Exportsubventionen	Subventionierung einzelner Zeitungen Kreditvergabe zu günstigen Konditionen
indirekt	Steuererleichterungen (Mehrwertsteuer etc.) reduzierte Post- und Bahntarife reduzierte Telekomtarife Förderung Nachrichtenagenturen Förderung Verkaufsstellen Förderung Aus- und Weiterbildung Preis- und Zollreduktion für Zeitungspapier	Steuererleichterung (abhängig von Auflagenhöhe) reduzierte Post- und Bahntarife für Titel mit kleiner Auflage

Quelle: Puppis (2007), S. 177

Allgemeine Förderungsmaßnahmen sollen die wirtschaftlichen Verhältnisse der gesamten Branche verbessern, bevorteilen aber meist die Zeitungen mit höherer Auflage. Selektive Maßnahmen helfen einzelnen Titeln, um so Pressevielfalt zu erhalten und Zeitungskonzentration zu verhindern. Als Indikatoren für die wirtschaftliche Lage der Zeitungen werden in der Regel die Auflagenentwicklung sowie das Anzeigenaufkommen verwendet.

Frankreich

Der französische Pressemarkt ist geprägt von einer relativ geringen Zeitungsdichte sowie einer geringen Zeitungsreichweite (44 Prozent). Nur etwa dreißig Prozent der verkauften Auflage geht an Abonnenten. Der Rest muss im Einzelverkauf abgesetzt werden. Nur etwa zehn Prozent der verkauften Auflage erreicht per Zeitungsboten die Leser. Kennzeichnend für den Markt sind zudem niedrige Werbeeinnahmen sowie zuletzt Auflagenverluste der großen Zeitungen in Paris, die unter anderem auf die Erfolge von Gratiszeitungen zurückzuführen sind.

In Frankreich genießt die Vielfalt der Medien, insbesondere die Vielfalt der politischen Tagespresse (überregionale Tageszeitungen) Verfassungsrang. Die Regierung ist aufgefordert, diese Vielfalt zu stützen und Gefährdungen abzuwenden. Über die Jahre ist dazu ein ausdifferenziertes Instrumentarium entwickelt worden, das sowohl aus direkten als auch aus indirekten Subventionen besteht. Es existiere „wohl kein anderes europäisches Land, das sei-

nen Zeitungen in so großem Umfang wie Frankreich direkte und indirekte Hilfen gewährt“ (siehe Holtz-Bacha, Christina; Leidenberger, Jacob: Aktuelle Entwicklungen im französischen Mediensystem: Von einer Krise in die nächste? In: Deutsch-französisches Institut (Hrsg.): Frankreich Jahrbuch 2008. Wiesbaden, 2008). Nach Angaben des Französischen Senates wurden von Staatsseite in Frankreich direkte Hilfen von rund 175 Millionen Euro für das Jahr 2008 bereitgestellt; aktuelle Daten liegen nicht vor.

Tab. 135.3: Presseförderung in Frankreich in Mio € in 2008

Vertriebshilfen gesamt	99,00
- davon Transport Post	83,00
- davon Transport Bahntransport SNCF	5,80
- davon dezentraler Druck	–
- davon Auslandsvertrieb	1,95
- davon Vertrieb mit Austrägern	8,25
Förderung der Vielfalt gesamt	9,975
- davon Unterstützung nationaler Zeitungen, die der politischen Information dienen	7,155
- davon Unterstützung regionaler Zeitungen mit schwachem Anzeigenaufkommen	1,40
- davon Unterstützung der regionalen Wochenpresse	1,42
Modernisierungshilfen gesamt:	64,50
- davon soziale Modernisierung	20,00
- davon Modernisierung des Vertriebs der nationalen Tagespresse	12,00
- davon Modernisierung des Vertriebsnetzes	2,00
- davon Entwicklung des Onlineangebotes	0,50
- davon Modernisierung der politisch informierenden Tagespresse	30,00

Quelle: Sénat français 2007

Das französische Modell der Presseförderung ist gekennzeichnet durch einen großen Anteil allgemeiner Subventionen für Vertrieb, Modernisierung und Vielfaltsicherung. Fördermaßnahmen zum Erhalt der Vielfalt fließen direkt an einzelne Zeitungen und Zeitschriften. Teilweise sind diese Mittel solchen Publikationen vorbehalten, die der politischen Information dienen. Allerdings bot dieses Kriterium in der Vergangenheit immer wieder Raum für sehr unterschiedliche Interpretationen. Auch der Fördertopf zur Modernisierung sieht Sondermittel für die politisch informierende Presse vor. Bei den allgemeinen Modernisierungshilfen waren für 2008 insgesamt dreißig Millionen Euro vorgesehen, die ausschließlich dem Ziel dienen sollten, dass Zeitungen Personal abbauen können. Diese Mittel wurden verwendet, um Mitarbeiter in den vorgezogenen Ruhestand zu entlassen oder für neue Tätigkeiten zu qualifizieren.

Zusätzlich zu den rund 175 Millionen Euro, die der Staat an direkten Hilfen für Presseunternehmen für 2008 eingestellt hatte, wurde die Presseagentur Agence France Presse (AFP) im gleichen Jahr durch ein umfangreiches staatliches Abonnement im Wert von 109,4 Millionen Euro unterstützt, was etwa vierzig Prozent des AFP-Umsatzes ausmachte. Die halbstaatliche Agentur ist verpflichtet, die Presse zu einem einheitlichen Tarif zu beliefern.

Zur indirekten Presseförderung in Frankreich gehört der reduzierte Mehrwertsteuersatz. Während der normale Mehrwertsteuersatz in Frankreich bei 19,8 Prozent liegt und der ermäßigte bei 5,5 Prozent, fällt bei Zeitungen nur der stark ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 2,1 Prozent an. Möglich sind auch eine Befreiung von der Gewerbesteuer (taxe professionel-

le) und zudem Vergünstigungen bei steuerrechtlichen Abschreibungen. Mit diesen Steuererleichterungen werden vor allem Zeitungen mit geringem Anzeigenvolumen unterstützt.

Insgesamt addieren sich direkte und indirekte Hilfen für die französischen Presseunternehmen auf etwa eine Milliarde Euro jährlich. Das französische System der Presseförderung wurde jedoch als ineffektiv kritisiert. Um es zu optimieren, beauftragte Staatspräsident Nicolas Sarkozy eine Expertenkommission („Generalstände der Presse“). Das 60-seitige Grünbuch der Kommission umfasst Dutzende von Vorschlägen zu Hilfen für die Presse. Einige davon hat der Präsident aufgegriffen und umgesetzt und dafür ein zusätzliches Budget von jeweils 200 Millionen Euro für drei Jahre zur Verfügung gestellt. Zu den Maßnahmen gehören:

- Das Vertriebssystem für Zeitungen soll durch zusätzliche Verkaufsstellen (u.a. auch Tankstellen) verbessert werden.
- Zeitungen sollen von der Gewerbesteuer befreit werden, desgleichen auch Onlinezeitungen.
- Der Zeitungsdruck soll verbilligt werden.
- Für 18-Jährige wird ein Jahr lang der Bezug einer Zeitung finanziert, um gerade Jugendliche wieder stärker an das Medium Zeitung zu binden.

Italien

Nach Angaben der World Association of Newspapers gab Italien 2007 mit 205,48 Millionen Euro weltweit die höchste staatliche Summe für die direkte Presseförderung aus. Aktuellere Daten liegen nicht vor. Den Verlagen – unter anderem auch der Parteipresse – wurden selektiv umfassende und in der Höhe signifikante direkte Subventionen gewährt. Diese Beihilfen waren mit dem relativ allgemeinen Ziel einer Verbesserung der Wirtschaftlichkeit verbunden und wurden Verlagen und Agenturen sowie im Bereich des Pressevertriebs gewährt.

Die direkte Förderung von Nachrichtenagenturen hat für die Presse indirekt eine kostensenkende Folge (ähnlich wie in Frankreich). Indirekt werden zusätzliche Subventionen über eine Begrenzung des Umsatzsteuersatzes auf sieben Prozent gewährt. Hinzu kommen vergünstigte Portosätze und ein Fonds für günstige Kredite. Besondere Förderungen erhalten Medien für fremdsprachige Minderheiten.

Schweden

Mit knapp 61 Millionen Euro verfügte Schweden 2007 nach Angaben der World Association of Newspapers weltweit über das drittgrößte Budget direkter Presseförderung. Bereits Mitte der 60er Jahre wurden erste Maßnahmen zur direkten Presseförderung eingeführt. Verteilt werden die Gelder von einer speziellen Institution, Presstödsnämnden (Press Subsidies Council), die von der Regierung eingesetzt wird. Gefördert werden vor allem Zweitzeitungen, um die Vielfalt zu erhalten. Diese Publikationen erhalten selektiv Betriebszuschüsse und dürfen weder Spezialinteressen bedienen, noch einen Anzeigenanteil von mehr als 49 Prozent auf den relevanten Märkten haben. Möglich ist auch eine Vertriebsförderung, für den Fall, dass Verlage auf eigene Vertriebssysteme verzichten und auf spezialisierte Vertriebsunternehmen angewiesen sind. Die Höhe der Förderung hängt dabei jeweils von der Auflage ab. Die Summe aller Fördermaßnahmen macht in Schweden weniger als drei Prozent der gesamten Zeitungsumsätze aus, allerdings können geförderte Lokalzeitungen bis zu einem Drittel ihrer Erträge aus Fördermitteln bestreiten.

Norwegen

Norwegische Zeitungen haben nur dann einen Anspruch auf Presseförderung, wenn sie im Jahr weniger als 250.000 Euro Gewinn erwirtschaften und/oder wenn ihr Inhalt zu weniger als der Hälfte aus Werbung besteht. Wirtschaftlich bedrohte Monopolzeitungen erhalten nur staatliche Mittel, wenn ihre Auflage unter 6.000 verbreiteten Exemplaren liegt. Für Zweitzeitungen liegt diese Grenze bei 60.000 Exemplaren.

Den Umfang des gesamten (stark schwankenden) Förderetats bestimmt jährlich die Regierung. Anschließend werden die Mittel von der Regulierungsbehörde Medietilsynet zugeteilt, die auf der Grundlage des Advisory Committee for Grants to Daily Newspapers entscheidet. Die konkrete Fördersumme hängt jeweils von der Auflage, der Zahl der Ausgaben pro Jahr und einem jährlich vom Kulturministerium festgelegten Faktor ab.

Österreich

Seit dem Inkrafttreten des Presseförderungsgesetzes 2004 (PresseFG 2004) am 1. Januar 2004 ist in Österreich die Medienaufsicht KommAustria für die Vergabe von Mitteln zur Presseförderung zuständig. Grundsätzlich erhalten alle geförderten Tageszeitungen denselben Betrag zur Vertriebsförderung. Darüber hinaus werden Zweitzeitungen unterstützt, um eine regionale publizistische Vielfalt zu sichern. Diese Titel erhalten neben einem Festbetrag von einer halben Million Euro eine zusätzliche operative Förderung, die sich jeweils nach der Auflagenhöhe richtet. So wurden im Jahr 2008 in über hundert Fällen Subventionen genehmigt. Insgesamt stand eine Fördersumme von 12,84 Millionen Euro zur Verfügung, wovon 4,52 Millionen Euro auf die Vertriebsförderung entfallen und 6,65 Millionen Euro für Zweitzeitungen reserviert sind. Darüber hinaus wurden 1,67 Millionen Euro zur Journalistenförderung, für Forschung und für Leseförderungen (zum Beispiel Projekte in der Schule) bereitgestellt. Aktuelle Daten liegen nicht vor.

Großbritannien

In Großbritannien existieren ausschließlich indirekte Hilfen für Zeitungen. Verlagshäuser sind komplett von der Mehrwertsteuer befreit.

Spanien

Spanien vergibt keine direkten Subventionen. Von Bedeutung ist jedoch der auf sieben Prozent reduzierte Mehrwertsteuersatz für die Presse. Darüber hinaus gibt es keine nennenswerten Eingriffe in die Marktentwicklung.

Niederlande

In den Niederlanden werden Subventionen insbesondere über zinsgünstige Kredite sowohl an bedürftige Verlage zur Existenzsicherung, als auch für Zeitungsgründungen vergeben. Die einst bedeutenden Vergünstigungen für Post- und Bahntransporte sind sukzessive zurückgeführt worden. In früheren Jahren waren Vertriebs Erlöse von der Umsatzsteuer befreit. Seit 1979 wurden zunächst vier Prozent Mehrwertsteuer erhoben, später sechs Prozent. Im Hinblick auf die Tendenz zunehmender Konzentration, auch im Markt der Tageszeitungen, hat die Regierung Anfang 2009 eine Kommission eingesetzt. Zur Stützung der Pressevielfalt wurde zudem ein spezieller Fonds („Stimuleringsfonds voor de Pers“) aufgelegt, der Hilfsmaßnahmen für Verlage in wirtschaftlichen Schwierigkeiten umsetzen soll. Auch Innovationen werden gefördert.

Gerade auch in kleinen Ländern der EU existieren zahlreiche Maßnahmen zur Presseförderung, welche die Förderungen der jeweiligen Landessprache zum Ziel haben. Keine Fördermaßnahmen gibt es in Bulgarien.

Auch in Nicht-EU-Ländern wie der Schweiz werden Maßnahmen zur Presseförderung ergriffen: Die Schweiz setzt dabei allein auf eine indirekte Presseförderung. Bis 2003 hatte der Staat zuletzt jährlich hundert Millionen Franken an die Post als Ausgleich für die von ihr gewährten Sondertarife für den Zeitungstransport gezahlt. Mit der Novellierung wurde für 2003 bis 2006 ein so genanntes Drittelsmodell eingeführt, wonach sich der Staat, die Post und der Verlegerverband die Gesamtkosten teilten. Der Staat zahlte achtzig Millionen Franken pro Jahr. Diese Regelung wurde anschließend verlängert und hat noch immer Bestand, nachdem ihr der Nationalrat im März 2007 für längstens sieben Jahre zustimmte. Der Bund will auch nach der Abschaffung des Postmonopols, das für 2011 geplant ist, die indirekte Presseförderung für regionale und lokale Zeitungen und Zeitschriften mit Auflagen bis zu 40.000 Exemplaren erhalten.

136. Welche konkreten Maßnahmen zum Erhalt der Zeitungsvielfalt werden gegenwärtig in den fünfzehn anderen Bundesländern geplant oder bereits durchgeführt (bitte einzeln aufschlüsseln)?

Über „konkrete Maßnahmen“ anderer Bundesländer zum Erhalt der Zeitungsvielfalt liegen keine Erkenntnisse vor. Auch nach dem Übergang der Zuständigkeiten vom Bund auf die Länder im Rahmen der Föderalismusreform sind konkrete Maßnahmen nicht ergriffen worden.

Beispielhaft und ohne Repräsentativität zu beanspruchen sei in diesem Zusammenhang auf die Ausführungen der Niedersächsischen Landesregierung von 2010 verwiesen: „Im Bereich der Presse hat sich seit jeher die Sicherung der Meinungsvielfalt durch Außenpluralismus bewährt. Vielfalt wird durch die Konkurrenz einer großen Anzahl unterschiedlich ausgerichteter Presseprodukte hergestellt und in einer Gesamtbetrachtung aller auf dem Markt agierender Verleger beurteilt. Angesichts der gegenwärtigen Meinungspluralität im Pressewesen sind vielfaltsichernde binnenplurale Modelle nicht erforderlich, stattdessen kann wie bisher weitgehend auf die Selbstregulierungskraft des Marktes vertraut werden.“ (siehe Antwort der Landesregierung Niedersachsen vom 12.1.2010 (Drucksache 16/2060) auf die Große Anfrage „Situation und Entwicklung des Zeitungs- und Medienmarktes in Niedersachsen“ (Drucksache 16/154), hier S. 15).

In Mecklenburg-Vorpommern, wo die Konzentration im Bereich der lokalen Medien besonders weit fortgeschritten ist, hat der Landtag die Landesregierung aufgefordert, jährlich einen „Bericht zur Entwicklung der Medienlandschaft in Mecklenburg-Vorpommern“ vorzulegen. (siehe Landtag Mecklenburg-Vorpommern Drucksache 5/1795). Dem ist die Landesregierung erstmals im September 2009 nachgekommen (siehe Landtag Mecklenburg-Vorpommern Drucksache 5/2824). Über konkrete Maßnahmen für den Erhalt der Zeitungsvielfalt liegen bis dato keine Erkenntnisse vor.

137. Welche Rolle spielen Zeitungen, die nicht aus Nordrhein-Westfalen stammen, quantitativ nach Auflagenstärke, Marktanteil und Verbreitungsgebiet in unserem Bundesland?

Informationen zur Bedeutung überregionaler Tageszeitungen in NRW liefert die Antwort auf die Frage 134.

Nordrhein-Westfalen stellt für die lokalen und regionalen Abonnementzeitungen und auch für die regionalen Kaufzeitungen einen im Wesentlichen abgeschlossenen Markt dar. Die Landesgrenze ist für die meisten Zeitungen in NRW und auch für jene in den Nachbarländern

zugleich die Grenze des Verbreitungsgebietes. Dies gilt im Besonderen für die Grenzen zu Belgien und zu den Niederlanden.

Von den regionalen Kaufzeitungen anderer Bundesländer erzielt kein Titel nennenswerte Auflagen in NRW. Dies gilt überwiegend auch für die lokalen und regionalen Abonnementzeitungen. Nur in einzelnen Gemeinden in Ostwestfalen und im Münsterland direkt an der Landesgrenze spielen auswärtige Abonnementzeitungen eine gewisse Rolle. Dies gilt in folgenden Kreisen:

- Kreis Steinfurt: Die Neue Osnabrücker Zeitung (NOZ) wird in den östlichen Gemeinden des Kreises mit insgesamt 3.800 Exemplaren vertrieben. In der Gemeinde Lotte erreicht die NOZ mit 2.200 Exemplaren im lokalen Markt der Abonnementzeitungen ein Monopol. In Westerkappeln kommt sie mit 800 Exemplaren als Zweitzeitung auf einen Marktanteil von über 40 Prozent. Eine nachrangige Rolle spielt sie zudem in der Gemeinde Lienen und der Stadt Tecklenburg.
- Kreis Minden-Lübbecke: An der Grenze zu Niedersachsen verkauft die Kreiszeitung aus Syke 1.200 Exemplare. In der Gemeinde Stemwede ist sie mit 900 Exemplaren Zweitzeitung, in der Nachbarstadt Rahden mit 200 Exemplaren Drittzeitung.
- Kreis Lippe: Die Dewezet aus der niedersächsischen Stadt Hameln kommt mit ihrer Ausgabe Pyrmonter Nachrichten auf 1.300 Exemplare und die Ausgabe Schaumburger Zeitung aus derselben Verlagsgruppe auf 300 Exemplare. Die Pyrmonter Nachrichten sind in der Stadt Lügde Erstzeitung, die Schaumburger Zeitung in der Gemeinde Extertal Zweitzeitung.
- Kreis Höxter: In der Stadt Höxter ist der Tägliche Anzeiger aus dem niedersächsischen Holzminden mit 300 Exemplaren Drittzeitung.

Zudem werden in Nordrhein-Westfalen auch fremdsprachige Tageszeitungen verkauft. Über diese liegen allerdings kaum Informationen vor. Der Auflagenkontrolle der Informationsgemeinschaft zur Feststellung von Werbeträgern e.V. (IVW) werden nur die beiden türkischen Tageszeitungen Hürriyet und Zaman gemeldet. Hürriyet kommt mit seiner Auslandsausgabe im Bundesgebiet auf eine Auflage von 9.600 Exemplaren und mit seiner Deutschland-Ausgabe auf 35.900 Exemplare. Zaman verkauft 23.800 Exemplare. Angaben zur Auflage in NRW liegen nicht vor.

Auch fremdsprachige Wochenzeitungen werden in Deutschland vertrieben, so etwa die russischsprachige Russkaja Germanija mit Sitz in Berlin. Die verkaufte Auflage liegt nach Angaben der IVW bundesweit bei 47.400 Exemplaren. Die Zeitung kooperiert mit der Wochenzeitung Rheinskaja Gazeta (nicht IVW-geprüft), deren Verlag seinen Sitz in Essen hat. An der Verlagsgesellschaft Rheinskaja Gazeta GmbH & Co KG hält der WAZ-Konzern eine Beteiligung in Höhe von 49 Prozent. Das Blatt ist im März 2007 als Tageszeitung gestartet worden und erscheint seit Januar 2008 als Wochenzeitung. Über die in NRW erzielten Auflagen liegen für beide Titel keine gesonderten Erkenntnisse vor.

138. Welche überregionalen, nicht in Nordrhein-Westfalen ansässigen Zeitungen verfügen derzeit bereits über einen eigenen NRW-Teil, und was ist über Planungen der anderen überregionalen Titel bekannt, perspektivisch ebenfalls eigene NRW-Seiten einzuführen?

Von den überregionalen Abonnementzeitungen verfügt derzeit keine über einen gesonderten Berichtsteil für Nordrhein-Westfalen. Es sind auch keine Planungen einzelner Verlage be-

kannt, einen solchen NRW-Teil einzuführen. In der Vergangenheit gab es bereits einige Initiativen in dieser Hinsicht:

- Die Tageszeitung (taz) aus Berlin unterhielt über Jahre hinweg eine eigenständige NRW-Redaktion, deren Berichterstattung nur in den in Nordrhein-Westfalen verkauften Exemplaren der Zeitung erschien. Zeitweilig gab es sogar ein regionales Splitting, so dass zwei verschiedene NRW-Ausgaben erschienen. Diese Ausgaben sind zum 1.05.2005 in einer einheitlichen NRW-Beilage zusammengefasst worden. Diese Beilage erschien bis zum 5.07.2007 und wurde dann ersatzlos eingestellt.
- Anfang 2002 startete die Süddeutsche Zeitung (SZ) einen achtseitigen NRW-Berichtsteil, der ähnlich nach Ressorts gegliedert war wie der Hauptteil der SZ. In Düsseldorf war dazu eine eigene Redaktion aufgebaut worden. Dieses redaktionelle Engagement in einem Flächenland war für eine überregionale Tageszeitung bis dahin einmalig. Trotz einer deutlichen Auflagensteigerung in NRW wurde der NRW-Teil aus Kostengründen bereits nach 15 Monaten zum 15.03.2003 wieder eingestellt.

Eine eigenständige NRW-Berichterstattung, die nur den Lesern in NRW präsentiert wird, unterhalten derzeit die Kaufzeitung Bild und die Sonntagszeitung Welt am Sonntag (WamS). Eine ähnliche Beilage wie für NRW produziert die WamS ansonsten nur noch für Bayern.

Welt kompakt, der kleinformatische Schwestertitel von Die Welt, hat zeitweilig Extraseiten für einzelne großstädtische Verbreitungsgebiete produziert, die überwiegend Veranstaltungsterminen enthielten. Auch in nordrhein-westfälischen Teil-Verbreitungsgebieten wurden solche Seiten zeitweilig angeboten.

Bild produziert für NRW acht unterschiedliche subregionale Ausgaben. Diese Aufteilung des Marktes in subregionale Einheiten hat seit Jahren Bestand.

Tab. 138.1: Teilausgaben von „Bild“ in NRW

Teilbelegung	Standort	2010*		2006		2002	
		Auflage	Anteil an NRW ges. in %	Auflage	Anteil an NRW ges. in %	Auflage	Anteil an NRW ges. in %
Ruhr-West	Essen	105.700	18,6	127.200	18,6	140.800	17,7
Ruhr-Ost	Dortmund	99.600	17,6	118.400	17,4	140.100	17,6
Düsseldorf	Düsseldorf	80.900	14,3	99.300	14,6	110.100	13,8
Köln/Bonn	Köln	67.900	12,0	79.800	11,7	88.500	11,1
Aachen	Aachen	37.700	6,7	41.500	6,1	46.500	5,8
Münsterland	Münster	44.800	7,9	51.800	7,6	61.200	7,7
Ostwestfalen	Bielefeld	72.500	12,8	88.800	13,0	104.500	13,1
Südwestfalen/Bergisches Land/Niederrhein	Arnsberg	60.800	10,7	75.400	11,1	104.100	13,1
NRW gesamt		566.900	100	682.100	100,0	795.800	100,0

Auflagenzahlen nach IVW jeweils für das I. Quartal.

* Für das Jahr 2010 stimmt die Summe nicht mit jener der addierten Teilaufgaben überein (Differenz 3.000 Exemplare), wurde aber so von der IVW übernommen.

139. Von welchen Nutzergruppen werden in Nordrhein-Westfalen Tageszeitungen derzeit schwerpunktmäßig gelesen (bitte soweit möglich spezifizieren nach Altersgruppen, Geschlecht und sonstigen sozioökonomischen Daten)?

Die Zeitungsreichweite liegt in Nordrhein-Westfalen bei 67,6 Prozent und damit geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt (68,4 Prozent). Regionale Abonnementzeitungen erreichen in Nordrhein-Westfalen 54,2 Prozent (bundesweit: 55,8 Prozent), überregionale Abonnementzeitungen 4,8 Prozent (bundesweit: 5,9 Prozent) und die Boulevardpresse 21,9 Prozent (bundesweit: 20,3 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Damit liegt nur die Reichweite der Kaufzeitungen in Nordrhein-Westfalen über dem Bundesdurchschnitt.

Von den 14- bis 19-Jährigen lesen nur noch 41 Prozent Tageszeitungen, bei den 20- bis 29-Jährigen knapp 52 Prozent. Lediglich die Straßenverkaufszeitungen erzielen in allen Altersgruppen ab 20 Jahren mit etwa 22 Prozent eine etwa gleich große Reichweite. Bei den überregionalen Abonnementzeitungen liegt die Reichweite in der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen unter 2 Prozent.

Tab. 139.1: Leser von Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen nach Altersklassen
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	14 – 19 Jahre	20 – 29 Jahre	30 – 39 Jahre	40 – 49 Jahre	50 – 59 Jahre	60 – 69 Jahre	über 70 Jahre	Gesamtbevölkerung
Zeitungen gesamt	41,0	51,6	61,8	70,4	76,4	79,6	78,9	67,9
Regionale Abonnementzeitungen	30,6	33,9	45,1	55,6	62,4	68,2	69,5	54,2
Überregion. Abonnementzeitungen	1,6	5,4	5,6	6,0	6,0	4,8	2,5	4,8
Boulevardzeitungen	13,5	22,2	24,6	23,8	24,8	21,8	18,5	21,9

Quelle: RegioMDS - ma 2011 Tageszeitungen
Deutschsprachige Bevölkerung in NRW ab 14 Jahren, 28.510 Interviews

In Nordrhein-Westfalen sind 50,5 Prozent der Tageszeitungsleser Männer. Das geht aus der aktuellen regionalen Auswertung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA Regio 2011) hervor. Berücksichtigt wurde die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren. Wird nur der Bereich der Kaufzeitungen betrachtet, fällt jedoch auf, dass diese vor allem von Männern gelesen werden, die in diesem Fall 64 Prozent ausmachen. Bei den regionalen Abonnementzeitungen überwiegen jedoch mit rund 53 Prozent die Frauen als Leserguppe.

Rund 72 Prozent aller Tageszeitungsleser in Nordrhein-Westfalen sind älter als 40 Jahre, und nur rund 15 Prozent jünger als 30. Lediglich bei den Boulevardzeitungen liegt der Anteil der Unter-Dreißigjährigen mit rund 19 Prozent etwas höher. Verglichen mit dem Bevölkerungsdurchschnitt sind vor allem die Leser über 50 Jahre überrepräsentiert, während bei der jüngeren Generation unterdurchschnittlich viele Tageszeitungsleser vertreten sind.

Die Aufteilung der Leser in Nordrhein-Westfalen nach dem Grad ihrer formalen Ausbildung entspricht im Wesentlichen dem Bevölkerungsdurchschnitt. Rund 87 Prozent der Tageszeitungsleser verfügen mindestens über einen Haupt- oder Volksschulabschluss mit Lehre, was insgesamt für rund 83 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung Nordrhein-Westfalens

gilt. Allerdings fällt auf, dass von den Lesern überregionaler Abonnementblätter mehr als 40 Prozent studiert haben, während diese Gruppe bei den Boulevardzeitungen nur etwa fünf Prozent der Leser ausmacht.

Auch die Verteilung nach der Berufstätigkeit der Hauptverdiener in Zeitungshaushalten in Nordrhein-Westfalen ist nahezu deckungsgleich mit den Werten für alle deutschsprachigen Einwohner. Ähnliches gilt für die Haushaltseinkommen und Haushaltsgrößen. Rund 53 Prozent der Leser sind berufstätig, rund acht Prozent machen eine Ausbildung und circa 29 Prozent sind Rentner oder Pensionäre.

Tab. 139.2: Leser von Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen (Angaben in Prozent)

	Bevölkerung gesamt	Leser von regionalen Abo-Ztg.	Leser von Kaufztg.	Leser von überreg. Abo-Ztg.	Leser gesamt
Geschlecht					
Männer	48,6	47,3	64,0	62,4	50,5
Frauen	51,4	52,7	36,0	37,6	49,5
Stellung im Haushalt					
Haushaltführende	55,8	56,6	49,6	46,7	55,5
Hauptverdiener	55,8	56,2	66,8	66,0	58,2
Altersgruppen					
14 - 19 Jahre	7,9	4,5	4,9	2,7	4,8
20 - 29 Jahre	13,5	8,4	13,7	15,2	10,3
30 - 39 Jahre	14,0	11,7	15,7	16,3	12,8
40 - 49 Jahre	19,2	19,7	20,9	24,1	20,0
50 - 59 Jahre	16,0	18,4	18,1	20,2	18,0
60 - 69 Jahre	12,9	16,2	12,9	13,1	15,2
70 Jahre und älter	16,4	21,0	13,9	8,5	19,1
Ausbildung					
Schüler allgemeinbildender Schulen	5,5	3,2	2,9	1,7	3,2
Hauptschule/Volksschule ohne Lehre	11,6	8,0	13,0	1,3	9,5
Hauptschule/Volksschule mit Lehre	35,3	37,2	48,3	11,1	38,7
weiterführende Schule ohne Abitur, mittlere Reife	21,9	23,5	21,4	16,9	22,8
Fach-/Hochschulreife ohne Studium	13,7	13,2	9,4	28,7	12,6
Fach-/Hochschulreife mit Studium	11,9	14,9	5,1	40,3	13,2
Berufstätigkeit					
in Ausbildung	12,6	8,1	7,5	12,4	8,4
berufstätig	52,7	50,8	62,7	68,7	53,4
Pensionär, Rentner	24,6	31,1	23,0	13,9	28,6
Beruf des Hauptverdieners (jetziger oder früherer)					
große Selbständige,	1,9	2,2	0,6	6,6	1,9

	Bevölkerung gesamt	Leser von regionalen Abo-Ztg.	Leser von Kaufztg.	Leser von überreg. Abo-Ztg.	Leser gesamt
Freiberufler					
kleine und mittlere Selbständige, selbständige Landwirte	7,0	7,9	5,9	15,0	7,5
leitende Angestellte und Beamte	10,0	13,1	6,3	26,2	11,5
sonstige Angestellte und Beamte	41,3	44,3	32,5	38,7	41,6
Facharbeiter	23,1	21,8	33,8	6,5	24,0
sonstige Arbeiter	13,4	8,5	19,0	2,3	11,1
nie berufstätig gewesen/keine Angabe/Lehrling, Schüler, Student	3,3	2,3	1,8	4,7	2,4
Haushalts-Netto-Einkommen					
bis unter 1.000 Euro	7,7	4,6	7,9	4,8	5,7
1.000 bis unter 1.250 Euro	6,4	5,4	7,2	1,4	6,0
1.250 bis unter 1.500 Euro	9,3	8,4	10,8	3,9	8,9
1.500 bis unter 2.000 Euro	19,6	18,8	22,6	10,6	19,3
2.000 bis unter 2.500 Euro	18,5	18,5	19,7	12,5	18,7
2.500 Euro und mehr	38,6	44,3	31,8	66,8	41,4
Haushaltsgröße					
1 Person	21,4	19,0	23,2	19,6	20,5
2 Personen	37,5	43,2	38,3	38,3	41,3
3 Personen	17,4	16,4	16,6	18,1	16,6
4 Personen	17,4	16,1	16,2	18,6	16,3
5 Personen und mehr	6,3	5,3	5,8	5,4	5,4
Kinder im Haushalt					
bis unter 2 Jahre	2,7	2,0	2,4	2,6	2,2
2 bis unter 6 Jahre	7,2	5,5	7,6	7,1	6,2
6 bis unter 14 Jahre	15,3	13,8	14,6	14,8	14,0
bis unter 14 Jahre	20,4	17,5	19,7	19,6	18,2
keine Kinder unter 14 Jahre	79,6	82,5	80,3	80,4	81,8
BIK-Regionsgrößenklassen Gemeindegrößen kumuliert					
bis unter 2.000 Einw.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.000 bis unter 5.000 Einw.	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
5.000 bis unter 20.000 Einw.	4,9	5,0	4,8	4,0	4,9
20.000 bis unter 50.000 Einw.	12,8	13,6	11,7	9,6	13,2
50.000 bis unter 100.000 Einw.	13,0	13,3	11,5	8,3	12,9
100.000 bis unter 500.000 Einw.	32,9	34,1	31,2	25,9	33,0
500.000 Einwohner und mehr	36,3	33,9	40,7	52,0	35,9

Quelle: RegioMDS - ma 2011 Tageszeitungen
Deutschsprachige Bevölkerung in NRW ab 14 Jahren, 28.510 Interviews

Ein Vergleich der Nutzungsdaten von Tageszeitungen mit früheren Jahren liefert keine aussagekräftigen Ergebnisse, da die Grundgesamtheit bei der Reichweitenermittlung um die in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer erweitert wurde. Entsprechend ist die Vergleichbarkeit der Daten nicht gegeben.

140. Welche detaillierten Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Entwicklung des Mediennutzungsverhaltens in Nordrhein-Westfalen vor?

Über das spezifische Mediennutzungsverhalten von Einwohnern in Nordrhein-Westfalen liegen der Landesregierung nur wenige Daten vor. Grundsätzlich haben Trends Gültigkeit, die auch bundesweit seit Jahren zu beobachten sind: Die tägliche Nutzungsdauer von Fernsehen (229 Min. in 2011) und Hörfunk (192 Min. in 2011) blieb in den vergangenen fünf Jahren in Deutschland weitgehend stabil. Für das Medium Tageszeitung ermittelt die ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation die tägliche Nutzungsdauer nur alle fünf Jahre. Zuletzt wurde für 2010 ein Rückgang von 28 Minuten (2005) auf nur noch 23 Minuten konstatiert. Die tägliche Nutzungsdauer des Internets stieg zuletzt von 77 auf 80 Minuten in 2011.

Tab. 140.1: Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Hörfunk und Internet
(Personen ab 14 Jahren, in Minuten/Tag)

	1997	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fernsehen (Mo-So)¹	196	203	231	235	225	225	228	244	229
Hörfunk (Mo-So)²	175	205	193	186	185	186	182	187	192
Internet (Mo-So)³	2	17	46	48	54	58	70	77	80

Quellen: ARD-Onlinestudie 1997-2011

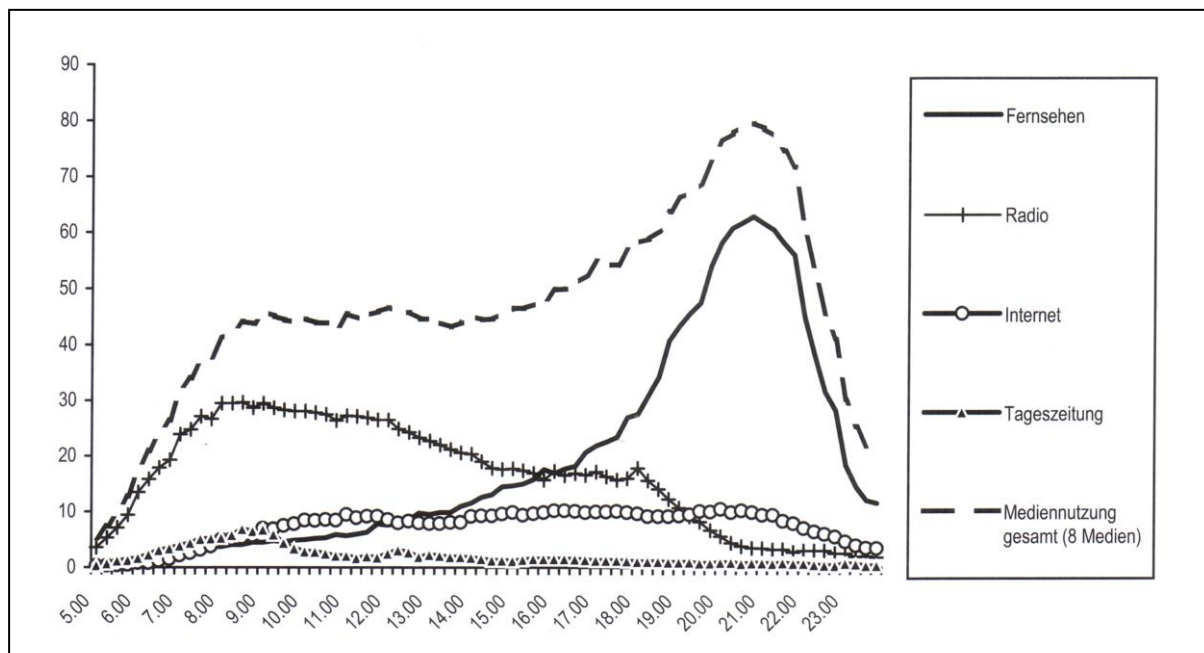
1) AGF/GfK: jeweils 1. Halbjahr

2) MA97, MA2000, ma2005/II bis ma2007/II, ma 2008/I, ma 2009/I, ma 2010/I, ma 2011/I.

3) ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 2000-2010; eigene Angaben der Nutzer.

Im Tagesverlauf steigt die Mediennutzung für Fernsehen und Internet kontinuierlich bis zum Abend an, während Tageszeitungen und Hörfunk vor allem morgens genutzt werden.

Tab. 140.2: Mediennutzung im Tagesverlauf 2010
(Mo.-So. 5-24 Uhr, Pers. Ab 14 Jahren)



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

In Nordrhein-Westfalen, das geht aus der aktuellen regionalen Auswertung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA Regio 2011) hervor, erreichen die Tageszeitungen Männer und Frauen etwa in gleichem Maße. Die Reichweite des Mediums Tageszeitung nimmt ab, je jünger die betrachteten Altersgruppen sind. Weiter spezifizierte Nutzungsdaten zur Tageszeitung finden sich in der Antwort zu Frage 139.

Tab. 140.3: Leser von Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen

	Bevölkerung gesamt	Leser von regionalen Abo-Ztg.	Leser von Kaufztg.	Leser von überreg. Abo- Ztg.	Leser gesamt
Männer	48,6	47,3	64,0	62,4	50,5
Frauen	51,4	52,7	36,0	37,6	49,5
14 - 19 Jahre	7,9	4,5	4,9	2,7	4,8
20 - 29 Jahre	13,5	8,4	13,7	15,2	10,3
30 - 39 Jahre	14,0	11,7	15,7	16,3	12,8
40 - 49 Jahre	19,2	19,7	20,9	24,1	20,0
50 - 59 Jahre	16,0	18,4	18,1	20,2	18,0
60 - 69 Jahre	12,9	16,2	12,9	13,1	15,2
70 Jahre und älter	16,4	21,0	13,9	8,5	19,1

Quelle: RegioMDS - ma 2011 Tageszeitungen
Deutschsprachige Bevölkerung in NRW ab 14 Jahren, 28.510 Interviews

Bei einer Analyse der Zeitbudgets für audiovisuelle Medien fällt auf, dass Männer das Medium Hörfunk, und Frauen das Medium Fernsehen etwas intensiver nutzen.

Tab. 140.4: Zeitbudget für audiovisuelle Medien

(Personen ab 14 Jahren¹, 5.00 bis 24.00 Uhr, Montag bis Sonntag, in Minuten pro Tag)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Radio gesamt	209	193	186	186	176	177	186	186
Männer	217	201	194	192	183	180	193	192
Frauen	202	186	179	180	169	175	180	179
10-19 Jahre	-	-	-	-	81	84	94	89
14-19 Jahre	144	109	108	95	96	99	115	107
20-29 Jahre	218	172	155	172	163	157	163	167
30-39 Jahre	241	217	212	199	190	181	193	205
40-49 Jahre	238	231	214	215	218	206	212	215
50-59 Jahre	227	216	219	214	200	216	222	218
60-69 Jahre	201	196	197	193	193	205	211	207
70 Jahre +	145	155	147	163	154	165	180	171
Fernsehen gesamt	187	202	202	192	189	193	190	188
Männer	179	191	193	181	182	187	184	182
Frauen	193	211	210	202	197	198	195	195
10-19 Jahre	-	-	-	-	140	144	137	134
14-19 Jahre	162	161	152	155	149	154	145	144
20-29 Jahre	153	166	173	158	153	159	153	152
30-39 Jahre	160	177	173	166	164	165	162	154
40-49 Jahre	171	187	183	177	177	177	175	174
50-59 Jahre	192	200	205	198	198	199	204	201
60-69 Jahre	229	240	244	230	232	238	238	237
70 Jahre +	239	256	255	243	253	257	253	254
Video gesamt	2	4	4	4	4	4	4	4
Tonträger gesamt ²	22	30	30	32	34	32	33	31
AV- Medien gesamt ³	425	465	458	453	453	456	470	470

Quelle: Media-Analyse

1) Basis: ma 2000 bis ma 2007: D14+; an ma 2010: D+EU 10+. 2) Schallplatte, Kassette, CD, Tonband. 3) einschließlich PC.

Insgesamt ist der Konsum audiovisueller Medien in den vergangenen zehn Jahren in Deutschland kontinuierlich bis auf den Wert von täglich fast 8 Stunden gestiegen. Dabei nimmt die Summe der Zeit, die Menschen mit audiovisuellen Medien verbringen, statistisch mit dem Alter der Nutzer zu. Dies gilt vor allem für das Fernsehen, während beim Hörfunk eine Obergrenze im Alter von etwa 60 Jahren erreicht wird.

Die nordrhein-westfälische Hörfunklandschaft wird von den drei WDR-Programmen 1Live, WDR 2 und WDR 4 sowie dem Lokalfunk geprägt, dessen Rahmenprogramm von Radio NRW stammt. Radio NRW bzw. die Lokalfunkprogramme sind laut Media-Analyse 2011 II mit einer Tagesreichweite von 5,403 Millionen Hörern (Hörer gestern, 5.00 bis 24.00 Uhr, Mo.-Fr.) und einer Bruttoreichweite in der werberelevanten Durchschnittsstunde (6.00 bis 18.00 Uhr, Mo.-Fr.) von 1,666 Millionen Hörern Marktführer unter allen Hörfunkprogramman-

bietern in Deutschland. Der Lokalfunk und Radio NRW erreichen täglich knapp 34 Prozent aller Hörer in Nordrhein-Westfalen. Der WDR kommt mit allen seinen Radioprogrammen auf eine Reichweite von insgesamt 52,1 Prozent, das heißt 8,34 Millionen Menschen hören montags bis freitags mindestens ein WDR-Radioprogramm. Die Tagesreichweite von 1Live liegt bei 21,9 Prozent, die von WDR 2 bei 19,9 Prozent.

Lokalfunk und WDR 4 werden häufiger von Frauen eingeschaltet, während 1Live und WDR 2 mehr männliche Hörer haben. WDR 4 erzielt die größten Reichweiten bei älteren Gebührendzahlern, von denen die meisten nicht mehr berufstätig sind, während 1Live im Durchschnitt die jüngsten Hörer aufweist. Lokalfunk und WDR 2 erreichen statistisch ähnliche Zielgruppen, wobei die WDR 2-Hörer den höheren Bildungsgrad aufweisen. Für weitere detaillierte Daten zur Hörfunknutzung sei auf Teil B (Rundfunk in Nordrhein-Westfalen) verwiesen.

Tab. 140.5: Reichweiten von Hörfunk-Programmen in Nordrhein-Westfalen 2011
(Ø-Stunde 06:00-18:00, Mo.-Fr.)

	Lokalfunk/ Radio NRW	WDR 1 Live	WDR 2	WDR 4
10 - 19 Jahre	6,4	16,7	5,6	0,8
20 - 29 Jahre	11,7	23,6	9,2	3,4
30 - 39 Jahre	17,8	23,0	13,5	4,4
40 - 49 Jahre	26,5	23,5	27,7	6,3
50 - 59 Jahre	20,6	9,0	20,3	18,6
60 Jahre und älter	17,0	4,2	23,8	66,4
Männer	48,5	51,0	55,7	42,9
Frauen	51,5	49,0	44,3	57,1
Haushaltsführende	54,8	45,1	50,0	66,1
Grund-/Hauptschule	44,7	26,6	35,2	75,3
weiterf. Schule ohne Abitur	26,0	25,0	25,4	14,5
Abitur, Hochschulreife, Studium	24,2	36,3	34,4	9,6
Weiterführende Schule+	50,2	61,2	59,9	24,1
Berufstätig	68,1	65,1	64,2	29,5

Quelle: ma 2011 Radio II Update

Insbesondere zur Nutzung der Onlineangebote von Verlagen liegen inzwischen Angaben der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) vor. Bei diesen Nutzungsdaten wird nicht nach dem Wohnort des Nutzers gefragt, doch ist es naheliegend, dass die Angebote von regionalen Medien insbesondere aus deren Verbreitungsgebieten heraus nachgefragt werden. Die folgende Übersicht gibt Aufschluss über die aktuelle Nutzung der Onlineangebote nordrhein-westfälischer Unternehmen. Die Daten zeigen, dass insbesondere die Portale der Zeitungsverlage stark genutzt werden:

Tab. 140.6: Nutzung von Onlineangeboten aus Nordrhein-Westfalen
(Visits im Monat September 2011)

Aachener Zeitung	1.211.567
Antenne AC	17.827
coolibri	107.945
DerWesten	9.154.305
Express Online	9.402.022
General-Anzeiger Online	1.625.899
Haller Tagblatt online	58.463
HAO – der Onlinedienst des Hellweger Anzeigers	81.968
Internetcologne	1.325.241
Klenkes Online	34.543
Koeln.de	1.652.468
koeln.de-Netzwerk	2.824.901
Kölner	40.352
Kölner Stadt-Anzeiger Online	3.749.288
Kölnische Rundschau	577.739
LZ-Online (Lippische Landes-Zeitung)	284.235
Medienhaus Bauer / Recklinghäuser Zeitung	510.422
Medienhaus Lensing / Ruhr Nachrichten	2.767.049
NE-WS 89.4	34.022
NW-News (Neue Westfälische)	2.236.990
OWL Online	5.787
OWL-Online GmbH & Co KG	2.783.734
Radio 90.1	26.443
Radio 91.2	127.723
Radio Berg	70.659
Radio Bielefeld	80.886
Radio Bonn/Rhein-Sieg	92.224
Radio Duisburg	69.789
Radio Erft	59.645
Radio Essen	108.263
Radio Euskirchen	32.454
Radio Herford	36.319
Radio Herne	18.080
Radio K.W.	45.122
Radio Köln	132.957
Radio Leverkusen	38.276
Radio Lippe	56.364

Radio Mühlheim	14.225
Radio Neandertal	29.763
Radio Oberhausen	24.921
Radio RST	19.935
Radio Rur	45.033
Radio Vest	46.595
Radio WAF	39.658
Radio Westfalica	41.691
Radio WMW	20.950
RP Wirtschaft	76.063
rp-online	9.055.350
Tageblatt für den Kreis Steinfurt	61.120
WAZ Mediengruppe	9.815.206
Welle Niederrhein	29.844
Westfalen-Blatt	393.154
Westfälische Nachrichten	1.692.826
Westfunk GmbH & Co KG	473.451
WZ-newsline (Westdeutsche Zeitung)	1.198.808

Quelle: IVW Online, Visits Inland im September 2011.

141. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung über die Wechselbeziehung zwischen Zeitungslektüre und der damit korrespondierenden Nutzung des entsprechenden Internetangebotes in Nordrhein-Westfalen vor? Findet also bei Zeitungslesern mit bislang bevorzugter Nachrichteninformation durch ein Printmedium eine allmähliche Abwanderung hin zum journalistischen Angebot des Internets statt? Falls ja: Wie kann diese Entwicklung quantifiziert werden, und welche qualitativen Auswirkungen hat dies für die Printmedien?

Ein direkter Kausalzusammenhang zwischen sinkenden Zeitungsauflagen und steigender Onlinenutzung lässt sich nicht empirisch nachweisen und kann dementsprechend nicht konkret quantifiziert werden. Dennoch scheint ein Zusammenhang zwischen sinkenden Auflagen und steigender Internetnutzung aufgrund einer Vielzahl von Daten naheliegend. So verlieren Zeitungen vor allem bei jüngeren Zielgruppen an Reichweite, die zugleich besonders intensiv Onlineangebote nutzen. Auch aktuelle Daten zur täglichen Mediennutzungsdauer und zur Reichweite von Zeitung und Internet weisen auf eine Korrelation hin:

Tab. 141.1 Reichweite und Nutzungsdauer von Tageszeitungen und Internet 1990-2010

	1990	1995	2000	2005	2010
Reichweite in % (BRD gesamt, Mo.-So., 5-24 Uhr. Ab 14 Jahren)					
Tageszeitung	71	65	54	51	44
Internet	–	–	10	28	43
Mediennutzungsdauer in Min./Tag (BRD gesamt, Mo.-So., 5-24 Uhr. Ab 14 Jahren)					
Tageszeitung	28	30	30	28	23
Internet	–	–	13	44	83

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Tab. 141.2 Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2011
(nach Altersgruppen, Min./Tag)

	TV ¹	Hörfunk ²	Internet ³	Zeitung ⁴	Buch ⁴	Zeitschrift ⁴	Video ²
Gesamt	229	192	80	23	22	6	4
14-19 J.	114	109	125	7	27	2	7
14-29 J.	146	145	147	10	30	4	8
30-49 J.	226	207	100	18	15	4	5
ab 50 J.	300	202	34	34	23	9	2

Quellen: 1) AGF/GfK, 1.1.-30.06.11; 2) ma 2011/I; 3) ARD/ZDF-Onlinestudie 2011; 4) ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Während Reichweite und Nutzungsdauer der Tageszeitungen deutlich abgenommen haben, stiegen die entsprechenden Werte für das Internet in den vergangenen zehn Jahren signifikant an.

Werden beide Medien zusammen berücksichtigt, erzielen deutsche Tageszeitungsverlage heute über ihre klassischen Vertriebswege und das Internet die höchste Reichweite, die sie jemals ausweisen konnten. Nach den Daten der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse lesen 73 Prozent der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 14 Jahren regelmäßig gedruckte Zeitungen. Zudem klicken 52 Prozent der Internetnutzer (26 Millionen) gemäß Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) als sogenannte Unique User (Reichweite pro Monat) die Internetseiten der Zeitungen an.

Die aktuelle Verbraucher-Analyse (VA) der Großverlage Bauer und Springer weist erstmals eine Gesamtreichweite in Nettoform für einzelne Zeitungstitel aus. Die Schnittmenge zwischen Zeitungslesern und Onlinenutzern der entsprechenden Angebote liegt in der Regel bei nur etwa 10 bis 15 Prozent. Aus Sicht der Zeitungsverlage ist gerade deshalb die Abonnementwerbung im Internet vorrangig. Zeitungsabonnements machen noch immer mehr als 90 Prozent der Gesamtauflage der Abonnementpresse aus.

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft hat im Herbst 2011 erstmals Daten zu crossmedialen Print- und Onlinereichweiten veröffentlicht. Die Zahlen basieren auf Erhebungen für 14 regionale Tageszeitungen – darunter Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau und Express (Verlag M. DuMont Schauberg), Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ-Mediengruppe) und die Rheinische Post (Mediengruppe RP) – sowie für die überregionalen Zeitungstitel, die direkt in der Verbraucher-Analyse abgefragt werden. Nach ZMG-Angaben gewinnen die regionalen Zeitungen durch ihre Onlineangebote im Vergleich zur gedruckten Version insgesamt 13 Prozentpunkte an Reichweite hinzu. Die ZMG-Erhebung weist außerdem 21 Prozent „Cross-Channel-Nutzer“ aus, die Zeitungen sowohl gedruckt als auch online lesen. 19 Prozent (9 Millionen) der Leser regionaler Abonnementzeitungen, so ergaben die ZMG-Erhebungen, lesen die Inhalte von Zeitungen ausschließlich im Internet, 60 Prozent (29 Millionen) aber noch immer ausschließlich in der gedruckten Version (siehe Schür-Langkau, Anja: Crossmediale Reichweite soll Zeitungsmarketing unterstützen. In: media spectrum 10/2011. S. 9-11.)

Der US-Medienanalyst Ken Doctor hat im Umfeld der Konferenz „The World after Advertising“ des Medienclusters NRW dafür plädiert, dass Zeitungsverlage geräteunabhängige Marken-Abos einführen sollten, die gedruckte Ausgaben ebenso umfassen wie Angebote für den stationären Onlinezugang oder Mobile-Media-Applikationen für Smartphones und Tablet-PCs (siehe http://www.focus.de/digital/internet/tid-20537/us-medienexperte-ken-doctor-die-mobile-revolution-ist-eine-neue-chance_aid_575000.html). So könnte verhindert werden, dass noch mehr Leser ihre Printabonnements abbestellen. Die Rheinische Post hat im Juli

2011 ein Markenabonnement auf den Markt gebracht, das ihre sämtlichen Print- sowie Digitalprodukte umfasst. Printabonnenten können dabei die Internet-E-Paper-Ausgabe und die iPad-Sonntagsausgabe RP Plus für zusätzliche 5 Euro monatlich erwerben.

Vor allem unter iPad-Nutzern zeichnen sich im Mediennutzungsverhalten bereits deutliche Kannibalisierungstendenzen zuungunsten von Zeitungen ab. Bei einer Onlinebefragung der Partnergesellschaft für Marktforschung und Medienberatung F&B Berlin gaben in diesem Jahr 53 Prozent aller iPad- oder Tablet-PC-Besitzer an, gegebenenfalls auf eine gedruckte Zeitung verzichten zu können, falls Zeitungs-Apps richtig gut gemacht seien. Die Studie im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) zeigte auch, dass die Abbestellungstendenz in Haushalten, die iPad oder Tablet-PC besaßen, mit 32 Prozent um 6 Prozentpunkte höher lag als bei Haushalten ohne solche digitalen Geräte. 83 Prozent der Benutzer von Tablet-Geräten zeigten sich an Print-Digital-Kombinationsangeboten wie dem der Rheinischen Post interessiert.

142. In welcher Weise steht die Landesregierung zu einem Pressevertriebssystem, bei dem einheitliche Leistungen und Konditionen die unverzichtbare Grundlage für Informationsvielfalt und Neutralität bilden, und welche Herausforderungen stellen sich auch angesichts aktueller Rechtsstreitigkeiten für das Presse-Grosso?

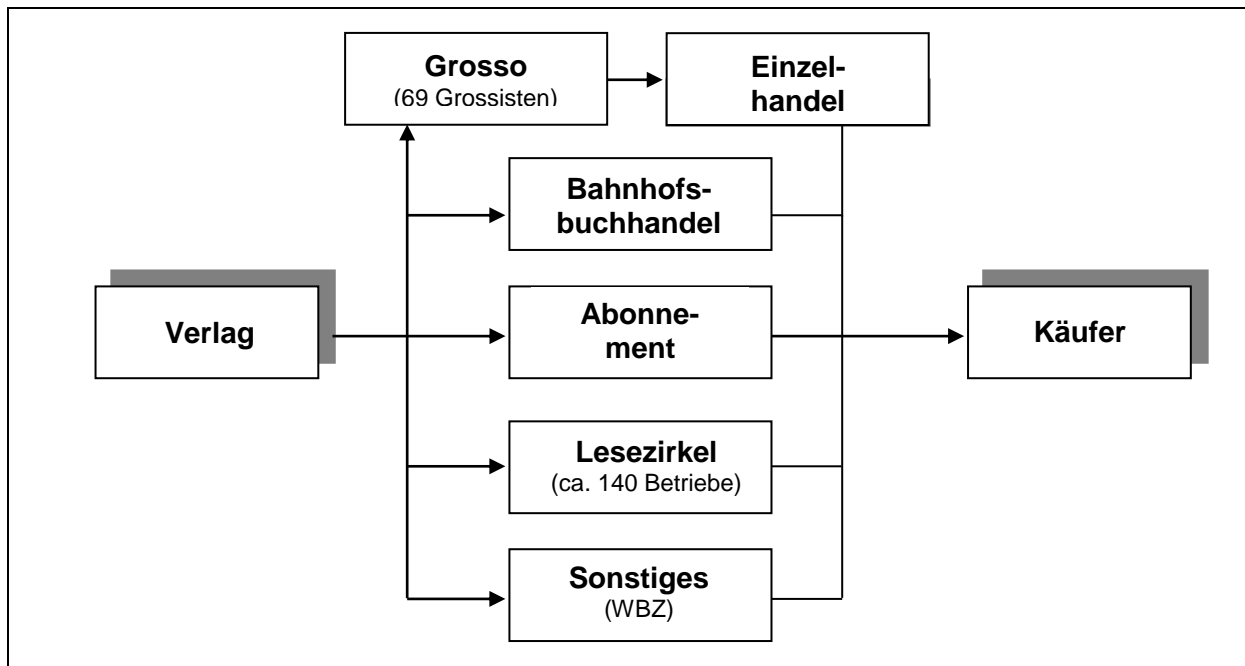
Im Bereich von Zeitungen und Zeitschriften spielt der Pressevertrieb eine große Rolle, da er außer einer optimalen Organisation von Absatzkanälen auch gewährleistet, dass Presseprodukte an möglichst vielen Orten und zu jeder Zeit zu gleichen Bedingungen erhältlich sind. Nur so kann die Informationsfreiheit materiell gesichert werden.

In Deutschland hat sich ein dreistufiges Vertriebssystem für Zeitungen und Zeitschriften entwickelt, bei dem zwischen den Verlagen und dem Einzelhandel der Großhandel als Intermediär tätig wird. Während bei Abonnementzeitungen verlagseigene Zustellsysteme der wichtigste Distributionskanal sind, spielt bei den Straßenverkaufszeitungen und Zeitschriften der Großhandel, der allgemein als Presse-Grosso bezeichnet wird, eine zentrale Rolle.

Die Landesregierung sieht in dem Presse-Grosso die wesentliche Voraussetzung für Informationsvielfalt und Neutralität in der Zeitungs- und Zeitschriftenlandschaft.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die Zeitschriften-Vertriebswege:

Abb. 142.1: Zeitschriften-Vertriebswege 2010



Quelle: eigene Darstellung

Mit etwa 54 Prozent Marktanteil stellt der Pressegroßhandel den wichtigsten Vertriebskanal im Pressevertrieb dar. Grossisten werden direkt von den Zeitungs- oder Zeitschriftenverlagen oder von sogenannten nationalen Distributoren beliefert, die als Vertriebsunternehmen kleineren Verlagen die Abwicklung des Vertriebs anbieten. Diese Vertriebsgesellschaften sind zum großen Teil Tochterunternehmen der marktbeherrschenden vier Großverlage Bauer, Burda, Gruner+Jahr, Springer sowie des WAZ-Konzerns. In Deutschland existierten 2010 69 Pressegroßhändler, von denen 12 eine Verlagsbeteiligung aufwiesen. Die Zahl der Grossisten ist in den vergangenen Jahren stark zurückgegangen. Zum Vergleich: Ende 2007 waren es noch 75 Presse-Grosso-Unternehmen, davon 63 unabhängige Großhändler und bereits damals schon 12 mit Verlagsbeteiligung.

Wegen der in der Regel vorhandenen Alleinanbieterstellung in seinem Vertriebsgebiet ist jeder Grossist zur Aufnahme und Verbreitung aller verkäuflichen Titel verpflichtet, wodurch die Pressevielfalt gestützt werden soll. Für das deutsche System des Pressevertriebs über Grossisten existieren einige Besonderheiten:

Preisbindung von Verlagserzeugnissen:

Um vor allem Printprodukte mit kleiner Auflage und kleinere Verkaufsstellen zu schützen, gilt in der Bundesrepublik für Verlagsprodukte gemäß § 16 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) die Preisbindung, so dass grundsätzlich keine Kundenrabatte – zum Beispiel für größere Absatzmengen – möglich sind. Durch diese Regelung soll außerdem erreicht werden, dass sich alle Bürger überall zu gleichen wirtschaftlichen Bedingungen informieren können.

Gebietsschutz der Presse-Grossisten:

Wettbewerbsrechtlich muss ein faktischer Gebietsschutz für die Presse-Grossisten konstatiert werden. Das bedeutet, dass Presse-Grosso-Unternehmen mit Duldung des Bundeskartellamtes weitgehend als Monopolisten tätig sind, allerdings auch keine Einzelhändler außerhalb ihres Gebietes beliefern dürfen. Mehr als neunzig Prozent aller Einzelhandelsverkaufs-

stellen werden von nur einem Großhändler beliefert, der Rest (in Hamburg, Berlin, Frankenthal und im Bayerischen Wald) verfügt über zwei Grossisten.

Kontrahierungszwang:

Jeder Grossist ist verpflichtet, alle angebotenen Titel in sein Vertriebsprogramm aufzunehmen und alle Einzelhändler seines Gebietes zu beliefern. Allerdings müssen nicht alle Verkaufsstellen mit allen Produkten beliefert werden.

Dispositionsrecht:

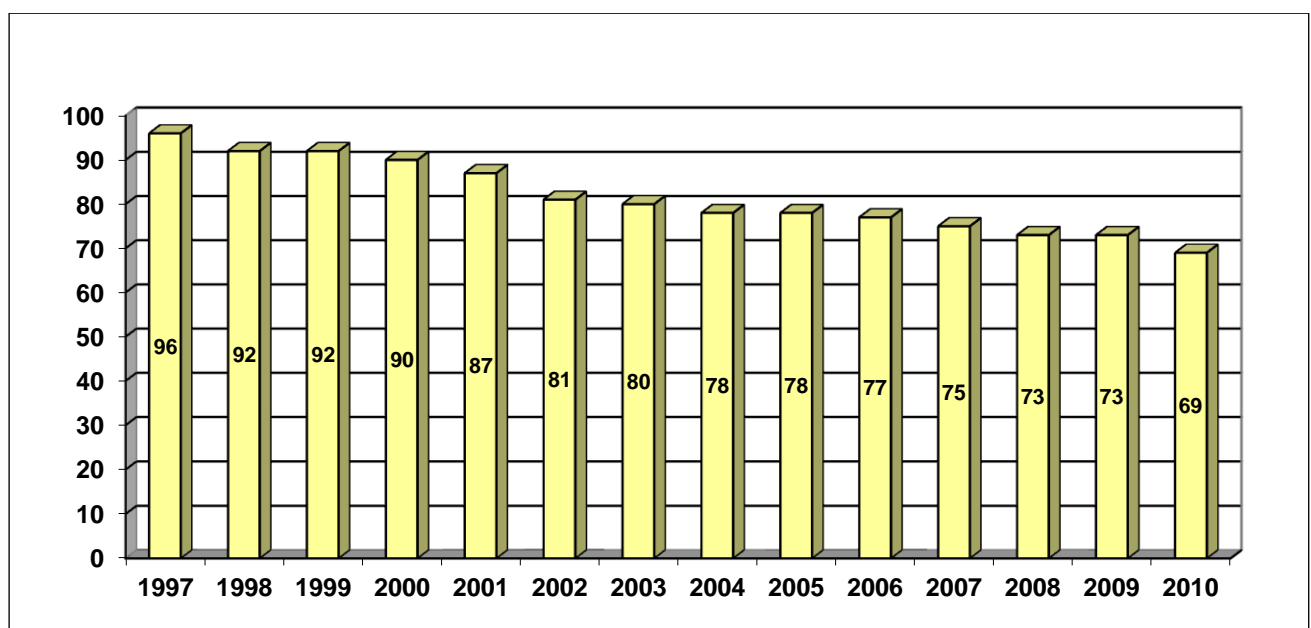
Grossisten haben das Recht zu entscheiden, welche Verkaufsstellen sie mit welchen und wie vielen Titeln beliefern, das heißt, sie bestimmen das Sortiment und die Menge der Lieferung für einzelne Verkaufsstellen.

Remissionsrecht des Einzelhandels:

Der Einzelhandel hat das Recht, nicht verkaufte Exemplare (Remittenden) an den Verlag zurückzugeben, so dass dieser das Absatzrisiko trägt. Von insgesamt etwa vier Milliarden Zeitungen und Zeitschriften, die jährlich in den Handel gelangen, werden ca. 1,5 Milliarden Exemplare nicht verkauft und deshalb den Verlagen zurückgegeben. Die entsprechende Remissionsquote liegt seit Jahren bei etwa 40 Prozent.

Zusammenfassend: Die Preisbindung und der Gebietsschutz im Vertrieb schließen den Wettbewerb aus, um zu gewährleisten, dass im Einzelhandel an möglichst vielen Stellen ein möglichst großes Sortiment zu gleichen Bedingungen angeboten werden kann. Würden die bestehenden Regeln abgeschafft, könnte das zwar den Wettbewerb im Vertrieb erhöhen, zugleich aber eine Konzentration im Einzelhandel und vor allem eine „Vorwärtsintegration“ der führenden Zeitschriftenverlage zur Folge haben, d.h. die Besetzung nachfolgender Verwertungsstufen durch die Verlage. So hätten kleinere Verlage es schwerer, ihre Produkte flächendeckend anzubieten, was wiederum den Wettbewerb im Zeitschriftenmarkt zusätzlich reduzieren könnte. Insbesondere wäre die Zugänglichkeit gerade zu klein-auflagigen Titeln nicht mehr gewährleistet.

Tab. 142.2: Anzahl der Presse-Grossisten in Deutschland



Quelle: Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

Der Rückgang der Zahl der Grossisten in den vergangenen Jahren liegt vor allem an Fusionen. Nur in Hamburg und Berlin sowie im pfälzischen Frankenthal und im Bayerischen Wald existieren jeweils zwei Grossisten („Doppel-Grosso“). Insgesamt hat sich die Zahl der deutschen Grosso-Betriebe nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. in den vergangenen zehn Jahren (bis Dezember 2010) um 12 Firmen reduziert (-18,5 Prozent), seit 1997 gar um 27 selbständige Betriebe (-28 Prozent). Seit 2002 wurden insgesamt 17 Grosso-Filialgebiete aufgelöst. So schlossen sich in Nordrhein-Westfalen zuletzt am 1. April 2008 die Pressegroßhandelsunternehmen Richter (Essen) und Kaschewitz (Gelsenkirchen) zur PMG Print Medien Gesellschaft zusammen.

Insgesamt haben in Nordrhein-Westfalen noch zwölf Grossisten ihren Sitz, und das Siegerland wird im Wesentlichen von der Presse-Vertrieb GmbH & Co. KG im rheinland-pfälzischen Ort Scheuerfeld versorgt.

Tab.142.3: Presse-Grosso-Unternehmen in Nordrhein-Westfalen

Unternehmen	Sitz	Schwerpunkte des Vertriebsgebietes
Pressevertrieb Lütkemeyer KG	Münster	Münsterland
A. Victor Wehling GmbH & Co. KG	Bielefeld	Ostwestfalen, Hamm
Giesdorf GmbH & Co. KG	Detmold	Ostwestfalen
Wilhelm Schmitz GmbH & Co. KG	Duisburg	Bochum, Dortmund, Duisburg
Könemann GmbH & Co. KG	Hagen	Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis, Märkischer Kreis, Sauerland
Print Medien Gesellschaft mbH & Co. KG	Essen	Essen, Bottrop, Recklinghausen, Leverkusen, Burscheid, Leichlingen
Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG	Krefeld	Mönchengladbach, Krefeld, Xanten, Kleve
Probst & Heuser GmbH & Co. KG	Wuppertal	Wuppertal, Velbert, Bergisches Land
PV Köln/Doll & Esser GmbH & Co. KG	Hürth	Köln, Rheinisch Bergischer Kreis, Rhein-Erft-Kreis
Aachener Medien Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	Aachen	Städtereion Aachen
Düsseldorfer Pressevertrieb & Leister GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Düsseldorf, Rein-Kreis Neuss
Presse-Grosso Bonn/Rhein-Sieg KG	Troisdorf	Bonn, Rhein-Sieg-Kreis

Quelle: Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

In Ostdeutschland wurde nach der Wiedervereinigung ein Mischsystem mit zunächst zehn unabhängigen Großhändlern und neun Grossisten mit Verlagsbeteiligung eingeführt. An den verlagszugehörigen Unternehmen durften sich, so wurde es in Verhandlungen mit dem Bundeskartellamt als Kompromiss vereinbart, die vier Großverlage Bauer, Burda, Gruner + Jahr sowie Springer mit zusammen 25 Prozent beteiligen. Zusätzlich erhielten 12 westdeutsche Verlage Beteiligungsmöglichkeiten in Höhe eines weiteren Viertels der Gesellschafteranteile. Ende 2010 befanden sich in Ostdeutschland noch 16 Presse-Grosso-Firmen auf dem Markt, davon sieben mit Verlagsbeteiligung. Die verlagsgebundenen Grossisten versorgen in Ostdeutschland vor allem den Fach- und Einzelhandel in den Ballungsgebieten.

Die Pressegroßhändler belieferten 2010 durchschnittlich 1.772 Verkaufsstellen. Im sogenannten Order-Sortiment befanden sich 2010 bis zu 6.000 Zeitschriftentitel, das durchschnittliche Präsenzsoriment belief sich auf 1.850 Titel. Allerdings verfügt die Hälfte aller Verkaufsstellen nur über weniger als hundert Titel. Presse-Großvertriebe sind mittelständisch geprägt.

te Unternehmen mit durchschnittlich 174 Beschäftigten. Der Branchen-Umsatz ist im vergangenen Jahr um etwa 1,4 Prozent auf knapp 2,7 Milliarden Euro gestiegen. Im ersten Halbjahr 2011 sei der Umsatz der Grossisten jedoch im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um etwa 70 Millionen Euro (-5,3 Prozent) gesunken, teilte der Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. im September 2011 mit. Der Rückgang im Kerngeschäft Presse habe bei minus 3,2 Prozent gelegen. Beim Mengenabsatz machen Zeitungen und Zeitschriften jeweils 50 Prozent aus. Beim Umsatz liegen die Zeitschriften mit knapp 69 Prozent vorne.

Die Großverlage verfügen teilweise über eigene Grosso-Firmen (zum Beispiel Bauer und Springer in Hamburg) und sind in der Lage, eigene Vertriebsnetze aufzubauen. In 2004 haben sich der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und der Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. auf eine so genannte Gemeinsame Erklärung verständigt, die insbesondere Kündigungen von Grossisten durch Verlage nur für bestimmte Fälle vorsieht. Diese Regelungen sind auch vom Bundeskartellamt akzeptiert worden. Die meisten Verlage haben diese Erklärung unterzeichnet, nicht aber der Bauer-Konzern.

Der Bundesgerichtshof beendete im Herbst 2011 mit einem Urteil eine jahrelange gerichtliche Auseinandersetzung zwischen dem Großverlag Bauer und zwei Grossisten. Der Verlag hatte Ende 2008 den beiden norddeutschen Pressegroßhändlern Mügge und Grade die Belieferung mit eigenen Titeln zum Februar 2009 gekündigt und damit das Alleinauslieferungsrecht der Grossisten in regional abgegrenzten Monopolgebieten angegriffen. Den Vertrieb übernahm anschließend in den entsprechenden Gebieten Bauers Pressevertrieb Nord (PVN), der zuvor nur für den Vertrieb in Hamburg zuständig gewesen war. Nach einer Klage erhielten die Grossisten Mügge und Grade in erster Instanz vor den Landgerichten Hannover (Mai 2009) und Kiel (August 2009) Recht. Die Oberlandesgerichte in Schleswig (Grade) und Celle (Mügge) allerdings fällten Anfang 2010 entgegen gesetzte Entscheidungen und hielten Bauers Vorgehen für rechtmäßig. Das von den Grossisten angestrebte Revisionsverfahren wurde schließlich an den Bundesgerichtshof (BGH) verwiesen. Kern der Auseinandersetzung waren die Gebietsmonopole der Großhändler und Kündigungsrechte durch Verlage: Grade und Mügge forderten, auch weiterhin mit dem kompletten Bauer-Sortiment beliefert zu werden.

Der BGH hat am 24. Oktober 2011 die von Grade eingelegte Revision zurückgewiesen (Aktenzeichen: KZR 7/10) und entschieden, dass Bauer die Verträge trotz der Gemeinsamen Erklärung von 2004 („zugunsten der Überallerhältlichkeit und Vielfalt des Presseangebots in Deutschland“) kündigen durfte, weil der Verlag dieser Erklärung nie beigetreten sei. Auch eine Diskriminierung oder „unbillige Behinderung“ gemäß § 20, Abs. 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) liege nicht vor, urteilten die Karlsruher Richter. „Jedem Unternehmen steht es grundsätzlich frei, den bisher unabhängigen Händlern übertragenen Vertrieb seiner Produkte selbst zu übernehmen“, formulierte der Bundesgerichtshof. Auch die Pressefreiheit werde durch Bauers Kündigung nicht bedroht, da weiterhin die gesetzlich zugelassene Preisbindung für Zeitungen und Zeitschriften gelte. Ein notwendiger Zusammenhang zwischen gebietsbezogener Alleinauslieferung und Preisbindung bestehe nämlich nicht.

Auch wenn das BGH-Urteil keine Kündigungen der Verlage bei den Grossisten auslösen sollte, verschieben sich aus Sicht des Bundesverbandes Grosso die Gewichte zwischen Grosso und Verlagen. Wenn die großen Verlage den Grossisten jederzeit kündigen können, so der Verband, steige das Risiko, dass mächtige Medienhäuser Grossisten die Bedingungen diktieren, worunter weniger einflussreiche Verlage leiden könnten.

Die Landesregierung hält das seit Jahrzehnten bestehende Presse-Grosso für ein in besonderer Weise geeignetes System, um vor allem die Zugänglichkeit zu den Printmedien für jedermann – eben auch in dünn besiedelten Gebieten – zu garantieren. Die Besonderheiten des Systems sind bis hin zur Gebietskartellierung geprüft und auch vom Bundeskartellamt akzeptiert. Aktuelle Probleme sollten zunächst von den Systembeteiligten, insbesondere den Grossisten und den Verlagen, geklärt werden. Erst wenn dies nicht zielführend gelingt, könnte sich ein politischer Regulierungsbedarf ergeben. Dabei kommen dann auch gesetzliche Maßnahmen zum Erhalt der derzeitigen Qualitäten des Systems in Frage.

Die Landesregierung begrüßt daher den vom Landtag am 16. November einstimmig angenommenen Beschluss zum Presse-Grosso (Drucksache 15/3259). Demzufolge wird die künftige Entwicklung weiter verfolgt und gleichzeitig im Zeitraum der nächsten sechs Monate geprüft, inwiefern die aktuellen mediengesetzlichen Grundlagen des Landes Nordrhein-Westfalen diesem Anspruch der Vielfaltssicherung im Pressevertrieb gerecht werden

Die folgende Abbildung 142.5 zeigt eine Grosso-Gebietskarte für Deutschland:

Grosso-Gebietskarte Deutschland



Stand: Januar 2011/Quelle: Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

143. Wie hat sich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre jeweils jährlich das Medium Buch in Nordrhein-Westfalen entwickelt in puncto Verkaufszahlen, Preis, Art und Gattung der Absatzentwicklung für Bücher?

Es gibt keinerlei Erhebung zu den Verkaufszahlen speziell für Nordrhein-Westfalen. Da aber in NRW zahlenmäßig die meisten Verlage und Buchhandlungen bundesweit am Markt sind und die Abverkäufe nicht regionalspezifisch verlaufen, lassen sich die bundesweit ermittelten Zahlen auf NRW übertragen. Dies ergibt dann den folgenden Umsatz für die in NRW ansässigen Buchverlage:

Tab. 143.1: Umsatz der Buchverlage in Nordrhein-Westfalen

Jahr	Umsatz (in Mrd. EUR)
2004	4,857
2005	4,097
2006	4,073
2007	4,134
2008	4,270
2009	3,858

Quelle: Umsatzsteuerstatistik nach „Buch und Buchhandel in Zahlen“ 2004 – 2011

Auch die Preisentwicklung in Nordrhein-Westfalen weicht aufgrund der Buchpreisbindung in keiner Weise von den bundesweit geltenden Zahlen ab:

Tab. 143.2: Preisentwicklung bei Büchern 2006 – 2010
(Veränderung in Prozent zum Vorjahr, bundesweit)

Jahr	Preisentwicklung (in % zum Vorjahr)
2006	-0,8
2007	0,6
2008	0,2
2009	1,9
2010	0,5

Quelle: Statistisches Bundesamt, Verbraucherpreisindex

Zu Art, Gattung und Absatzentwicklung liegen der Landesregierung keine Daten vor.

144. Welche einzelnen Erkenntnisse liegen der Landesregierung für diesen Zehnjahreszeitraum bei einer detaillierteren Betrachtung der Trends auf dem Büchermarkt vor (Entwicklung der Anzahl und Art von Verkaufsstellen, Bedeutung des Versandhandels, Preissegmente, Sortimentstiefe und -breite, quantitative und qualitative Trends, prozentuale Verteilungen auf Teilsegmente des Angebotes, Lesegewohnheiten etc.? (bitte detailliert))

Tab. 144.1: Mitgliederentwicklung im Buchhandel in Nordrhein-Westfalen 1999-2010

Jahr	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Buchhandlungen	973	950	934	920	902	895	891	871	842	799	775	750

Quelle: Mitgliederstatistik des Börsenvereins des Dt. Buchhandels – Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.

Tab. 144.2: Anteil der Vertriebswege des Buchhandelsumsatzes 2006–2010
(in Prozent)

	2006	2007	2008	2009	2010
Sortimentsbuchhandel	54,3	53,6	52,6	52,3	50,6
Sonstige Verkaufsstellen	9,2	9,1	9,2	9,3	9,4
Warenhäuser	4,2	3,7	3,0	2,4	2,1
Versandbuchhandel (einschl. Internet)	11,6	12,6	14,0	15,5	17,1
Verlage direkt	17,6	18,0	18,2	18,3	18,5
Buchgemeinschaften	3,1	3,0	2,9	2,3	2,3

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2011

Bezogen auf NRW sind starke strukturelle Veränderungen im Buchhandel zu verzeichnen: Nur in NRW gibt es eine starke Flächenkonzentration im Markt durch zwei große Filialisten, die Mayersche Buchhandlung und die Thalia Holding. Beide Unternehmen expandieren stark, sowohl in großstädtischen Lagen wie auch in kleineren Gemeinden mit mindestens 15.000 Einwohnern. Derzeit entwickelt sich die Branche jedoch wieder weg von den seit einigen Jahren von den Filialisten propagierten Großflächen um ca. 3000 qm Verkaufsfläche, da diese nicht den nötigen Umsatz bringen, um rentabel arbeiten zu können. Die ehemals klassischen Buch- und Mediensortimente werden in diesen Häusern nunmehr stark mit sogenannten Nonbook-Produkten ergänzt. Dies unterscheidet die großen Buchhandlungen insofern stark von den individuell sortierten inhabergeführten mittelständischen Buchhandlungen.

Entsprechend der allgemeinen Trends im Handel nimmt die Bedeutung des Versandhandels im Buchmarkt weiter zu. Die Branche ist bemüht, nicht ausschließlich Amazon als bekanntestem und schnell und agil am Markt agierenden Onlinehändler das Feld zu überlassen. Derzeit ist ein zunehmend selbstbewusster Umgang der Buchhandlungen mit dem Onlineangebot von Büchern zu verzeichnen. Viele Buchhandlungen betreiben einen eigenen Webshop, um den Kundenstamm auch online zu binden. Auch die Kundenbindung mittels Social Media gewinnt für viele Buchhandlungen zunehmend an Bedeutung.

Die Preissegmente sind im Buchhandel kein großes Thema. Taschenbücher sind insgesamt im Ladenpreis etwas teurer geworden und überschreiten häufiger die 10,00-Euro-Marke. Hardcovertitel im mittleren Preissegment sind seit Jahren konstant bei 20,00 Euro angesiedelt. Kunstbücher und Fachbücher liegen preislich oft darüber und sind eher für einen Ladenpreis von 50,00 Euro oder auch mehr zu haben.

Die Sortimentstiefe der Buchhandlungen hat in vielen Fällen abgenommen, da die wirtschaftlichen Herausforderungen für Buchhandlungen größer sind als vor circa zehn Jahren. Der Kostendruck ist enorm: Die Erschließung und Implementierung neuer Medien wie Internets-hops und ähnliches erfordert substantielle Investitionen. Betriebswirtschaftliches Kalkül beim Einkauf wird daher zunehmend überlebenswichtig. Zudem ist insbesondere auch im Bereich

der ehemals profitablen Vergaben von Schulbuchaufträgen mittlerweile mit sehr hohem Aufwand zu rechnen, wobei gleichzeitig die Planbarkeit der daraus zu erzielenden Umsätze nicht mehr gegeben ist. Folglich ist es Buchhandlungen nicht mehr möglich, eine solide Mischkalkulation über ein Jahr hinweg zu erstellen. Das bedeutet in der Folge, dass sich eine Sortimentstiefe aus der thematischen Spezialisierung eines Buchhändlers heraus ergeben kann. Doch wird in hohem Maße deutlich, dass allgemeine Buchhandlungen eher zu einem gut verkäuflichen Mainstream-Angebot gezwungen sind. Dennoch sind Buchhändler grundsätzlich bestrebt, ihrer Buchhandlung durch die Sortimentsgestaltung ein Profil zu geben und damit Kunden langfristig zu binden. Dies geschieht insbesondere durch Serviceangebote wie Veranstaltungsprogramme und ähnliches.

Veränderte Lesegewohnheiten sind derzeit eher nicht zu konstatieren. Dieses Feld gilt es aber künftig genau zu beobachten, gerade im Hinblick auf junge Leser. Hier muss sich zeigen, inwieweit die neuen, digitalen Medien das Lesen unattraktiver und anstrengender erscheinen lassen. Zudem stellt sich die Frage, welche Rolle Bücher im Printformat für die „Generation Internet“ bei der Deckung ihres Informationsbedarfs künftig spielen werden.

145. In welchem Umfang und in welchen Bereichen haben online als Datei erworbene E-Books die Bedeutung des Buches als klassisches Printprodukt bereits reduziert, und in welchen Feldern sind diese Substitutionstrends in jeweils welcher Größenordnung überdurchschnittlich?

Es ist davon auszugehen, dass sich in der Branche insgesamt, sowohl in den Verlagen als auch in den Buchhandlungen, in den nächsten Jahren große Veränderungen ergeben werden. So stehen die grundsätzlichen Arbeitsfelder und Workflows des Buchmarkts, Finanzierungswege und Absatzorganisation sowie die klassischen Berufsprofile der Branche vor einer Neuausrichtung.

Im Bereich der wissenschaftlichen Literatur hat sich vor allem die Strategie als erfolgreich erwiesen, im Rahmen von Hochschulbibliothekskonsortien qualitativ hochwertige Lehrbücher oder Nachschlagewerke (Handbücher, sog. Reference Works) als elektronische Bücher in deutscher Sprache zum Kauf oder auch zur temporären Nutzung (Jahreslizenz) anzubieten. Spezialisierte Monographien und englischsprachige Titel hatten es bis dato vor allem in der Anfangszeit schwer auf dem Markt, Titel in weiteren Fremdsprachen werden nach wie vor kaum erworben. Während bei Handbüchern, Enzyklopädien, Bibliographien und z.T. auch bei spezialisierten Monographien tatsächlich von einem Substitutionstrend zugunsten elektronischer Bücher gesprochen werden kann, so lässt sich für Lehrbücher und Monographien eher von einem komplementären oder ergänzenden Erwerb als von Substitution sprechen. Studien etwa des JISC-Konsortiums (Joint Information Systems Committee) weisen darauf hin, dass die Verfügbarkeit von elektronischen Lehrbüchern die Nutzung auch des Printbestandes befördert, in Entsprechung der Stärken des jeweiligen Mediums (zum Beispiel schnelle Recherche vs. bessere Lesbarkeit). Der Erwerb von elektronischen Lehrbüchern führt also nicht unbedingt zum Verzicht auf den Erwerb von Printprodukten, wohl aber zur Reduzierung der Lehrbuch-Stückzahl, die häufig in zwei- bis dreistelliger Höhe angeschafft wurden.

Die erwähnten Trends sind besonders deutlich in denjenigen Wissenschaftsbereichen zu verzeichnen, in denen die Aktualität von Information einen besonderen Stellenwert besitzt, d.h. vor allem in den Bereichen Science, Technology, Medicine (STM) bzw. Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT). Verlässliche Aussagen zum Umfang der Verschiebung lassen sich auf Grund der vorliegenden Daten nicht treffen.

146. *Wie viele und welche nordrhein-westfälischen Verlagshäuser bieten für in der Summe etwa wie viele Titel in ihrem Sortiment als Alternative zum Printprodukt Buch auch online übermittelte E-Books an?*

Online übermittelte E-Books werden mittlerweile nahezu von allen Verlagshäusern in Nordrhein-Westfalen angeboten. Detaillierte, umfassende Daten zu deren Sortiment aufgeschlüsselt nach klassischem und elektronischen Ausgaben und ihrem Vertrieb liegen nicht vor und können in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht ermittelt werden. Grundsätzlich sind die folgenden Trends erkennbar:

Das Hauptaugenmerk der Verlagshäuser im Hinblick auf das Segment online vermittelter E-Books liegt vor allem auf dem Special-Interest-Segment und dem Fachbuchbereich. Aber auch bei den Belletristikverlagen nimmt das digitale Geschäft zu. Grundsätzlich zeichnet sich derzeit der Trend ab, dass sämtliche Printneuerscheinungen auch als E-Book zeitgleich und meist auch zum gleichen Preis angeboten werden. Teilweise gibt es auch Buchpublikationen, die nicht als Printausgabe, sondern ausschließlich als E-Book mit erweiterten Funktionen angeboten werden. Es ist davon auszugehen, dass dieser Trend auch in den nächsten Jahren Bestand haben wird.

Printbücher, so die Prognosen, werden aller Voraussicht nach weiter am Markt bestehen, ergänzt durch ein attraktives Angebot an E-Books und multimedialen Angeboten. Diese Trends werden sich in den Fachbereichen wie zum Beispiel Recht, Wirtschaft und Steuern voraussichtlich schneller durchsetzen als etwa in einem Umfeld wie der Kunstgeschichte, das mehr durch ästhetisches Empfinden geprägt ist.

147. *Welche Projekte zur Förderung des Zeitungskonsums junger Menschen (Kinder, Jugendlicher und Heranwachsender) betreibt die Landesregierung einerseits selber und sind der Landesregierung andererseits durch Drittanbieter (wie Stiftung Lesen etc.) bekannt? (bitte einzeln jeweils nach örtlichem Verbreitungsgrad, Art des Projekts, wesentlichem Projekthalt, Zielgruppen und beteiligten Zeitungen bzw. Zeitungsverlagen aufschlüsseln)*

Bereits 1979 startete das Aachener Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren (IZOP) in Düren und Jülich das erste deutsche Pilotprojekt „Zeitung in der Schule“ gemeinsam mit der Aachener Volkszeitung (heute: Aachener Zeitung). Die Philosophie des Projektes stammte aus den USA, wurde in Deutschland aber weniger kommerziell und stärker bildungsorientiert ausgestaltet. Ziel ist es bis heute, Schüler zum selbstständigen Lesen, zu Selektion und Selbstorganisation im Umgang mit Informationen (vor allem Texten) und zum Schreiben eigener Artikel anzuleiten. Mehr als die Hälfte aller deutschen Zeitungsverlage wirbt inzwischen mit solchen Projekten (siehe Pidun, Anke; Graf-Szczuka, Karola: Lesen mit Spaßfaktor. In: *journalist* 7/2002, S. 30-31). Dabei werden Zeitungen als dialogisches und dynamisches Unterrichtselement eingesetzt und lassen sich in allen Schulfächern verwenden. Mit konkret „begreifbarem“ Arbeitsmaterial können zudem Statistiken erstellt werden (zum Beispiel über Wetterdaten, Sportergebnisse, Wirtschaftsunternehmen), Fremdwörter erlernt werden oder Inhalte für den Unterricht in Geografie, Biologie, Geschichte, Politik oder Religion erschlossen werden. Zeitungsprojekte eignen sich sowohl für interdisziplinäre Unterrichtsinhalte als auch für den Erwerb von Medienkompetenz. In fast allen Projekten haben Schüler die Gelegenheit, Redaktionen zu besuchen und selbst eigene Artikel zu recherchieren und zu veröffentlichen.

Zeitungen können in der Schule nicht nur als „Lesefitnesstrainer“ eingesetzt werden. Projekte mit Zeitungen bieten vielmehr auch handlungsorientierte Unterrichtskonzepte, die eine

starke Binnendifferenzierung zulassen (Einzel- oder Gruppenarbeit), ohne dabei einzelne Schüler auszuschließen. Schließlich lassen sich Kulturtechniken wie verstehendes Lesen und inhaltliche Selektion vermitteln, die inzwischen bei etwa einem Viertel aller Neuntklässler fehlen (PISA-Studien). Ähnlich wie das bei Jugendlichen äußerst beliebte Medium Internet erfordert auch der Umgang mit der Zeitung eine Kombination aus Selektion und Navigation, bietet hierarchisch organisierte Inhalte und kann auf nicht-lineares Lesen vorbereiten. Das IZOP hat als erstes Institut in Deutschland für Lehrerinnen und Lehrer Einstiegs- und Fortbildungsseminare für den Einsatz von Zeitungen in der Schule entwickelt sowie begleitende Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch der Projektlehrer geschaffen. Inzwischen nutzen auch andere Anbieter ähnliche Konzepte.

Während Zeitungsprojekte aus schulischer Sicht vor allem zur Lesesozialisation beitragen, erhöhen sie zugleich die Bindung an das Medium Zeitung. Junge Erwachsene, die als Schüler an Zeitungsprojekten teilnahmen, nutzen das Medium häufiger und intensiver (siehe Korf, Katja: Klassenziel erreicht. Der Einfluss von Schulzeitungsprojekten auf die Zeitungslesekompetenz und das Zeitungsleseverhalten der Teilnehmer. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Dortmund, 2004, S. 30). Dies ist umso bedeutsamer, als sich die Zahl der 14- bis 19-Jährigen, die täglich Zeitung lesen, in den vergangenen zehn bis 15 Jahren etwa halbiert hat. Nur noch jeder Vierte dieser Altersgruppe nutzt das Informationsmedium Zeitung täglich. Ein Viertel aller Jugendlichen gilt inzwischen als „Zeitungsverweigerer“ (siehe Rager, Günther: Jugendliche als Zeitungsleser: Lesehürden und Lösungsansätze. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 180 ff. Siehe auch Rager, Günther: Ab in die Schule. In: Berliner Zeitung 20.08.2003).

Als wichtigste Sozialisationsinstanz für den Umgang mit tagesaktuellen Medien gilt noch immer das Elternhaus. Kinder, deren Eltern keine Zeitung abonniert haben, werden häufiger zu Nicht-Lesern als Kinder aus Zeitungshaushalten. Bei einer Umfrage des Dortmunder Media Consulting Team (mct) stellte sich vor wenigen Jahren heraus, dass etwa die Hälfte aller Schüler aus Zeitungshaushalten mindestens zwei- bis dreimal wöchentlich in der Zeitung lesen.

Kündigt ein Haushalt ein Zeitungsabonnement, gehen damit oft auch die Leser der nächsten Generation verloren. Andererseits wurde bei Zeitungsprojekten festgestellt, dass Schüler durch die regelmäßige Beschäftigung mit dem Medium Zeitung auch ihre Eltern wieder für das häufig als unmodern geltende Printmedium interessierten. Bei der mct-Umfrage erklärten zwei Drittel der Absolventen von Zeitungs-Schulprojekten, künftig regelmäßig Zeitung lesen zu wollen. Sogar vierzig Prozent derjenigen, die zuvor nie Zeitung gelesen hatten, gaben an, das Medium künftig nutzen zu wollen (siehe Interviews mit Günther Rager in: epd Medien 6/2004, S. 5ff. und in Promedia Special 5/2005, S. 36ff). Außerdem meinten drei Viertel der Teilnehmer, sie wüssten nach dem Projekt besser über das aktuelle Weltgeschehen Bescheid, zwei Drittel fühlten sich besser über das örtliche Geschehen informiert und etwa vierzig Prozent gaben an, politische Zusammenhänge nun besser zu durchschauen (siehe Werner, Petra: In die Schule gehen. Was die Zeitung für Jugendliche tun kann. In: Rager, Günther/ Weber, Bernd (Hrsg.): Fit für Jugend. Tipps für Zeitungsmacher. Berlin, 2000. S. 40. Siehe auch Körte, Jana: Lieferadresse Klassenzimmer. Zeitungsprojekte in der Schule. In: Rager, Günther et al.: Zeitungsjournalismus. Konstanz, 2006. S. 78-84).

Das vom Land Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit dem Zeitungsverlegerverband NRW (ZVNRW) angebotene Projekt „ZeitungsZeit NRW – Selbstständigkeit macht Schule“ ist die bundesweit größte Initiative, die über eine Kooperation zwischen Zeitungen und Schulen den Umgang Jugendlicher mit dem Medium Zeitung fördern möchte. Dadurch sollen die Scheu vor dem Format Zeitung abgebaut und praktische Lese- und Medienkompetenz im Umgang mit aktuellen Printmedien gefördert werden. Die 2010 initiierte Aktion wird durch EU-Mittel

(Europäischer Fonds für regionale Entwicklung) gefördert und flächendeckend von 53 Zeitungstiteln unterstützt. Mittlerweile wurden landesweit mehr als 100.000 Schülerinnen und Schüler erreicht. ZeitungsZeit ist eine Initiative der Landesregierung in Kooperation mit dem ZVNRW, den hiesigen Zeitungsverlagen, der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), der ZeusMedienwelten (WAZ Mediengruppe) sowie weiterführenden Schulen. Durchgeführt wird das Projekt von der Stiftung Partner für Schule NRW.

Im September 2011 startete die zweite Runde von ZeitungsZeit NRW. Dabei erhielten insgesamt 1.934 neunte Klassen – von der Förderschule bis zum Gymnasium – drei Monate eine regionale Tageszeitung. Zwei Wochen lang konnte zusätzlich eine Boulevardzeitung bestellt werden. Ziel der auf zwei Jahre angelegten Initiative ZeitungsZeit NRW ist es, die Medien- und Lesekompetenz zu fördern, ökonomische Bildung zu vermitteln und Jugendliche bei der Berufsorientierung zu unterstützen. Hinzu kommt eine didaktische Begleitung der Initiative mit Unterrichtsmaterialien, sodass sich Schülerinnen und Schüler auch kritisch mit der Zeitung als Massenmedium auseinandersetzen können.

Im dritten Monat kann jede Schülerin und jeder Schüler die Tageszeitung mit Einverständnis der Eltern nach Hause bestellen. Außer speziellen Ferienangeboten für Jugendliche bietet ZeitungsZeit für Lehrerinnen und Lehrer vor allem Unterstützung bei der Unterrichtsplanung mit exklusiven Schulmaterialien zu wirtschaftlichen Themen. Diese reichen von Berichten über die Wirtschaft, den Arbeits- und Ausbildungsmarkt vor Ort sowie Portraits regionaler Unternehmen bis hin zu Analysen und Trends der regionalen Wirtschaftsstruktur.

Die meisten Tageszeitungen in Nordrhein-Westfalen bieten inzwischen zusätzlich eigene Zeitungsprojekte für Schulen an. Dabei liefern die Verlage tagesaktuell – häufig unterstützt von Sponsoren – meist über einen Zeitraum von zwei Wochen bis drei Monaten den Schulen ganze Klassensätze von Lokalausgaben. Die Modelle sind sehr unterschiedlich und reichen von der bloßen Zeitungsauslieferung bis hin zur intensiven Betreuung. Daten über die Summe aller nordrhein-westfälischen Projekte liegen nicht vor.

Zu den großen Zeitungshäusern, die sich seit Jahren mit Zeitungsprojekten in den Schulen engagieren, gehören die WAZ-Gruppe (ZEUS – Zeitung und Schule), der Kölner Stadt-Anzeiger (Zisch – Zeitung in der Schule), die Rheinische Post (Schüler lesen Zeitung), die Westfälischen Nachrichten (Klasse!), die Neue Westfälische (Klasse!/Klasse!Kinder), die Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten (Zeitung+Schule), die Ruhr Nachrichten (Schulticker) und der General-Anzeiger (Klasse!, Miniklasse!). Alle bieten in der Regel unter anderem Besuche in Redaktionen oder Druckereien an sowie eine Betreuung durch Redakteure. Auch viele kleinere Zeitungsverlage engagieren sich in Unterrichtsprojekten.

Das größte Schulprojekt eines einzelnen Verlages in Nordrhein-Westfalen betreibt seit 1997 die Mediengruppe WAZ: Unter dem Titel „ZEUS – Zeitung und Schule“ wurde von der Journalistenschule Ruhr ein medienpädagogisches Konzept entwickelt, an dem sich bereits mehr als eine Million Kinder und etwa 30.000 Lehrerinnen und Lehrer beteiligt haben. Zum kostenlosen Angebot, das sich an die Klassen 8 bis 13 aller Schulformen richtet, gehören Unterrichtsmaterialien und die siebenwöchige Gratis-Belieferung mit Regionalzeitungen der WAZ-Gruppe (WAZ, NRZ, WR, WP, Iserlohner Kreisanzeiger). Zum Unterrichtsmaterial von ZEUS zählen auch Arbeitsblätter und Themenhefte (zum Beispiel über Pressefreiheit oder Zeitungssprache). Schülerartikel werden in Tageszeitungen und im Internet veröffentlicht. Für Grundschulen bietet die WAZ-Gruppe seit 2005 mit ZEUS-Kids ein weiteres Projekt an. Sowohl für Grundschulen als auch für weiterführende Schulen ermöglichen die Zeus Medienwelten im Internet darüber hinaus weitere Projekte oder Workshops. Dabei lernen Jugendliche auch, crossmedial als Reporter zu arbeiten. In 2011 wird erstmals ein Schülerprojekt zum Medium Hörfunk durchgeführt (Zeus on air).

Der Kölner Stadt-Anzeiger wendet sich mit dem Projekt „Zisch – Zeitung in der Schule“ an die Klassen 3 und 4 sowie 8 bis 10. Sie können bis zu vier Wochen lang täglich den Kölner Stadt-Anzeiger lesen und selbst zu Reportern werden. Grundschüler der 3. und 4. Klassen erhalten die Lokalausgabe zwei Wochen lang, die Klassen 8 bis 10 vier Wochen lang. Schülerinnen und Schüler lernen die lokale/regionale Tageszeitung als „Orientierungshilfe“ in der Informationsgesellschaft kennen, haben die Möglichkeit, aktuelle Themen zu recherchieren, und Reportagen, Interviews, Glossen oder Kritiken zu schreiben. Begleitet wird das Projekt vom medienpädagogischen Fachinstitut Promedia in Alsdorf (Kreis Aachen), das via Download auch kostenloses Unterrichtsmaterial zur Verfügung stellt. Außerdem werden Schülerartikel gedruckt und online veröffentlicht. Kölner Stadt-Anzeiger und Promedia bereiten außerdem Lehrer in Seminarveranstaltungen auf das Projekt vor. In den Schuljahren 2008/2009, 2009/2010 und 2010/2011 haben insgesamt etwa 75.000 Schüler an Zisch-Unterrichtsreihen teilgenommen.

Die Rheinische Post engagiert sich mit Schüler lesen Zeitung seit 1990 für die Leseförderung an weiterführenden Schulen ihres Verbreitungsgebietes. Mehr als 100.000 Schüler haben sich bereits an sechswöchigen Projekten für die siebten bis zehnten Jahrgangsstufen aller Schulformen beteiligt. Die Schülerinnen und Schüler analysieren den Aufbau einer Zeitung, lernen, Informationen zu verarbeiten, sie zu bewerten und zu persönlich nutzbarem Wissen zu machen. Lehrer werden einmalig in einem Seminar geschult und erhalten geeignetes Unterrichtsmaterial, das ebenfalls von Promedia stammt. Während des Projekts üben die Schüler auch, selbst Artikel zu schreiben. Für ihre Recherchen erhalten sie einen eigens entworfenen Presseausweis. Einige Artikel werden bereits während des Projekts im jeweiligen Lokalteil der Rheinischen Post veröffentlicht, eine Auswahl erscheint zudem nach Ende des Projekts in einer eigenen Zeitung in der Zeitung. Alle Artikel können außerdem im Internet gelesen werden. Am Ende des Projekts bekommt jeder Schüler ein Zertifikat.

Das Schulprogramm der Ruhr Nachrichten heißt Schulticker. Dabei können sich Schüler der 3. bis 11. Klasse mit der Tageszeitung und anderen Projektbestandteilen beschäftigen. In zwei achtwöchigen Kernzeiten erhalten alle Schüler eigene Exemplare. Das Unterrichtsmaterial ist in vielen Fächern einsetzbar. Unterstützung bieten ein Projektbüro sowie ein Newsletter mit Lehr- und Arbeitsmaterial. Die Jugend-Internetseite www.ticker4u.de erweitert das Projekt crossmedial, wobei Schülerinnen und Schüler eigene Texte schreiben, Videos drehen, fotografieren oder Weblogs anlegen können. Talentierte Nachwuchsjournalisten dürfen zusätzlich an Workshops teilnehmen oder Mitglied der Jugendredaktion werden.

Der General-Anzeiger in Bonn bietet für die Sekundarstufe 1 der weiterführenden Schulen („Klasse!“) und für die Grundschulen („Miniklasse!“) zwei- oder vierwöchige Programme an, bei denen Zeitungen im Mittelpunkt stehen. Für die Dauer des Projektes wird allen teilnehmenden Schüler/innen und Lehrer/innen der General-Anzeiger kostenfrei in die Schule geliefert. Das Unterrichtsmaterial ist modular konzipiert und soll um das Fach Deutsch herum in Form von Zusatzbausteinen angeboten werden. Teilnehmenden Klassen werden Hilfen für Exkursionen, für Kontakt mit Redakteuren sowie bei Recherchen geboten. Schülertexte erscheinen regelmäßig auf einer Sonderseite und im Internet.

Die Westfälischen Nachrichten bieten seit 2002 ihr Medienprojekt „Klasse!“ für weiterführende Schulen an, das pro Schuljahr bis zu 550 Klassen mit etwa 14.000 Schülern absolvieren. 2005 wurde außerdem mit „Kleine Klasse!“ ein Angebot für Grundschulen eingeführt, an dem bis zu 250 Klassen teilnehmen. Für den Unterricht stehen spezielle Materialordner zur Verfügung, die theoretisches Wissen und Arbeitsblätter bereithalten.

Die beiden Medienprojekte der Neuen Westfälischen existieren bereits seit neun Jahren. Unter dem Titel „Klasse!“ wird Unterrichtsmaterial für alle 8. und 9. Jahrgänge an weiterfüh-

renden Schulen in Bielefeld, Gütersloh und Herford angeboten. Das Projekt für die 3. und 4. Klassen an den Grundschulen in Bielefeld, Gütersloh, Paderborn, Höxter und Warburg trägt den Titel „Klasse! Kinder“. In beiden Fällen erhalten Schülerinnen und Schüler sechs Wochen lang eine Zeitung und können sich in unterschiedlichen Fächern mit Zeitungen und ihren Inhalten auseinandersetzen.

Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten stellen beim Projekt „Zeitung + Schule“ teilnehmenden Klassen sechs Wochen lang Lokalausgaben zur Verfügung sowie Arbeitsbögen und Vorschläge zur Gestaltung des Unterrichts. Schülertexte werden von Redakteuren bewertet und erscheinen auf einer speziellen Zeitungsseite. Das Projekt wird von der Berliner Agentur Raufeld Medien betreut.

Im Rahmen der Dortmunder Langzeit-Untersuchung „Zeitung lesen lernen – Lesesozialisation bei Informationsmedien“ stellte sich heraus, dass Leser einer Zeitung um so eher treu bleiben, je früher sie diese kennen gelernt haben. So lasen Jugendliche, die bereits als Grundschüler regelmäßig in Zeitungen schauten, als 15-Jährige mit höherer Wahrscheinlichkeit Zeitung als diejenigen ihrer Altersgruppe, die erst im achten oder neunten Schuljahr erstmals zur Zeitung griffen (siehe Rager, Günther: Jugendliche als Zeitungsleser: Lesehürden und Lösungsansätze. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 180 ff). Diese Erfahrungen werden seit etwa zehn Jahren bei Zeitungs-Projekten in Grundschulen berücksichtigt.

Der Einsatz von Zeitungen in der Grundschule knüpft an die Neugierde der Kinder an, schult die Lesefähigkeit mithilfe eines Mediums, das sonst überwiegend für Erwachsene gemacht wird (Motivationsanreiz), bietet Schülern frühzeitig Orientierung in einer von Medien geprägten Welt und erschließt Kindern die Zeitung als Materialfundus zum künstlerischen Gestalten und spielerischen Lernen. Projekte wie „Zeitung in der Grundschule“ (IZOP) oder der vom Alsdorfer Unternehmen Promedia vertriebene „LesePASS“ erleichtern Lehrern die Unterrichtsplanung. Beim WAZ-Projekt „ZEUS-Kids“ erhalten Viertklässler jeweils zwei Wochen lang die örtlichen Lokalausgaben im Klassensatz mit speziellen Arbeitsheften für jeden Schüler. Die Lehrer arbeiten auf der Basis von Unterrichtsmaterial (didaktische Hinweise und Hintergrundmaterial zum Thema Journalismus), das die Journalistenschule Ruhr gemeinsam mit dem Landesinstitut für Schule (LfS) entwickelt hat. Parallel bietet die Internetplattform www.zeuskids.de für Lehrer und für Schüler Begleitmaterial, Arbeitsproben oder die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen.

Die Rheinische Post (Düsseldorf) sucht bereits seit einigen Jahren den Kontakt zu den Grundschulen, die jeweils eine Woche lang die Rheinische Post ins Klassenzimmer geliefert bekommen. Kinder können dann Texte und Bilder auswählen, ausschneiden, aufkleben und darüber diskutieren, welcher Artikel am spannendsten ist. Die Teilnahme an dem Projekt wird mit dem „LesePASS“ von Promedia belohnt.

Die Stiftung Lesen hat im Jahr 2004 in Kooperation mit der Journalistenschule Ruhr eine Broschüre mit „Ideen für den Unterricht“ herausgegeben, die bundesweit allen Grundschulen kostenlos zur Verfügung gestellt wurde. Grundlage der Arbeitshilfe sind Ergebnisse eines unter anderem im Verbreitungsgebiet der Neuen Ruhr/Neuen Rhein Zeitung (NRZ) durchgeführten Pilotprojekts. Dabei erhielten Kinder der dritten und vierten Grundschulklassen täglich ein eigenes Exemplar der regionalen Zeitung. Das didaktische Konzept setzt u.a. einen Schwerpunkt auf produktionsorientierte Unterrichtsverfahren und – unter Berücksichtigung des unterschiedlichen, individuellen Leseverhaltens – auch auf weitgehend selbstgesteuerte Lernanregungen. Ermöglicht wurde das Projekt durch das finanzielle Engagement der Stiftung Presse-Haus NRZ. Die Broschüre ist aufgrund der großen Nachfrage vergriffen, steht aber im Internet zum Download zur Verfügung.

Die vom IZOP betreuten nordrhein-westfälischen Grundschulprojekte dauern in der Regel zwölf Wochen lang. Das Institut bietet Lehrern auch projektvorbereitende, -begleitende sowie -abschließende Seminare und stellt Unterrichtsempfehlungen und Materialien für die Arbeit mit der jeweiligen Zeitung im Unterricht zur Verfügung. Über die pädagogische Betreuung hinaus wird im Rahmen des Projektes jeweils auch organisatorische Hilfeleistung geboten.

Inzwischen existiert eine Reihe von Zeitungsprojekten überregionaler Verlage, an denen auch zahlreiche nordrhein-westfälische Schulen beteiligt sind. So können bei dem 1988 von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) gegründeten Projekt „Jugend schreibt“ Schüler der Sekundarstufe II eigene Beiträge auf einer zwei- bis dreimal monatlich erscheinenden eigenen Seite veröffentlichen (bundesweit etwa sechzig Klassen von Gymnasien und Berufs(fach)schulen). Zum jährlich ausgeschriebenen Projekt für die Jahrgangsstufen 10, 11 und 12 gehören projektvorbereitende (mehrtägige) und -begleitende (halbtägige) Seminare für Lehrerinnen und Lehrer, ein kostenfreies Abonnement von FAZ und Sonntagszeitung sowie Lehr- und Lernhilfen für die Einführung in das Lesen der Zeitung, für die Einbindung der Zeitung in den Fachunterricht und zum journalistischen Schreiben.

Die Süddeutsche Zeitung bietet seit 1994 überregionale Zeitungsprojekte an. Bei dem Programm „Schule&Zeitung“ werden bundesweit sechs Projektwochen angeboten, in denen die Zeitung kostenlos zur Verfügung gestellt wird. Daran beteiligen sich pro Jahr mehr als 900 Klassen. Jugendliche lernen, auch durch die Unterstützung von Wirtschaftspartnern, über ganz unterschiedliche Unternehmensbereiche zu recherchieren und selbst Artikel zu verfassen. Schülerartikel, die im Zusammenhang mit Themen von Wirtschaftspartnern entstehen, werden auf einer Schule&Zeitung-Sonderseite in der Süddeutschen Zeitung und parallel im Internet veröffentlicht. Darüber hinaus soll durch die Einbindung der Onlineangebote www.sz-jugendseite.de und www.jetzt.de der pädagogische Nutzen des Projekts auch auf das Internet ausgedehnt werden. Dort und zusätzlich unter www.sz-schreibwerkstatt.de können Jugendliche erste Schreibübungen machen und sich aktiv an der Gestaltung der Online-jugendseiten beteiligen.

Bei der Frankfurter Rundschau existiert seit 1997 ein ähnliches Angebot. Es heißt mittlerweile „FRISCH – Frankfurter Rundschau in der Schule“ und bietet Schulklassen ein Jahr lang kostenlose Zeitungsausgaben plus Lehrmaterial.

Seit 2000 besteht außerdem das von der FAZ und dem Bundesverband Deutscher Banken initiierte Sekundarstufe-II-Projekt „Jugend und Wirtschaft“ mit einer monatlichen Sonderseite, auf der Jugendliche journalistische Texte über Wirtschaftsthemen publizieren können. Jedes Jahr können etwa sechzig Schulen mit etwa 1.300 Schülern bei Jugend und Wirtschaft mitmachen. Ausgewählte Beiträge werden jeweils am ersten Donnerstag im Monat und zusätzlich einmal im Quartal im FAZ-Wirtschaftsteil auf der eigens für das Projekt eingerichteten Seite „Jugend und Wirtschaft“ veröffentlicht (www.juwi.org). Zusätzlich erhalten Schüler die Möglichkeit, eine Studienarbeit zu einem von ihnen frei gewählten Wirtschaftsthema zu verfassen. Die besten Artikel und die engagiertesten Schulen werden regelmäßig vom Bundesverband deutscher Banken und der Fazit-Stiftung prämiert. An dem Projekt beteiligen sich zurzeit neun nordrhein-westfälische Gymnasien.

Flankierend zu Schulprojekten bieten einige Tageszeitungen auch Jugend-Websites an, die in Kooperation mit Redakteuren ausschließlich von Kindern und Jugendlichen gestaltet werden. Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) handelt es sich dabei in Nordrhein-Westfalen um folgende Onlineangebote:

Tab. 147.1: Onlineangebote von und für Kinder und Jugendliche

Zeitung	Jugendseite-Titel	Turnus	Wochentag	Start
Aachener Ztg./Aachener Nachrichten	wir hier!	wöchentl.	Mo.	1995
Ahlener Zeitung	Pinnwand	wöchentl.	Fr.	1997
Bocholter-Borkener Volksblatt	die Q	wöchentl.	Sa.	1997
Borkener Zeitung	Schulze	wöchentl.	Do.	1980
Der Patriot	Jugendfrei	monatlich	Fr.	1984
Die Glocke	Szene	wöchentl.	Sa.	1979
Hellweger Anzeiger	Graffiti	wöchentl.	Do.	1990
Ibbenbürener Volkszeitung	Jugendreport	wöchentl.	Do.	1994
Iserlohner Kreisanzeiger	Zeus-IKZ a. Wochenende	wöchentl.	Sa.	2001
Kölner Stadt-Anzeiger	Junge Zeiten	wöchentl.	Do.	2001
Lüdenscheider Nachrichten	Yourzz.fm	tägl.		2009
Neue Ruhr/Rhein Zeitung	Texter	wöchentl.	Do.	2002
Neuß-Grevenbroicher Zeitung	Scoop	wöchentl.	Do.	2006
Recklinghäuser Zeitung	Scenario	tägl.		1993
Remscheider General-Anzeiger	x-ray	tägl.		1996
Rheinische Post	Jugend	wöchentl.	Fr.	ca. 1985
Ruhr Nachrichten/Münstersche Ztg.	Trendy	wöchentl.	Do.	2003, 1994
Siegener Zeitung	Jugendseite	wöchentl.	Sa.	1994
Soester Anzeiger	Yourzz.fm	tägl.		2009
Solinger Tageblatt	Klartext	4x/Woche	Mo., Di., Fr., Sa.	1960
Westdeutsche Zeitung	JUZ	wöchentl.	Di., Mi., Do.	
Westfalen-Blatt	Jugendstil	wöchentl.	Do.	1999
Westfalenpost	Junge WP	wöchentl.	Do.	
Westfälische Nachrichten	Szene	wöchentl.	Fr.	1994
Westfälische Rundschau	k.A.	wöchentl.	Di., Mi., Sa.	2003
Westfälischer Anzeiger	Yourzz.fm	tägl.		2009

Quelle: BDZV

Zusätzlich zu diesen Bemühungen wurden von einigen Verlagen Konzepte entwickelt, um jenseits der klassischen Kinderseiten (mit Geschichten, Rätseln etc.) auch tagesaktuelle Informationen für Leser im Grundschulalter aufzubereiten. So startete die Westfalenpost bereits 2005 die tägliche Rubrik „Kinderpost“ (Zielgruppe: 6- bis 13-jährige Leser), die auf etwa einer Drittelseite in kindgerechter Sprache über aktuelle Ereignisse berichtet. Seit 2006 bietet auch der Hellweger Anzeiger (Unna) eine tägliche Nachrichtenseite für Kinder und hat Kontakte zu allen Grundschulen im Verbreitungsgebiet geknüpft. Die Westfälische Rundschau rubriziert ein ähnliches Projekt unter „kinder nachrichten“, an dem alle Ressorts beteiligt sind. Die Neue Ruhr/Rhein Zeitung folgte 2008, der Kölner Stadt-Anzeiger 2011 mit einer täglichen Kinderseite. Zurzeit existieren in Nordrhein-Westfalen für Kinder folgende Zeitungsseiten:

Tab. 147.2: Zeitungsseiten für Kinder

Zeitung	Kinderseite-Titel	Turnus	Tag	Start
Aachener Ztg./Aachener Nachrichten	Kaz, Karlo – Aktuelles f. Kinder	wöchentl.	Sa., Fr.	1996
Der Patriot		monatl.	Sa.	1996
Die Glocke	Spielplatz	wöchentl.	Sa.	1974
Express	Klex	wöchentl.	Sa.	2004
Hellweger Anzeiger	Die Kinderzeitung	tägl.		2006
Iserlohner Kreisanzeiger	Kinderpost (Westfalenpost)	wöchentl.	Sa.	
Kölnischer Rundschau	Kinder	wöchentl.	Sa.	
Kölnischer Stadt-Anzeiger	Kinder	tägl.		2011
Lüdenscheider Nachrichten	Konrad (früher „Puck“)	wöchentl.	Mi., Sa.	1964
Neue Ruhr/Rhein Zeitung	Knuts Klartext	tägl.		2008
Neue Westfälische	k.A.	wöchentl.	Sa.	1994
Recklinghäuser Zeitung	Kunterbunt	wöchentl.	Sa.	1995
Rheinische Post	Erpelino	wöchentl.	Sa.	1997
Ruhr Nachrichten/Münstersche Ztg.	Kinderkram	wöchentl.	Sa.	1999
Siegener Zeitung	Kinderbuntes	wöchentl.	Sa.	1996
Soester Anzeiger	Das Bunte Blatt	wöchentl.	Mi.	1998
Solinger Tageblatt	Kinder, Kinder	wöchentl.	Sa.	2003
Westdeutsche Allgemeine	Nachrichten für Kinder	tägl.		
Westdeutsche Zeitung	Kinder, Kinder	wöchentl.	Sa.	2003
Westfalen-Blatt	Benjamins Kinderseite	wöchentl.	Sa.	1985
Westfalenpost	Kinderpost	tägl.	Sa.	2005
Westfälische Nachrichten	Klaro/Antons Welt	tägl., unregelm.		2002
Westfälische Rundschau	k.A.	monatl.	Sa.	2003

Quelle: BDZV, eigene Recherchen

Vor etwa zehn Jahren haben einige Zeitungsverlage begonnen, Jugend- und Kinderseiten im Internet einzurichten. Dazu gehören die Angebote www.baeren-blatt.de des Westfalen-Blatt, www.rga-online.de/xray/ des Remscheider General-Anzeiger oder www.borkenerzeitung.de/schulze/ der Borkener Zeitung. Die meisten Verlage haben solche Aktivitäten wieder beendet und setzen auf eine Repräsentanz ihrer Inhalte in jugendaffinen sozialen Netzwerken (Facebook, StudiVZ, SchülerVZ, Twitter etc.).

Vor sieben Jahren entstanden auch erste Zeitungsaktionen für Kindergärten. So bot der Zeitungsverlag der Recklinghäuser Zeitung in Zusammenarbeit mit dem Dortmunder Media Consulting Team 2004 erstmals das Projekt „Zeitungstreff im Kindergarten“ für etwa 1.500 Vorschulkinder an. Seitdem erhalten einmal jährlich etwa achtzig Kindergartengruppen im Raum Recklinghausen/Marl für jeweils drei Wochen Zeitungen zum Basteln, Rätseln und für andere Spiele. Beim Remscheider General-Anzeiger heißt ein ähnliches Projekt „Pünktchen im Kindergarten“, bei der Lippischen Landes-Zeitung ebenfalls „Zeitungstreff im Kindergarten“ und bei der WAZ-Gruppe Zeitung im Kindergarten.

Neuerdings versuchen Verlage verstärkt, Leserförderungsprogramme in Form von speziellen Auszubildendenprojekten aufzulegen. Dabei finanzieren Ausbildungsunternehmen Abonnements von Tageszeitungen, um so die Allgemeinbildung, das Informationsverhalten und die Schreibfähigkeit von Auszubildenden zu erhöhen. Die sogenannten Azubis sind jung, regional stärker verwurzelt als etwa Studierende und als Leserschaft kaum erschlossen. 2005 startete die Rheinische Post ein entsprechendes Projekt, vor zwei Jahren folgten sämtliche Zeitungen in Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Inzwischen bieten die meisten Verlage ähnliche Angebote. Forscher der Universität Koblenz-Landau stellten fest, dass die teilnehmenden Auszubildenden schnell an Wissen gewannen und sich stärker für Nachrichten interessierten (siehe Maier, Jürgen; Hosenfeld, Annette: Zeitung lesen macht Azubis fit! (Zeile). Koblenz-Landau, 2010). Das Projekt „Zeitung lesen macht Azubis fit“ (Zeile) wird inzwischen von etwa achtzig Prozent aller Zeitungsverlage umgesetzt, die sich zur „Initiative junge Leser“ (jule) zusammengeschlossen haben. Dazu zählen mittlerweile 62 Verlage des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Ziel der Kooperation ist die Identifizierung zielführender Strategien und effizienter Maßnahmen zur kurz-, mittel- und langfristigen Gewinnung junger Leser.

Bewertung

Die Landesregierung begrüßt das Engagement und die Initiativen von Zeitungsverlagen bei Projekten, in deren Zentrum der Einsatz von Zeitungen im Unterricht oder in der Ausbildung steht. Im Unterschied zu den Projekten der meisten regionalen Zeitungsverlage handelt es sich bei den Angeboten überregionaler Verlage meist um Ganzjahresprojekte, bei denen aktuelle Printmedien über einen längeren Zeitraum kontinuierlich fächerübergreifend im Unterricht eingesetzt werden. Ihr Vorteil liegt meist in der intensiven redaktionellen Betreuung und darin, dass sie längerfristig angelegt sind.

Die existierenden Onlineangebote der Tageszeitungen für Jugendliche stellen eine zielgruppenaffine Ergänzung des „alten“ Mediums Zeitung durch das moderne Medium Internet dar. Auf diese Weise kann Leserbindung geschaffen oder intensiviert werden. Experten wie der Aachener IZOP-Gründer Peter Brand warnen jedoch davor, dass im Mittelpunkt von Zeitungsprojekten nicht das Schreiben, sondern das Rezipieren von Informationen stehen müsse. Zeitungsseiten und Onlineinhalte, die von Kindern und Jugendlichen erstellt werden, sollten deshalb vor allem der Motivationssteigerung im Umgang mit der Zeitung dienen, dürften jedoch nicht die intensive Auseinandersetzung mit Inhalten und Informationen ersetzen.

Die Schaffung altersadäquater Zeitungsangebote für Grundschul Kinder oder Mädchen und Jungen im Vorschulalter scheint sinnvoll. Voraussetzung ist jedoch ein geeigneter Apparat mit didaktischem Begleitmaterial. Angebote des Mediums Fernsehen (Sendung mit der Maus, Kinder-Nachrichten etc.) scheinen in diesem Zusammenhang schon weiter fortgeschritten und könnten als Vorbild für Tageszeitungen dienen.

148. *Wie hat sich in Nordrhein-Westfalen jeweils jährlich seit 2000 die Quantität und Qualität des Angebotes an Schülerzeitungen entwickelt?*

149. *Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung diesbezüglich zu einer differenzierteren Betrachtung des Schülerzeitungsangebotes nach Schulformen und regionaler Verbreitung vor?*

Die Fragen 148 und 149 werden zusammen beantwortet.

Dem Ministerium für Schule und Weiterbildung liegen zu den Fragen 148 und 149 keine Erkenntnisse vor, da als gesetzlicher Anspruch (§ 45 Absatz 3 Schulgesetz) das Recht der

Schülerinnen und Schüler, Schülerzeitungen herauszugeben und auf dem Schulgrundstück zu verbreiten, nicht der Disposition der Schule unterliegt. Schülerzeitungen gehören somit zum privaten Tätigkeitsbereich der Schülerinnen und Schüler.

150. In welchem Umfang sind ausländische Medien differenziert nach Angebotssparte (wie Print, Rundfunk, Online, Games etc.) mit Zweitsitzen / Niederlassungen aller Art in Nordrhein-Westfalen vertreten?

Nirgendwo sonst in Deutschland ist die Zahl ausländischer Unternehmen und ihre Bedeutung für die Wirtschaft höher als in Nordrhein-Westfalen. Laut Amadeus-Unternehmensdatenbank gibt es in Nordrhein-Westfalen mehr als 13.100 ausländische Unternehmen – das entspricht rund einem Viertel der ausländischen Unternehmen in Deutschland.

Auch für Unternehmen der Medien- und Kommunikationswirtschaft ist NRW ein überaus attraktiver Standort. Führende internationale Unternehmen aus sämtlichen Mediensegmenten betreiben Dependancen bzw. haben Firmenbeteiligungen in Nordrhein-Westfalen wie zum Beispiel AFP Agence France-Press, BBC, Electronic Arts, Huawei, Walt Disney, Ubisoft oder Vodafone. Die Landesregierung NRW fördert und unterstützt die Ansiedlung internationaler Medienunternehmen in NRW in Abstimmung mit NRW.invest und der Film- und Medienstiftung NRW.

Ein umfassender Überblick über die in NRW ansässigen ausländischen Medienunternehmen kann in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht geleistet werden. In den Unterlagen der Handelsregister ist die Nationalität von Eignern nicht zwingend erfasst. Teilweise ergeben sich aus den Angaben zum Wohnort bzw. zum Sitz von Unternehmen Hinweise. Bei juristischen Personen weist zum Teil die Rechtsform auf ausländische Unternehmen hin.

151. Wie hat sich die Zeitungsdichte in Nordrhein-Westfalen aufgeschlüsselt nach Regierungsbezirken in den letzten zehn Jahren verändert?

Vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfelds der gesamten Zeitungsbranche (vergl. die Antwort zur Frage 133) ist die Zeitungsdichte, also die Anzahl von Zeitungen mit einer lokalen Berichterstattung über das jeweilige Gebiet, auch in Nordrhein-Westfalen stark rückläufig. Diese Tendenz hält bereits seit Jahrzehnten an. Im Vergleich mit den meisten anderen Bundesländern hat diese negative Entwicklung in Nordrhein-Westfalen jedoch später eingesetzt und ist deutlich langsamer verlaufen. In den letzten Jahren hat sich dieser Prozess allerdings beschleunigt. Vergleichszahlen für das Jahr 2000 liegen nicht vor.

Noch 1992 hatten über 90 Prozent der Einwohner Nordrhein-Westfalens die Wahl zwischen mehreren Zeitungen. Knapp ein Viertel der Bevölkerung konnte unter drei Zeitungen wählen. Vier Zeitungen gab es schon damals nur in wenigen Gemeinden mit gut 200.000 Einwohnern. Monopolgebiete gab es noch relativ selten.

Tab. 151.1: Entwicklung der Zeitungsdichte in Nordrhein-Westfalen

Jahr	1 Zeitung			2 Zeitungen			3 Zeitungen *		
	Anzahl Gemeinden	Einwohner	in %	Anzahl Gemeinden	Einwohner	in %	Anzahl Gemeinden	Einwohner	in %
1992	47	1.513.000	9,1	271	11.199.000	67,3	70	3.918.000	23,6
2002	66	2.263.000	12,6	267	11.850.000	66,0	60	3.855.000	21,5
2006	108	4.199.100	23,3	245	10.866.100	60,2	43	2.994.700	16,4
2008	108	4.238.200	23,5	235	10.570.500	58,7	53	3.189.800	17,9
2010	133	4.826.000	26,8	225	10.250.100	57,0	38	2.921.500	16,2

Quelle: Formatt-Institut

* Darunter sind auch einzelne Gemeinden mit 4 Zeitungen. 1992: 8 Gemeinden mit 223.000 Einwohnern; 2002: 3 Gemeinden mit 45.000 Einwohnern; 2006: 3 Gemeinden mit 29.800 Einwohnern; 2008: 3 Gemeinden mit 29.500 Einwohnern; 2010: 3 Gemeinden mit 29.500 Einwohnern.

Bis zum Jahr 2002 hat sich diese Angebotssituation kaum verändert. Die Zahl der Monopolgebiete war seit 1992 nur leicht gestiegen. Die betroffene Bevölkerungszahl war um 3,5 Prozentpunkte auf 12,6 Prozent gestiegen. Von 2002 bis 2010 hat sich dieser Wert dann mehr als verdoppelt. Inzwischen haben 4,8 Millionen Einwohner keine Wahl mehr bei der Zeitungslektüre. Das entspricht einem Anteil von knapp 27 Prozent der Bevölkerung. Gebiete mit vier Zeitungen gibt es praktisch nicht mehr. Nur noch in 35 Gemeinden und Städten stehen drei Zeitungen zur Auswahl. Diese Wahlmöglichkeit haben nur noch 16 Prozent der Bevölkerung. 57 Prozent stehen zwei Zeitungen zur Verfügung.

Die folgenden Tabellen geben Aufschluss über die Entwicklung der Zeitungsdichte in den einzelnen Regierungsbezirken Nordrhein-Westfalens:

Tab. 151.2: Zeitungsdichte in den Regierungsbezirken Nordrhein-Westfalens in 2010

Regierungsbezirk / Einwohner	1 Zeitung			2 Zeitungen			3 Zeitungen *		
	Anzahl Gemeinden	Einwohner	Einwohner in %	Anzahl Gemeinden	Einwohner	Einwohner in %	Anzahl Gemeinden	Einwohner	Einwohner in %
Köln 4.391.300	27	910.300	20,7	63	3.136.300	71,4	9	344.700	7,8
Düsseldorf 5.208.400	12	890.600	16,9	43	2.736.000	52,8	11	1.581.800	30,4
Münster 2.614.500	42	1.278.200	50,0	32	1.289.500	48,2	4	46.800	1,8
Arnsberg 3.724.000	37	1.339.000	36,0	41	1.690.700	45,4	5	694.300	18,6
Detmold 2.059.400	15	407.900	19,8	46	1.397.600	67,9	9	253.900	12,3
NRW gesamt 17.997.600	133	4.826.000	26,8	225	10.250.100	57,0	38	2.921.500	16,2

Quelle: Formatt-Institut

* Davon 4 Zeitungen in 3 Gemeinden mit 29.500 Einwohnern (0,2%).

Tab. 151.3: Zeitungsdichte in den Regierungsbezirken Nordrhein-Westfalens in 2008

Regierungs- bezirk	1 Zeitung			2 Zeitungen			3 Zeitungen *		
	Anzahl Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %	Anzahl Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %	Anzahl Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %
Köln	27	910.300	20,7	63	3.136.300	71,4	9	344.700	7,9
Düsseldorf	11	877.700	16,9	44	2.748.900	52,8	11	1.581.800	30,4
Münster	40	1.249.500	47,8	35	1.334.600	51,0	3	31.700	1,2
Arnsberg	15	746.900	20,1	48	1.937.500	52,0	20	1.039.400	27,9
Detmold	15	453.800	22,0	45	1.413.200	68,6	10	192.200	9,3
NRW gesamt	108	4.238.200	23,5	235	10.570.500	58,7	53	3.189.800	17,9

Quelle: Formatt-Institut

* Davon 4 Zeitungen in 3 Gemeinden mit 29.500 Einwohnern (0,2%).

Tab. 151.4: Zeitungsdichte in den Regierungsbezirken Nordrhein-Westfalens in 2006

Regierungs- bezirk	1 Zeitung			2 Zeitungen			3 Zeitungen *		
	Anz. Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %	Anz. Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %	Anz. Ge- mein- den	Einwohner	Ein- wohner in %
Köln	k.A.	910.164	20,8	k.A.	3.115.528	71,3	k.A.	342.871	7,8
Düsseldorf	k.A.	804.856	15,4	k.A.	2.844.202	54,4	k.A.	1.581.616	30,2
Münster	k.A.	1.271.535	48,5	k.A.	1.319.457	50,3	k.A.	32.000	1,2
Arnsberg	k.A.	754.776	20,0	k.A.	2.257.691	59,9	k.A.	754.180	20,0
Detmold	k.A.	457.725	22,1	k.A.	1.329.204	64,2	k.A.	284.034	13,7
NRW gesamt	108	4.199.056	23,3	245	10.866.082	60,2	43	2.994.701	16,4

Quelle: Formatt-Institut

* Davon 4 Zeitungen in 3 Gemeinden mit 29.800 Einwohnern (0,2%)

Allein zwischen 2008 und 2010 ist die Zahl der Ein-Zeitungs-Gebiete in Nordrhein-Westfalen von 108 auf 133 gestiegen und macht nun ein Drittel an der Gesamtzahl der Gemeinden und Städte aus. Maßgeblich für den hohen Zuwachs war die Schließung von zahlreichen Zeitungsausgaben im Regierungsbezirk Arnsberg. Vor allem in Südwestfalen hat der WAZ-Konzern die Verbreitungsgebiete von Westfalenpost und Westfälischer Rundschau deutlich reduziert. Heute leben 36 Prozent der Bevölkerung im Regierungsbezirk Arnsberg in Gemeinden, in denen ein Monopol herrscht – der zweithöchste Wert innerhalb der Regierungsbezirke.

Tab. 151.5: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Arnsberg

Zeitungsdichte	Anzahl Gemeinden und Städte		Bevölkerung		Bevölkerungsanteil in %	
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
1 Zeitung	37	15	1.339.000	746.900	36,0	20,1
2 Zeitungen	41	48	1.690.700	1.937.500	45,4	52,0
3 Zeitungen	6	20	694.300	1.039.400	18,6	27,9
4 Zeitungen	0	0	0	0	0	0,0%
gesamt	83	83	3.724.000	3.723.700	100,0	100,0

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Noch geringer ist die Auswahl nur noch im Regierungsbezirk Münster, wo die Hälfte der Bevölkerung in Monopolgebieten lebt. Das Münsterland weist immer noch relativ viele Verlage mit kleinauflagigen Lokalzeitungen auf. Die meisten dieser Titel haben sich schon in der Weimarer Republik zu einem Verband zusammengeschlossen und treten an kaum einem Ort in Konkurrenz zueinander auf.

Tab. 151.6: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Münster

Zeitungsdichte	Anzahl Gemeinden und Städte		Bevölkerung		Bevölkerungsanteil in %	
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
1 Zeitung	42	40	1.278.200	1.249.500	50,0	47,8
2 Zeitungen	32	35	1.289.500	1.334.600	48,2	51,0
3 Zeitungen	4	3	46.800	31.700	1,8	1,2
4 Zeitungen	0	0	0	0	0	0,0
gesamt	78	78	2.614.500	2.614.400	100,0	100,0

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Den geringsten Grad der Monopolisierung weist der Regierungsbezirk Düsseldorf auf. Nur deutlich unter 20 Prozent der Bevölkerung haben keine Auswahl; zugleich kann fast ein Drittel zwischen drei Zeitungen wählen – die besten Werte in Nordrhein-Westfalen.

Tab. 151.7: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Düsseldorf

Zeitungsdichte	Anzahl Gemeinden und Städte		Bevölkerung		Bevölkerungsanteil in %	
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
1 Zeitung	12	11	890.600	877.700	16,9	16,9
2 Zeitungen	43	44	2.736.000	2.748.900	52,8	52,8
3 Zeitungen	10	10	1.568.100	1.568.100	30,1	30,1
4 Zeitungen	1	1	13.700	13.700	0,3	0,3
gesamt	66	66	5.208.300	5.208.300	100,0	100,0

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Im Regierungsbezirk Köln werden weit überwiegend zwei Zeitungen angeboten. Da in den meisten Gebieten jeweils beide Zeitungen aus einem Verlag stammen, bilden sie im Werbemarkt allerdings so genannte Belegungseinheiten. Das gilt sowohl für die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten als auch für den Kölner Stadt-Anzeiger und die Kölnische Rundschau.

Tab. 151.8: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Köln

Zeitungsdichte	Anzahl Gemeinden und Städte		Bevölkerung		Bevölkerungsanteil in %	
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
1 Zeitung	27	27	910.300	910.300	20,7	20,7
2 Zeitungen	63	63	3.136.300	3.136.300	71,4	71,4
3 Zeitungen	7	7	328.900	328.900	7,5	7,5
4 Zeitungen	2	2	15.800	15.800	0,4	0,4
gesamt	99	99	4.391.100	4.391.100	100,0	100,0

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

Im Regierungsbezirk Detmold stehen überwiegend die Neue Westfälische und das Westfalen-Blatt, beide mit Sitz in Bielefeld, im Wettbewerb. Monopole haben das Mindener Tageblatt im Osten des Kreises Minden-Lübbecke sowie die Lippische Landes-Zeitung großräumig im Kreis Lippe inne. In diesen Monopolgebieten lebt knapp ein Fünftel der Bevölkerung des Regierungsbezirks. Drei lokal berichtende Zeitungen gibt es nur noch in neun Gemeinden.

Tab. 151.9: Zeitungsdichte im Regierungsbezirk Detmold

Zeitungsdichte	Anzahl Gemeinden und Städte		Bevölkerung		Bevölkerungsanteil in %	
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
1 Zeitung	15	15	407.900	453.800	19,8	22,0
2 Zeitungen	46	45	1.397.600	1.413.200	67,9	68,6
3 Zeitungen	9	10	253.900	192.200	12,3	9,3
4 Zeitungen	0	0	0	0	0,0	0,0
gesamt	70	70	2.059.400	2.059.200	100,0	100,0

Bevölkerungsdaten mit Stand vom 31.12.2007 (LDS)

152. Wie hat sich die redaktionelle Kooperation zwischen unterschiedlichen Zeitungsverlagen in den letzten zehn Jahren entwickelt, und namentlich welche Titel sind davon betroffen?

In den letzten zehn Jahren sind redaktionelle Kooperationen erheblich ausgebaut worden. Dies gilt für die Zeitungsbranche bundesweit und ist Teil von Maßnahmenpaketen, die alle Verlage im Zuge der ab 2001 gesunkenen Werbeeinnahmen durchgeführt haben. Die Redaktion ist an den Kosten eines Zeitungsverlags zwar durchschnittlich nur mit rund 25 Prozent beteiligt (nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) waren es 2010 25,9 Prozent, siehe BDZV: Zeitungen 2011/12, Berlin, 2011, hier S. 98), aber dennoch einbezogen in die fortwährenden Bemühungen zur Kostensenkung. Dies gilt für alle Bereiche der redaktionellen Produktion, also für die klassischen Ressorts wie auch für die Lokalredaktionen, für Redaktionen von Themenseiten und Beilagen, für Korrespondenten und Fotografen und letztlich auch für den Bereich von Zulieferungen durch Externe, freie Mitarbeiter bis hin zu den Nachrichtenagenturen.

Sehr weitgehend ist die Reorganisation innerhalb des Konzerns der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ). In Essen ist unter der Leitung der Chefredaktion der WAZ eine Zentralredaktion aufgebaut worden, welche die NRW-Titel der WAZ-Gruppe beliefert. Die früheren Mantelredaktionen der einzelnen Titel wurden personell deutlich reduziert und zu so genannten Titelredaktionen umgebaut, die heute im Wesentlichen auf der Basis der Zulieferungen der Zentralredaktion die einzelnen Seiten produzieren. In diese Kooperation waren zunächst die drei Zeitungen WAZ, Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung (NRZ) und Westfälische Rundschau (WR) eingebunden, seit 2011 auch die Westfalenpost (WP). Der Eingliederungsprozess der WP ist noch nicht abgeschlossen. Mit diesen Maßnahmen wurde das so genannte WAZ-Modell aufgegeben, dass innerhalb einer Verlagsgruppe weitgehende Kooperationen auf allen Ebenen bei redaktioneller Unabhängigkeit der Einzeltitel vorsah. Schon in den Jahren zuvor wurden zwar zentral in Essen schon Beilagen und nicht-tagesaktuelle Themenseiten für alle vier Zeitungen erstellt. Inzwischen werden jedoch zentral in Essen auch tagesaktuelle Seiten produziert, die in mehreren Titeln erscheinen. So sind etwa die Medienseiten in der WAZ und in der WR identisch.

Auf lokaler Ebene hatte es derartige titelübergreifende Kooperationen innerhalb der WAZ-Gruppe bereits schon vorher gegeben. Sie bestanden insbesondere darin, dass an Standorten mit zwei Zeitungen aus der WAZ-Gruppe, die eine Zeitung Teile der redaktionellen Produktion der anderen Zeitung übernahm, so etwa bei der Stadtteilberichterstattung (zum Beispiel identisch bei NRZ und WAZ in Duisburg) und dem Lokalsport (zum Beispiel zeitweilig WR und WAZ in Dortmund). Schon vor Jahren ist diese Kooperation so weiter entwickelt

worden, dass die am Markt nachrangige Lokalredaktion personell stark ausgedünnt wurde und eine Restredaktion basierend auf dem redaktionellen Material der Nachbarredaktion einen in Teilen eigenen Lokalteil produzierte (so zum Beispiel die WAZ in Dortmund mit dem Material der WR). Dieses WAZ-intern als Branding bezeichnete Verfahren ist im Rahmen der umfangreichen Reorganisation in 2009 auch in Südwestfalen übernommen worden. Für die WR produzieren Restredaktionen in Arnsberg und in Hagen-Hohenlimburg eigene Ausgaben auf der Basis des Materials der WP. An anderen Standorten werden den Lesern zwar zwei Zeitungen angeboten, die aber beide mit identischem Lokalteil erscheinen. Dort wurden aus Kostengründen also sämtliche Eigenständigkeits zugunsten umfangreicher redaktioneller Kooperationen aufgegeben.

In Aachen ist die Kooperation der beiden in einem Verlag erscheinenden Titel Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten extrem stark ausgeprägt. Seit 2003 gibt es nur noch eine Chefredaktion für beide Zeitungen. Die Aachener Nachrichten produzieren in der Regel nur noch die ersten drei Seiten des Mantels selbst, alle übrigen Seiten werden von der Redaktion der Aachener Zeitung übernommen. An den meisten Standorten der weitgehend deckungsgleichen Verbreitungsgebiete sind seitdem auch die Lokalteile identisch. Unterschiedliche Lokalteile gibt es nur noch für die Städte Aachen, Düren und Alsdorf.

Bereits Ende 2001 hat der Hellweger Anzeiger in Unna die Hauptredaktion aufgegeben und bezieht seitdem den Mantel vom Westfälischen Anzeiger in Hamm. Im September 2010 hat die Kölnische Rundschau die eigene Hauptredaktion aufgegeben und bezieht seitdem die überregionale Berichterstattung vom General-Anzeiger in Bonn.

Gerade für die In- und Auslandskorrespondenten sind bei vielen Verlagen in den letzten Jahren die Organisationsstrukturen verändert worden. Diese Veränderungen gehen oft über die Grenzen der nordrhein-westfälischen Verlage hinaus. So hat beispielsweise der WAZ-Konzern in Brüssel einen stattlichen Korrespondentenpool aufgebaut, der u.a. auch die Titel des Konzerns in Nordrhein-Westfalen beliefert. Ähnlich sind die Parlamentskorrespondenten in Berlin zusammengefasst worden. Auch deren Material steht nun allen Redaktionen zur Verfügung. Der Verlag des Kölner Stadt-Anzeigers ist genau wie andere Verlage der DuMont Schauberg-Gruppe (Berliner Zeitung, Frankfurter Rundschau, Mitteldeutsche Zeitung) mit einem Viertel der Anteile an der DuMont Redaktionsgemeinschaft GmbH in Berlin beteiligt, in der die zuvor titelbezogen arbeitenden Korrespondenten zusammengefasst worden sind.

Online

Intensiver ausgeprägt als für die Zeitungen sind redaktionelle Kooperationen für Internetportale. Grundsätzlich kooperieren dabei zunächst die Redaktionen aus derselben Verlagsgruppe. Über Verlagsgrenzen hinweg bestehen vielfach Kooperationen, die jenen bei den Tageszeitungen folgen, indem Redaktionen aus einer Zeitungsgruppe jeweils mit der Hauptredaktion dieser Zeitungsgruppe zusammenarbeiten. Die Kooperationsformen sind vielgestaltig. Beispielsweise sind bei der Ippen-Gruppe die Onlineportale www.soester-anzeiger.de; www.wa-online.de (Westfälischer Anzeiger) und www.come-on.de (Lüdenscheider Nachrichten) formal und inhaltlich identisch. Nur die Lokalberichte sind jeweils unterschiedlich. Die Imprensa weisen dennoch die drei Zeitungsverlage aus. Ähnlich arbeiten die Verlage im Münsterland zusammen, ohne dass dies in den Impressen ausgewiesen wird.

Noch weiter gehend arbeitet der WAZ-Konzern Kooperationen im Onlinebereich, der für seine fünf Zeitungen in NRW das gemeinsame Portal www.derwesten.de produziert. Künftig sollen daneben auch wieder titelbezogene Portale angeboten werden wie www.waz.de.

Manche Verlage organisieren ihr Internetportal vollkommen eigenständig, bieten ausschließlich Lokalnachrichten, verzichten entsprechend auf überregionale Nachrichten, die sie ja

auch für die Zeitung nicht selbst erstellen. So handhaben es etwa die Verlage des Haller Kreisblatts (www.haller-kreisblatt.de) und der Lippischen Landes-Zeitung (www.lz.de). Der Remscheider General-Anzeiger gestaltet sein Portal www.rga-online.de eigenständig und bietet auf der Basis von dpa-Material auch überregionale Nachrichten. Er verzichtet also im Internet auf die Zulieferungen der Westdeutschen Zeitung, von der er den Zeitungsmantel bezieht. Ähnlich agiert auch der zweite Kooperationspartner der WZ. Das Solinger Tageblatt stellt in sein Portal zudem noch eigene Videoberichte ein.

Unterschiedlich sind die Quellen für Videoberichte in Internetportalen. Nach Untersuchungen des BDZV stellen inzwischen die meisten Verlage (59 Prozent) Videoberichte selbst her. Dazu gehören in Nordrhein-Westfalen auch die Verlage kleinerer Zeitungen (zum Beispiel Solinger Tageblatt, Bocholter-Borkener Volksblatt). Der WAZ-Konzern hat zeitweilig für www.derwesten.de aktuelle Videoberichte gegen Bezahlung vom Westdeutschen Rundfunk (WDR) übernommen. Diese Kooperation ist beendet worden. In anderen Bundesländern bestehen solche Kooperationen zwischen Zeitungsverlagen und öffentlich-rechtlichen Anstalten weiterhin. Ein wichtiger Zulieferer für Zeitungsverlage ist inzwischen die OMS-Online Marketing Service GmbH & Co KG in Düsseldorf, ein Gemeinschaftsunternehmen von Verlagen, das einst für die Werbevermarktung von Onlineportalen gegründet worden ist. Rund ein Drittel der Verlage bezieht nach der BDZV-Untersuchung Bildmaterial von externen Zulieferern.

Noch umfangreicher als im Bereich redaktioneller Onlineinhalte sind Kooperationen im Bereich des Onlineanzeigenvertriebs, so etwa über das Gemeinschaftsunternehmen Kalaydo GmbH & Co KG in Köln. An dem Unternehmen sind die Zeitungen Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und Express; Rheinische Post, Westdeutsche Zeitung, Solinger Tageblatt und Remscheider General-Anzeiger, General-Anzeiger, Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung sowie die Rhein-Zeitung in Rheinland-Pfalz beteiligt.

Reisebeilagen

Über die Zeitungsgruppen hinaus gibt es bundesweit eine großflächige Vernetzung bei der Produktion von Beilagen für die Wochenendausgaben. Mit diesen Verbundlösungen und den damit verbundenen hohen Gesamtauflagen können die Zeitungshäuser der Reisebranche und ihren Insertionen eine hohe Attraktivität bieten. Anders als bei den Anzeigenkombinationen, bei denen den Kunden nur ein Service für großflächige Anzeigenbelegungen in unterschiedlichen Produkten geboten wird, geht es bei den Reisebeilagen um ein einheitliches Produkt. Der Anzeigenkunde kennt entsprechend genau das redaktionelle Umfeld, in dem seine Anzeige erscheint. Einer der Verbundpartner erstellt das Produkt auch redaktionell.

Diese Verbundlösungen bestehen schon seit vielen Jahren, sind insbesondere dann stabil, wenn es sich um Partner aus denselben Verlags- bzw. Zeitungsgruppen handelt. Geht die Kooperation über diese Grenzen hinaus sind die Gruppen und ihre Zusammensetzung weniger stabil. Einzelne Verlage scheren aus, schließen sich anderen Gruppen an oder bilden zusammen mit anderen Unternehmen neue Gruppen.

NRW-Zeitungen sind an folgenden Produkten beteiligt:

- Das ReiseJournal wird den fünf Titeln der WAZ-Gruppe beigefügt.
- HNA ReiseZeit: Die HNA Hessische/Niedersächsische Allgemeine Zeitung in Kassel produziert das Produkt, das mit über 1,3 Millionen Exemplaren in Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen erscheint. Die HNA gehört zur Ippen-Gruppe. Daher ist es nicht überraschend dass die NRW-Titel der Ippen-Gruppe in die Kooperation einbezogen sind: Dies gilt für:

- Westfälischer Anzeiger, Hamm
 - Soester Anzeiger
 - Lüdenscheider Nachrichten
 - Der Patriot, Lippstadt
 - Neue Westfälische, Bielefeld
 - Haller Kreisblatt
 - Lippische Landes-Zeitung, Detmold
 - Mindener Tageblatt.
- Das Reisemagazin: Das Magazin erreicht eine Auflage von knapp 300.000 Exemplaren. Trägerobjekte sind:
 - Ruhr Nachrichten (inkl. Münstersche Zeitung)
 - Emsdettener Volkszeitung
 - Recklinghäuser Zeitung
 - Hellweger Anzeiger, Unna.

Themenseiten

Unter Themenseiten werden Produkte verstanden, die nicht tagsaktuell berichten, sondern insbesondere für bestimmte Anzeigen ein attraktives Redaktionsumfeld darstellen. Bei einigen Verlagen erscheinen solche Seiten (Bauen, Wohnen, Auto etc.) an bestimmten Wochentagen. Andere Seiten dieser Art werden als Füllmaterial genutzt und je nach Bedarf in den einzelnen Ausgaben präsentiert. Beispielsweise werden derartige Seiten bei der WAZ-Gruppe zentral in Essen für alle fünf Zeitungen in Nordrhein-Westfalen produziert.

153. Wie bewertet die Landesregierung die Beteiligung politischer Parteien an Zeitungsverlagen insgesamt und speziell im Hinblick auf die Gestaltung des redaktionellen Inhalts einer Zeitung?

154. Wie bewertet die Landesregierung die Beteiligung politischer Parteien an sonstigen Medienunternehmen im Allgemeinen im Hinblick auf die Gestaltung der jeweiligen Medieninhalte?

Die Fragen 153 und 154 werden zusammen beantwortet:

Die Landesregierung hält die Beteiligungen politischer Parteien an Zeitungsverlagen oder sonstigen Medienunternehmen für unproblematisch, wenn seitens der Parteien kein Einfluss auf die redaktionellen Inhalte genommen wird. In diesem Sinne entschied auch das Bundesverfassungsgericht zum Hessischen Privatrundfunkgesetz (BVerfG, 2 BvF 4/03 vom 12.3.2008).

155. Wie hat sich in den letzten zehn Jahren die Verbreitung von Gratiszeitungen in Nordrhein-Westfalen entwickelt?

In NRW ist bislang ein Versuch unternommen worden, eine Gratiszeitung dauerhaft am Markt zu etablieren. In Köln erschien von Mitte Dezember 1999 bis Mitte Juli 2001 der Titel 20 Minuten Köln, herausgegeben vom norwegischen Medienkonzern Schibsted. Unter den

gegebenen Umständen sah sich der Konzern jedoch außerstande, den erheblichen Investitionsbedarf für ein solches Projekt zu decken.

Zum Scheitern des Projekts haben nach Meinung von Beobachtern auch zwei so genannte Abwehrblätter beigetragen, welche die Mediengruppen Axel Springer Verlag und DuMont Schauberg in Köln parallel zum Titel 20 Minuten Köln verlegt und gleichfalls kostenlos angeboten haben. Dass die Titel Köln extra (Springer) und Kölner Morgen (DuMont) nach der Einstellung von 20 Minuten Köln gleichfalls vom Markt genommen wurden, schien demnach von vornherein beabsichtigt. Ihre Funktion habe den Kommentatoren zufolge lediglich darin bestanden, den Neuling im Kölner Markt zu behindern.

Köln wurde in dieser Phase der Testmarkt für das Konzept der Gratiszeitungen im Deutschland. Der sogenannte Kölner Zeitungskrieg setzte sich auch in zahlreichen gerichtlichen Auseinandersetzungen zwischen den Verlagen fort. In diesen Verfahren ging es im Wesentlichen um die Frage des lautereren Wettbewerbs zwischen kostenpflichtigen und kostenlosen Tageszeitungen. Der Kölner Verlag DuMont Schauberg sah die kostenlose Abgabe von 20 Minuten Köln als unlauteren Wettbewerb und klagte auf Unterlassung. Das Oberlandesgericht Köln folgte dieser Ansicht jedoch nicht und nahm von der Untersagung des Vertriebs von Gratiszeitungen Abstand. Zuvor hatte bereits das Oberlandesgericht Karlsruhe in einem ähnlich gelagerten Fall über die Zeitung zum Sonntag in Freiburg die angestrebte Verbreitungsuntersagung abgelehnt. Längst nach der Einstellung von 20 Minuten Köln hat auch der Bundesgerichtshof (BGH) die Klage von DuMont Schauberg in einem Verfahren von grundsätzlicher Bedeutung abgewiesen (BGH I ZR 151/01). Der BGH hatte seine Entscheidung damit begründet, es sei einerseits zwar grundsätzlich wettbewerbswidrig, wenn ein Wettbewerber eine üblicherweise gegen Entgelt angebotene Leistung verschenke. Andererseits aber habe niemand im Geschäftsleben Anspruch auf den uneingeschränkten Erhalt seines Kundenstammes. Nachteile für die eigene Position durch neue Wettbewerber müsse jeder Marktteilnehmer hinnehmen. Mit Bezug auf den Zeitungsmarkt wies der BGH zudem auf den hohen Grad der Monopolisierung hin. Auf lokaler Ebene hätten Abonnementzeitungen häufig keine Konkurrenz. Die Marktzugangsbarrieren für neue Titel seien zudem so hoch, dass neue Zeitungen oft nur als allein anzeigenfinanzierte Gratiszeitungen eine Chance hätten. Das Wettbewerbsrecht dürfe eine solche Konkurrenz nicht im Keim ersticken. Auch Zeitungen, die sich allein aus Werbung finanzierten, stünden unter dem Schutz der Pressefreiheit.

In einem Parallelverfahren argumentierte und entschied der BGH in ähnlicher Weise auch für den Markt der Sonntagszeitungen. In diesem Segment hatte der Springer-Konzern gegen die zeitweilig in Freiburg kostenlos vertriebene Zeitung zum Sonntag geklagt, da Springer den Absatz der eigenen Sonntagszeitungen als gefährdet ansah. Damit steht der Zeitungsmarkt für neue Gratiszeitungen heute grundsätzlich offen (BGH I ZR 120/00). Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) kritisierte das Urteil heftig. Der Verband vertritt den Standpunkt, dass das Verschenken von redaktionellen Leistungen sittenwidrig ist.

Derzeitig werden in Deutschland keine Gratiszeitungen verlegt. Damit stellt der deutsche Zeitungsmarkt in Europa inzwischen eine Ausnahme dar. Ausgehend von Skandinavien haben sich Gratiszeitungen innerhalb weniger Jahre in vielen Ländern Europas etabliert. Das Konzept ist inzwischen auch in den USA und Australien umgesetzt worden.

Die zentralen Rahmenbedingungen für die Existenz von Gratiszeitungen - eine Lesekultur, Ballungsräume mit einer hohen Zahl potenzieller Leser sowie ein erhebliches Werbeaufkommen - sind in Deutschland grundsätzlich gegeben. Die Bundesrepublik stellt weltweit den nach Umsatz drittgrößten Werbemarkt dar.

Der Landesregierung sind derzeitig dennoch keinerlei Pläne bekannt, in NRW erneut eine Gratiszeitung zu etablieren. Trotz der inzwischen erfolgten Grundsatzentscheidung des BGH dürfte solchen Plänen derzeit insbesondere die schlechte Konjunktur des Werbemarktes entgegenstehen. Zudem ist auch potenziellen ausländischen Investoren durch den sogenannten Kölner Zeitungskrieg deutlich geworden, dass die etablierten Verlage in Deutschland entschlossen sind, ihre Marktanteile mit heftiger Gegenwehr zu verteidigen. So lange Investoren zudem im Ausland neue noch nicht besetzte Märkte finden, ist davon auszugehen, dass sie diese Investments einem Markteintritt in Deutschland vorziehen.

156. Wie genau soll nach Auffassung der Landesregierung die Zeitungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen künftig durch wen gesichert werden? (bitte aufgeschlüsselt nach Art der Maßnahme, voraussichtlichem Maßnahmedatum und dem dafür überschlägigen Ressourcenaufwand beantworten)

Die Zuständigkeit für die Sicherung der Zeitungsvielfalt lag über Jahrzehnte ausschließlich beim Bund. Anfang der 70er Jahre ist als Reaktion auf eine Fusionswelle in der Zeitungsbranche in den 60er Jahren vom Bundestag die grundsätzliche Entscheidung getroffen worden, derartige Fusionsfälle künftig vom Bundeskartellamt nach den Regeln des Kartellrechts prüfen zu lassen. Dazu wurde das Kartellrecht um die so genannte Presseklausele ergänzt. Der Bundestag ging dabei von der Leitlinie aus, dass die publizistische Vielfalt am besten durch eine möglichst große Zahl von Anbietern und Angeboten abgesichert werden könne.

Diese Vorgehensweise hat sich aus Sicht der Landesregierung bewährt. Auch die anderen Bundesländer setzen nach wie vor insbesondere auf die Fusionskontrolle durch das Bundeskartellamt. Derzeit prüft die Bundesregierung Vorschläge zu einer Novellierung der Presseklausele. Diese wurden im Oktober 2011 von den beiden Verlegerverbänden, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. und Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V., vorgelegt. Sie kamen damit einer Aufforderung zu abgestimmten Vorschlägen nach.

Die Bundeskanzlerin hat eine Prüfung der Vorschläge zugesagt. Die Prüfung ist noch nicht abgeschlossen. Ergebnisse liegen entsprechend noch nicht vor. Die Landesregierung steht den Vorschlägen von Verlegerseite aufgeschlossen gegenüber.

157. Wie hat sich die Journalistenausbildung in Nordrhein-Westfalen quantitativ und qualitativ in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung in der Medienlandschaft und der Veränderungen im Bildungsbereich hat sich auch die Journalistenausbildung in den letzten Jahren in vielfältiger Weise gewandelt.

Die mit Abstand meisten Journalistinnen und Journalisten erlernen ihren Beruf als Redakteur oder Redakteurin im Rahmen eines Volontariates, nachdem sie zuvor ein Studium abgeschlossen haben. In Nordrhein-Westfalen stehen mittlerweile mehr als 150 medienspezifische Studiengänge zur Auswahl (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 17). Viele Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten aber studieren zunächst Fächer, die nicht unmittelbar etwas mit Medien zu tun haben, arbeiten parallel als freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk- und TV-Programmen, um anschließend ein Volontariat anzustreben. Dabei haben es Quereinsteiger in der Regel immer schwerer, ohne ein Volontariat Zugang zu journalistischen Tätigkeiten oder eine Stelle als fest angestellte Redakteurinnen oder Redakteure zu erhalten.

Die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten wird in NRW durch Journalismus-Studiengänge, Journalisten-Schulen, Volontariate und Fortbildungsangebote geprägt. Dabei fällt auf, dass der Onlinebereich auch in der Hochschulausbildung zunehmend an Bedeutung gewinnt. Zehn Jahre nach dem Start des ersten Studiengangs mit explizitem Onlinebezug in Darmstadt existieren mittlerweile auch in Nordrhein-Westfalen mehrere Angebote dieser Art. So beginnen etwa an der Fachhochschule Köln seit 2003 in jedem Sommersemester dreißig Bachelor-Studierende ihre Ausbildung zum Onlineredakteur.

Beim Dortmunder Institut für Journalistik (TU Dortmund) gehören sowohl Video- und Fernsehjournalismus als auch die crossmediale Entwicklung des Journalismus zu den Fachschwerpunkten. In der mehr als dreißigjährigen Geschichte des Instituts sind immer mehr Mediengattungen zum Ausbildungsportfolio hinzugekommen. Mithilfe von vier Lehrredaktionen werden Theorie und Praxis verzahnt. Im Juni 2009 startete mit dem Onlineportal www.pflichtlektuere.com eine eigene Internetseite, die von Studierenden des Instituts für Journalistik entwickelt und betreut wird. Die drei übrigen Lehrredaktionen sind für das Campus-Radio [eldorado](http://eldorado.fm), das Uni-Fernsehen [do1.TV](http://do1.tv) und die Printversion von www.pflichtlektuere.com zuständig. So lernen die Studierenden, Inhalte für die unterschiedlichen Mediengattungen aufzubereiten.

Bei der Entwicklung der Journalismus-Studiengänge spielen mehrere Faktoren eine Rolle: die Einführung der Studienabschlüsse Bachelor/Master, die Gründung privater Bildungsinstitutionen, an denen ein staatlich anerkannter Abschluss erworben werden kann, sowie die Entwicklung der Medien selbst. Neue Arbeitsfelder und Berufsbilder sind entstanden, die Einfluss auf den Fachkräftebedarf haben. Nicht zuletzt unter dem Einfluss des Bologna-Prozesses hat an allen Hochschulen – vor allem im Bachelor-Bereich – die Praxisrelevanz der akademischen Ausbildung an Bedeutung gewonnen.

Das Studienangebot hat sich seit 2001 quantitativ deutlich vergrößert bei einer parallel verlaufenden inhaltlichen Differenzierung. So gibt es inzwischen Studiengänge, die einerseits journalistisches Handwerkszeug vermitteln und zugleich eine inhaltliche Schwerpunktsetzung etwa auf Musikjournalismus, Wissenschaftsjournalismus oder auch Technikjournalismus ermöglichen. Zudem berücksichtigen die Profile neuer Studiengänge auch angrenzende Berufsbereiche wie Öffentlichkeitsarbeit, PR oder Unternehmenskommunikation.

Kompetenzen mit direktem Journalistikbezug können in Nordrhein-Westfalen zurzeit u.a. in folgenden Studiengängen erworben werden, die seit 2001 neu eingeführt bzw. neu geordnet wurden. Eine umfassende Übersicht über die akademische Medienausbildung gibt die Antwort zu den Fragen 8 und 17.

- Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen: Technik-Kommunikation (Bachelor, Master)
- Fachhochschule des Mittelstandes (Bielefeld/Köln): Medienkommunikation und Journalismus (Bachelor)
- Hochschule Bonn-Rhein-Sieg: Technikjournalismus/PR (Bachelor), Technik- und Innovationskommunikation (Master), International Media Studies (Master)
- Technische Universität Dortmund: Journalistik (Bachelor, Master), Musikjournalismus (Bachelor, Master), Wissenschaftsjournalismus (Bachelor, Master)
- Fachhochschule Gelsenkirchen: Journalismus/Public Relations (Bachelor)
- BiTS Business and Information Technology School gGmbH: Journalism and Business Communication (Bachelor)

- Fachhochschule Köln: Onlineredakteur (Bachelor)
- Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation: Journalistik (Bachelor)
- Deutsche Sporthochschule Köln: Sportmanagement und Sportkommunikation (Bachelor), Sport, Medien- und Kommunikationsforschung (Master).
- Ab 2012 soll an der Hochschule Rhein-Waal der Studiengang Journalism and Bionics (Bachelor) eingeführt werden.

Für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren auch die folgenden beiden Studienangebote:

- BiTS Business and Information Technology School gGmbH: PR & Corporate Communication (Master)
- Fachhochschule des Mittelstandes: Unternehmenskommunikation (Master).

Im Bereich der Journalistenschulen ist in Nordrhein-Westfalen die Gründung der RTL Journalistenschule für TV und Multimedia GmbH im Jahr 2001 zu nennen. Hinzu kommen die bereits seit langem bestehenden Einrichtungen Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft e.V. (Köln), Journalistenschule Ruhr (Essen) und Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten (Düsseldorf). 2011 wurde darüber hinaus in Köln die SID Sport-Journalisten-Schule gegründet.

Volontariate werden in Nordrhein-Westfalen bei Zeitschriften, Zeitungen, Rundfunkveranstaltern und auch in Onlineredaktionen angeboten. Die Anzahl der Volontariatsstellen ist von Jahr zu Jahr wechselnd und passt sich jeweils der ökonomischen Entwicklung an. Eine umfassende statistische Erfassung aller Volontariate steht bezogen auf einzelne Bundesländer zurzeit nicht zur Verfügung und kann in diesem Rahmen nicht mit vertretbarem Aufwand geleistet werden. Etwa siebzig Prozent der rund 2.700 Volontärsplätze bestehen bei Tageszeitungen und Zeitschriften. Unangefochten der größte Anbieter derartiger Stellen sind dabei noch immer die Regionalzeitungen mit insgesamt ca. 1.000 Volontariaten.

Tab. 157.1: Volontariatsstellen in Deutschland 2011

Tageszeitungen	1.100
Zeitschriften	700
Privatwirtschaftlicher Hörfunk	400
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	300
Anzeigenblätter *	100
Sonstige *	100

Quellen: ver.di, DJV

* geschätzt

Zu den tarifvertraglich festgelegten Ausbildungsstandards gehören ein Einführungskurs sowie fachspezifische Schulungen innerhalb der Verlage, eine vierwöchige außerbetriebliche Vermittlung von Grundkenntnissen über Arbeitswesen, Medienrecht und ähnliches Basiswissen, das Kennenlernen unterschiedlicher Ressorts sowie die Vorhaltung von Ausbildungsbeauftragten als Ansprechpartner für die Volontärinnen und Volontäre. Außerdem ist festgelegt, dass Volontäre nicht die Arbeitskraft von Redakteuren ersetzen dürfen.

Zur qualitativen Entwicklung der Ausbildung von Volontärinnen und Volontäre lässt sich feststellen, dass mit der inhaltlichen Profilierung der Internetangebote in den vergangenen zehn

Jahren der Onlinejournalismus zu einem wichtigen Arbeitsfeld geworden ist. Wurde zu Beginn der Onlinebereich teilweise noch als „Journalismus zweiter Klasse“ abqualifiziert, so stehen heute die professionellen Anforderungen einer multimedialen Publizistik im Vordergrund. Insofern sind zu den Print-, TV- und Hörfunk-Volontariaten zusätzlich Volontariate in Onlineredaktionen getreten. Außerdem werden Volontärinnen und Volontäre zunehmend auch crossmedial geschult und so auf entsprechende Produktionsweisen vorbereitet.

Seminare und Workshops zur journalistischen Fortbildung können in Nordrhein-Westfalen landesweit bei zahlreichen Bildungsträgern besucht werden (siehe dazu auch die Antwort zur Frage 17). Abgesehen von Kursen, die speziell für Volontärinnen und Volontäre angeboten werden, existiert inzwischen ein breites inhaltliches Spektrum an Fort- und Weiterbildungsangeboten. Das Themenspektrum reicht dabei von der Konzeption von Medieninhalten über Redaktionsmanagement, gestalterische und technische Themen bis hin zu Fragen der Existenzgründung und -sicherung. Eine komplette Liste der zahlreichen Bildungsträger in Nordrhein-Westfalen in diesem Bereich kann in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht geleistet werden. Einen weitreichenden Überblick geben bereits die Antworten zu den Fragen 14 und 15. Darüber hinaus sei beispielhaft auf die Grimme-Akademie, das Journalistenzentrum Haus Busch und die Evangelische Medienakademie verwiesen.

Insbesondere für den journalistischen Nachwuchs wurde 2009 von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) das Ausbildungs- und Erprobungsfernsehen in NRW ins Leben gerufen. 2011 wurde beschlossen, diesen landesweiten Lehr- und Lernsender, der inzwischen den Namen nrwision trägt, in den Regelbetrieb zu überführen. Dabei können Nachwuchskräfte in der Dortmunder Lehrredaktion (Institut für Journalistik) gemeinsam lernen, TV-Formate zu entwickeln und zu realisieren. Außerdem steht die Plattform auch Gruppen von journalistisch interessierten Bürgerinnen und Bürgern zur Verfügung, deren Produktionen ebenfalls ausgestrahlt werden können.

158. Welche einzelnen Auswirkungen hat aus Sicht der Landesregierung das Onlineangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mittel- und langfristig auf die Entwicklung der Zeitungslandschaft in Nordrhein-Westfalen, und sind bereits konkrete Konsequenzen absehbar?

Die Länder haben mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag Ende 2008 gemeinsam einen Rahmen für die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Telemedien vorgegeben. Damit wurde zum einen klargestellt, dass auch nichtlineare Abrufangebote zum Funktionsauftrag der Anstalten gehören. Zum anderen wurden aber zugleich zahlreiche Grenzen für diese Angebote festgelegt. Mit diesen Grenzen für öffentlich-rechtliche Anstalten im Bereich der Telemedien wird der Spielraum für private Anbieter deutlich erweitert. Zudem regelt der Staatsvertrag, dass alle damals bestehenden und alle neuen Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Anstalten so genannte Dreistufentests durchlaufen müssen.

Bestandteil dieser Tests, die durch die Gremien der öffentlich-rechtlichen Anstalten durchgeführt werden, ist auch die Klärung von Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Angebote auf den Markt: „Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots (...) zu berücksichtigen“ (§ 11 f Abs. 4 Satz 3). Zudem sind ausschließlich sendungsbegleitende Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erlaubt. Die Anstalten haben dabei zugleich eine Negativliste mit thematischen Eingrenzungen ihrer Angebote zu beachten (Anlage zu § 11 d Abs. 5 Satz 4). Auch durch diese Liste werden private Anbieter in Teilbranchen gezielt vom Wettbewerb durch öffentlich-rechtliche Angebote frei gestellt. Des Weiteren grenzen generelle und spezielle Regelungen zur Befristung öffentlich-rechtlicher Telemedien deren Marktauswirkungen ein (§ 11 d Abs. 2).

Da in Nordrhein-Westfalen mit dem Handelsblatt nur eine einzige überregionale Tageszeitung verlegt wird, und es sich bei den übrigen Blättern um lokale/regionale Tageszeitungen handelt, hat das Verbot für „eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien“ (§ 11 d Abs. 5 Satz 3) der öffentlich-rechtlichen Anstalten hierzulande besonderes Gewicht.

Die staatsvertraglichen Regelungen sind Ende 2008 in Kraft getreten. Seitdem war das Marktgeschehen durch vielfältige konjunkturelle und strukturelle Veränderungen gekennzeichnet. Aussagen über direkte konkrete Auswirkungen der öffentlich-rechtlichen Onlineangebote auf die Zeitungslandschaft im Allgemeinen wie im Speziellen können daher nicht getätigt werden. Auch zu mittel- und langfristigen Entwicklungen können derzeit keine seriösen Prognosen gemacht werden.

159. Welche einzelnen Auswirkungen hat aus Sicht der Landesregierung das wachsende Informationsangebot des Internets auf die Entwicklung der nordrhein-westfälischen Zeitungslandschaft im Allgemeinen, und sind bereits konkrete Konsequenzen absehbar?

Die Frage knüpft in Teilen an die vorangegangene Frage 158 an. Insofern wird auch auf ihre Beantwortung verwiesen.

Über einzelne oder konkrete Auswirkungen des wachsenden Informationsangebotes des Internets auf die Entwicklung der nordrhein-westfälischen Zeitungslandschaft liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse vor. Dass die Zeitungsnutzung heute generell auch im Wettbewerb mit dem Internet steht, ist bekannt. Dass diese Wettbewerbsstellung zur Begrenzung des Angebots in der nordrhein-westfälischen Zeitungslandschaft geführt hätte, ist dagegen nicht der Fall. Dies gilt weder für die gedruckte Zeitung noch für die Onlineangebote von Zeitungshäusern.

In Nordrhein-Westfalen hat es in den letzten Jahren weder Konkurse von Zeitungsverlagen noch Einstellungen von Zeitungstiteln gegeben. Die Gründe für die Einstellung von einzelnen Zeitungsausgaben (siehe dazu die Antwort zu Frage 133) waren sicherlich vielschichtig und unterschiedlich. Verweise der agierenden Verlage auf die mangelnde Wirtschaftlichkeit waren ihnen gemein. Maßgeblich für diese wirtschaftliche Situation war aber nicht allein die Konkurrenz des Internets, sondern vielmehr die verschlechterten ökonomischen Rahmenbedingungen für Zeitungen allgemein und der intramediale Wettbewerb. Bei allen eingestellten Ausgaben handelte es sich um Zweit- oder gar Drittzeitungen. Deren spezifische Probleme im Werbemarkt sind seit Jahrzehnten bekannt. Von nachlassenden Werbeumsätzen sind sie empfindlich betroffen. Mit dem seit Jahren anhaltenden Auflagenverlust besteht gerade bei nachrangigen Ausgaben wegen ihrer begrenzten Auflage die Gefahr, dass Stückkosten stark steigen und letztlich die Kosten die Einnahmen übersteigen. Die wachsende Konkurrenz von Internetangeboten ist entsprechend nur eine Variable in der Gesamtentwicklung der Zeitungslandschaft.

Abschließend sei zudem darauf hingewiesen, dass gerade Zeitungsverlage mit ihren Ablegern im Internet ihre Marktposition auch verbessert haben (kombinierte Reichweite), mit ihren hohen Nutzungszahlen auch im Onlinewerbemarkt relativ gut positioniert sind und bei steigender Nachfrage nach crossmedialen Werbekonzepten gerade wegen ihrer multimedialen Ausrichtung in der Lage sind, crossmediale Lösungen „aus einer Hand“ anzubieten.

160. Wie beurteilt die Landesregierung langfristig die Zukunft der unterschiedlichen Gattungen und Titel von Printmedien im intermediären Wettbewerb? Welche Entwicklungstrends sind für die einzelnen Printmedien jeweils zu erwarten?

Der Auflagenentwicklung wie auch der aktuellen Lage und den Perspektiven der regionalen und überregionalen Tageszeitungen widmet sich ausführlich die Antwort zur Frage 134, Status Quo und Aussichten des Buchmarkts werden unter Frage 143 erörtert. Die folgenden Einlassungen skizzieren ergänzend die Entwicklung in den einzelnen Teilmärkten der Printmedien in den letzten zehn Jahren.

Vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfelds (siehe auch Antwort zu Frage 133) weisen die Tageszeitungen bei allen Kennziffern in der Zeitreihe seit 2000 eine negative Entwicklung auf. Bei den Werbeeinnahmen ist zu berücksichtigen, dass das Jahr 2000 den absoluten Höhepunkt bei den Einnahmen der Tageszeitungen darstellte, mit einem hohen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr. Diesem Rekordjahr folgten dann erhebliche Verluste, die nicht mehr ausgeglichen werden konnten. Der bisherige Tiefpunkt war in 2009 mit einem Werbeumsatz von nur noch 3,6 Milliarden Euro erreicht. Zwar konnte dieser Verlust im Folgejahr weitgehend ausgeglichen werden, doch blieb der Umsatz im Vergleich zu den Vorjahren bescheiden.

Auch die Auflagen sinken kontinuierlich (siehe dazu ausführlich die Antwort zu Frage 134). Dieser Prozess, der schon früher einsetzte als der negative Trend bei den Werbeeinnahmen, hält nach wie vor an, und auch ein Ende dieser Entwicklung ist nicht absehbar.

Tab. 160.1: Entwicklung der Tageszeitungen in Deutschland

Jahr	Titelzahl	Verkaufte Auflage in Mio. Exemplare	Verbreitete Auflage in Mio. Exemplare	Netto-Werbeeinnahmen in Mio. Euro	Veränderung zum Vorjahr in %
2000	388	28,3	28,9	6.556,6	+8,1
2001	385	27,9	28,6	5.642,2	-14,0
2002	385	27,1	27,8	4.936,7	-12,5
2003	381	26,4	27,0	4.454,9	-9,8
2004	379	25,9	26,5	4.502,3	+1,1
2005	377	25,1	25,7	4.476,6	-0,6
2006	377	24,6	25,2	4.532,9	+1,3
2007	376	24,0	24,7	4.567,4	+1,0
2008	375	23,4	24,0	4.035,5	-2,9
2009	373	22,8	23,4	3.639,6	-9,8
2010	369	22,3	22,8	3.953,7	+8,6

Quellen: IVW und ZAW

Die folgende Tabelle zur Entwicklung der Anzeigenblätter in Deutschland zeigt deutlich, dass der Markt für Anzeigenblätter weitgehend gesättigt ist. Die Schwankungsbreite war sowohl bei der Anzahl der Titel als auch bei der Gesamtauflage in den letzten Jahren gering. Insgesamt waren nur noch leichte Zuwächse zu verzeichnen. Nachdem die Branche in den Jahren zuvor das Wochenende als zweiten Erscheinungstermin neben jenem in der Wochenmitte mit zusätzlichen Titel besetzt hatte, war die Marktentwicklung zumindest vorläufig weitgehend abgeschlossen. Zu beachten bleibt im Hinblick auf diese Daten des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA) allerdings, dass dem Verband vor allem große Verlage mit auflagenstarken Titeln angehören. Auf dieser Basis wird nicht die gesamte Branche

erfasst. Dies gilt allerdings für alle ausgewiesenen Jahre in gleicher Weise, so dass die sich abzeichnenden Trends Gültigkeit haben dürften.

Tab. 160.2: Entwicklung der Anzeigenblätter in Deutschland

Jahr	Titelzahl	Auflage in Mio. Exemplare	Netto-Werbeeinnahmen in Mio. €	Veränderung zum Vorjahr in %
2000	1.311	88,6	1.792	+2,9
2001	1.336	90,8	1.751	-2,3
2002	1.312	88,9	1.702	-2,8
2003	1.292	86,8	1.746	+2,6
2004	1.288	85,1	1.836	+5,2
2005	1.306	85,6	1.898	+3,4
2006	1.350	86,4	1.943	+2,4
2007	1.374	88,6	1.971	+1,4
2008	1.393	90,8	2.008	+1,9
2009	1.414	91,9	1.966	-2,1
2010	1.384	91,2	2.011	+2,3

Quellen: BVDA, ZAW

Auffällig ist, dass die Anzeigenblätter – anders als viele andere Printmedien – nach dem Beginn der Werbekrise in 2001 ab 2003 mit einer Ausnahme (2009) Zuwächse beim Werbeumsatz erzielen konnten. Inzwischen liegt der Branchenumsatz bei über zwei Milliarden Euro und übertrifft damit beispielsweise jenen der Publikumszeitschriften bei weitem.

Für Nordrhein-Westfalen liegen keine gesonderten Umsatzzahlen, sehr wohl aber Marktdaten vor. Diese umfassen anders als die Angaben des BVDA, der im Wesentlichen nur große Verlage berücksichtigt, die Gesamtbranche. Auch diese Daten deuten bei kaum veränderten Werten bei der Titelzahl und der Gesamtauflage auf eine Marktsättigung hin.

Tab. 160.3: Anzeigenblätter in Nordrhein-Westfalen nach Erscheinungsweise

	2010			2008		
	Wochen- titel	Monats- titel	Titel gesamt	Wochen- titel	Monatstitel	Titel gesamt
Titelzahl	332	128	552	332	129	545
Anteil an Titelzahl	60,1%	23,2%	100%	60,9%	23,7%	100,0%
Verbreitete Gesamtauflage in 1.000	20.918	2.611	24.961	21.269	2.564	25.240
Anteil an Gesamtauflage	83,8%	10,5%	100%	84,3%	10,2%	100,0%
durchschnittliche Auflage pro Titel	63.000	20.400	45.200	64.100	19.900	46.300
Gewichtete Gesamtauflage in 1.000	20.918	600	22.015	21.269	590	22.388
Anteil an gewichteter Gesamtauflage*	95,1%	2,7%	100%	95,0%	2,6%	100,0%
durchschnittlich gewichtete Auflage* pro Titel	63.000	4.700	39.900	64.100	4.600	41.100

Quelle: Formatt-Institut

Auf die Darstellung der Daten zu den Anzeigenblättern mit sonstiger Erscheinungsweise wird aus Gründen der Übersichtlichkeit verzichtet. Sie hatten schon in 2002 nur einen marginalen Anteil an der Branche: an der verbreiteten Auflage in NRW 2,5 % und an der gewichteten Auflage 1,0 %. In 2010 beträgt ihre Gesamtauflage 1.431.900 oder 5,7 %. Die gewichtete Auflage liegt bei 496.600 Exemplaren. Das entspricht 2,3 %.

* Beim Verfahren der Gewichtung werden Periodika mit unterschiedlichen Erscheinungsweisen vergleichbar gemacht, indem einheitlich für alle Titel eine wöchentliche Erscheinungsweise angenommen wird. Die Auflagen der nicht wöchentlich erscheinenden Titel werden für die fiktive Erscheinungsweise berechnet. Ein Beispiel: Ein zweiwöchentlich erscheinender Titel mit 100.000 Exemplaren hat eine gewichtete Auflage von 50.000 Exemplaren.

Bei den Publikumszeitschriften zeigen die Daten der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) einen schrumpfenden Markt. Insbesondere die verkaufte Gesamtauflage sinkt seit Jahren. Bei tendenziell leicht steigender Titelzahl bedeutet dies auch, dass die Verlage bei sinkenden Durchschnittsauflagen pro Titel einen entsprechend höheren Aufwand bewältigen müssen. Zeitgleich ist der Werbeumsatz in den letzten Jahren nahezu stetig zurückgegangen. Der Gesamtverlust in 2010 für den Zeitraum der letzten zehn Jahre liegt bei über einem Viertel des Ausgangswerts im Jahr 2000. Trotz der verschlechterten Rahmenbedingungen ist die Vielfalt des Angebots nicht zurückgegangen. Der Leser findet in Deutschland im Vergleich zu ausländischen Märkten nach wie vor ein bemerkenswert breites Angebot vor. Änderungen sind auf der Basis der Entwicklung der letzten Jahre nicht zu erkennen.

Tab. 160.4: Entwicklung der Publikumszeitschriften in Deutschland

Jahr	Titelzahl	Verkaufte Auflage in Mio. Exemplare	Verbreitete Auflage in Mio. Exemplare	Netto-Werbeinnahmen in Mio. €	Veränderung zum Vorjahr in %
2000	847	124,4	138,9	2.006,51	+7,4
2001	817	125,1	138,5	2.247,32	+12,0
2002	831	126,0	139,8	2.092,45	-6,9
2003	832	125,4	139,4	1.934,79	-7,5
2004	850	123,6	137,6	1.839,20	-1,2
2005	873	123,1	138,0	1.791,40	-2,6
2006	899	120,2	136,3	1.855,89	+3,6
2007	902	116,7	133,4	1.822,48	-1,8
2008	894	115,0	131,4	1.693,09	-7,1
2009	877	113,7	129,5	1.408,65	-16,8
2010	890	110,5	125,3	1.450,00	+2,9

Quellen: IVW, ZAW

Auch bei den Fachzeitschriften hat sich die Krise des Werbeumsatzes bemerkbar gemacht, allerdings mit deutlich geringeren Verlusten als bei den Publikumszeitschriften. Dafür ist der Verlust insbesondere bei der verkauften Auflage hoch. Die Verlage scheinen zunehmend gezwungen, einen Teil ihrer Auflage kostenlos abzugeben. Fachzeitschriften sprechen mit entsprechend aufbereitetem redaktionellem Material spezielle Zielgruppen an. Dieses Material wird von spezialisierten Anbietern teilweise auch im Internet angeboten. Ähnlich wie bei den Publikumszeitschriften versuchen die Verlage, sich mit immer enger auf Zielgruppen abgestimmten Konzepten in diesem Feld zu behaupten. Bei der Titelzahl ist zu berücksichtigen, dass die IVW-Auflagenprüfung nur für jene Titel Relevanz hat, die auch Werbeträger sind. Mithin erfasst die IVW gerade in dieser Branche nur einen Teil der Titel. Beispielsweise werden viele wissenschaftliche Fachzeitschriften nicht der IVW gemeldet.

Tab. 160.5: Entwicklung der Fachzeitschriften in Deutschland

Jahr	Titelzahl	Verkaufte Auflage in Mio. Exemplare	Verbreitete Auflage in Mio. Exemplare	Netto-Werbeinnahmen in Mio. €	Veränderung zum Vorjahr in %
2000	1094	17,9	27,7	1.189,78	+2,4
2001	1096	18,0	27,4	1.267,00	+6,5
2002	1088	17,1	26,1	1.074,00	-15,2
2003	1075	15,5	24,6	966,00	-10,1
2004	1064	14,5	23,5	865,00	-1,4
2005	1081	15,1	24,4	902,00	+4,3
2006	1095	12,9	22,7	956,00	+6,0
2007	1172	14,0	24,5	1.016,00	+6,3
2008	1222	13,9	24,2	1.031,00	+1,5
2009	1180	12,2	22,3	852,00	-17,4
2010	1152	11,9	21,8	860,00	+0,9

Quellen: IVW, ZAW

- 161. Sind Auswüchse vergleichbar dem britischen „News of the World“-Skandal, bei dem Journalisten gezielt Privatpersonen abhörten, auch in der Bundesrepublik und speziell in Nordrhein-Westfalen denkbar? Weshalb hält die Landesregierung ein solches Vorkommnis für wahrscheinlich bzw. nicht wahrscheinlich?**

Ausmaß, Einzelheiten und Verantwortlichkeiten zu dem Fall, dass Teile der Redaktion der britischen Boulevardzeitung News of the World offenbar über Jahre illegal Telefone von Dritten abgehört haben, sind noch nicht geklärt. Neben der Justiz ist auch das britische Unterhaus mit der Aufklärung des Skandals befasst. Insbesondere geht es dabei auch um die Verantwortung für den Skandal und die Frage, ob die illegale Praxis durch Verantwortliche im Verlag nicht hätte früher gestoppt werden können. Der Fall hat inzwischen zur Einstellung der Zeitung geführt.

Ein in der Dimension auch nur annähernd ähnlicher Fall in Deutschland ist der Landesregierung nicht bekannt. Die Landesregierung hält es auch für höchst unwahrscheinlich, dass sich Ähnliches bei deutschen Medien abspielen könnte.

- 162. Über welche einzelnen Erkenntnisse verfügt die Landesregierung, ob ähnliche Praktiken (durch britische Zeitungen oder andere Dritte) bislang auch im Land Nordrhein-Westfalen oder zum Nachteil nordrhein-westfälischer Bürger zur Anwendung gelangt sind?**

Dazu liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse vor.

- 163. Verfügt die Landesregierung über Anhaltspunkte dafür, dass auch Zeitungen / Zeitungsverlage mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland und speziell in Nordrhein-Westfalen jemals Abhörpraktiken gegenüber Personen angewandt haben, die Gegenstand ihrer Berichterstattung sind oder waren?**

Der Landesregierung liegen keine derartigen Anhaltspunkte vor.

- 164. In welchem Umfang ist die News Corp. mit Sitz in New York, NY, USA, direkt oder indirekt an bundesdeutschen und insbesondere nordrhein-westfälischen Zeitungen beteiligt?**

Der Konzern News Corp. mit Sitz in New York hält keine Beteiligungen an Zeitungen in Deutschland. Über Subunternehmen ist der Medienkonzern jedoch im deutschen Fernsehmarkt engagiert, u.a. als Anteilseigner der Pay-TV-Plattform Sky.

- 165. Wie beurteilt die Landesregierung die jeweilige publizistische Vielfalt in den einzelnen Regionen Nordrhein-Westfalens bei differenzierter lokaler und regionaler Betrachtung der gegenwärtigen Situation und der zukünftig zu erwartenden Entwicklungen?**

Der Landesregierung sind die in den einzelnen Regionen Nordrhein-Westfalens unterschiedlichen Vielfaltsausprägungen im Zeitungsmarkt bekannt (vgl. dazu ausführlich und detailliert Frage 151). Sie hält es für eine vergleichsweise erfreuliche Situation, dass in den drei Regierungsbezirken Düsseldorf, Detmold und Köln jeweils vier Fünftel der Bevölkerung für die Zeitungslektüre zumindest die Auswahl zwischen zwei Zeitungen haben. Im Regierungsbezirk

Düsseldorf kann sogar annähernd ein Drittel der Bevölkerung zwischen drei Zeitungen wählen. Damit besteht eine deutliche größere Vielfalt als in fast allen anderen Bundesländern.

Der Landesregierung ist aber auch bewusst, dass insbesondere im Regierungsbezirk Münster die Konzentration im Zeitungsmarkt vergleichsweise hoch ist. Durch die Aufgabe von Lokalausgaben in nachrangiger Wettbewerbsposition ist zudem das Angebot speziell im Regierungsbezirk Arnsberg in den letzten Jahren ausgedünnt worden. Die Zeitungsvielfalt gerade im ländlichen Raum zu erhalten, stellt die Verlage vor erhebliche Probleme. Auch das ist in anderen Bundesländern deutlicher zu erkennen als in Nordrhein-Westfalen. So ist beispielsweise im ländlich strukturierten Rheinland-Pfalz der Zeitungsmarkt fast vollständig monopolisiert.

Die Landesregierung wird sich weiterhin dafür einsetzen, günstige Rahmenbedingungen für den Erhalt und die Förderung von Vielfalt im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt zu schaffen.

166. *Wie beurteilt die Landesregierung die Kooperation mehrerer Zeitungstitel und Kompetenzbündelung von Printmedien im Bereich des Internets, wie es sie derzeit etwa in Gestalt der gemeinschaftlichen Internetplattform mehrerer Zeitungstitel unter „www.derwesten.de“ mit eigener DerWesten-Redaktion gibt?*

Verlage haben grundsätzlich selbst zu entscheiden, ob und wie sie sich im Internet präsentieren. Dass die Verlagsgruppe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung sich entschieden hat, mit dem Portal www.derwesten.de ein sehr umfangreiches redaktionelles Angebot zu unterbreiten, wird von der Landesregierung begrüßt. Dass mit diesem Portal zugleich zahlreiche lokale Angebote für das gesamte Verbreitungsgebiet der Tageszeitungen der Gruppe angeboten werden, ist erfreulich. Die WAZ-Gruppe hat im Oktober 2010 angekündigt, neben dem Portal www.derwesten.de titelbezogene Portale aufzubauen (zum Beispiel www.waz.de, www.nrz.de).

Dass andere Verlage es vorziehen, im Internet auf Zeitungstitel bezogene Portale zu unterhalten, ist eine betriebswirtschaftliche Entscheidung der jeweiligen Verlagsunternehmen.

Gerade für kleinere Zeitungsverlage können Kooperationen bei Internetangeboten ein geeigneter Weg sein, eine Präsenz im Internet auf- und auszubauen.

167. *Welche zukünftigen Perspektiven sieht die Landesregierung aus welchen Gründen im Vertriebsweg journalistischer Inhalte über das Internet als tauglicher Kompensationsquelle für Einnahmeverluste im Bereich des Vertriebs klassischer Printmedien, und welche fachliche Fundierung der Annahmen durch wissenschaftliche Studien, Marktanalysen etc. gibt es hierzu?*

Wie Erlöse mit journalistischen Inhalten im Internet zu erzielen sind, ist seit Jahren anhaltend eine Frage, die die gesamte Verlagswirtschaft national und international umtreibt. Diese Erlöse werden allerdings nicht, wie es die Frage unterstellt, als „Kompensationsquelle für Einnahmeverluste im Bereich des Vertriebs klassischer Printmedien“ verstanden. Einnahmeverluste der Verlagswirtschaft seit 2001 basieren auf Rückgängen der Werbeeinnahmen. Einen Teil dieser Einnahmeverluste hat die Verlagswirtschaft in den letzten Jahren kompensieren können über höhere Vertriebs Erlöse. Diese Vertriebs Erlöse haben im Zeitungsmarkt inzwischen einen Anteil von 52 Prozent an den Verlagsumsätzen (siehe BDZV (Hrsg.): Zeitungen 2011/12. Berlin, 2011. S. 98). Über Jahrzehnte hatte die Relation von Vertriebs Erlösen und

Werbeeinnahmen am Gesamtumsatz gänzlich anders ausgesehen: zwei Drittel der Einnahmen stammten aus der Werbung.

Diese hohen Verluste bei den Werbeeinnahmen können derzeit jedoch nicht durch die Einnahmen im Onlinebereich kompensiert werden. So ist beispielsweise der Werbeumsatz der Zeitungen allein von 2008 auf 2009 um fast 700 Millionen Euro rückläufig gewesen. Demgegenüber lag der Werbeumsatz von sämtlichen Onlineangeboten im Markt in diesem Zeitraum mit rund 760 Millionen Euro nur unwesentlich über dem Verlustbetrag im Zeitungsbereich. Der Werbeumsatz mit Onlineangeboten machte in 2010 mit 861 Millionen Euro nur 5 Prozent des gesamten Werbeaufkommens aus, während die Tageszeitungen mit 3,6 Milliarden Euro 19 Prozent des Werbeumsatzes erreichten. Allerdings verzeichnet das Onlinesegment anhaltend substantielles Wachstum, zuletzt ein Plus von 12,7 Prozent in 2010. Diese Steigerungsraten in der Onlinewerbung lassen die Verlagsbranche auf höhere Erlöse hoffen.

Noch allerdings reicht das Onlinewerbevolumen bei den meisten Verlagen nicht aus, die Kosten für ihre Angebote zu decken, da der größte Teil des Onlinewerbeumsatzes nicht den Inhaltenanbietern, sondern den Suchmaschinenanbietern zu Gute kommt. Das lokale Werbeaufkommen müssen sich die Verlage zudem mit anderen lokalen Anbietern teilen, und auch in diesen Markt drängen zunehmend die Betreiber von Suchmaschinen. So bietet Google Germany im Rahmen von „Google Places“ derzeit auch in Nordrhein-Westfalen ein „Schnupperangebot“ für lokale Werbung an. Interessenten können beliebige Suchwörter für die Schaltung ihrer Werbung nutzen. „Das neue Werbeprogramm schaltet Ihre lokale Anzeige auf Google automatisch für Sie, wenn ein potenzieller Kunde aus ihrer Region nach einem Angebot wie ihrem sucht“, heißt es in der Beschreibung des Werbeangebots.

Aufgrund der rückläufigen Werbeeinnahmen im klassischen Printbereich ist die Verlagsbranche bereits seit Jahren national und international bestrebt, mittels unterschiedlicher Modelle auch im Internet substantielle Verkaufserlöse zu erzielen. Ein Königsweg zu diesem Ziel ist nicht gefunden, das Marktgeschehen vor allem noch vom Testhandeln der Akteure geprägt. Ein wesentlicher Aspekt ist, dass sich bei den Nutzern für die Internetnutzung eine Kostenlos-Mentalität weitgehend festgesetzt hat. Ein möglicher Weg scheint eine Kombination von frei zugänglichen Internetangeboten - die nötig sind, um mit einer hohen Reichweite entsprechende Werbeeinnahmen erzielen zu können - und bezahlpflichtigen Mehrleistungen zu sein. Damit konnte beispielsweise die New York Times 324.000 zahlende Nutzer gewinnen, die für das Onlineangebot bezahlen (Stand Ende September 2011). Andere Verlage bieten Kombinationspreise für das Zeitungsabonnement und zusätzliche digitale Angebote (E-Paper, Internet, mobile Nutzungen) an.

Dagegen konnten kostenpflichtige Angebote für die mobile Nutzung von Medieninhalten, zum Beispiel über Handys, vielfach im Markt durchgesetzt werden. Auch wachsende Teile der Verlagswirtschaft arbeiten an bezahlpflichtigen Angeboten für die mobile Nutzung, beispielsweise mit Apps. Gleichzeitig werden weiterhin Versuche unternommen, auch solche Preismodelle auch im stationären Onlinebereich durchzusetzen.

Über konkrete Fallbeispiele, die Entwicklung des Marktes sowie über wissenschaftliche Studien zum Thema wird ausführlich im Jahrbuch Zeitungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) berichtet (zuletzt: BDZV: Zeitungen 2011/12. Berlin, 2011).

168. Welche Auswirkungen hat die zunehmende Verbreitung journalistischer Onlineinhalte auf die journalistische Qualität und Meinungsvielfalt im Markt der Printmedien?

Die Zahl der Angebote mit journalistischen Inhalten im Internet steigt anhaltend. An dieser Entwicklung sind die traditionellen Verlage maßgeblich beteiligt. Zeitschriften- und Zeitungsverlage haben bereits in den letzten Jahren Portale mit journalistischen Inhalten aufgebaut. Inzwischen verfügen in Nordrhein-Westfalen alle Zeitungsverlage über entsprechende Angebote (siehe Medienatlas NRW der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) unter: www.lfm-nrw.de/medienatlas/basis.html; Stand: 13.11.2011). Ähnliches gilt für fast alle Verlage für lokale oder regionale Zeitschriften. Hinzugekommen sind in jüngerer Zeit Portale von Anzeigenblattverlagen, die in der Regel ausschließlich lokale Berichterstattung anbieten. Da all diese Angebote insbesondere auf den Inhalten der Printredaktionen basieren, gehen von diesen keine Auswirkungen auf die journalistische Qualität von Printmedien aus.

Anders verhält es sich bei Angeboten, die von Firmen oder Gruppen angeboten werden, die nicht mit der Verlagswirtschaft und nicht mit Rundfunkunternehmen verflochten sind. Auch die Zahl dieser Angebote wächst in Nordrhein-Westfalen. Der Informationsstand über diese Angebote und Anbieter ist noch sehr begrenzt. So weit bekannt werden diese Angebote überwiegend von kleinen Gruppen bzw. von Einzelpersonen produziert. Über die journalistische Ausbildung der Macher ist nur wenig bekannt. Ob sie die journalistische Qualität von Printmedien beeinflussen, ist fraglich. Möglicherweise haben sie aber in einem Punkt fallweise Einfluss auf das Marktgeschehen, nämlich hinsichtlich der Aktualität der Berichterstattung. Wenn im Internet noch am selben Tag über Ereignisse vom Spätnachmittag oder Abend berichtet wird, steigt der Druck auf Lokalredaktionen der Tagespresse, diese Ereignisse gleichfalls schon in der nächsten Ausgabe zu berücksichtigen, wenn auch teilweise nur mit einer knappen Faktenberichterstattung und einem Zusatz in der Art von: „Ausführliche Berichterstattung folgt.“

In Bezug auf die Meinungsvielfalt sind journalistische Angebote im Internet grundsätzlich zu begrüßen. Das gilt auch für jene Onlineangebote, die ausschließlich aus den Inhalten der Printmedien erstellt worden sind, da diese Inhalte über den Verbreitungsweg Internet zusätzliche Rezipienten erreicht. Das Internet wird in der Fachwelt zudem als sogenannte Vielfaltsreserve gesehen. Dahinter steht die Hypothese, dass für das Internet wegen der im Vergleich zu den Printmedien deutlich geringeren Vertriebskosten auch deutlich niedrigere Marktzugangsbarrieren bestehen als für Printmedien. Für Nordrhein-Westfalen wurden bereits 2008 in einer Studie 63 lokaljournalistische Onlineangebote festgestellt, die nicht von Unternehmen der Medienwirtschaft stammten (siehe Medienatlas NRW, siehe oben). In der Folgezeit ist dieses Angebot weiter ausgeweitet und entsprechend vielfältiger geworden. Generell weisen diese Portale allerdings weder die inhaltliche Fülle noch die thematische Breite auf wie sie in der Regel Angebote der Zeitungsunternehmen vorhalten. Einige dieser Angebote weisen thematische Spezialisierungen auf (zum Beispiel www.echomuenster.de als das lokale Sportportal).

Basierend auf den Entwicklungen der letzten Jahre geht die Landesregierung davon aus, dass die Zahl der Portale mit journalistischen Inhalten, die nicht von Unternehmen der klassischen Medienindustrie stammen, weiter wachsen wird. Ein wesentlicher Faktor dürfte dabei grundsätzlich das Marktpotenzial sein, das sich aus dem nach wie vor weit überdurchschnittlichen Wachstum des Onlinewerbemarkts ergibt. Der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) beziffert diese Steigerungen in den letzten Jahren wie folgt:

- 2007: 689,0 Mio Euro bei einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 39,2 Prozent
- 2008: 754,0 Millionen Euro bei einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 9,4 Prozent
- 2009: 764,0 Millionen Euro bei einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 1,3 Prozent
- 2010: 861,0 Millionen Euro bei einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 12,7 Prozent.

Eine Studie im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) hat jüngst ergeben, dass alle diese journalistischen Onlineangebote mit eigenen Inhalten zur journalistischen Vielfalt beitragen (siehe Volpers, Helmut: Publizistische Vielfalt in strukturell divergierenden lokalen Medienmärkten – eine Angebotsanalyse in den Kommunikationsräumen Köln, Remscheid und Borken. Bisherige Kernbefunde und Schlussfolgerungen; noch unveröffentlicht). Zugleich ist aber auch bekannt, dass die Onlineangebote aus der Verlagswirtschaft eine sehr hohe Nutzung erzielen. Darauf verweisen immer wieder Untersuchungen: Nutzungsdaten zu einer stetig steigenden Zahl von Internetportalen veröffentlichen kontinuierlich insbesondere die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) und die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Über die Nutzung und Reichweite der lokaljournalistischen Angebote, die nicht aus der klassischen Medienwirtschaft stammen, liegen dagegen keine Daten vor.

Für thematisch breiter angelegte Onlineportale, das heißt nicht auf einen jeweils lokalen Bereich fokussierte Angebote, sind die Angebotsstrukturen anderer Art. In einem Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration (KEK) kamen die Autoren Neuberger und Lobigs 2010 zu dem Schluss: „Beschränkt man den Blick auf publizistisch relevante Anbieter, so zeigt sich eine erhebliche Dominanz der Internetableger traditioneller Massenmedien, die im Internet immer noch im großen Umfang journalistischen Content des Muttermediums zweitverwerten. Die geringe Produktion exklusiv für das Internet ist durch die schwierigen Refinanzierungsmöglichkeiten erklärbar. Darüber hinaus ist eine starke Ko-Orientierung zwischen den Anbietern zu beobachten. Das heißt, dass zum Beispiel Themen von anderen Anbietern aufgegriffen werden, was die thematische Vielfalt begrenzt. Es existieren auch Kooperationen zwischen Anbietern, deren Umfang bisher aber noch kaum erhellt ist. Die Inhaltsanalysen, die im Rahmen des Projekts durchgeführt worden sind, ließen keine deutlichen Unterschiede zwischen der Vielfalt im Internet und in den traditionellen Massenmedien erkennen. Am höchsten war die Vielfalt im Bereich der professionell-journalistischen Internetangebote, die weitgehend mit den Internetablegern von Presse und Rundfunk identisch sind. Die im Internet erreichbare publizistische Vielfalt wird also maßgeblich durch die traditionellen Massenmedien bestimmt, deren Themen zum Beispiel häufig von Weblogs aufgegriffen werden“ (siehe Neuberger, Christoph/Lobigs, Frank: Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltsicherung. Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Bd. 43, Berlin, 2010. S. 61).

169. Wie bewertet die Landesregierung die bisherige und zukünftige Entwicklung insbesondere journalistischer Blogs im Internet?

Das Wort Blog ist eine Abkürzung für den Begriff Weblog, der wiederum aus den Wörtern Web und Logbuch entstand. Als Blogs werden Webseiten bezeichnet, die laufend fortgeschrieben werden und leicht zu erstellen sind. Neue Blogbeiträge werden jeweils oben angezeigt und können von Dritten kommentiert werden. Im Gegensatz zu normalen Internetseiten müssen Blogs nicht von Hand programmiert werden, sondern lassen sich mit Hilfe einfacher Content-Management-Software erzeugen und gestalten. Diese steht größtenteils als freie Software kostenlos im Internet zur Verfügung. Voraussetzung zur Erstellung eines Blogs sind

neben der Software lediglich ein Computer oder ein Smartphone jeweils mit Internetzugang. Blogs können nicht nur Texte abbilden, sondern auch , Bilder, Audiodateien (Podcasts) oder Videodateien (Vlogs).

Im Folgenden versteht die Landesregierung unter einem Blog im engeren Sinne ein für jedermann zugängliches Webangebot, das sich als Onlineforum versteht. Sie werden allerdings unterschieden von klassischen, journalistischen Angebote, die der Aktualität verpflichtet sind und journalistischen Regeln folgend über das Geschehen in einem bestimmten gesellschaftlichen Bereich berichten. Vielmehr werden in Blogs Themen nach subjektiven Entscheidungen selektiert. Dies kann im Einzelfall zwar bedeuten, dass in Blogs auch über ein aktuelles Thema geschrieben wird, durchaus auch den klassischen, journalistischen Standards folgend. Doch ist weder die Berücksichtigung von Aktualität noch journalistischer Anspruch zwingend. Der spezielle Charakter von Blogs lässt es gerade zu, dass auch Laien zu Wort kommen, deren Beiträge nicht obligatorisch professionellen Standards folgen. Blogs sind sehr häufig nicht berichtend, sondern kommentierend angelegt. Auch klassische journalistische Grundregeln werden nicht immer berücksichtigt, beispielsweise Quellenangaben oder Neutralität und Ausgewogenheit der Beiträge. Vielmehr geht es in Blogs meist um die subjektive Darstellung von Positionen und Meinungen. Entsprechend werden Bloginhalte auch nicht von einer Redaktion auf ihre Richtigkeit hin überprüft.

Eine umfassende Bewertung solcher Blogs vorzunehmen, ist der Landesregierung in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht möglich. Es ist ihr aber sehr wohl bekannt, dass einige Blogs durch journalistische Recherchen und pointierte Darstellungen Themen in die öffentliche Debatte eingeführt haben. Dies gilt etwa für Blogs wie www.ruhrbarone.de oder www.wir-in-nrw-blog.de. Die Landesregierung sieht darin eine Bereicherung der Medienlandschaft.

Die meisten Blogs, die auch publizistisch Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung haben, beschränken sich in ihrer Tätigkeit auf einzelne Regionen oder Städte. Diese sogenannten Lokalblogs oder Placeblogs bereichern vor allem in den USA die publizistische Vielfalt mit zahlreichen hyperlokalen Inhalten, d.h. sie greifen das Geschehen „vor der Haustür“ auf, das in den klassischen Regional- und Lokalzeitungen nicht mehr abgebildet wird. Bei der Analyse nordrhein-westfälischer Blogs, die sich mit dem Geschehen in einzelnen Städten, Kreisen oder Regionen beschäftigen, fällt auf, dass viele der entsprechenden Onlineangebote mittlerweile wieder eingestellt oder irgendwann einfach nicht mehr aktualisiert wurden. Die folgende Auswahl lokaler oder regionaler Blogs kann keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Nicht berücksichtigt wurden Angebote von Parteien, kommunalen Gebietskörperschaften, Zeitungsverlagen sowie von Unternehmen, die nicht aus der jeweiligen Stadt oder Region stammen und örtliche Blogs lediglich über ein automatisiertes Content-Management-System anbieten (wie zum Beispiel das Hamburger Unternehmen Adfire). Außerdem bleiben Blogs unberücksichtigt, die zwar lokal, aber nur auf ein spezielles Thema/Themengebiet (zum Beispiel Kultur oder Sport) hin angelegt sind.

Tab. 169.1: Lokal- oder regionalpublizistische Blogs in Nordrhein-Westfalen

Städte	
Bad Honnef	www.diebadhonnefer.de
Bonn	www.bnlog.de www.bonner-presseblog.de www.bonnbeuel.de
Bottrop	www.bottblog.de
Düsseldorf	www.duesseldorf-blog.de
Duisburg	www.xtranews.de
Gelsenkirchen	www.gelsenclan.de
Heiligenhaus	www.heiligenhaus-blog.de
Herne	www.hallo-herne.de
Kleve	www.kleveblog.de
Köln	www.mein-koeln.blog.de www.koeln-allgemein.de www.meinesüdstadt.de
Mönchengladbach	www.bz-mg.de
Oberhausen	www.schraege-o.de
Paderborn	www.paderbornverbesserer.wordpress.com
Pulheim	www.brauweilerblog.de
Remscheid	www.waterboelles.de
Soest	www.blog.123soest.de
Wuppertal	www.wupperblog.de
Regionen	
Ostwestfalen	www.die-ostwestfalen.de
Rheinland	www.koeln-bonn.blog.de
Rhein-Kreis Neuss	www.klartext-ne.de
Ruhrgebiet	www.pottblog.de www.ruhrbarone.de www.revierpassagen.de
Selfkant	www.freundeskreis-selfkant.de
Landesweit	
	www.wir-in-nrw-blog.de www.medienmoral-nrw.de www.nrw-denkt-nachhaltig.de/blog www.nrw-freizeit.blog.de

Quelle: eigene Recherchen

Blogautoren geht es häufig darum, Angelegenheiten zu kommunizieren, von denen sie persönlich betroffen sind. Klassische Nachrichtenfaktoren wie Aktualität oder Relevanz bleiben oftmals unberücksichtigt. Umso wichtiger aber ist es den Autoren von Blogs, Wirkungen in

der Art zu erzielen, dass andere Nutzer sich mit den vertretenen Positionen auseinandersetzen und ihrerseits dazu Stellung beziehen.

Die lebhaftige Debattenkultur von Blogs kann eine Erweiterung öffentlicher Diskussionen darstellen. Der Landesregierung ist aber auch bekannt, dass derartige Foren teilweise eines professionellen Filters bedürfen, um zum Beispiel Beiträge wegen der unerwünschten Nutzung von Verbalinjurien auszuschließen. Solche Filterfunktionen nehmen bei den Printmedien seit jeher Leserbriefredaktionen wahr. Auch im Internet kommt es darauf an, Formen des öffentlichen Meinungsaustausches nach Möglichkeit journalistisch zu begleiten.

170. Erachtet die Landesregierung das journalistische Blog als möglichen breiten Vertriebsweg journalistischer Inhalte im Internet der Zukunft? Wenn ja: Warum?

Wie bereits in der Antwort zur Frage 169 dargestellt können Blogs bestenfalls eine Ergänzung zu klassischen journalistischen Angeboten sein, nicht jedoch ein Ersatz.

Die nichtprofessionelle Form von Bürgerjournalismus genügt zwar nicht den Ansprüchen des klassischen Journalismus, bereichert aber dennoch die publizistische Agenda. Das gilt insbesondere für die interaktiven Elemente von Blogs, die sich aber inzwischen auch die etablierten Verlage zunehmend zu Eigen machen. Noch fehlen allerdings valide Geschäftsmodelle zur Monetarisierung von Blogs. Daraus folgt, dass sich Investitionen in eine Professionalisierung von Blogs derzeit nicht refinanzieren lassen.

Ungeachtet dessen können Blogs für die etablierten Verlage von Lokalzeitungen dennoch zu einer Konkurrenz werden. Dies konnten Blogangebote wie etwa www.wir-in-nrw-blog.de zu Fragen der Landespolitik oder auch www.xtranews.de bei der Aufarbeitung der tragischen Vorfälle der Duisburger Loveparade eindrücklich deutlich machen.

171. Mit welchen Maßnahmen und aus welchen Gründen regt die Landesregierung die Einrichtung journalistischer Blogs an oder unterstützt deren Verbreitung bzw. nicht?

Ein ganz wesentliches Charakteristikum von Blogs ist gerade ihr Entstehen, ihre Pflege und Weiterentwicklung durch private Initiative, durch Blogger. Das Internet bietet eine ausgezeichnete Basis für derartige Initiativen, die gerade wegen der geringen Markteintrittsbarrieren und Kosten so zahlreich sind. Insofern fehlt der Bedarf für finanzielle Förderungen der Bloggerszene. Auch das technische Rüstzeug sowie Starthilfen sind im Internet frei verfügbar.

Die Landesregierung begrüßt diese Initiativen, sieht aber keinen Förderungs- oder Handlungsbedarf (vgl. dazu auch die Antwort zur Frage 169).

172. Erkennt die Landesregierung im Bereich des Webbloggings spezifisch bundesdeutsche Defizite oder nordrhein-westfälischen Nachholbedarf, verglichen mit der teils weit entwickelten „Blogosphäre“ im anglo-amerikanischen Raum, etwa der sogenannten „Huffington Post“?

Der relativ große Erfolg von hyperlokalen Blogs in den USA hängt wesentlich damit zusammen, dass der in den USA ohnehin schwächer besetzte Lokalzeitungsmarkt unter der Branchenkrise ungleich stärker gelitten hat als der deutsche Markt. So sind in den vergangenen

fünf Jahren mehr als ein Dutzend Zeitungen komplett vom US-Markt verschwunden, acht weitere Blätter erscheinen nurmehr im Internet. Als Reaktion auf diese Situation unterstützen Stiftungen gezielt auch Blogs, um Verluste in der lokalen Publizistik zu mildern.

Das von der Knight Foundation finanzierte Projekt www.everyblock.com etwa bietet eine Plattform, über die Nutzer mitteilen können, was in ihrer Nachbarschaft passiert. Die Huffington Post versteht sich zwar als Politweblog, bietet aber wenige lokale oder regionale Inhalte. In jedem Fall gilt das stark vernetzte Angebot, das im Frühjahr 2011 von AOL übernommen wurde, als ebenso einflussreiches wie wirtschaftlich erfolgreiches Medium. Außer der britischen Ausgabe soll Anfang 2012 in Europa auch eine französische Version der Huffington Post starten. Weitere Ausgaben, so kündigte Gründerin Ariana Huffington an, seien auch für Spanien, Italien oder Deutschland denkbar. Dafür suche sie nach Partnern in den jeweiligen Ländern. In Frankreich kooperiert das US-Unternehmen mit der Zeitung Le Monde.

Die Strategie der Huffington Post ist durchaus kommerziell: Die meisten Beiträge stammen von meist schlecht bezahlten Journalisten, die sehr kurze, auf die Auffindbarkeit für Suchmaschinen hin optimierte Meldungen mit Blogbeiträgen kombinieren. Kritiker sprechen deshalb auch von einer „Entwertung des Journalismus“. Das Beispiel Huffington Post zeigt, dass Blogs keinen Wert an sich darstellen, sondern auch zu einer Deprofessionalisierung des Journalismus

beitragen können. Gerade deshalb ist der Erhalt eines funktionierenden ökonomischen und publizistischen Wettbewerbs wichtig.

173. *Wie und speziell durch welche schriftlichen Medien (Print und online, keine AV-Medien) werden in Nordrhein-Westfalen jeweils wie viele journalistisch nicht ausgebildete Bürger hinsichtlich einer Aktivität als zumeist ehrenamtliche Bürgerreporter für Printtitel oder Onlinemedien angesprochen?*

Als Bürgerreporter werden journalistische Amateure bezeichnet, die Print- oder Onlinemedien Hinweise auf journalistisch relevante Themen geben oder auch selbst Beiträge für diese Medien erstellen. Bürgerreporter arbeiten in der Regel ohne Honorar und verfügen über keine medienspezifische Qualifikation. Motive für den Einsatz von Bürgerreportern können aus Sicht der Verlage Leserbindung, Qualitätsgewinn und die Senkung von Produktionskosten sein.

Der so genannte Bürgerjournalismus (Citizen Journalism) erschließt etablierten Medien neue Quellen, verstärkt die Bindung der Nutzer an einzelne Medienangebote und ermöglicht neue Partizipationschancen. Lieferten Leserreporter früher hauptsächlich Informationen und Rohfassungen für Texte, suchen vor allem Zeitungsverlage heute verstärkt nach von Lesern gemachten Fotos oder Videos. Leserreporter sind oft – zum Beispiel in Krisengebieten oder bei lokalen Ereignissen – zunächst die einzige Quelle. Dies galt etwa 2005 bei den Terroranschlägen auf die Londoner U-Bahn, 2006 beim Transrapid-Unglück im Emsland oder 2011 bei der Loveparade-Katastrophe in Duisburg.

Die Bild-Zeitung setzt bereits seit 2006 auf Leserreporter, die der Redaktion inzwischen mehrere Millionen Fotos und Videos zur Verfügung gestellt haben. Erscheinen die Fotos in der Bild-Zeitung bundesweit, werden sie mit 250 Euro honoriert, für einen Abdruck in den Regionalteilen mit 50 Euro. Für Veröffentlichungen unter www.bild.de erhalten Einsender kein Honorar. Bei einer Untersuchung des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität stellte sich heraus, dass Leserfotos, die journalistisch einen hohen Wert haben und sehr aktuell sind, bei der Bild-Zeitung die

Ausnahme bilden (siehe Ammann, Ilona; Engesser, Sven; Krämer, Benjamin: Verkehrt-lustige Welt. Vier Jahre „Bild“-Leserreporter. In: epd medien, 58/2010. S. 5-8).

Der Medienwissenschaftler Wolfgang Donsbach vom Institut für Kommunikationswissenschaft der technischen Universität Dresden fand fünf Jahre nach dem Start der ersten Bild-Leserreporter heraus, dass diese durchschnittlich 39 Jahre alt und in 76 Prozent aller Fälle männlich sind. Leser aus Ostdeutschland, wo nur 20 Prozent aller Bundesbürger leben, seien dabei mit einem Anteil von 31 Prozent überproportional vertreten. „Unsere Studie belegt, dass 77 Prozent der gedruckten Leserfotos kein Profi hätte machen können, weil die Aufnahmen unmittelbar nach einem Ereignis entstanden“, sagte Donsbach in einem Interview, das bild.de veröffentlichte. Im Durchschnitt habe jeder Leserreporter sieben Fotos geschickt, und 5 Prozent aller Leserreporter hätten bereits mehr als 50 Fotos eingesandt. Untersucht wurden 1710 Leserreporter-Einsendungen. Zusätzlich befragten die Forscher 499 Leserreporter nach ihren Motiven (siehe <http://www.bild.de/news/leserreporter/forschung/professor-donsbach-18804810.bild.html>).

Problematisch an der Veröffentlichung von Leserfotos ist, dass sich deren Echtheit meist nicht überprüfen lässt. Auch die Saarbrücker Zeitung setzt auf Leserreporter, publiziert die entsprechenden Inhalte (vor allem Fotos) allerdings nach sorgfältiger journalistischer Auswertung und unentgeltlich. Der Internetdienst www.tvtype.com bietet Plattformen, über die Bürger Fotos und Videos an professionelle Medienanbieter verkaufen können. 70 Prozent der Einnahmen sollen so bei den Bürgerreportern landen, der Onlineanbieter behält 30 Prozent. Auch der Upload von ganzen Berichten ist möglich. Tvtype wirbt darüber hinaus mit automatisierten „Selfservice-Lösungen“, die es kleinen Netzwerken oder Vereinen sowie sublokalen Medien ermöglichen sollen, eine eigene Bürger-/Community-Plattform aufzubauen.

Die Verlagsgruppe Madsack und das Augsburger Unternehmen Gogol Medien haben 2003 mit dem Onlineportal www.myHeimat.de ein Modell gestartet, bei dem Bürgerreporter Beiträge ins Internet stellen, von denen später Texte und Fotos für gedruckte Zeitungen übernommen werden können. Kooperationspartner sind vor allem Zeitungen und Anzeigenblätter in Hessen, Niedersachsen, Baden-Württemberg, Bayern sowie Nordrhein-Westfalen, die hyperlokale Inhalte abdrucken oder online veröffentlichen. Regionalverlage erwerben Lizenzen, die es ihnen erlauben, so viele Artikel wie sie wünschen, von Bürgerreportern zu übernehmen. Zu den Abnehmern zählt auch die WAZ-Gruppe, die über das Hamburger Unternehmen TheMediaLab indirekt eine Minderheitsbeteiligung an www.myHeimat.de hält. Deutschlandweit sind nach Angaben von Gogol-Geschäftsführer Martin Huber mehr als 40.000 Bürgerreporter für www.myHeimat.de aktiv, die pro Monat etwa 10.000 Beiträge erstellen.

Das zweimal wöchentlich erscheinende Anzeigenblatt Gießener Zeitung, an der ebenfalls der Verlag Madsack beteiligt ist, setzt seit 2008 konsequent auf Bürgerreporter und bezeichnet sich selbst als „Deutschlands erste Mitmach-Zeitung“. Texte, die zunächst auf dem Internetportal www.giessener-zeitung.de erscheinen, werden in der Printversion mit Artikeln professioneller Journalisten gemischt, wobei 60 bis 70 Prozent aller Artikel von Bürgerreportern stammen. Die gedruckte Ausgabe wird mittwochs und samstags in einer Auflage von 125.000 Exemplaren kostenlos an Haushalte in Gießen und Umgebung verteilt. Das Unternehmen beschäftigte 2010 nur zwei fest angestellte Redakteurinnen. Zuletzt meldete die Gießener Zeitung insgesamt 3.400 Bürgerreporter.

Die Rheinische Post (RP) eröffnete mit ihrem Portal www.opinio.de den Lesern 2003 erstmals die Chance, sich als Publizisten zu betätigen und für andere Leser zu schreiben. Die besten Texte gelangten auch in die RP-Printausgabe. Das gedruckte Magazin Opinio, das einmal monatlich mit Leser-Artikeln erschien, musste allerdings bereits im Sommer 2006 eingestellt werden, weil die Anzeigeneinnahmen zu gering waren. Im Oktober 2011 wurde

auch die Internetseite www.opinio.de eingestellt. Inzwischen haben ehemalige Opinio-Autoren die Möglichkeit, über das Portal www.jimdo.de eigene Internetseiten einzurichten. Regionale Beiträge aus der Plattform „Leser für Leser“ sollen künftig enger mit dem Regional-Portal von RP Online verbunden werden.

Das Beispiel Opinio zeigt, dass Leserreporter-Modelle nicht leicht im Markt umzusetzen sind. Medien, die zum überwiegenden Teil auf Beiträge von Bürgerreportern rekurrieren, bieten zwar ein breit gespanntes Themenspektrum, können aber das aktuelle Geschehen meist nicht adäquat abbilden, weil die Inhalte allein von den Vorlieben ihrer Autoren abhängen. Im Fall der Gießener Zeitung sind das etwa die Bereiche Sport, Natur und Lokales. Die Gesamtheit der berücksichtigten Themen unterliegt entsprechend dem Zufall und wird nicht durch Kriterien journalistischer Relevanz bestimmt.

174. *Wie viele Bürgerreporter sind in Nordrhein-Westfalen derzeit etwa tätig?*

Wie viele Bürger in welchem Umfang für welche Angebote des Citizen Journalism in Nordrhein-Westfalen aktiv sind, ist nicht bekannt. Bei www.opinio.de, dem Leserreporter-Portal der Rheinischen Post (siehe dazu auch Antwort zur Frage 173) haben etwa 4.500 Autoren Beiträge veröffentlicht oder ein Profil angelegt. Die aktivsten 500 Bürgerjournalisten unter diesen Autoren verfassten jeweils zwischen 20 und 680 Beiträge.

175. *Wie lässt sich die regionale Verteilung der Bürgerreporter näher spezifizieren, und sind Bürgerreporter insbesondere ein geeignetes Mittel zur Sicherstellung journalistischer Information im ländlichen Raum – oder dort gerade nicht?*

Über die regionale Verteilung von Bürgerreportern liegen keine Erkenntnisse vor. Bürgerreporter berichten freiwillig, ausschließlich über die von ihnen selbst gewählten Themen und in einer von ihnen selbst bestimmten Qualität. Es sind daher keine Aussagen darüber möglich, inwieweit die Sicherstellung journalistischer Information mittels des Citizen Journalism geleistet werden kann. Bei einer sozialwissenschaftlichen Befragung von Opinio-Autoren (siehe dazu die Antwort zur Frage 173) stellte sich heraus, dass Leserreporter oder sogenannte Bürgerjournalisten – ähnlich wie Blogger – wenig Interesse an typisch journalistischen Handlungsweisen haben. Klassische journalistische Themen wie Politik, Wirtschaft und aktuelle lokale Ereignisse werden selten aufgegriffen. Dezidiert journalistische Motive wie die Darstellung aktuellen Geschehens, komplexer Sachverhalte oder die Abbildung von Ereignissen, die Nachrichtenwert und Relevanz für eine möglichst große Zahl von Nutzern aufweisen, spielen für Opinio-Autoren der Umfrage zufolge kaum eine Rolle. Die Autoren selbst sehen sich auch nicht als Ersatz für professionellen Journalismus, sondern nur als Ergänzung (siehe Kopp, Mirjam; Schönhagen, Philomen: Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten. In: Quandt, Thorsten, Schweiger, Wolfgang (Hrg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden 2008. S. 79-94).

176. *Wie lassen sich eventuelle Unterschiede hinsichtlich der regionalen Aktivitätsverbreitung der Bürgerreporter im Einzelnen erklären?*

Da keine detaillierten Daten über die „regionale Aktivitätsverbreitung der Bürgerreporter“ vorliegen, können auch zur Ursache möglicher Unterschiede keine Angaben gemacht werden.

177. Wie viele redaktionelle Beiträge in Nordrhein-Westfalen in etwa stammen gegenwärtig jährlich von diesen Bürgerreportern in Printmedien oder Onlineportalen?

Da die Verlage keine Angaben über die Quellen ihrer Berichterstattung machen, lässt sich nicht ermitteln, wie viele redaktionelle Beiträge nordrhein-westfälischer Printmedien und Onlineportale pro Jahr auf Bürgerreporter zurückgehen oder zur Gänze von diesen stammen.

178. In namentlich welchen schriftlichen Medienproduktionen lassen sich redaktionelle Beiträge von Bürgerreportern in Nordrhein-Westfalen regelmäßig finden? (bitte landesweit vollständige Übersicht differenziert nach Printtiteln und Onlineportalen)

Eine Zusammenschau sämtlicher Plattformen in Nordrhein-Westfalen, auf denen sich Bürgerreporter engagieren, kann mit vertretbarem Aufwand in diesem Rahmen nicht geleistet werden. Die Verlage machen dazu keine offiziellen Angaben, zudem sind viele Formen des Bürgerjournalismus im World Wide Web kaum auffindbar.

179. Wie wirkt sich die Verwertung von journalistischen Beiträgen dieser Bürgerreporter bei Printtiteln auf die Personalplanung und Beschäftigungssituation der heute bei den Verlagen angestellten oder freien Redakteure aus?

Der Landesregierung liegen keinerlei Business- oder Personalpläne von Verlagen vor, aus denen hervorgeht, dass Formen des Bürgerjournalismus direkte Auswirkungen auf die Beschäftigungssituation hätten.

180. Wie beurteilt die Landesregierung die Qualität des Angebots und die Zielsetzung der Gesellschaft zur Förderung der Bürgerreporter auf www.buergerreporter.de?

Die Homepage www.buergerreporter.de existiert nicht und kann daher auch nicht beurteilt werden (Stand 7. Dezember 2011).

181. Wie beurteilt die Landesregierung den Umstand, dass auf einer Vielzahl von Onlineportalen (beispielsweise unter <http://www.dein-presseausweis.de> oder <http://www.geschenkeprofi.com/presseausweis.php>) die Ausgabe von Presseausweisen für jedermann angeboten wird, und welcher konkrete Handlungsbedarf besteht hier durch wen für eine sachgerechtere Steuerung der Verbreitung journalistischer Ausweispapiere?

Presseausweise werden durch Berufsverbände ausgestellt. Lange Zeit wurde ein Bundes einheitlicher Presseausweis durch vier Verbände ausgegeben: durch den Deutschen Journalisten-Verband (DJV), die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in der verdi (dju), den Verband der Zeitschriftenverleger (VDZ) und den Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV).

2004 stellte das Verwaltungsgericht Düsseldorf fest, dass das bisherige Verfahren eine unzulässige Beschränkung der vier zur Ausgabe des Presseausweises berechtigten Verbände darstellt.

Nachdem andere Verbände ihr Interesse an einer Ausgabe des bundeseinheitlichen Presseausweises bekundet hatten, hat die Innenministerkonferenz (IMK) „Altverbände“ und „Anwärter“ aufgefordert, sich zu einigen. Diese Einigung kam nicht zustande, so dass die IMK 2007 den Beschluss gefasst hat, das Verfahren zum bundeseinheitlichen Presseausweis aufzugeben. Auch dürfen die Presseausweise keinen Hinweis mehr auf Autorisierung durch den Innenminister enthalten.

Gegen diesen Beschluss haben sich die etablierten Verbände wie der DJV vehement gewehrt. Denn erstens verliere der Presseausweis laut DJV zunehmend an Anerkennung, da er von einigen Verbänden an jedermann ausgegeben und zunehmend eher ein Ausweis für „Rabatte“ als ein journalistisches Arbeitsmittel ist. Und zweitens verlören Verbände wie der DJV ein wichtiges Mittel der Mitgliederwerbung.

Auf der anderen Seite wird der Besitz eines Presseausweises in der journalistischen Praxis zunehmend unwichtiger. Bei vielen Veranstaltungen ist eine ordnungsgemäße vorherige Akkreditierung vorgeschrieben und somit gänzlich unabhängig vom Ausweis.

Von Bedeutung ist der Presseausweis beim Auftreten von Journalisten gegenüber Behörden. Nach den deutschen Landespressegesetzen sind Behörden und öffentliche Institutionen verpflichtet, Pressevertretern Auskunft zu erteilen, wenn dem nicht wirklich schwerwiegende Gründe entgegenstehen.

Die Landesregierung ist bestrebt, gemeinsam mit den beteiligten Institutionen und Verbänden einen sinnvollen Rahmen für die Ausgabe und Anerkennung des Presseausweises zu schaffen.

D. Neue Medien in Nordrhein-Westfalen: Soziale Netzwerke im Web 2.0, eGovernment, Internetsuche und Jugendschutz

182. Für die Erledigung welcher einzelnen administrativen Aufgaben nutzt die Landesverwaltung jeweils auf allen Verwaltungsebenen differenziert nach den einzelnen Ressorts der Landesregierung in jeweils welcher Intensität bereits derzeit die Potentiale der neuen Medien für ihre eigene Arbeitsweise?

Im täglichen Arbeitsablauf der Landesverwaltung werden Medien wie E-Mail und Internet seit Jahren intensiv genutzt. Darüber hinaus werden neue Medien im Rahmen des E-Government bei einer Vielzahl von Verwaltungsprozessen eingebunden, ebenso wie in den zahlreichen Intra- und Internetauftritten der Behörden und Einrichtungen.

Zudem werden neue Medien auch ebenenübergreifend bei einer Vielzahl von Fachverfahren für die gemeinsame Bearbeitung durch kommunale und staatliche Stellen genutzt. Ein Beispiel ist die Unterstützung nachgeordneter Stellen des Ministeriums für Klima, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV), insbesondere auf der kommunalen Verwaltungsebene in den Bereichen Immissionsschutz, Wasserwirtschaft, Abfallwirtschaft, Bodenschutz, Verbraucherschutz und Naturschutz. Mehr als 65 Verfahren zwischen Land und Kommunen werden so über ein zentrales Portal elektronisch abgewickelt, was die Erledigung der Aufgaben erheblich erleichtert.

Ein anderes Beispiel ist das Datenerfassungs- und Abrechnungssystem KiBiz.web des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS), das im Zusammenhang mit der Umstellung des Gesetzes über Tageseinrichtungen für Kinder auf das Kinderbil-

derungsgesetz entwickelt wurde. In ihm werden die Daten von rund 9000 Kindertageseinrichtungen in 185 Jugendämtern erfasst, die Abwicklung der Finanzierung mit einem Landesanteil von über einer Milliarde Euro erfolgt ebenfalls über dieses System. Es minimiert in erheblichem Maße den mit der Finanzierung verbundenen notwendigen Verwaltungsaufwand.

Die Polizei setzt neue Medien in den Netzen Internet, Intranet und Extrapol (Intranet-Zusammenschluss der Polizei der Länder und des Bundes) ein, wobei hier in zunehmendem Maße auch mobile Endgeräte eingebunden werden. Intern werden neue Technologien im Bereich der Mitarbeiterinformation sowie insbesondere auch zur Unterstützung im Bereich Wissensmanagement eingesetzt. Extern wird neben umfassenden Informationsdiensten auch die Möglichkeit zur Interaktion geboten. So können der Polizei Strafanzeigen und sachdienliche Hinweise online übermittelt werden. Bewerbungen für den Polizeiberuf werden ausschließlich über das Internet entgegengenommen.

Vom E-Government ist für den Bereich der Justiz insbesondere aus verfassungsrechtlichen Gründen der Bereich E-Justice abzugrenzen, welcher auf die Rechtsprechungstätigkeit der Gerichte und die Ermittlungstätigkeit der Staatsanwaltschaften bezogen ist. E-Justice bezeichnet den Einsatz elektronischer Verfahren sowohl innerhalb der Justiz als auch zwischen Organen der Justiz und der Verwaltung und/oder Privatpersonen. Damit leistet die Justiz als dritte Staatsgewalt einen eigenständigen Beitrag in der Informationsgesellschaft.

Die Justiz des Landes Nordrhein-Westfalen verwendet neue Medien intensiv zur allgemeinen Informationsgewinnung (Webangebote) sowie als einheitlichen Kommunikationskanal für E-Mails.

Im Intranet der Justiz stehen den Beschäftigten Diskussionsforen zur Verfügung, in denen über alle dienstlichen Themen in der und um die Justiz diskutiert werden kann. Dabei werden sogenannte „offene“ und „geschlossene“ Foren unterschieden. In offenen Foren kann sich jeder Justizangehörige an der Diskussion beteiligen; die kennwortgeschützten „geschlossenen“ Foren richten sich hingegen an einen abgegrenzten Teilnehmerkreis.

Die Staatskanzlei betreibt zu Informationszwecken sowie zur Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern in Nordrhein-Westfalen auf Facebook die Fanseite „facebook.com/NRW“ sowie auf Twitter den Account „@NRWpunktDE“. Diese werden im Rahmen des Bürgerdialogs der Landesregierung auch zur Beantwortung von Bürgerfragen genutzt, sofern sie sich auf die jeweiligen Posts auf „facebook.com/NRW“ beziehungsweise die Tweets der Landesregierung beziehen. Darüber hinaus hat die Staatskanzlei auf den Plattformen „www.nrw.de“ und „www.unser.nrw.de“ Bürgerinnen und Bürgern bereits bei zwei Aktionen die Gelegenheit gegeben, mit der Ministerpräsidentin beziehungsweise der Landesregierung in einen Online-dialog einzutreten. Im Geschäftsbereich der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien wurden zudem bereits drei sogenannte Onlinekonsultationen durchgeführt. Sie dienen dem Zweck, das Konzept der Landesregierung zum Medienpass NRW, die Weiterentwicklung des Jugendmedienschutzes sowie die Eine-Welt-Strategie des Landes mit den betroffenen Communities zu diskutieren und weiter auszuformulieren. Das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) hat 2011 eine Onlinekonsultation zu den Studienbedingungen in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

Insgesamt werden neue Medien im Sinne des Web 2.0 beziehungsweise sozialer Netzwerke gezielt, bislang noch vereinzelt, jedoch mit steigender Tendenz eingesetzt. Weitere Ausführungen dazu finden sich in den Antworten zu den Fragen 203 und 248.

183. Für jeweils welche genauen Zwecke im Rahmen des Service- und Dialogangebotes des Landes werden bereits gegenwärtig von der Landesverwaltung jeweils auf all ihren Verwaltungsebenen differenziert nach den einzelnen Ressorts in jeweils welchem Umfang die Potentiale der neuen Medien im Bürgerkontakt genutzt, und wie gestaltet sich letzterer?

Eine Auflistung der Internetauftritte der Landesverwaltung bietet die Antwort zur Frage 193, im Hinblick auf die Nutzung neuer Medien im Sinne des Web 2.0 beziehungsweise sozialer Medien sei insbesondere auf die Antworten zu den Fragen 203 und 248 verwiesen. Die nachfolgenden Ausführungen stehen exemplarisch für die große Bandbreite der Kommunikationsmöglichkeiten, die sich aus den Service- und Dialogangeboten des Landes ergeben:

Der Internetauftritt des Ministeriums für Inneres und Kommunales (MIK, www.mik.nrw.de) dient der Information der Bürgerinnen und Bürger über die Aufgaben, Arbeitsweise und Leistungen des MIK. Das Angebot wird ständig aktualisiert und erweitert. Es umfasst zurzeit mehr als 3.000 Seiten. Die Zahl der Zugriffe stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich an. Neben Informationen in Text und Bild bietet die Plattform Downloads, E-Mail-Abonnements zu verschiedenen Schwerpunktthemen, einen Bestellservice für hauseigene Publikationen, eine Kommunaldatenbank, das Stiftungsverzeichnis, ein Leitstellenverzeichnis der Feuerwehr sowie eine Wahlkreisdatenbank und ein interaktives Ergebnisangebot an Wahlabenden.

Das Onlineangebot des Verfassungsschutz NRW ist Teil des Informationsangebots des MIK (www.mik.nrw.de/verfassungsschutz). Darin werden Informationen über extremistische Bestrebungen im Land bereitgestellt. Zudem können Bürgerinnen und Bürger umfangreiches Informationsmaterial zum Thema herunterladen. Über die angegebenen Kontaktadressen besteht zudem die Möglichkeit, den Verfassungsschutz direkt anzusprechen.

Im Bereich „Abwehr von Wirtschaftsspionage“ bietet die Plattform ein Angebot speziell für Unternehmer. Neben traditionellen Medien wie Flyern, Broschüren etc. werden auch neue Medien eingesetzt. Zudem bietet die Plattform vielfältige Informationsdienste, unter anderem einen Newsletter, der die Wirtschaft zu aktuellen Themen und Fragestellungen informiert.

Des Weiteren wurde – als ein zentrales Element – der Onlinetest „Wirtschaftsspionage – Ist mein Unternehmen gefährdet?“ konzipiert. Zielrichtung ist es, interessierte Unternehmer durch einen übersichtlichen anonymisierten Test zu führen. Durch eine Auswertung der Antworten, die nur für den Anwender erkennbar ist, kann eine professionelle Einschätzung und damit Hilfestellung zu der Frage gegeben werden, ob und inwieweit ein Unternehmen durch Spionage gefährdet ist. Hierzu erhält der Anwender am Ende des Tests – neben einigen erläuternden Informationen – ein rotes, gelbes oder grünes Signal auf einem Ampelbild. Dieser Test wurde 2009 um weitere interaktive Elemente erweitert.

Eine weitere wichtige Hilfestellung für Unternehmer im Bereich der neuen Medien bietet ein Video im Youtube-Stil, das die firmeninterne Diskussion zum Thema anregen und unterstützen soll. Außerdem betreibt der Verfassungsschutz NRW seit dem Jahr 2006 die Homepage „www.andi.nrw.de“. Hier sind die Informationen zu den „Comics für Demokratie und gegen Extremismus“ gesammelt, die vom Verfassungsschutz herausgegeben werden. Auch hier besteht die Möglichkeit, Materialien herunter zu laden, Hefte zu bestellen und den Verfassungsschutz NRW direkt zu kontaktieren.

Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dessen nachgeordneter Bereich haben einige Verfahren mit direkten Kontaktmöglichkeiten entwickelt, getestet oder gefördert:

1. Bei der Umsetzung der Wasserrahmenrichtlinie wurde die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger im Sinne von E-Participation als Web 2.0-Funktionalität erfolgreich getestet.
2. Zudem läuft in einer Bezirksregierung derzeit ein Pilotprojekt zur Beteiligung der Öffentlichkeit im wasserrechtlichen Genehmigungsverfahren – mit dem Ziel der Einführung dieses Verfahrens in allen Regierungsbezirken.
3. In Zusammenarbeit mit der Stadt Essen – unterstützt durch die Förderung des MKULNV – wird aktuell ein E-Partizipations-Verfahren zur Beteiligung der Öffentlichkeit an der Aufstellung von Lärmaktionsplänen entwickelt und getestet. Eine Ausweitung der Nutzung liegt anschließend in der Verantwortung der kommunalen Verwaltung.
4. Zur Beschleunigung von Genehmigungsverfahren nach dem Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG) wird vom MKULNV und dem Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) gemeinsam mit Wirtschaftsvertretern der Einsatz des Elektronischen Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) zur gesicherten elektronischen Übermittlung von Genehmigungsanträgen getestet.

Ebenfalls mit großem Erfolg nutzen das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS), die Landeszentrale für politische Bildung NRW und das Landesarchiv NRW die Potentiale der neuen Medien auf vielfache Weise im Bürgerkontakt. Der weitere Ausbau soll bedarfsgerecht und unter Berücksichtigung der finanziellen und personellen Ressourcen vorangetrieben werden:

Über die Website „www.mfkjks.nrw.de“ können Bürgerinnen und Bürger mittels eines elektronischen Kontaktformulars (www.mfkjks.nrw.de/service/kontakt/) jederzeit ihre Fragen und Anregungen an das MFKJKS richten. Außerdem werden auf zahlreichen Seiten der verschiedenen Arbeitsbereiche des Ministeriums die direkten Ansprechpartner nutzerfreundlich mit elektronischen Kontakten aufgeführt, um die unkomplizierte Initiierung einer E-Mail-Korrespondenz zu ermöglichen. Die eingehende E-Post wird von den jeweiligen Fachabteilungen zeitnah bearbeitet, die Fragen auf dem jeweils gleichen Kommunikationskanal beantwortet und die Anregungen hausintern weiterverwertet.

Zudem bietet die MFKJKS-Website einen Online-Broschürenservice (broschueren.nordrheinwestfalendirekt.de/broschuerenservice/mfkjks) an. Nach Stand von Oktober 2011 werden hier 104 Publikationen beschrieben und angeboten. Die Dokumente werden zum Download bereitgestellt oder können auch in gedruckter Version bestellt werden. Zu ausgewählten Veranstaltungen bietet die MFKJKS-Website zudem ein Online-Anmeldesystem, das eine schnelle und einfache Publikumsansprache sowie ein elektronisches Einladungsmanagement ermöglicht.

Auf der Website „www.engagiert-in-nrw.de“ findet einmal jährlich per Abstimmungstool ein Bürgervotum zum „Engagement des Jahres“ statt (ca. 6 Wochen online). Die Seite stellt zudem Formulare zur Verfügung, mit denen engagierte Bürger und Bürgerinnen der Redaktion ihr Engagementprojekt zur Aufnahme im Portal vorschlagen können. Zudem können Organisationen während der bundesweiten Aktionswoche „Engagement macht stark“ ihre Veranstaltungen über ein Formular zum Eintrag in die Veranstaltungsübersicht einbringen.

Erziehende in Nordrhein-Westfalen können über „EGON.NRW – Elterngeld Online“ (<https://www.egon.nrw.de/cgi-bin/beeg.pl>) das staatliche Elterngeld auch online beantragen: schnell, barrierefrei, anwenderfreundlich und sicher. Auf der Website finden Eltern nicht nur das Onlineformular, sondern auch viele Informationen rund ums Elterngeld und zur Elternzeit. Die elektronischen Antragsdaten werden per E-Mail an den zuständigen Kreis bezie-

ungsweise die zuständige kreisfreie Stadt übermittelt. Sie fließen dort in das Fachverfahren ein, mit dem die Anträge bearbeitet werden.

Als Serviceangebot für die Kommunen (Jugendämter) in NRW dient die Website „www.elternbegleitbuch.nrw.de“ zur Entwicklung eines individuellen Elternbegleitbuchs. Neben den Landesinformationen für Eltern von neugeborenen Kindern können die Kommunen ihr ganz spezielles Informations-, Hilfe- und Beratungsangebot vor Ort über ein Online-Baukastensystem individuell zusammenstellen und somit ein umfassendes und regional verankertes Elternbegleitbuch anbieten.

Die Website „www.ehrensache.nrw.de“ besitzt einen internen Bereich für die an der Ehrenamtskarte teilnehmenden Kommunen mit zahlreichen Download-Angeboten (Arbeitshilfen, Vorlagen, Statistik, Protokolle). Die Seite bietet darüber hinaus eine interaktive NRW-Karte mit Daten zu den beteiligten Kommunen, eine differenzierte Maske zur Suche nach Vergünstigungen über die Ehrenamtskarte in ganz NRW sowie eine Download-Möglichkeit für Antragsformulare zum Erhalt einer Ehrenamtskarte für die jeweiligen Kommunen.

Unternehmen können sich auf der Website der Aktionsplattform „familie@beruf.NRW“ (www.familieundberuf.nrw.de) über die Möglichkeiten zur Einführung familienfreundlicher Maßnahmen in ihrem Betrieb informieren. Neben der Möglichkeit des Downloads von umfangreichen Materialien zu verschiedenen Themen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurden interaktive (zum Beispiel Erstellung eines individuellen Flyers zum Thema Pflege) und multimediale Elemente (zum Beispiel Sensibilisierungsfilm) genutzt, um die Website modern, attraktiv und informativ zu gestalten.

Der Fachöffentlichkeit aus dem Bereich Kindertagesbetreuung und weiteren interessierten Bürgerinnen und Bürgern bietet die Website „www.bildungsgrundsaeetze.nrw.de“ Informationen rund um die Erprobungsphase der Grundsätze zur Bildungsförderung. Neben der Möglichkeit per E-Mail mit den Ansprechpartnern in Kontakt zu treten, können sich auch interessierte Kindertageseinrichtungen in einen E-Mail-Verteiler eintragen, um aktuelle Informationen zu erhalten. Auch die Anmeldung zu Veranstaltungen für Kindertageseinrichtungen und Grundschulen, die am Modellprojekt der Erprobung teilnehmen, läuft webbasiert über die Internetseite. Für alle interessierten Personen wird zudem die Dokumentation der Veranstaltungen zum Download bereitgestellt.

Die Kulturabteilung des MFKJKS bietet eine dauerhafte Website (Kulturkenner: www.kulturkenner.de) und eine projektbezogene temporäre Website (Kultursaison NRW in Polen 2011/2012: www.kultursaison-tamtam.de) an. Beide Angebote agieren über entsprechende Facebook-Accounts, das Angebot Kulturkenner zusätzlich über einen Twitter-Account, auch im Social Media-Bereich. Der Kulturkenner ermöglicht es den Nutzern, sich einen fundierten Überblick über das Gesamtangebot des Kulturlandes NRW zu verschaffen, ohne dabei in der Fülle des Angebots den Überblick zu verlieren. Kultursaison-Tam'Tam informiert aktuell über ca. 60 Einzelveranstaltungen der NRW-Kultursaison in Polen 2011/2012.

Die Landeszentrale für politische Bildung NRW nutzt ein Online-Bestellsystem. Im Printbereich bietet die Landeszentrale etwa 250 Bücher und Broschüren für direkte Online-Bestellung an. Im Multimediabereich sind über die Website der Landeszentrale ca. 240 Online-Videofilme und -Videopodcasts direkt abrufbar. Diese Medien werden zusätzlich auch über den Youtube-Kanal der Landeszentrale interessierten Bürgerinnen und Bürgern zur Verfügung gestellt. Über ihre Facebook-Seite und über den Twitter-Kanal bietet die Landeszentrale Informationen zu verschiedenen Themenbereichen der politischen Bildung an. Zum Thema „Kommunalwahlen“ werden über die Website „www.wahlkommunal.de“ 70 weitere Onlinevideos und umfangreiche Download-Materialien angeboten.

Das Landesarchiv NRW stellt im Rahmen des eigenen Internetportals „Archive in NRW“ Erschließungsinformationen zu Archivgut (Beständeübersichten und Findmittel) online zur Verfügung und ermöglicht eine umfassende und auch archivübergreifende Recherche zu diesen Erschließungsinformationen. Nutzerinnen und Nutzer können Archivgut zur Auswertung in den Lesesälen des Landesarchivs NRW über das Internet bestellen.

Das Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA) nutzt die Potenziale der neuen Medien insbesondere bei der Präsentation ressortspezifischer Themen im Internet. Die Homepage des MGEPA (www.mgepa.nrw.de) bündelt Informationen über die handelnden Akteurinnen und Akteure, die Aufgaben, die Organisation und die Angebote des Ministeriums. Als ein Serviceangebot ist auf der Internetseite unter anderem die Krankenhausdatenbank NRW veröffentlicht. Diese bietet den Bürgerinnen und Bürgern Informationen zu den im Krankenhausplan des Landes NRW aufgenommen Krankenhäusern. Mit Hilfe von Suchfunktionen können Informationen über die Krankenhäuser nach Orten oder Fachabteilungen abgerufen werden. Über einen Online-Bestellservice werden in Kooperation mit „Nordrhein-Westfalen direkt“, dem Servicecenter der Landesregierung, Beratungs- und Informationsangebote des MGEPA zur Verfügung gestellt.

Das Projekt „Active Ageing of Migrant Elders across Europe“ (AAMEE) hat – gefördert von der EU-Kommission – auf die zunehmende Vielfalt im Alter durch ältere Migrantinnen und Migranten aufmerksam gemacht. Das Internetportal „www.aamee.eu“ vermittelt Grundideen, Ziele, Aktivitäten und Handlungsempfehlungen des Projekts.

Das Internetportal „www.frauennrw.de“ bietet Informationen für Frauen, die Interesse an frauenpolitischen Themen sowie Beratungs- und Vernetzungsangeboten haben. Rund 450 frauenspezifische Beratungsstellen aus Nordrhein-Westfalen stellen auf „frauennrw.de“ umfangreiche Informationen über ihre Angebote zur Verfügung. Ein Beratungsstellenfinder hilft bei der Suche nach dem passenden Angebot. Über ein Kontaktformular können sich die Bürgerinnen mit ihren Anliegen direkt an das Projektteam wenden. Zu aktuellen Themen werden gelegentlich Umfragen durchgeführt.

Ziel des Internetauftritts „www.gc.nrw.de“ ist es, die Grundidee des Gesundheitscampus Nordrhein-Westfalen, aktuelle Entwicklungen und Informationen bekannt zu machen. Alle Campuspartner haben die Möglichkeit, die Website als Plattform für ihre Pressemitteilungen, Terminankündigungen und Stellenangebote zu nutzen.

Das Angebot „www.kim.nrw.de“ (Kompetenz im Management) richtet sich an den weiblichen Führungskräftenachwuchs in NRW. Auf den Seiten können unter anderem Bewerbungsformulare für die Teilnahme am Mentoring-Programm heruntergeladen werden.

Das Internetportal „www.kuenstlerinnenpreis.nrw.de“ bietet Informationen für Kunst- und Kulturschaffende sowie -interessierte zum Künstlerinnenpreis Nordrhein-Westfalen, der seit 1996 vom Kultur- und Frauenressort gemeinsam ausgelobt wird. Die Internetseite präsentiert Vita und Werke sämtlicher Preisträgerinnen des Künstlerinnenpreises.

Die Homepage „www.lbmrv.nrw.de“ des Landesbeauftragten für den Maßregelvollzug (LBMRV) als Fachaufsichtsbehörde informiert Bürgerinnen und Bürger über den Maßregelvollzug in NRW. Neben den gesetzlichen Grundlagen werden die Therapie und Sicherung, die Regionalisierung und die Aufgaben des LBMRV erläutert. Ferner dient die Seite als Informationspool für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für externe Fachleute im Maßregelvollzug NRW.

Der Internetauftritt des LZG - www.lzg.gc.nrw.de - richtet sich an die Fachöffentlichkeit des Gesundheitssektors in NRW, an Behörden, Kommunen und andere Einrichtungen des Landes. Darüber hinaus erhalten aber auch interessierte Bürgerinnen und Bürger einen Überblick über die gesundheitliche Lage und Entwicklungen im Land. Das vielfältige Angebot des Instituts umfasst die Bereiche Gesundheitsberichterstattung, Gesundheitspolitik, gesundheitliche Versorgung und Gesundheitswirtschaft.

Das Projekt Unternehmerinnenbrief NRW (www.unternehmerinnenbrief.de) richtet sich an Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen in NRW. Die Internetseite stellt das Projekt sowie erfolgreiche Unternehmerinnen in NRW vor. Bewerbungsformulare für die Teilnahme am Projekt können heruntergeladen werden.

Das gemeinsame Informations- und Serviceportal „www.wiedereinstieg.nrw.de“ von MGEPA und dem Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS) stellt vielfältige Informationen zum beruflichen Wiedereinstieg bereit. Es richtet sich primär an potenzielle Berufsrückkehrerinnen, aber auch an Personen, die den beruflichen Wiedereinstieg begleiten. Besonderheiten des Angebotes sind die Möglichkeit, ortsgenau Kontaktstellen zum beruflichen Wiedereinstieg zu finden. Zudem wird im Rahmen des Wissensmanagementsystems KomNet die Möglichkeit eröffnet, in einer Dialogdatenbank Antworten zu Einzelfragen zu finden sowie weitere Fragen über ein Netzwerk von Expertinnen und Experten zu klären.

Die Zentralstelle der Länder für Gesundheitsschutz bei Arzneimitteln und Medizinprodukten (ZLG) nutzt im Rahmen ihrer Zuständigkeit für die Bereiche Medizinprodukte und Arzneimittel einen eigenen Webauftritt „www.zlg.de“ zur Bereitstellung umfassender Informationen wie Beschlüsse, Ergebnisse aus Gremienarbeit sowie Dokumente aus dem länderübergreifenden Qualitätssicherungssystem. In passwortgeschützten Bereichen des Webauftritts haben spezielle Nutzergruppen die Möglichkeit, sich in Foren auszutauschen und fachliche Themen gremien- und länderübergreifend zu diskutieren. Die ZLG kann online per Kontaktformular erreicht werden. Es besteht zudem im Bereich Medizinprodukte die Möglichkeit Antragsunterlagen für Anerkennungs- beziehungsweise Benennungsverfahren anzufordern. Gemäß § 15 Absatz 4 des Medizinproduktegesetzes veröffentlicht die ZLG auf ihrem Webauftritt die benannten Stellen.

Im Bereich ELSTER (Elektronische Steuererklärung) können Steuererklärungen an die Finanzverwaltung übersandt werden. Diese Funktion wird von immer mehr Bürgerinnen und Bürgern genutzt. Rund ein Viertel aller Bürgerinnen und Bürger verwenden mittlerweile die elektronische Steuererklärung. Wo es nützlich ist, bietet das Finanzministerium NRW weitere Kommunikationsmöglichkeiten im Netz. Beispielsweise erhalten Bürger und Bürgerinnen auf einer Internetseite Tipps, ihre derzeit gespeicherten Merkmale für den Lohnsteuerabzug zu ändern. Bei gesetzlichen Neuerungen wie der Grunderwerbssteuer stellt die Finanzverwaltung neben den Pressemitteilungen umfangreiche Informationen in einem Frage-Antwort-Teil zur Verfügung. Außerdem steht die Hotline von NRW direkt mit speziellen Durchwahlnummern für den Fall zur Verfügung, dass Neuerungen einen erhöhten Beratungsbedarf auslösen – zum Beispiel im Hinblick auf die Rentenbesteuerung.

Die nordrhein-westfälische Landesjustizverwaltung nutzt das Internet als informationstechnisches Instrument für die Kommunikation zwischen Gericht und Bürgerinnen und Bürgern. Deshalb stehen die meisten und umfangreichsten Informationen im Bereich Bürgerservice des NRW-Justizportals (www.justiz.nrw.de) zur Verfügung. Hier werden alle Fragen rund um die Justiz möglichst leicht verständlich beantwortet und wichtige Rechtsbegriffe erläutert.

Zudem ermöglicht die Website des in der Staatskanzlei angesiedelten ServiceCenters der Landesregierung <http://www.nordrheinwestfalendirekt.de/www.nordrheinwestfalendirekt.de>, aber auch das Kontaktformular über www.nrw.de den Bürgerinnen und Bürgern, Kontakt zur

Ministerpräsidentin, der Staatskanzlei und dem ServiceCenter aufzunehmen. Während über www.nrw.de zum Beispiel auch der wöchentliche E-Mail-Newsletter der Landesregierung abonniert werden kann, steht den Bürgerinnen und Bürgern über www.nordrheinwestfalendirekt.de auch der umfangreiche Broschürens-service der Landesregierung zur Verfügung.

184. Wie beurteilt die Landesregierung differenziert nach den jeweiligen Fachressorts und Verwaltungsebenen den momentanen Stand beim Ausbau des eGovernments in der nordrhein-westfälischen Landesverwaltung sowie in den nordrhein-westfälischen Kommunalverwaltungen hinsichtlich der verwaltungsinternen Vereinfachung von Kommunikationsprozessen innerhalb und zwischen den Behörden, und welche konkreten Ziele der Weiterentwicklung gibt es für jeweils welche Bereiche zu jeweils welchen zukünftigen Zeitpunkten?

In der vergangenen Dekade erfolgte die Weiterentwicklung des E-Government regelmäßig durch eine gemeinsame Rahmenplanung unter Beteiligung aller Ressorts. Wesentlicher Bestandteil der Rahmenplanungen waren die Bereitstellung elektronischer Verfahren und der Auf- und Ausbau einer gemeinsamen Kommunikationsinfrastruktur für die Landesverwaltung. Des Weiteren wurden Kooperationen umgesetzt, insbesondere mit dem Kommunalbereich des Landes, aber auch projektbezogen mit der Bundesverwaltung sowie mit den anderen Ländern fachbereichsspezifisch im Rahmen föderaler Zusammenarbeit. Die erfolgreiche Umsetzung des IT-Konzepts, des Masterplans E-Government und des Aktionsplans E-Government 2009 hat dazu geführt, dass die für E-Government erforderlichen Infrastrukturkomponenten weitgehend zur Verfügung stehen, und die elektronische Umsetzung zahlreicher Verfahren in sehr vielen Fachbereichen gelungen ist.

Die Informationstechnik nimmt in der Landesverwaltung eine immer wichtigere Rolle ein und ist unverzichtbares Arbeitsmittel bei der Erledigung der alltäglichen Verwaltungsarbeit. Die Bereitstellung von Informationen auf elektronischem Wege – beispielsweise in den Intranets der Behörden – beschleunigt Recherchen. Gleichmaßen verkürzt die elektronische Kommunikation die Laufzeiten zwischen den jeweiligen Stationen in den beteiligten Dienststellen deutlich. E-Government bietet auch die Möglichkeit, unter Einsatz technischer Hilfsmittel Verwaltungsabläufe anders zu organisieren und zu verschlanken. Die Umsetzung vieler E-Government-Verfahren der Landesverwaltung war mit einer Veränderung der Geschäftsprozesse verbunden und führte so zu einer höheren Effizienz. Daher leistet das E-Government einen wichtigen Beitrag zur Binnenmodernisierung der Landesverwaltung. Darüber hinaus fördert die Optimierung der Abläufe in der Verwaltung letztendlich eine erfolgreiche Erstellung von attraktiven Angeboten und eine intensive Nutzung.

Momentan stehen den Bürgerinnen und Bürgern, der Wirtschaft, den Kommunen sowie den Beschäftigten in der Landesverwaltung bereits eine Vielzahl von E-Government-Verfahren sowie über 1.300 elektronische Informationsangebote der Landesverwaltung zur Verfügung. Damit stehen nahezu alle Verwaltungsverfahren, bei denen bislang eine elektronische Umsetzung als sinnvoll und wirtschaftlich angesehen wurde, auch zur Nutzung bereit. Diese schon in Betrieb befindlichen Verfahren und Informationsangebote unterliegen einer durch fachliche und rechtliche Anforderungen bedingten kontinuierlichen Anpassung und einem an Bedarf und Wirtschaftlichkeit orientiertem weiteren Ausbau. Der Zugang zu diesen Angeboten wird durch den Einsatz von Portalen und geeigneten Suchfunktionen weiter vereinfacht, zu denen die Verwaltungssuchmaschine des Landes zählt. Mit einem E-Government-Portal soll ein zentraler Zugang zu den elektronischen Verfahren der Landesverwaltung geschaffen werden.

Aufbauend auf dem bisher Erreichten wird derzeit eine neue langfristige und dynamisch angelegte E-Government-Strategie für die Landesverwaltung mit neuen Schwerpunktsetzungen ausgearbeitet. Die neue E-Government-Strategie wird sich durch einen langfristigen, übergreifenden und ganzheitlichen Modernisierungsansatz auszeichnen, der auch das politisch prioritäre Ziel des Open Government aufgreift und eine enge interdisziplinäre Verzahnung aller relevanter Geschäftsbereiche und Zuständigkeiten anstrebt, insbesondere mit den Bereichen Organisation und Öffentlichkeitsarbeit. Die elektronischen Fachverfahren der Ressorts werden dabei weiterhin ein Kernelement des E-Governments der Landesverwaltung bilden und über ihre Weiterentwicklung maßgeblich für die Verbesserung des Gesamtangebotes sein. Die E-Government-Strategie dient dazu, den Zugang und Service für Bürgerinnen und Bürger wie auch für die Wirtschaft weiter zu verbessern, die Effizienz der Verwaltungsarbeit zu erhöhen, E-Government als Standortfaktor und wichtiges Instrument der Verwaltungsmodernisierung weiter zu entwickeln sowie zu den gemeinsamen Zielen des Bundes und der Länder beizutragen, die in der Nationalen E-Government-Strategie beschlossen wurden.

Vor dem Hintergrund der gemeinsamen strategischen Ausrichtung und der gemeinschaftlichen Umsetzung des E-Government in der Landesverwaltung ist eine differenzierte Darstellung nach Ressorts nicht sachgerecht beziehungsweise zweckmäßig.

Die vom IT-Planungsrat beschlossene Nationale E-Government-Strategie stellt den Rahmen für die E-Government-Maßnahmenplanung der Landesverwaltung dar. Mit Verabschiedung der Nationalen E-Government-Strategie und den zugehörigen Umsetzungsmaßnahmen durch den IT-Planungsrat wird eine gemeinsame strategische Ausrichtung von Bund, Ländern und Kommunen für die Weiterentwicklung des E-Government im Bereich übergreifender Querschnittsthemen angestrebt, um Interoperabilität und Wirtschaftlichkeit zu sichern. Der die Verwaltungsebenen übergreifende Ansatz im E-Government wird zunehmend wichtiger. Medienbruchfreie, durchgängige Angebote erhöhen die Servicequalität und Akzeptanz für die Nutzung der elektronischen Angebote. Das gilt nicht nur bei den Angeboten der Landesverwaltung für Bürgerinnen und Bürger sowie für Unternehmen, sondern in gleicher Weise auch bei den elektronischen Verfahren, die Bund, Länder und Kommunen untereinander betreiben. Die Landesregierung sieht in einer mit der Nationalen E-Government-Strategie und mit den europäischen Planungen abgestimmten Fortentwicklung des E-Government eine wirkungsvolle Vorgehensweise zur Optimierung des elektronischen Zugangs von Bürgerinnen und Bürgern sowie der Wirtschaft zu Behördendienstleistungen.

Auch wenn die Diskussion zum Thema noch nicht abgeschlossen ist, so wird ein Schwerpunkt der E-Government-Strategie des Landes auf der Vertiefung der Zusammenarbeit mit den Kommunen liegen. Bereits heute werden über 60 Verfahren zwischen Land und Kommunen elektronisch abgewickelt. Eine besondere Rolle kommt den Kommunen gegenüber den Bürgerinnen und Bürger schon dadurch zu, dass sie in der Regel die erste Anlaufstelle für deren Verwaltungsanliegen sind. Zahlreiche Kommunen des Landes haben umfangreiche E-Government-Angebote, die sie in eigener Zuständigkeit auf- und ausbauen. Eine Bewertung der kommunalen E-Government-Angebote nimmt die Landesregierung nicht vor (siehe dazu die Antwort zu Frage 187).

Die Fachverfahren der Ressorts sind unverändert ein wesentliches Element der E-Government-Strategie des Landes. In vielen Fällen handelt es sich dabei um Entwicklungen, die von Ländern gemeinsam betrieben werden. Über die Einbindung der Fachministerkonferenzen in den IT-Planungsrat ist in der Regel auch hier die Synchronisierung mit der Nationalen E-Government Strategie gegeben. Beispiele sind:

- Die Geobasisdaten des Liegenschaftskatasters werden derzeit durch die 53 kommunalen Katasterbehörden geführt und bereitgestellt. Die Führung und Bereitstellung wird bis zum Ende des Jahres 2012 auf das bundesweit einheitliche Amtliche Liegenschaftskataster-Informationssystem (ALKIS) umgestellt sein. Ferner erfolgt ressortübergreifend der Aufbau einer Geodateninfrastruktur und die Umsetzung der EU-Richtlinie 2007/2 (Infrastructure for Spatial Information in Europe – INSPIRE). Das Ziel dieser Arbeiten besteht darin, dass in allen Bereichen der Landesverwaltung und der Kommunen Geodaten internetbasiert und nach einheitlichen Standards für Bürger und Bürgerinnen, Wirtschaft und Verwaltung bereitgestellt werden können.
- Im Bereich des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV) können beispielhaft die Verfahren zur Wohngeldberechnung, das Verfahrensmanagement für Großraum- und Schwertransporte sowie die Projekte im Bereich Startercenter NRW und Gewerbeanmeldung angeführt werden.
- Wesentliche E-Government-Schwerpunkte für Bürger und Bürgerinnen im Bereich der Finanzverwaltung werden zum Beispiel in der Bund-Länder-Kooperation zum Verfahren ELSTER umgesetzt. Neben der Möglichkeit, über ELSTER auf elektronischem Weg Steuererklärungen, -anmeldungen und Anträge zu übermitteln, wurde mit dem ELSTER-Onlineportal die Möglichkeit geschaffen, auch Direktabrufe zu den Daten der Steuerverwaltung vornehmen zu können. So können Bürger und Bürgerinnen bereits heute Auskunft über ihr Erhebungskonto erhalten. Diese Dienste werden weiter ausgebaut. Bereits in der Realisierung ist die „Vorausgefüllte Steuererklärung“.
- Die Landesregierung verfolgt ferner das Ziel, die flächendeckende Einführung des elektronischen Rechtsverkehrs in der Justiz durch verschiedene Maßnahmen erheblich zu fördern. Das Justizministerium des Landes Nordrhein-Westfalen beteiligt sich an der Arbeitsgruppe „eJustice-Bundesratsinitiative“, deren Einrichtung durch die Amts-Chefinnen und Amts-Chefs des Bundesministeriums der Justiz und der Landesjustizverwaltungen im Rahmen ihres Treffens vom 21./22. April 2010 in Görlitz beschlossen worden ist. Ziel der Arbeitsgruppe ist es, zur Frühjahrs-Justizministerkonferenz 2012 den Justizministerinnen und Justizministern einen Gesetzentwurf vorlegen zu können.
- Die OSCI-basierte (Online Services Computer Interface) Kommunikationsinfrastruktur Elektronisches Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) und das Identitätsmanagement S.A.F.E. (Secure Access to Federated e-Justice/e-Government) bilden weitere Schwerpunkte.

Die allen Ressorts zur Verfügung stehende Infrastruktur wird kontinuierlich und bedarfsgerecht weiter entwickelt, um auch zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden. Gleiches gilt für die elektronische Umsetzung der Verwaltungsverfahren. Da sowohl die Diskussion innerhalb des Landes über die neue E-Government-Strategie als auch die Debatte zwischen Bund und Ländern über die Umsetzung der Nationalen E-Government-Strategie noch nicht abgeschlossen sind, können über die Kosten der Umsetzung noch keine verlässlichen Angaben gemacht werden (siehe auch Antwort zu Frage 190). Eine Finanzierung der Maßnahmen kann in jedem Fall nur im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel und unter Berücksichtigung der personellen Ressourcen erfolgen. Ebenso können fundierte Aussagen zu Auswirkungen und gegebenenfalls erforderlichen Änderungen des Landesrechts erst getroffen werden, wenn die Diskussion über das E-Government-Gesetz des Bundes abgeschlossen ist und ein Gesetzentwurf vorliegt.

185. Wie beurteilt die Landesregierung differenziert nach den jeweiligen Fachressorts und Verwaltungsebenen den momentanen Stand beim Ausbau des eGovernments in der nordrhein-westfälischen Landesverwaltung sowie in den nordrhein-westfälischen Kommunalverwaltungen zugunsten der Bevölkerung hinsichtlich der Vereinfachung von Kommunikationsprozessen und der Aufgabenerledigung im Kontakt von Bürgern und Verwaltung, und welche konkreten Ziele der Weiterentwicklung gibt es für jeweils welche Bereiche zu jeweils welchen zukünftigen Zeitpunkten?

Siehe dazu die Antwort zu den Fragen 183 und 184.

186. Welche organisatorischen, rechtlichen, technischen, wirtschaftlichen und sonstigen Ziele und Lösungen werden von der Landesregierung angestrebt für einen weiteren Ausbau oder eine weitere Professionalisierung und Optimierung des eGovernments, und welcher Änderungsbedarf sowie welche Handlungsnotwendigkeiten ergeben sich daraus an jeweils welcher Stelle (wie beispielsweise Qualifizierungsnotwendigkeiten, Rechtsänderungen, neue technische Systemumstellungen, Anbieterwechsel etc.)?

Siehe dazu die Antwort zu Frage 184.

187. Wie groß sind nach den Erkenntnissen der Landesregierung die gegenwärtigen Unterschiede bei der Nutzung des eGovernments in der Bandbreite bei allen nordrhein-westfälischen Kommunalverwaltungen (von namentlich welchen Nichtnutzern bis hin zu namentlich welchen Kommunen mit einem nahezu vollständigen Ausbaustand)?

Die verwaltungsinterne Vereinfachung von Kommunikationsprozessen in den Kommunalverwaltungen und zwischen Kommunalverwaltungen durch den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnik erfolgt im Rahmen kommunaler Selbstverwaltung.

Die verfassungsrechtlich garantierte kommunale Selbstverwaltung (Art. 28 Abs. 2 GG, Art. 78 LVerf) gewährleistet den Gemeinden das Recht, „alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft im Rahmen der Gesetze in eigener Verantwortung zu regeln.“ Das kommunale Selbstverwaltungsrecht umfasst auch die kommunale Organisationshoheit und damit das Recht der Gemeinden, über die Art und Weise ihrer Aufgabenerledigung eigenverantwortlich zu entscheiden.

Einschränkungen der eigenverantwortlichen Aufgabenwahrnehmung sind zwar grundsätzlich zulässig, bedürfen aber einer gesetzlichen Grundlage. Soweit daher keine fachgesetzlichen Regelungen eine elektronische Verfahrensabwicklung vorschreiben, kann die Gemeinde im gesetzlichen Rahmen eigenständig über den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnik entscheiden. Es besteht auch keine Verpflichtung der Gemeinden, hierüber die Aufsichtsbehörden zu informieren. Vor diesem Hintergrund gibt es keine systematischen Erkenntnisse der Landesregierung über den Ausbau des E-Government in den nordrhein-westfälischen Kommunalverwaltungen.

188. Wie beurteilt die Landesregierung die Nutzerakzeptanz der bereits heute bestehenden eGovernment-Angebote der Landesverwaltung differenziert nach den beiden Kernnutzergruppen (interne Bedienstete bzw. externe Nutzer wie Bürger oder Unternehmen), und auf jeweils welchen einzelnen Befragungen, Analysen bzw. Datenerhebungen beruhen diese Erkenntnisse?

Eine systematische Analyse des Nutzerverhaltens findet sowohl im Hinblick auf interne Bedienstete als auch auf externe Nutzer nicht statt. Konkrete Aussagen zur Akzeptanz der Nutzer können nur dann getroffen werden, wenn Verfahren sowohl elektronisch als auch auf anderem Weg (zum Beispiel Papier) abgewickelt werden können.

So weisen beispielsweise die E-Government-Angebote der Polizei NRW eine hohe Nutzerakzeptanz auf. Die Zahlen steigen jedes Jahr kontinuierlich an. Aktuell gehen bei der Internetwache der Polizei NRW monatlich ca. 5.000 Strafanzeigen und 400 Hinweise ein. Bei der Bewerbungskampagne 2011 wurden von rund 7.500 Bewerbungen über das Internet 1.400 Bewerber eingestellt. Die Bewerberzahlen steigen seit Jahren stetig an.

Steuererklärungen an die Finanzverwaltung können über das Verfahren ELSTER elektronisch übersandt werden. Diese Funktion wird von immer mehr Bürgerinnen und Bürgern genutzt; rund ein Viertel verwendet mittlerweile die elektronische Steuererklärung.

Nutzerbefragungen finden wegen des Aufwands und der Kosten nur in Ausnahmefällen statt. Bürgerinnen und Bürger können beispielsweise ihre Zufriedenheit mit Serviceleistungen der Finanzämter im Rahmen der im 2-Jahres-Turnus durchgeführten Bürgerbefragung äußern. In 2010 wurden die Bürgerinnen und Bürger bereits zum wiederholten Mal über einen Aufdruck auf dem Steuerbescheid zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. Die Ergebnisse fließen in die Weiterentwicklung der Angebote ein.

Zusätzliche, indirekte Hinweise auf eine hohe Akzeptanz liefert die Übernahme von Anwendungen der Landesverwaltung durch andere Länder. Exemplarisch sei der Wohngeldrechner NRW mit rund 3.000 Zugriffen am Tag genannt, der nach seiner Veröffentlichung von den Ländern Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Saarland, Schleswig-Holstein und Thüringen übernommen wurde.

189. Welche technischen Voraussetzungen und Systemlösungen stehen jeweils innerhalb der einzelnen Verwaltungsebenen jeweils differenziert nach Fachresorts innerhalb der Landesverwaltung zur Umsetzung eines umfassenden eGovernment-Ansatzes derzeit zur Verfügung?

Die gesamte IT-Infrastruktur des Landes stellt die Basis für die Umsetzung von E-Government-Verfahren dar. Allen am Landesverwaltungsnetz angeschlossenen Behörden, Einrichtungen und Gerichten stehen Kommunikationsbasisdienste wie beispielsweise E-Mail und ein zentraler Internetzugang zur Verfügung. Ein wesentliches Element aller bisherigen E-Government-Rahmenplanungen der Landesverwaltung war der Aufbau zentral betriebener Komponenten, die über die Kommunikationsbasisdienste hinaus für spezielle Anforderungen des E-Government wie eine medienbruchfreie und rechtsverbindliche Kommunikation mit der Verwaltung erforderlich sind. Hierzu zählen insbesondere:

- das Redaktionssystem zur Erstellung und Pflege von Internet- und Intranetauftritten,
- der Formular-Server zur Bereitstellung und Nutzung elektronischer Formulare,

- das Elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach zur sicheren und rechtsverbindlichen Kommunikation, verbunden mit der Möglichkeit, qualifizierte elektronische Signaturen einzusetzen,
- die Bezahlungsfunktion für Zahlungen über das Internet, beispielsweise per Kreditkarte,
- Dienstleistungsportale für Bürgerinnen und Bürger, Wirtschaft und Kommunen sowie für Verwaltungen außerhalb Nordrhein-Westfalens als zentrale Einstiegspunkte zu E-Government-Dienstleistungen des Landes.

In vielen Fachverfahren findet auch eine Ankopplung an Vorgangsbearbeitungssysteme wie DOMEA (Dokumentenmanagement und elektronische Archivierung im IT-gestützten Geschäftsgang) oder an geographische Informationssysteme statt. Die zentrale Bereitstellung von Komponenten beim Rechenzentrum der Landesverwaltung unterstützt die Einheitlichkeit der realisierten Lösungen und ermöglicht die Realisierung von Synergieeffekten.

190. Welche Verbesserungsmöglichkeiten an jeweils welchen Stellen und bei jeweils welchen Funktionen sieht die Landesregierung hinsichtlich des weiteren Ausbaus des eGovernment-Ansatzes, und welche voraussichtlichen Kosten werden dem Land jeweils für welche der beabsichtigten Ausbau- und Professionalisierungsmaßnahmen entstehen?

Die nordrhein-westfälischen E-Government-Aktivitäten haben bereits viele Verwaltungsprozesse für die Bürgerinnen und Bürger, die Wirtschaft und auch für die Verwaltung selbst mittels IT-Lösungen schneller und effizienter gestaltet (siehe Antwort zu Frage 184). Die hierfür errichtete technische Infrastruktur wird über den reinen Dienstleistungsaspekt hinaus künftig die Basis bilden, um die im Koalitionsvertrag angekündigte Open-Government-Initiative der Landesregierung umzusetzen.

Unter dem Begriff „Open Government“ versteht man die Öffnung von Staat und Verwaltung mittels internetbasierter

- **Transparenz** durch die Bereitstellung von Daten der öffentlichen Verwaltung in maschinell verarbeitbarer Form (Open Data),
- **Partizipation** an Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen (E-Partizipation),
- **Zusammenarbeit** zwischen Bürgern und Bürgerinnen, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Interessengruppen.

Die drei Prinzipien von Open Government sollen fester Bestandteil der Open Government-Strategie des Landes Nordrhein-Westfalen werden. Sie stehen im Einklang mit der sogenannten Malmöer Erklärung 2009 der EU-Mitgliedsstaaten und der vom IT-Planungsrat im September 2010 beschlossenen Nationalen E-Government-Strategie. Open Government ist mehr als eine rein technisch-administrative Dimension öffentlicher Verwaltung. Open Government beschreibt vielmehr eine neue Art des politischen Handelns, das sich vor allem in elektronischer Interaktion niederschlagen und das Verhältnis zwischen Politik und Bürgerinnen und Bürgern verbessern soll. E-Partizipation als Element des Open Government bedeutet hierbei keine Abkehr vom Prinzip der repräsentativen Demokratie. Sie bietet allerdings neue Möglichkeiten, die Bürgerinnen und Bürger über die Potenziale des Internets und seine sozialen Netzwerke an Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen. Mit dem vereinfachten Zugang zu Informationen und offenen, maschinenlesbaren Verwaltungsdaten (Open Data) trägt die Open Government-Initiative zudem zu mehr Transparenz gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern und damit auch zu einer Stärkung der Ver-

trauenswürdigkeit von Politik und Verwaltung bei. Open Government wird so mit den Mitteln des E-Government zu einem Motor für mehr Demokratie und Bürgernähe in NRW. Die hieraus resultierenden Kosten können zurzeit noch nicht beziffert werden.

191. Wie beurteilt die Landesregierung jeweils einzeln die Internetauftritte der unterschiedlichen Landesministerien und deren nachgeordneter Behörden hinsichtlich Informationsgehalt, Nutzerfreundlichkeit, Vollständigkeit und Barrierefreiheit?

Internetauftritte von staatlichen Behörden und Einrichtungen sollen die Nutzerinnen und Nutzer präzise, umfassend und verständlich über Aufgaben, Aufbau und Ansprechpartner der jeweiligen Institution informieren, ebenso über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen. Hierfür ist ein leichter Zugang zu dem jeweiligen Internetauftritt ebenso wichtig wie dessen übersichtliche und klare Gestaltung.

Gemessen an diesen Zielen und Anforderungen bewertet die Landesregierung den Internetauftritt der staatlichen Behörden und Einrichtungen in Nordrhein-Westfalen insgesamt sehr positiv. In den vergangenen Jahren haben nahezu alle staatlichen Verwaltungen – der wachsenden Bedeutung ihres Internetauftritts in einer „digitalen Welt“ angemessen – erhebliche Anstrengungen unternommen, um Verständlichkeit, Vollständigkeit und Aktualität der über das Internet angebotenen Informationen zu verbessern. In vielen Fällen haben sie – zum Teil mit Hilfe externer Fachleute – ein ansprechendes und nutzerorientiertes Design entwickelt. Zugleich sind vielfach interne Redaktionskonferenzen installiert, die die Aktualität des Internetangebots sicherstellen. Zentral entwickelte Musterauftritte wirken sich qualitätsfördernd auf das gesamte Angebot aus.

Die Landesregierung ist sich allerdings bewusst, dass die Frage, ob ein Internetauftritt gelungen ist, eine subjektive Fragestellung und daher unterschiedlichen Bewertungen zugänglich ist. Zudem steht außer Frage, dass Internetauftritte fast immer Optimierungspotenzial aufweisen. Entscheidend ist hierbei indes die Nutzerperspektive: Nutzerinnen und Nutzer sind aufgerufen, durch ihre Rückmeldung Ansätze für Verbesserungen zu liefern. Die Bewertung eines einzelnen Internetauftritts durch die Landesregierung kann dies nicht ersetzen.

Unabhängig von der Gestaltung des einzelnen Internetauftritts sieht sich die Landesregierung in der Verantwortung, den Zugang zu Informationen über die Landesverwaltung und zu Informationen aus der Landesverwaltung möglichst leicht zu gestalten. Die Portale der Landesregierung bieten diesen Zugang.

Ein wesentlicher Aspekt bei der Umsetzung der Internetauftritte des Landes ist die Barrierefreiheit. Die Angebote sollen Menschen mit Behinderungen eine umfassende Teilhabe an den Informationen und Dienstleistungen der Landesverwaltung im Internet ermöglichen. Rasante technische Entwicklungen im Bereich der Internettechnologie bedeuten einen steten Veränderungs- und Anpassungsbedarf der bestehenden Angebote auch unter diesem Gesichtspunkt. Die angestrebte Novellierung der „Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung NRW“ soll Entwicklungen wie beispielsweise die mittlerweile übliche Einbindung von Videos oder pdf-Dokumenten berücksichtigen und so den Behörden eine Umsetzung erleichtern.

192. Welche Aufwendungen bei Personaleinsatz und Sachkosten sind jeweils jährlich in den letzten fünf Jahren differenziert nach den einzelnen Fachressorts der Landesregierung für den entsprechenden Internetauftritt entstanden (möglichst präzise aufgeschlüsselt nach laufenden Kosten und Einzelausgaben für Relaunches etc.), und wie plant die Landesregierung die Entwicklung des zukünftigen Ressourcenbedarfs hierfür ein?

Die unten stehenden Tabellen geben die Aufwendungen für die Internetpräsenzen der Landesregierung differenziert nach den einzelnen Fachressorts für den Zeitraum der Jahre 2006 bis 2010 wieder. Für das laufende Haushaltsjahr sind noch keine hinreichend zuverlässigen Aussagen möglich. Die Angaben des gesamten Zeitraums wurden dem aktuellen Zuschnitt der Ministerien zugeordnet. Bei den Fällen, wo durch Umressortierungen Veränderungen eintraten, sind die Kosten beim jeweiligen Rechtsnachfolger angeführt.

Es handelt sich dabei um Kosten, die im Zusammenhang mit externen Dienstleistern oder Herstellern stehen. Da für die Betreuung der Internetangebote sowohl in redaktioneller als auch systemtechnischer Hinsicht – wie auch für alle sonstigen Tätigkeiten – keine detaillierte Erfassung von Tätigkeiten und Zeiten erfolgt, können über interne Aufwände keine hinreichend zuverlässigen Aussagen gemacht werden. Demzufolge wurden sie nicht in die Betrachtung aufgenommen. Je nach Haus kann zudem die Art der Verbuchung von Aufwendungen als Personal- oder Sachkosten variieren. Um eine gleichartige Darstellung bei allen Ressorts zu gewährleisten, wurden die internen Verrechnungskosten für den Fall eines Betriebes bei IT.NRW ebenfalls nicht angeführt.

Kurzfristig wird bei den Angeboten, bei denen keine grundlegenden Veränderungen zu erwarten sind, mit etwa gleichbleibenden Kosten gerechnet. Erhöhter Aufwand wird sich erfahrungsgemäß durch Veränderungen infolge einer Regierungsneubildung ergeben oder wenn aus aktuellem Anlass, beispielsweise infolge der Verabschiedung einer gesetzlichen Regelung oder im Rahmen von Onlinekonsultationen, begleitende Onlinemaßnahmen umgesetzt werden.

In Bezug auf die mittelfristige Entwicklung des zukünftigen Ressourcenbedarfs geht die Landesregierung davon aus, dass sich der grundsätzliche Bedarf angesichts des Bedeutungszuwachses digitaler Kommunikationswege erhöhen wird. Auch die im Internet zunehmende Bereitstellung multimedialer Inhalte, beispielsweise Onlinevideo-Material in Internetauftritten, könnte zu einer Erhöhung der erforderlichen Ressourcen führen. Welchen konkreten Einfluss dies auf den personellen und finanziellen Aufwand nehmen wird, wird entsprechend zu beobachten sein.

Tab. 192.1: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen der Staatskanzlei NRW, der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM) und des Ministeriums für Schule und Weiterbildung (MSW)

Jahr			Staatskanzlei und MBEM	MSW
2006	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	42.818 €	
		laufend	99.717 €	140.000 €
	Gesamt		142.535 €	140.000 €
2007	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	30.815 €	
		laufend	110.940 €	169.083 €
	Gesamt		141.755 €	169.083 €
2008	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	28.782 €	
		laufend	55.364 €	175.645 €
	Gesamt		84.146 €	175.645 €
2009	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	144.700 €	
		laufend	71.936 €	144.762 €
	Gesamt		216.636 €	144.762 €
2010	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	25.811 €	12.495 €
		laufend	66.549 €	166.236 €
	Gesamt		92.360 €	178.731 €

Tab. 192.2: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen des Finanzministeriums (FM) und des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV)

Jahr			FM	MWEBWV
2006	Personalkosten	ereignisbezogen		287.089
		laufend		122.499
	Sachkosten	ereignisbezogen		1.670
		laufend	185.600 €	373.388
	Gesamt		185.600 €	448.646
2007	Personalkosten	ereignisbezogen		407.865
		laufend		103.581
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	1.291.150 €	24.658
	Gesamt		1.291.150 €	536.104
2008	Personalkosten	ereignisbezogen		558.846
		laufend		115.573
	Sachkosten	ereignisbezogen		35.414
		laufend	569.474 €	26.976
	Gesamt		569.474 €	736.809
2009	Personalkosten	ereignisbezogen		549.324
		laufend		125.226
	Sachkosten	ereignisbezogen		458
		laufend	641.707 €	21.034
	Gesamt		641.707 €	696.042
2010	Personalkosten	ereignisbezogen		450.461
		laufend		79.880
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	769.930 €	26.470
	Gesamt		769.930 €	556.311

Tab. 192.3: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen des Ministeriums für Inneres und Kommunales (MIK) und des Ministeriums für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS)

Jahr			MIK	MAIS
2006	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	95.000	17.400 €
	Gesamt		95.000	17.400 €
2007	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	95.000	7.259 €
	Gesamt		95.000	7.259 €
2008	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	95.000	5.141 €
	Gesamt		95.000	5.141 €
2009	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	95.000	5.141 €
	Gesamt		95.000	5.141 €
2010	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	117.077	
		laufend		5.141 €
	Gesamt		117.077	5.141 €

Tab. 192.4: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen des Justizministeriums (JM) und des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV)

Jahr			JM	MKULNV
2006	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		8.343 €
		laufend		23.490 €
	Gesamt		0 €	31.833 €
2007	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		3.586 €
		laufend		32.844 €
	Gesamt		0 €	36.430 €
2008	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend		42.138€
	Gesamt		0 €	42.138€
2009	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen		25.000 €
		laufend		38.220 €
	Gesamt		0 €	63.220 €
2010	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend		
	Sachkosten	ereignisbezogen	49.000 €	
		laufend		52.912 €
	Gesamt		49.000 €	52.912 €

Tab. 192.5: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) und des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS)

Jahr			MIWF	MFKJKS
2006	Personalkosten	ereignisbezogen		82.077,08
		laufend	40.117	31.088,00
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	3.631	
	Gesamt		43.748	113.165,08
2007	Personalkosten	ereignisbezogen		28.798,48
		laufend	55.054	61.437,00
	Sachkosten	ereignisbezogen	29.176	
		laufend		
	Gesamt		84.230	90.235,48
2008	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend	50.786	133.382,43
	Sachkosten	ereignisbezogen	84.664	
		laufend		
	Gesamt		135.450	133.382,43
2009	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend	74.649	58.500,27
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	27.481	
	Gesamt		102.130	58.500,27
2010	Personalkosten	ereignisbezogen		
		laufend	71.400	45.668,74
	Sachkosten	ereignisbezogen		
		laufend	5.958	
	Gesamt		77.358	45.668,74

Tab. 192.6: Personal- und Sachkosten für die Internetpräsenzen des Ministeriums für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA)

Jahr			MGEPA
2006	Personalkosten	ereignisbezogen	1.175 €
		laufend	18.331 €
	Sachkosten	ereignisbezogen	498 €
		laufend	
	Gesamt		20.004 €
2007	Personalkosten	ereignisbezogen	350 €
		laufend	6.013 €
	Sachkosten	ereignisbezogen	
		laufend	2.802 €
	Gesamt		9.165 €
2008	Personalkosten	ereignisbezogen	
		laufend	5.246 €
	Sachkosten	ereignisbezogen	
		laufend	1.428 €
	Gesamt		6.674 €
2009	Personalkosten	ereignisbezogen	
		laufend	5.246 €
	Sachkosten	ereignisbezogen	
		laufend	3.570 €
	Gesamt		8.816 €
2010	Personalkosten	ereignisbezogen	11.907 €
		laufend	2.261 €
	Sachkosten	ereignisbezogen	
		laufend	2.856 €
	Gesamt		17.024 €

193. Welche einzelnen Domains von Landesbehörden in den jeweiligen Bereichen ihrer Fachressorts werden in der laufenden Pflege und Aktualisierung mit landeseigenem Personal im Bestand gepflegt, bzw. welche Domains erfahren derzeit jeweils welchen kommerziellen externen Support, und warum wird die Homepagepflege, -erstellung und -aktualisierung zwischen den einzelnen Behörden unterschiedlich gehandhabt?

Die Zahl der Internetauftritte von Stellen der Landesregierung beläuft sich derzeit auf über 1300. Aus Gründen der Praktikabilität und Handhabbarkeit wurde dementsprechend auf eine landesweite Erhebung verzichtet. Die unten stehende Tabelle gibt die Domains in der Verantwortung der Staatskanzlei und der Ministerien sowie die Art der Betreuung wieder.

Die Gründe für die unterschiedliche Handhabung sind einzelfallabhängig. Grundsätzlich kann jedoch festgehalten werden, dass in der Regel wirtschaftliche Überlegungen, technische Kenntnisse oder fehlende personelle Ressourcen sowie die Einbindung externen Expertenwissens maßgeblich sind für die Entscheidung für oder gegen eine technische und inhaltliche Betreuung mit landeseigenem Personal.

Tab. 193.1: Technik und Betreuung der Webpräsenzen der Landesregierung Nordrhein-Westfalen nach Fachressort

Domain	Technik	inhaltliche Betreuung
	Stk und MBEM	
nrw.de	extern	intern
unser.nrw.de	extern	intern
nordrheinwestfalendirekt.de	extern	intern
mbem.nrw.de / europa.nrw.de	extern	intern
	MSW	
msw.de	extern	intern
chancen-nrw.de	extern	intern + extern
zfs1.nrw.de	intern	intern
elise.nrw.de	intern	intern
lpa1.nrw.de	intern	intern
pruefungsamt.nrw.de	intern	intern
sevon.nrw.de	extern	intern
standardsicherung.nrw.de	extern	intern
medienberatung.schulministerium.nrw.de	extern	intern
lehrerfortbildung.schulministerium.nrw.de	extern	intern
kompetenzteams.schulministerium.nrw.de	extern	intern
lehrplankompass.schulministerium.nrw.de	extern	intern
leseschule.nrw.de	extern	intern
learnline.schulministerium.nrw.de	extern	intern
suche.lehrerfortbildung.schulministerium.nrw.de	extern	intern
redaktion.lehrerfortbildung.nrw.de	extern	intern

Domain	Technik	inhaltliche Betreuung
bildungspartner.schulministerium.nrw.de	extern	intern
bibliothek.schulministerium.nrw.de	extern	intern
museum.schulministerium.nrw.de	extern	intern
musikschule.schulministerium.nrw.de	extern	intern
archiv.schulministerium.nrw.de	extern	intern
medienzentrum.schulministerium.nrw.de	extern	intern
vhs.schulministerium.nrw.de	extern	intern
volkshochschule.schulministerium.nrw.de	extern	intern
regionale.bildungsnetzwerke.schulministerium.nrw.de	extern	intern
	FM	
fm.nrw.de	intern	intern
steuerfahndung.nrw.de	intern	intern
lbv.nrw.de	intern	intern
ppp.nrw.de	intern	intern
finanzamt.nrw.de	intern	intern
ausbildung-im-finanzamt.de	intern	intern
epos.nrw.de	intern	intern
beamtenversorgung.nrw.de	intern	intern
pem.nrw.de	intern	intern
vergabe.nrw.de	extern	extern
evergabe.nrw.de	extern	extern
	MWEBWV	
messen.nrw.de	extern	intern
ikt.nrw.de	extern	extern
wirtschaft.nrw.de	extern	intern
ziel2.nrw.de	extern	intern + extern
rauchmelder.nrw.de	intern	intern
barrierefreiheit.nrw.de	extern	extern
wirtschaftsdialog.nrw.de	intern	intern
ea-finder.nrw.de	intern	intern
startcenter.nrw.de	intern	extern
lvp.nrw.de	intern	intern
rrx.nrw.de	intern	intern
initiativebahn.nrw.de	extern	intern
verkehrsinfo.nrw.de	extern	extern
autobahn.nrw.de	intern	extern
radverkehrsnetz.nrw.de	extern	extern
radroutenplaner.nrw.de	extern	extern

Domain	Technik	inhaltliche Betreuung
fahrradfreundlich.nrw.de	extern	extern
verkehrssicherheit.nrw.de	intern	extern
simply-city.de	extern	extern
wohngeldrechner.nrw.de	intern	intern
kinderfreundliche-stadtentwicklung.nrw.de	intern	intern
freiraumzeit.nrw.de	intern	intern
initiative-ergreifen.de	extern	intern
regionalen.nrw.de	extern	intern
industriekultur-aktuell.de	intern	extern
aegis.nrw.de	intern	intern
brueckenbau.nrw.de	intern	intern
geoview.nrw.de	intern	intern
geoversi.nrw.de	intern	intern
gus-qualifizierung.nrw.de	intern	intern
gst-qualifizierung.nrw.de	intern	intern
verkehrs-intern.nrw.de	intern	intern
vip.nrw.de	intern	intern
	MIK	
mik.nrw.de	extern	intern
polizei.nrw.de	extern	intern
wahlen.nrw.de	extern	intern
andi.nrw.de	extern	intern
	MAIS	
mais.nrw.de	extern	intern
arbeit.nrw.de	extern	extern
jauu.nrw.de	extern	extern
esf.nrw.de	extern	intern
arbeit-demografie.nrw.de	intern	extern
komnet.nrw.de	intern	intern
jobmappe.nrw.de	extern	extern
arbeitsschutz.nrw.de	extern	Intern + extern
takecare.nrw.de	intern	intern
integration.nrw.de	intern	intern
elternnetzwerk.nrw.de	extern	intern
landesbeirat.nrw.de	intern	intern
migrationsroute.nrw.de	intern	intern
lebenmitbehinderung.nrw.de	extern	extern
startpuntgrensarbeid.nl/de	extern	extern

Domain	Technik	inhaltliche Betreuung
grenzpendler.nrw.de	extern	intern
sozialberichte.nrw.de	intern	extern
tarifregister.nrw.de	extern	intern
landesbehindertenbeauftragter.nrw.de	extern	intern
	JM	
justiz.nrw.de	intern	intern
	MKULNV	
umwelt.nrw.de	intern + extern	intern
oekolandbau.nrw.de	intern	intern
elwasims.nrw.de	extern	intern
flussgebiete.nrw.de	extern	intern
apug.nrw.de	extern	intern
umgebungslaermportal.nrw.de	extern	intern
schulobst.nrw.de	extern	intern
netzwerk-finanzkompetenz.de	extern	intern
ernaehrungsportal.nrw.de	extern	keine
allianz-fuer-die-flaeche.nrw.de	extern	extern
regional-climate.eu	extern	extern
uvo.nrw.de	intern	intern
uis.nrw.de/wiki/	intern	intern
	MIWF	
wissenschaft.nrw.de	extern	intern + extern
studinavi-nrw.de	extern	extern
hochschule-ist-zukunft.de.	extern	extern
	MFKJKS	
mfkjks.nrw.de	extern	intern
ehrensache.nrw.de	intern	extern
eltern geld.nrw.de	intern	intern
engagiert-in-nrw.de	intern	extern
familie-in-nrw.de	Intern + extern	extern
familieundberuf.nrw.de	intern	extern
geschichte.nrw.de	extern	extern
kulturundschule.de	extern	extern
kunst-aus-nrw.nrw.de	extern	extern
politische-bildung.nrw.de	extern	intern
sportland.nrw.de	extern	extern
vaeter.nrw.de	intern	extern

	MGEPA	
aamee.eu	extern	intern
frauenrnrw.de	extern	extern
kim.nrw.de	extern	extern
kuenstlerinnenpreis.nrw.de	extern	intern
mgepa.nrw.de	extern	intern
senioren.nrw.de	extern	extern
unternehmerinnenbrief.de	extern	extern
wiedereinstieg.nrw.de	extern	extern

MBEM: Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien

MSW: Ministerium für Schule und Weiterbildung

FM: Finanzministerium

MWEBVV: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr

MIK: Ministerium für Inneres und Kommunales

MAIS: Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales

JM: Justizministerium

MKULNV: Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz

MIWF: Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung

MFKJKS: Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport

MGEPA: Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter

194. Durch welche konkreten Maßnahmen stellt die Landesregierung die volle Barrierefreiheit aller einzelnen Seiten ihres eigenen Internetangebots sowie der Internetauftritte der jeweiligen Fachressorts samt nachgeordneter Behördenbereiche sicher, und welchen Verbesserungsbedarf sieht die Landesregierung hier?

Die Ressorts untersuchen regelmäßig die Barrierefreiheit ihrer Internetauftritte und nehmen bei Bedarf die erforderlichen Anpassungen vor. Das gleiche gilt für nachgeordnete Behörden, die dies in eigener Verantwortung tun. Die Ressorts, beziehungsweise die von ihnen beauftragten Agenturen, setzen sogenannte Content-Management-Systeme ein, welche Internetseiten generieren, die gemäß den Regeln der BITV-Bedingungen (Barrierefreie Informationstechnik Verordnung) der Priorität 1 barrierefrei gestaltet sind. Diese beziehen sich auf die Zugänglichkeitsrichtlinien für Webinhalte WCAG 1.0 („Web Content Accessibility Guidelines“) und die dort festgelegten Kriterien. Das bedeutet, dass es zum Beispiel für jedes Nicht-Text-Element (unter anderen Bilder, Animationen und Grafiken) die Möglichkeit geben muss, einen äquivalenten Text bereitzustellen.

Seit In-Kraft-Treten der „Barrierefreie Informationstechnik Verordnung Nordrhein-Westfalen“ (BITV NRW) im Jahr 2004 hat es enorme Veränderungen in der Technik des Internets gegeben. Das Internet wird gerade für Menschen mit Behinderung immer wichtiger. Im Zuge der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention in Nordrhein-Westfalen plant die Landesregierung auch eine Weiterentwicklung des Behindertengleichstellungsgesetzes NRW. Dabei soll unter anderem die Ermächtigungsgrundlage für die BITV NRW aktualisiert, und im zweiten Schritt die Verordnung an den heutigen Stand der Technik angepasst werden. Erste Erfahrungen mit der neuen BITV 2.0 auf Bundesebene werden in den Vorschlag der Landesregierung einfließen.

195. Welche Ausgaben hat das Land in den letzten fünf Jahren speziell für die Barrierefreiheit jeweils welcher multimedialer Angebote getätigt? (bitte Aufwendungen detailliert aufschlüsseln)

Barrierefreiheit ist genereller Bestandteil der Leistungsbeschreibungen und Auftragsgegenstände bei der Erstellung von neuen Webseiten oder von Relaunches, also der Neugestaltungen bestehender Seiten. Kosten für Barrierefreiheit sind nicht als Einzelposten in den Rechnungen aufgeführt. Eine detaillierte Aufschlüsselung der Aufwendungen für die Umsetzung von Barrierefreiheit ist daher nicht möglich.

Bei der Erstellung von barrierefreien Webauftritten durch die standardmäßige Nutzung passender Programmierwerkzeuge entstehen keine nennenswerten Zusatzkosten, da Barrierefreiheit elementarer Teil des Leistungsumfangs der verwendeten Content-Management-Systeme ist.

196. Welche genauen einzelnen Aufgaben erbringt der Landesbetrieb IT.NRW jeweils differenziert einerseits für andere Behörden und andererseits für die allgemeine Öffentlichkeit, wie haben sich dessen Zuständigkeiten und Angebote in den letzten Jahren entwickelt, und welche Veränderungen sind hier für die Zukunft geplant?

IT.NRW bietet verschiedene Leistungen sowohl für Behörden und Einrichtungen des Landes NRW als auch für die allgemeine Öffentlichkeit an.

Im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben erbringt IT.NRW umfangreiche Leistungen im Statistikbereich. Daneben werden auftragsbezogene Leistungen im Statistikbereich wie die methodisch-fachliche Beratung bei der Vorbereitung und Durchführung von Erhebungen und Umfragen sowie bei der Aufbereitung, Auswertung und Analyse statistischer Ergebnisse erbracht.

Weiterhin bietet IT.NRW die folgenden Leistungen im Rahmen der Statistik:

- Vorbereitung und Durchführung von Erhebungen und Umfragen, Aufbereitung und Auswertung statistischer Ergebnisse,
- Erstellung von Analysen und Prognosen,
- Vermittlung von Fachinformationen,
- Auskunftserteilung außerhalb der informationellen Grundversorgung,
- Bereitstellung der Ergebnisse der amtlichen Statistik für die Öffentlichkeit in der webbasierten Landesdatenbank,
- Abrufe aus der Landesdatenbank und den Fachdatenbanken, Abrufe außerhalb der informationellen Grundversorgung,
- Kundenspezifische Abrufe aus Fachdatenbanken,
- Individuelle Bereitstellung von Mikrodaten aus der amtlichen Statistik,
- Beratungsleistungen zu statistischen Ergebnissen, Beratung außerhalb der informationellen Grundversorgung sowie zu mathematisch-statistischen Fragen.

Im Bereich der Informationstechnik werden Leistungen verschiedener Kategorien angeboten:

- Zentrale Leistungen für die gesamte Landesverwaltung:
 - Betrieb des Landesverwaltungsnetzes (LVN)
 - Betrieb des abgesicherten landesinternen Weitverkehrsnetzes zum universellen Einsatz für die Kommunikation zwischen Landesbehörden. Das LVN basiert auf einer leistungsfähigen und weiter ausbaubaren Informations- und Kommunikationsarchitektur, die besondere Sicherheitsmaßnahmen berücksichtigt.
 - Betrieb des zentralen Internetübergangs
 - Bereitstellung und Betreuung des redundanten und gesicherten Übergangs zwischen Landesverwaltungsnetz und Internet
 - Betrieb zentraler E-Mail-Systeme
 - Betrieb des zentralen Übergangs von E-Mails zwischen dem LVN und dem Internet inklusive Schutzmaßnahmen gegenüber verseuchten und ungewollten E-Mail-Nachrichten (Spam)
 - Betrieb von zentralen Verzeichnisdiensten
 - Betrieb eines Active Directory für die Landesverwaltung
 - Betrieb eines X.500-Adressverzeichnisses für die Landesverwaltung
 - CERT (Computer Emergency Response Team) und IT-Sicherheit
 - Zentrale Anlaufstelle für präventive und reaktive Maßnahmen in Bezug auf sicherheits- und verfügbarkeitsrelevante Vorfälle in IT-Systemen; das CERT dient als Informationsschnittstelle zwischen den Behörden und Einrichtungen der Landesverwaltung und anderen CERTs der Länder, des Bundes und von Unternehmen
 - Basisleistung (Zugriff auf allgemeine Informationen, präventive Handlungsempfehlungen, Alarmierung bei allgemeinen IT-bezogenen Bedrohungslagen etc.)
 - Hotline für die individuelle Beantwortung sicherheitsrelevanter Anfragen
 - Betrieb einer zentralen E-Government-Kommunikationsinfrastruktur
 - Basisdienste zur Authentifizierung und Identity Management
 - Basisdienste zur sicheren Kommunikation
 - Service Desk/Support
 - Bereitstellung eines Servicedesk für Anfragen und Störungsmeldungen zu von IT.NRW betriebenen IT-Fachverfahren und angebotenen Dienstleistungen
 - IT-Schulungen

Durchführung von Schulungsveranstaltungen im Rahmen des Fortbildungsprogramms des Ministeriums für Inneres und Kommunales NRW

- Leistungen im Kundenauftrag:
 - Leistungen im Bereich der IT-Infrastruktur:
 - Anbindung von Behörden durch einen LVN Basisanschluss:
Ab einer Bandbreite von 2 MBit/s inklusive Nutzung der zentralen Kommunikationsinfrastruktur (gesicherter Internetzugang, gesicherter DOI-Zugang, Elektronische Post mit Viren- und SPAM-Erkennung, Verzeichnisdienste, Zugriff auf Intranetangebote, Trust-Center-Dienste)
 - IT-Sicherheit
Präventivmaßnahmen im IT-Bereich, allgemeine IT-Sicherheitsfragen, Einsatz von Intrusion Detection Systemen, Sicherheitskonzepte (Erstellung eines Sicherheitskonzeptes, Erstellung von Sicherheitsanalysen beziehungsweise Schwachstellenanalysen)
 - WAN-Verbindungen
Betrieb von Leitungen und Router zur Anbindung von Nebenstellen etc. sowie die Schaffung von Backups für WAN-Verbindungen
 - LAN-Dienstleistungen
Auf- und Umbau der LAN-Infrastruktur (inklusive Betrieb mit proaktivem Netzwerkmanagement und Trouble Ticket System), Fehleranalyse in lokalen Netzwerken
 - E-Mail-Postfächer im Landesverwaltungsnetz (LVN)
Bereitstellung und Verwaltung von E-Mail Postfächern (mit Verwendung von Adresslisten, Kalender, Kontakten, Aufgaben und Notizen) unter Berücksichtigung der besonderen Ansprüche der öffentlichen Verwaltung inklusive mehrstufigem Virenschutz
 - Voice over IP-Telefonie
Bereitstellung und Betreuung einer Infrastruktur für Voice over IP-Telefonie und Unified Messaging Services
 - Telearbeit
Hochverfügbare Anbindung von Behörden an die zentrale Telearbeitslösung für einen mobilen gesicherten Zugriff auf Daten und Ressourcen im Netz einer Behörde oder im Landesverwaltungsnetz; optional werden Telearbeitsplätze ausgestattet (Notebook, Zertifikat, Chipkarten-Lesegerät und Software zur Telearbeit)
 - Betrieb von Firewalls und Proxies
Konzeption und Betrieb kundenspezifischer Proxy-Lösungen und Betreuung, Planung und Konzeption von Firewall-Lösungen, Bereitstellung und Betreuung von Firewalls
 - Netzwerk- und Systemmanagement
Überwachung der Funktionen von Netzwerken und Systemen durch kontinuierliches System-Monitoring. Störungen von Komponenten, die über das Landesverwaltungsnetz erreichbar sind, können umgehend durch Diagnosesysteme entdeckt, durch automatisierte Nachrichten kommuniziert und grafisch aufbereitet analysiert werden.

- Betrieb von Serversystemen
 - Bereitstellung und Betreuung von Linux/Unix-Servern (virtualisiert und physikalisch)
 - Bereitstellung und Betreuung von Windows-Servern (virtualisiert und physikalisch)
 - Einbindung in eine zentrale Virenschutzinfrastruktur sowie in die Datensicherung und das Systemmanagement
 - Bereitstellung und Betreuung von Infrastrukturservices (zum Beispiel Active Directory, Files Services etc.)
- Betrieb von Großrechnern
 - Betrieb von hochperformanten Großrechnerarchitekturen für besondere Anforderungen
- Betrieb einer Citrix-Infrastruktur für Server Based Computing
 - Bereitstellung von Citrix-Anwendungen (Bereitstellung und Betreuung der Citrix-Serverfarm, Bereitstellung von Anwendungen, Nutzeranbindung)
- Bereitstellung von Speicherplatz
 - Betrieb von zentralen Speichersystemen für unterschiedliche Geschwindigkeits- und Verfügbarkeitsanforderungen
 - Eine hohe Betriebssicherheit ist durch ein mit Notstromversorgung und Zugangskontrollen abgesichertes Rechenzentrum sowie regelmäßige Backups an zwei räumlich getrennten Standorten gewährleistet.
- Bereitstellung von Datensicherungen und Archivierungslösungen
 - Betrieb einer Datensicherungsinfrastruktur zur georedundanten Ablage von Sicherungsdaten
 - Archivierung auf analogen und digitalen Medien
 - Langzeitarchivierung
 - Bereitstellung von Archivspeicher
- BSI-konforme Löschung von Datenträgern
- Betrieb von Datenbanksystemen
 - Bereitstellung und Betreuung von unterschiedlichen Datenbanksystemen (zum Beispiel Oracle, MS SQL Server, Ingres, MySQL)
- Betrieb von SAP-Systemen
 - SAP-Basisadministration für Kundensysteme
- Betrieb von Web-Application-Servern
 - Bereitstellung und Betreuung der Infrastruktur von Webpräsenzen (Hosting) für die Behörden und Einrichtungen des Landes NRW; von einfachen kostenfreien Webspaces bis hin zu maßgeschneiderten Webauftritten
 - Einbindung von Fachverfahren oder internen Anwendungen in Webauftritte

- Content-Management-Systeme
 - Hosting von „Inhaltsverwaltungssystemen“ zur Erstellung, Bearbeitung und Organisation von Webinhalten
 - Unterstützung bei Konzeption, Design und Entwicklung neuer Webinformationsangebote sowie bei Migration bestehender Webauftritte auf neue Systeme
- Beratungsleistungen
 - Konfigurationsberatung
zum Beispiel im Bereich der LAN-Infrastruktur, Netzwerkhardware, Voice over IP-Telefonie, Serversysteme, Content-Management-Systeme
 - Begleitung und Leitung von Kundenprojekten
- Anwendungsentwicklung
 - Anpassung und Entwicklung für Standardapplikationen
Dies umfasst zum Beispiel:
 - Georeferenzierung: Adressdaten werden in Daten mit geographischem Bezug überführt und können so zum Beispiel für Kartendarstellungen genutzt werden oder als Daten im Geoformat für weitere Auswertungszwecke genutzt werden.
 - Dokumentenmanagementsysteme (DOMEA): Elektronische Verwaltung und Aufbewahrung „aktenwürdiger“ Dokumente; Überführung behördlicher Geschäftsprozesse, Vorgangsbearbeitung und Archivierung in elektronisch gesteuerte und koordinierte Arbeitsabläufe (Workflow)
 - Formularserver: Bereitstellung eines Formular-Management-Systems zur Erstellung, Nutzung und Verwaltung elektronischer Formulare
 - Customizing und Entwicklung auf SAP-Basis
 - Entwicklung von Fachverfahren und Informationssystemen mit Schwerpunkt auf den Technologiebereichen JAVA, .Net, LAMP und Großrechner. Unter Berücksichtigung vorhandener Strukturen und Gegebenheiten der öffentlichen Verwaltung findet sowohl bei der Planung als auch bei der Entwicklung eine enge Abstimmung mit dem Auftraggeber statt.
- Technischer Verfahrensbetrieb
 - Effizienter IT-Einsatz in der Landesverwaltung bei gleichzeitiger Steigerung von Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit, Rechenzentrums-Services, Betrieb und Administration von zentralen Produktionsverfahren, Weiterentwicklung und Pflege von ressortspezifischen Fachverfahren
 - Verfahrenseinführung und laufende Verfahrensaktualisierungen sowie Verfahrensbetreuung
 - Abwicklung IT-gestützter Geschäftsprozesse, Einsatzunterstützung selbst- und fremdentwickelter Fachverfahren

- Beschaffung von Waren und Dienstleistungen
 - zum Beispiel im Bereich WAN und LAN-Hardware, VOIP Hard- und Software, Proxies, Firewalls, Serverhardware, Clienthardware
 - Vorbereitung und Durchführung von Vergabeverfahren
 - Standardvergabe freihändig einschließlich Ausnahmen von förmlichen Verfahren mit Prüfung des Ausnahmetatbestandes
 - Abrufe aus Rahmenvereinbarungen/Sukzessivleistungsverträgen
- Druck und Postversand
 - Digitaldruck (Einzelblatt und Endlospapier)
 - Digitale Kopierservices und Farbgrafikdruck
 - Kuvertierung und Porto
- Schulungen
 - Durchführung von IT-Schulungsmaßnahmen außerhalb des IT-Fortbildungsprogramms des Ministeriums für Inneres und Kommunales NRW
- Ausgewählte weitere Leistungen
 - Datenerfassung und Beleglesung
Erfassung von Papierbelegen, maschinelle Beleglesung, Scannen und Erkennen
 - Unterstützung bei Messen und Ausstellungen
Organisatorische und logistische Unterstützung, zum Beispiel IT-Service, Standsysteme, grafische Gestaltungen
 - Arbeitsplatz-PC- und Peripheriemanagement
Zentrale Betreuung von Arbeitsplatz-PCs inkl. zentraler Softwareverteilungs- und Managementlösungen

Die Leistungen von IT.NRW im Bereich der Informationstechnik wurden innerhalb der letzten Jahre neu ausgerichtet. Dies äußert sich zum Beispiel durch die Abkehr von einem Produktkatalog hin zum Aufbau eines IT-Servicekataloges. Wurden früher die oben genannten IT-Einzelleistungen in teilweise deutlich tiefer gegliederter Form individuell zusammengestellt und mit Preisen versehen, so werden nunmehr die Leistungen zu IT-Services gebündelt. Der aktuelle und zukünftige Schwerpunkt liegt dabei auf der Entwicklung von Standard-IT-Services, die kundenorientiert zugeschnitten sind und eine schnelle, effiziente Serviceerbringung zu fest definierten marktgängigen Preisen ermöglichen. Der Neuzuschnitt der IT-Servicelandschaft ist noch nicht abgeschlossen, so dass die zukünftige Entwicklung weiter in die Richtung einer kunden- und serviceorientierte Leistungserbringung führen wird.

197. Betriebssysteme, Softwarelizenzen und Monopolisierung: Über wie viele und welche einzelne Softwarelizenzen differenziert nach den jeweiligen Produkten und Anbietern (wie Microsoft etc.) verfügt die Landesverwaltung gegenwärtig, und welche unterschiedlichen Betriebssysteme kommen dabei an jeweils welchen Stellen zum Einsatz?

Nachfolgende Tabelle gibt die Zahl der Softwarelizenzen in der Landesverwaltung wieder, so wie sie im Rahmen der Großen Anfrage mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden konnte. Es wurde eine Gesamtsumme von 1.492.402 Lizenzen ermittelt. Dabei handelt es sich um Lizenzen für lokale und mobile Endgeräte sowie für Server in der Landesverwaltung.

Die in der Landesverwaltung vorhandenen Softwarelizenzen wurden von allen Ressorts ermittelt und sind in der Anlage detailliert unter Angabe von Produkt und Herstellern aufgeführt. Aus Sicherheitsgründen wurde in einigen Fällen bei Virenschutzprogrammen auf eine Produktbezeichnung verzichtet; sie wurden unter einem Oberbegriff zusammengefasst.

Tab. 197.1: Softwarelizenzen im Betrieb der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen
(alphabetisch nach Softwareprodukt)

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
.dotNET3.5 SP1	Microsoft	10
.net Framework	Microsoft	31.581
3A-Editor	KATHOM	5
3Com Network Director 1.0	3Com Corporation	1
3D CAD 2011	SolidWorks	1
3D Mark 06	Futuremark	1
3D Studio Max	Autodesk	3
4images Bundle #1	Dots United	1
7-Zip	Igor Pavlov	400
A.I.D.A. Client	AirPlus	1
ABBA		6
ABBYY FineReader	ABBYY	230
ABBYY PDF Transformer	ABBYY	3
ABC der Teststatistik 2.0	Ruhr-Universität Bochum	1
Adobe Flash Builder	Adobe Systems Inc.	5
Access	Microsoft	5.032
Accessibility Toolbar	WoB	1
ACDSee	ACD Systems	64
ACL	ACL	1
Acrobat	Adobe Systems Inc.	5.517
Acronis True Image Workstation	Acronis	15
Acronis Backup & Recovery	Acronis	89
Acronis Backup & Recovery Server	Acronis	12
Acronis Disk Director Home	Acronis	19
Acronis Disk Director Server	Acronis	1
Acronis Disk Director Suite	Acronis	21
Acronis Recovery for MS SQL Server, deutsch, Win, ESD	Acronis	2
Acronis Snap Deploy	Acronis	0

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Acronis True Image	Acronis	219
Acronis TrueImage Server	Acronis	62
Acronis Universal Restore für True Image Echo Server für Windows, ESD	Acronis	1
Action Request System	Remedy	479
Action Request Web Enterprise	Remedy	1
ac'tivAid v1.3.1	Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG	2
Active FoxPro Pages 3.0	ProLib Software GmbH	1
ActiveInterface	Control Systems GmbH & Co. KG	1
ActivePerl 5.6.1 Build 631	ActiveState	4
ActiveSync	Microsoft	941
Acxos Client	Guntermann & Drunck GmbH	1
Adabas C for SUSE Linux x86	Software AG	5
Adabas C für z/OS	Software AG	1
Adabas Cluster Serv für z/OS	Software AG	1
Adabas Online System für z/OS	Software AG	1
ADABAS/Linux	Software AG	560
Adaptec Snap EDR License	Adaptec GmbH	17
Adminis	Simba	33
AdminStudio	Flexera Software	12
Admin-Tools	AGFEO	1
Adobe AIR	Adobe Systems Inc.	19
Adobe Anchor Service	Adobe Systems Inc.	14
Adobe Asset Services	Adobe Systems Inc.	9
Adobe Bridge 1.0	Adobe Systems Inc.	238
Adobe Camera Raw 4.0	Adobe Systems Inc.	8
Adobe Captivate	Adobe Systems Inc.	120
Adobe Cmaps	Adobe Systems Inc.	14
Adobe Creative Suite	Adobe Systems Inc.	150
Adobe Default Language	Adobe Systems Inc.	14
Adobe Digital Video Collection	Adobe Systems Inc.	1
Adobe Fireworks CS4	Adobe Systems Inc.	1
Adobe GoLive 6.0 (DEU)	Adobe Systems Inc.	1
Adobe Homesite	Adobe Systems Inc.	1
Adobe Illustrator	Adobe Systems Inc.	5
Adobe Media Player	Adobe Systems Inc.	9
Adobe Premiere	Adobe Systems Inc.	4

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Adobe Presenter	Adobe Systems Inc.	2
Adobe SING	Adobe Systems Inc.	5
Adobe Stock Photos	Adobe Systems Inc.	14
Adobe Type Manager	Adobe Systems Inc.	30
Adonis	BOC	1.331
Adonis Server	BOC	1
ADONIS Version 3.9	Adonis	101
ADR+RID	Ecomed	4
Adress Plus	Cobra	10
Adressen-zentral		370
ADTidy	Cjwdev	1
Advanced Installer for Java	Caphyon SRL	3
Advanced PDF Password Recovery Pro Non-specific	ElcomSoft	1
AdvancedRemoteInfo	MasterBootRecord.de / Matthias Zirn-gibl	11
Advantage Data Architect	Extended Systems, Inc.	3
Advantage Database Server for Windows NT/2000/2003 v8.1	Extended Systems, Inc.	2
Advantage Database Server for Windows v9.10	iAnywhere, Inc.	1
Advertising Center	Nero AG	28
AfVis4-Komponenten	Reichert-GmbH	1
Afvoergolven x.x	HKV	1
AgendaX	AgendaX	2.300
AGFA FUTURA Fonts XP XP	AGFA	1
AGFEO TK-Suite Basic 3	AGFEO	1
Ai Squared Visual C++ Runtime	Ai Squared	17
Aida	Finalwire	25
AIS Audit 5 2010 R1	Audicon GmbH	2
AIS TaxAudit Professional 5 2008 R1	Audicon GmbH	2
Aktuelles Waffenrecht	Walhalla Fachverlag, Regensburg	6
ALB-Info Win XP Win XP	Kommunales Rechenzentrum Minden-Ravensberg/Lippe	1
Alcatel 4980 TK-Anlage Systemsoftware	Alcatel	1
Aleph - Anwender Liz.	ExLibris	665
AlgoLab raster to vector	AlgoLab	1
AllDup	Michael Thummerer Software Design	7
allegro- Bibliothekssoftware	Universität Braunschweig	1
AllFusion Data Model Validator 4.1.4	CA Deutschland GmbH	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
AllFusion ERwin Data Modeler 4.1.4	CA Deutschland GmbH	1
All-in-One	INTRA-SYS	2.338
Aloha 5.4.1.2	EPA U.S.	1
Atlassian Clover	Atlassian	25
AlwinPro Netz	Aurenz	1
AMP - Server + 100 Zugriffe	Softwareverteilung	1
Amyuni PDF-Konverter	Amyuni	330
Anlagensicherheit und Störfallvorsorge 3.x	WEKA MEDIA	1
AnswerWorks 4.0 Runtime - English	Vantage Software Technologies	20
Antioch2.x	Antioch	5
ANTRAGO	RR Software GmbH	21
ANTRAGO academy Basislizenz	RR Software GmbH	20
ANTRAGO academy Grafischer Belegungsplan	RR Software GmbH	1
ANTRAGO academy Prüfungsverwaltung	RR Software GmbH	1
ANTRAGO Bildungsmanagement Software Grundversion	RR Software GmbH	16
ANTRAGO dozentenabrechnung	RR Software GmbH	1
ANTRAGO hotel Modul	RR Software GmbH	2
ANTRAGO ilias Exportschnittstelle	RR Software GmbH	1
Antrago Outlook Arbeitsplatzlizenz 09.09 B11	RR Software GmbH	11
Antrago seminar 09.09 B11	RR Software GmbH	8
ANTRAGO seminar Belegungsplan	RR Software GmbH	1
ANTRAGO seminar Grundversion	RR Software GmbH	20
ANTRAGO voting	RR Software GmbH	1
ANTRAGO Webschnittstelle	RR Software GmbH	1
Apache	Apache Software	7
Apache TomCat Server	Apache Software	12
APC PowerChute Business Edition Agent	APC Deutschland GmbH	6
APC PowerChute Business Edition Console	APC Deutschland GmbH	6
APC PowerChute Business Edition Server	APC Deutschland GmbH	6
APC PowerChute NetWork Shutdown VM	APC Deutschland GmbH	8
Aperture	Apple	26
Application Verifier	Microsoft	1
AppSense Desktop Security Management Suite Client	AppSense	50
AppSight	BMC Software, USA	7
Arbeitsplanung 5.1	Christiani Paul	1
Arbeitsstätten	VBG	5
Arc Enterprise Console	Arc Solutions	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
ArcExplorer	Esri	10
ArcExplorer Java Edition 9.x	Esri	1
ArcGIS View	Esri	82
ArcGIS 9.x	Esri	173
ArcGIS ArcEditor concurrent	Esri	5
ArcGIS ArcView concurrent	Esri	82
ArcGIS Desktop	Esri	23
ArcGIS GeoServer	Esri	1
ArcGIS Image Server	Esri	2
ArcGIS Server 10	Esri	4
ArcGIS Server Advanced Enterprise	Esri	1
ArcGIS Server ImageServer Extension	Esri	2
ArcGIS Server Standard Enterprise	Esri	1
ArcGIS Server Standard Enterprise Staging	Esri	1
ArcGIS Server Standard Wokgroup	Esri	5
Archivarius 3000	Likasoft	1
Archive Player	Bosch Security Systems	5
ArcIMS	Esri	2
ArcServe	ca technologies	6
ARCserve Backup Remote Agent	CA Deutschland GmbH	11
ARCserve Backup Server	CA Deutschland GmbH	1
ArcSoft MediaImpression	ArcSoft	1
ArcSoft Panorama Maker 4	ArcSoft	1
ArcSoft PhotoImpression 5	ArcSoft	5
ArcSoft PhotoStudio 5.5	ArcSoft	49
ArcSoft ShowBiz DVD 2	ArcSoft	1
ArcSoft TotalMedia 3.5	ArcSoft	2
ArcSolutions Operator Console	ArcSolutions	9
ARIS Business Architect, ARIS Business Server	IDS Scheer	37
ARIS Business Optimizer	IDS Scheer	6
ARIS Client	IDS Scheer	138
ARISTO Grid-Treiber XP	Aristo Graphic	1
ArisUserPart	ZPD	10
arpguard	ISL	700
ARS Client Lizenz fixed	BMC Remedy	110
ARS Client Lizenz floating	BMC Remedy	285
ARS Server	BMC Remedy	4

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Ascent Capture	Kofax	9
Ashampoo Burning Studio	ashampoo GmbH & Co. KG	3
Ashampoo Magical Snap FREE	ashampoo GmbH & Co. KG	1
Ask Toolbar	Ask.com	4
askSam 6 Pro	askSam Logistic Center / VT	1
ASPE-Zoo-Lex	ASPE	5
Asterics 3.x	Uni Duisburg-Essen	12
Asymetrix Toolbook Database Connection 4.0,deutsch	Asymetrix	2
ATCLicenseManager	AT+C EDV	1
Atheros WLAN Client	WLAN	1
ATKIS-DTK incl. ArcEditor (3A Editor Prof ATKIS-DTK)	AED-SICAD	25
ATLAS 2.9.x	Elektronen-Optik-Service	1
atp-mediathek 2.x	Oldenbourg Industrieverlag	1
Attachmate Reflection X	Attachmate	7
AttachmentOptions	Slovak Technical Services, Inc.	1
AttributeChanger 6.20	Attributechanger-Petges	6
AUDIODATA Braille Manager 4.12	AUDIODATA GmbH	1
AUDIODATA Sprach Manager 4.12	AUDIODATA GmbH	1
Audiograbber 1.83 SE	Audiograbber	2
Ausfüllhilfe - FFH-Berichtspflicht 1.0	BfN	2
Austal View Non-specific	ArguSoft	2
Austal2000 2.x	UBA	11
Authentication and Access Control Diagnostics	Microsoft	1
AutoCAD	Autodesk Inc.	43
Autochanger	Leagto	1
Autodesk Design Review	Autodesk Inc.	9
Autodesk DWF Viewer	Autodesk Inc.	8
AutoHotkey	Chris Mallett	5
Autolt v3.3.6.1	Autolt Team	1
Autoroute 4 Express	Microsoft	44
Autosketch	Autodesk Inc.	1
AutoTrace SPE Workstation 2.11.2	Caliper	1
Avaya MV_IPTel	Avaya UK	2
Avery Wizard	Avery	2
Avigilon Control Center Player	Avigilon	1
Avocent AVWorks 2.1	Avocent Corporation	1
AVScan Capture Software - International	Vitova	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Avviso	DATA-team GmbH	2
avviso.monitor Lizenz	DATA-team GmbH	18
avviso-Lizenz	DATA-team GmbH	6
Axcrypt	Axantum	0
Axway Activator	axway	31
B.I.S.	BSolution	4.100
Babylon	Babylon Ltd.	1
BackOffice Client	Microsoft	7
BackOffice Server	Microsoft	2
Backup & Recovery Server	Acronis	23
Backup & Recovery Workstation	Acronis	19
Backup Agent for Open Files	Computer Associates	1
Backup Exec	Symantec	1.481
Backup Exec 9	Veritas	2
Backup Exec System Recovery Server	SystemTools Software	0
Backup Express Non-specific	Syncsort	68
Bamboo	Wacom Technology Corp.	1
Bankettprofi- Server und 12 gleichzeitige Zugriffe	Eventmanagement-ERP-Software	1
BapCo Suite	BapCo	1
BAR ONE Platinum	Zebra technologies	1
BAR ONE Pro Plus	Zebra technologies	1
Baramundi	Baramundi	801
Barcode Forge	Viktor Wedel Software Design	2
BAR-ONE	TEKLYNX International	4
Bartender Prof. BT32i; 6.20 BT32i; 6.20	Seagate	1
BarTender Professional	Seagull Scientific	3
BASIS Desktop 10.x	Open Text	5
bbfracht	Bruno Brandmeier	1
BCG ControlBar	BCGSoft	19
Beamtenjahrbuch	Walhalla Fachverlag	12
BeanConnect	FSC	1
Behörden Informations System B.I.S.	B Time Vision GmbH	21
Benchmark Factory for Databases	Quest Software	4
Bentley Inroads	Bentley	2
Bentley MicroStation inkl. 1 SELECT Server	Bentley	4
Bereinigte amtl. Schulsammlung	MSW-NRW	250
Beyond Compare	Scooter Software	2
Beyond Compare Mehrfachlizenz	Scooter Software	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
BI Package (CPU)	SAP	2
BI/Query Admin	Open Text	5
BI/Query User	Open Text	21
Bibliotheca	OCLC	33
Bibliotheca2000	BOND	38
Bibliotheka2000	IT.NRW	10
Bildarchivierung 1.5.1	Trajert GmbH	1
Bildschirmarbeitsverordnung 1.0	BMA	66
Bildschirmtableau	NovaTime	20
Bildschutz Pro	K-Lab Development	1
Bing Bar	Microsoft	2
Biozid 3.X	Reith und Pfister	1
Birt 2.5	Eclipse Foundation	15
BIS-LOK 3.1	Exlibris	4
BL Banking VEU	Business-Logics GmbH	36
BL Bundesbank Client	Business-Logics GmbH	40
BlackBerry	BlackBerry	110
BlackBerry Client Access	Research in Motion Ltd.	70
BlackBerry Enterprise Server	Research in Motion Ltd.	4
BlackBerry-Verschlüsselung		30
Blaise	cbs Statistic Netherlands	12
Blindows	BAUM Retec	5
BMC Action Request System	bmcsoftware	9
Bobby	Josh Krieger	3
Bonjour	Apple	10
Booky	Book:Y Software Verlag	1
Booky	Mathias Mittelhäuser	1
Boorberg BAT VergO BL	Boorberg	1
Boot-US	ustraub	3
Borland C++	Borland	33
Borland Database Engine	Softwarebüro Zauner & Partner	21
Borland Delphi	Borland	31
Borland Delphi Studio	Borland	5
Borland Developer Studio	Borland	1
Borland JBuilder	Borland	26
Borland Pascal	Borland	1
Botanica 2.0	Ökon	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Braille	Freedom Scientific	9
BrightStor ARCserve Backup	Computer Associates	3
BS2000	Fujitsu	1
BSCW Non-specific	IT.NRW	80
BSCW Server	OrbiTeam	40
BSI Tool-IT-Grundschutz 1.0	BSI Bonn	5
Buchhalter Pro	Lexware	1
BUGA 97 Gelsenkirchen 1.0		2
Bundesimmissionsschutz Entscheidungen 2008ff.	Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm	1
BurnAware Free 2.4.3	Burnaware Technologies	1
BurnIn Test	PassMark Software	1
Business Intelligence Publisher	Oracle	2
BZE-Datenmanagement 1.0	Bund. f. Forst- und Holzwirtsch	5
CA Licensing	Computer Associates	4
CA Unicenter DSM Scalability Server	Computer Associates	1
CadBerg für AutoCAD	Getec	10
Cadenza 2010ff.	disy GmbH	12
CadnaA Standard BMP 3.72	DataKustik	3
Caesar IP-Kanalerweiterung	Caseris GmbH	16
caesar® Client	CAE Elektronik GmbH	24
caesar® Unified Messaging Server	CAE Elektronik GmbH	1
CAL		70
Calcmnet 11.x	ansyco	3
Calibry Light 4.0	Mettler-Toledo	1
Calitime GAZ 7.10.1	Calitime AG, CH-6214 Schenkon	1
Calitime WS Setup	Calitime AG, CH-6214 Schenkon	138
CallManager Device License	Cisco	1.750
Camtasia Studio	OLYMPUS	1
Camtasia Studio	Techsmith	55
CANOCO 4.5	ScientiaProg	1
CanoScan 3000F - Software x.x	Canon	2
Capture	Kofax	4
Card Wizard 5.2, deutsch	DBF Systemsoft	2
CardFive Vision 8.1	NFive	1
Card-Management	Edisecure	1
Cardscan		13
Cardy Travelling Salesman 3.0	Cardy	2
case 4/0	microTOOL GmbH	7

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Castalia	Jacob Thurmann	13
Catalyst Control Center	ATI	34
Catering BackOffice	ROPit	2
CATS	SAP	4.100
CCleaner	Piriform	6
CD Library Software 5.0	DACAL	5
CD/DVD Druckerei 7	Data Becker GmbH & Co. KG	1
CDBurnerXP	CDBurnerXP	32
CDCoverFixPrint 2.0	UCA-Soft c/o Carsten Mueller Multi-media DesignLangenfeld	1
CEBIUS	T-Systems GEI	28
CentOS 40668	Red Hat	1
CETIS CH SB Client Ein-/Ausz.	Wincor Nixdorf International GmbH	1
CETIS Web Frontend	Wincor Nixdorf International GmbH	4
CETIS-CH-Server	Wincor Nixdorf International GmbH	4
Change Management Modul	OTRS	1
Checkpoint NGA/R55	Checkpoint	1
Checkpoint UTM - Management and Gateway	Checkpoint	5
Checkpoint VPN-1	Checkpoint	1
CHEMpendium ohne	CCOHS&CCHST	1
ChemStation 10.x	Agilent Technologies	8
ChemWindow Prof. 3.1.4	SoftShell	1
Chiasmus	BSI Bonn	521
C-ISAM REINSTATEMENT	IBM	1
Cisco 7600 IOS Advanced IP Service	Cisco	1
Cisco CAT6000-VSS720 IOS IP Services SSH	Cisco	2
Cisco EDI	Cisco	1
Cisco IP Communicator	Cisco	20
Cisco Unified Video Advantage	Cisco	24
Cisco Unified Workspace Licensing	Cisco	200
CiscoWorks LMS	Cisco	1
Citrix	Citrix	6.123
Citrix Access Management Console	Citrix	1
Citrix SmartAuditor Administration	Citrix	1
Citrix SmartAuditor Agent	Citrix	1
Citrix SmartAuditor Player	Citrix	1
Citrix Xen App Client	Citrix	280
Citrix Xen Server	Citrix	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Citrix XenCenter	Citrix	5
ClearCase	Rational Software	45
ClearQuest	Rational Software	14
Clearsight Networks	Fluke Corp.	1
ClearType Tuning Control Panel Applet	Microsoft	1
Cleware	Cleware GmbH	2
Client Acces Licence	Microsoft	1.498
Client Connections	Leagto	15
Client Pack for Linux	Leagto	15
CLManager	Nortel Networks	7
Clipinc	Tobit	2
CLR-Typen des SQL Server-Systems	Microsoft	1
ClusterXL Load Sharing	Checkpoint	2
CmdHere Powertoy For Windows XP	Microsoft	1
CMS	Fiona InfoPark	30
CMS Fiona	Infopark	10
CMS NPS 2002	Babiel	3
CMS Software Bundle		1
CnPC2 Client	M.S.E. GmbH	295
COBOL FGM	pro et con	1
CodeHealer	SOCK Software	1
CodeMeter Runtime Kit v4.20b	WIBU-SYSTEMS AG	7
CodeRush Xpress 2010	DevExpress	19
CodeSite Client Tools	Raize Software	12
Colerase	Dunord	1
com4tel Dialit V4.1	Avaya	4
Combilog und Comgraph32 2.81 und 3.16	Theodor Friedrichs	1
Compatibility Pack	Microsoft	32.285
Component Checker	Microsoft	1
ComponentOne Studio	ComponentOne, LLC	2
Conduit Engine	Conduit Ltd.	1
Configuration Manager Client Management	Microsoft	70
Configuration Manager Server	Microsoft	1
conjectPM Basic Zugang	Conject AG	2
Connector MS Exchange	CAESAR	200
Cont. Manager	IBM	2.350
Cont. Manager	SAP	2.350
Content Saver	macropool	20

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Contribute 3	Adobe	5
Core Temp version 0.99.7	Arthur Liberman	1
Corel Designer	Corel	4
Corel Draw	Corel	661
Corel Paint Shop Pro	Corel	328
Cortona3D Viewer	ParallelGraphics	1
CPUKiller 2.0	Roberto Rossi	5
cr	Borken	1
Crescent QuickPak - ActiveX/DLL - V4.5 Developer Lizenz ESD Freischaltkey	Sax.net	1
Crimson Editor SVN286	Emerald Editor Community	1
CRM Leselizenz	Microsoft	30
CRM travel.DOC	CRM Centrum für Reisemedizin GmbH	4
CRM Volllizenz	Microsoft	25
Cross Match Technologies CaptureEssentials SDK 4.10.4	Cross Match Technologies GmbH	60
Crystal Report 5.0	PROKODA	1
Crystal Report Developer	Crystal Decisions	15
Crystal Reports	Seagate	73
Crystal Reports	BusinessObjects	61
Crystal Reports	Remedy	12
CSS-Editor	Thomas Rudolph	1
CSVEd	SJF	1
CTI Office	CSM Massaging Solution	16
CTI-Client	Avaya Inc.	48
Cubase VST32 Non-specific	Steinberg Media	1
Cuecards	MHST	21
CUEcards	Marcus Humann Software-Technik	6
CUEcards 2000	Marcus Humann	41
Cumulus Client	Canto	1
Cumulus InDesign Extended Pack 8.x	Canto	1
Cumulus Office Extended Pack 8.x	Canto	1
Cumulus Server	Canto	1
Cumulus Web Publisher Pro 8.x	Canto	1
Cumulus Workgroup Server 8.x	Canto	1
Current Contents 1.x	Thomson Reuters	3
CVSNT	CVSNT	1
CyberLink	Power DVD	0

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
CyberLink Blu-ray Disc Suite	CyberLink Corp.	4
CyberLink InstantBurn	CyberLink Corp.	1
CyberLink LabelPrint	CyberLink Corp.	5
CyberLink MediaShow	CyberLink Corp.	2
CyberLink Power2Go	CyberLink Corp.	3
CyberLink PowerBackup	CyberLink Corp.	3
CyberLink PowerDVD	CyberLink Corp.	3
CyberLink PowerProducer	CyberLink Corp.	3
Cygwin	Cygnus Solutions	11
DAEMON Tools Lite	DT Soft Ltd.	1
DAEMON Tools Pro Advanced	disc-soft	4
DameWare Exporter	DameWare Development	6
DameWare NT Utilities	DameWare	25
Das Deutsche Bundesrecht Non-specific	Nomos	1
Das Personal in Recht und Praxis 1.0		2
DATA BECKER 3D Garten Designer 9	DATA BECKER GmbH & Co. KG	1
Data Protection Manager Server	Microsoft	1
Data Studio	Aqua	20
Data Widget	Infragistics	4
DataEraser Pro	ss-tools	1
Dataview 32	Schlumberger	39
Dataview LAN Lizenz	Schlumberger	62
Daten zur Umwelt 2009	UBA	3
Datenschutzhandbuch	WEKA MEDIA	1
DB2 Connect	IBM	6
DB-Kursbuch	DB	10
DBMS	SQLserver	1
dbSThumb - Bilderdatenbank	Dirk Geppert	3
DCPA Linux DEV		1
DCPA Linux RTS		1
DCPA UNIX RISC auf DCPA Intel Linux		1
Decker Verlag - TV-Länder	Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm	1
Delphi	embarcadero	4
Delphi 7 Personal Edition		1
DeltaCopy	Synametrics Technologies	2
DEMASdb 1.57	SEBA	1
DeployCenter	Symantec	100
Der Trainer Mathematik 1.0	DIHT Bonn	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Designer Widgets	Infragistics	1
Desktop Search	Copernic	806
Desktop Standard	Microsoft	2.099
Deutsche Post E-Porto	Deutsche Post AG	1
DeviceControl	Lumension	150
DeviceGuard	Deviceguard Inc	241
DeviceLock	DeviceLock Inc.	300
DeviceWatch	itWatch GmbH	4.110
Dev-PHP 2.x	GNU	1
D-GISS Deutsches Gefahrstoff-Informationen-System Schule 13	Universum Verlag	91
Dienstwagen-Reservierung (Kfz-Plan) 1.0	SoftAIX	522
DigiProtect 1000 TV8800	ABUS Security Tech Germany	2
Digit 3.15	Kisters	1
Digitale Bilderfassung	LKA Sachsen	205
Digitaler Berufsausbildungsvertrag V.07	GFWH mbH	1
Digitaler Zeitplaner + Personalpläne	Smarttools	1
DIMDI-Datenbank 1.0	DIMDI	2
Dimensions Desktop Author Windows 5.5	SPSS	1
Dimensions MRPaper Windows 5.5	SPSS	1
Dimensions MRScan Windows 5.5	SPSS	1
DINGS	BKA	40
DirComp	Wolfgang Wirth	1
Director 11	Adobe	3
Director MX	Adobe	1
DirectX	Sereby Corporation	2
Diskeeper Corporation Diskeeper 2008 Enterpr Svr	Diskeeper	2
DisplayView	Portrait Displays, Inc.	24
Ditto 3.17.0.17	Scott Brogden	1
DLM-Testarbeitsplatz inkl. ArcEditor	AED-SICAD	1
dns.comfort.net	Sonic Labs	10
Doc-To-Help	ComponentOne	7
Document Server	Freedom Scientific	10
DOCUMENTS Basisversion (Client/Server)	otris software AG	1
DOCUMENTS Named User Lizenzen	otris software AG	4
Documents To Go 10	DataViz	1
DocuSnap 5	itelio GmbH	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
DokuTool (Non Commercial Edition)	Castelware Software GmbH	1
DolbyFiles	Nero AG	19
Dolphin Supernova 7	Dolphin	1
DOMEA	Open Text	947
DOMEA Archiv	Open Text	1
DOMEA Archiv für SAP	Open Text	1
DOMEA Cache Server	Open Text	3
DOMEA Capture Ascent Edition	Open Text	5
DOMEA Client	Open Text	19.820
DOMEA Development KIT	Open Text	3
DOMEA DMS 4.x	Open Text	351
DOMEA KOFAX StandAlone System	Open Text	1
DOMEA Laufmappenmodul	Open Text	1.293
DOMEA LDAP	Open Text	1
DOMEA OTRS	Open Text	1
DOMEA Server	Open Text	2
DOMEA WebDesk/WinDesk	Open Text	176
DOMEA WinDesk	Open Text	1.597
Dongel Upgrade für Forensic Toolkit 2.0	mh-SERVICE GmbH	1
doPDF	doPDF	400
Doris Client	HAESSLER Information	125
dots jt Accounting Connector V1.6	dots GmbH, Berlin	1
dots JT Printer	dots GmbH, Berlin	2
dpa-Server	IT.NRW	6
Dragon Naturally Speaking	Nuance	1.162
Dreamweaver	Adobe	84
Drive Image 7	Symantec	1
Drive Lock - Encryption	CenterTools	470
Drive Lock - Schnittstellen	CenterTools	3.300
Drive Rescue 1.9	Alexander Grau	1
Druckluftkolbenmotor 1.0	Christiani Paul	1
DSView 1.0.8.100	Avocent Corporation	6
DTIWork	Neumaier Ursula	5
DTMaster Vers. 5.3	inpho	14
dtSearch 7 Desktop for Win english Full Product	dtSearch UK / ElectronArt Design Ltd.	1
DTV 1.0	C&E	1
Dual-Core Optimizer	AMD	1
Dudenkonverter	Duden	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Duplicates Remover Outlook	MAPILab	2
DVBViewer	CM&V	3
DVD Converter Professional 4.0.5	Any-DVD-Converter.com	1
DVD Shrink 3.2	DVD Shrink	1
DVD Suite	CyberLink Corp.	5
DVQK - DV Qualitätskontrolle Obst und Gemüse Non-specific	Pfitzner-Soft	6
DVR Master	Fast Forward Video	1
DX-Union Benutzer- und Ressour	Materna	1.800
DX-Union Device-Inspector	Materna	1.800
easescreen 6.1 Screen-Manager	FeldTech	3
EASEUS Partition Manager 2.0 Home Edition	EASEUS	1
EASIS Screenshot	EASIS GmbH	1
Easy Asay Multiple Testing & Critical Values 4.0/3.0	SPIRIT	1
Easy CD Creator	Roxio	2
Easycomp	Breitfuss GmbH	18
Easylog 6.0	DHL	3
EasyMail .Net Edition	Quiksoft Corporation	1
EasyMap	Lutum+Tappert	2
EasySet	Intermec	1
Easystat	AICOS	1
Easystat - Statistik regional 2008	IT.NRW	1
EATON Enterprise Power Manager	EATON	1
Eaton Intelligent Power Manager V1.00	Eaton	1
eBay Icon	AD ON Multimedia Advertising GmbH	1
ebf connector	ebf	20
ECCOSoft eANV 5.9	go-S3	2
eCEBIUS	T-Systems GEI	692
e-ChemBook 1.0	CompuChem	2
EDlsecure Card Management System	Digital Identification Solutions AG	1
eDocPrintPro		15
eDocPrintPro v3.15.2	MAY-Computer	1
eDrawings Viewer x.x	Geometric Software Solutions	2
EDT Windows	OPTEC Displays	23
EEcoMark	Bapco	1
EFA-TS 1.06	Narda Safety Test	6
Effects 5.5	TNO	2
eFlow	Top Image Systems	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
eFlow Entwicklerlizenz	Top Image Systems	1
eGAK/GAK NRW 1.20	iMA Richter & Röckle	5
egrade Professional Edition, Einzelplatzversion, ESD	SoUCon GmbH Software und Consulting	1
EGVP-Postfach 2.6	Bremen Online Services	3
Eizo LCD Utility Disk 1.06	Avnet GmbH	2
Electromagnetic Transfer Set (ETS) 1.05	Wandel und Goltermann	6
Elektro Manager Professional	GMC-I Messtechnik	5
ELO FULLTEXT	ELO Digital Office GmbH70191	6
ELS V4.2	DOM Sicherheitstechnik	3
ELSAmovie	Elsa	1
Elska - Elektronischer Schadbildkatalog	Appelhans Verlag	7
eLux RL	UniCon Software	1.406
ELWAS-GIS Non-specific	MKULNV NRW	15
E-Mail Examiner english	Paraben Corporation	1
EM-Editor_9_Pro	Emurasoft	10
Empirum	Matrix42	1.201
Empirum PRO 10	Matrix42	1.650
EMR Conf 2.05	Wandel und Goltermann	6
EMS SQL Management Studio for MySQL	EMS Database Management Solutions Germany Limited	1
EMS SQL Management Studio for Oracle	EMS Database Management Solutions Germany Limited	1
Emtec ZOC	Emtec	5
EnCase Forensic SMS 1 Year Maintenance	Guidance Software Inc.	6
EndNote	Niles Software	6
Enteo Netinstall	Frontrange	1
Enterprise Architect Corporate Edition	SparxSystems Software GmbH	45
Enterprise Architect Edition Non-specific	SparxSystems Software GmbH	4
Enterprise Architect Floating Edition	SparxSystems Software GmbH	19
Enterprise Architect Ultimate Edition - Floating License inkl. 1 Jahr Maintenance	SparxSystems Software GmbH	6
Enterprise Library 5.0 - April 2010 - GAC	Matrix42 AG	5
Enterprise Portal Unification	SAP	80
Enterprise Security Reporter - Reporting Console	ScriptLogic Corporation	1
Enterprise Vault	Symantec	1.750
EntireX Communicator für z/OS	Software AG	1
Entwurf-Reinschrift	i.syde Informationstechnik GmbH	370
Envistigator 1.2	CRDS-Envisoft	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Epi Info x.x	Akademie für öffentliches Gesundheitswesen oegw	1
Eraser	Heidi Computers Ltd.	1
Eraser 5.8.7	The Eraser Project	1
ERDAS Apollo Imagine Manager	Erdas	1
ERDAS Imagine	Erdas	20
ERDAS Imagine Essentials	Erdas	10
ERDAS LPS Core	Erdas	7
ERDAS LPS Stereo1	Erdas	1
ERDAS Stereo Analyst für ArcGIS	Erdas	1
ERP	SAP	1.500
Error Recovery Guide	PFU	25
Erschütterungsmesssystem 9800	Beitzer	1
Erweiterter SMS-Client	Microsoft	21024
Erwin	ca technologies	32
ESBCalc	ESB Consultancy	1
eShop Admin User 25er Paket	OXID eSales AG	1
eShop Enterprise Edition 2.7	OXID eSales AG	1
eShop Schnittstelle WaWi/ERP	OXID eSales AG	1
esoDigitales II	H&L Software GmbH	4
Esofin 1.0.3	LANUV NRW	3
EStdIT V-Modell 1997	IABG	1
esXPRESS LE/Starter for 1 host	PHD Technologies, Inc.	1
ET GeoWizards	ian-co	1
Ethereal 0.10.14	The Ethereum developer community, http://www.ethereal.com	3
e-tracker	e-tracker GmbH	2
EuroVegMap 1.0	BfN	2
EUSka32	PTV A.G.	238
EVA Junkmail	Declude	5
EVA2000	Vallon	1
Evaluationslizenz IP-NetAssistant Compact 1.x	antech	1
EvaSys Edu Modell V	Electric Paper GmbH	1
EVb-IT Verträge 3.0	Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft	1
Everest Corporate Edition	Lavalys	26
eVIT_doc 2.0	fti fuchs Ingenieure	1
Exact Audio Copy 0.95b4	Andre Wiethoff	1
ExamDiff Pro	PrestoSoft	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Exceed	Hummingbird	58
Exceed	Open Text	41
Exchange	Microsoft	30.991
Exchange SDK Development Tools	Microsoft	3
Exifer	Friedemann Schmidt	2
Express ClickYes 1.2	ContextMagic.com	1
Express Gate	DeviceVM, Inc.	1
Extensis Suitcase 11	Celartem	1
EXTRA! Personal Client 32-Bit	Attachmate	1
FastStone Image Viewer	FastStone Soft	2
Faxination	Fenestrae b.V.	550
FAXMaker 2.1	GFI Software	1.492
FaxPrint		370
Faxserver Pro Software	Ferrari	5
FCKEditor	FCKEditor	2
Feflow 6.x	DHI-WASY-Berlin	2
FELIS	T-Systems GEI	27
FERIS	Polizei Baden-Württemberg	1
Fernbedienung der Medienräume	Zylow GmbH	3
Festplattenverschlüsselung		25
fGIS - Forestry GIS 1.0	University of Wisconsin	1
fi-5000N Software	PFU	4
FileMaker Pro 3	FileMaker	6
FILEminimizer Suite	balesio AG	1
FileZilla	FileZilla Project	10
FileZilla 3.x	Kosse	29
Filezip		5.100
Final Cut	Apple	24
FinePrint	Context	6
Firebird	Firebird Project	27
Firebird SQL Server - MAGIX Edition	MAGIX AG	32
Firefox	Mozilla	861
Firefox CE	FrontMotion / Mozilla	400
Firewall Builder 4.1	NetCitadel LLC	1
Firewall Security		125
Fireworks	Adobe Systems Inc.	15
FirstClass	<KKi>	15494
Flash Player	Adobe Systems Inc.	31.578

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Flash Player Plugin IE	Adobe Systems Inc.	30.372
Flash Player Plugin Mozilla	Adobe Systems Inc.	400
Flash Professional	Adobe Systems Inc.	1
FlashPeak BlazeFtp 2.0	FlashPeak, Inc	5
Flashplayer	Macromedia	31
Flex	Adobe Systems Inc.	6
Florkart-Moose 1.0	Uni Bonn	2
Flottenmanager	K-Soft	5
Flowcharter	iGrafx	74
FluidSIM Pneumatik 3	Art Systems Software	1
Flys - Flusshydraulische Software für Rhein 1.0	Bfg	1
FM.7	AT+C EDV	13
FME 2008	Safe Software	1
FME Feature Manipulation Engine	con terra	1
Folder Size for Windows	Brio	5
FontTwister	Neuber GmbH	1
Forefront Thread Management Gateway Enterprise 2010	Microsoft	5
ForeHelp	Software Interphase	2
ForeHelp Premier	Software Interphase	2
Forensic Toolkit 2.0	mh-SERVICE GmbH	8
Forensic Toolkit 2.0 Dongle-Upgrade für FTK 2.0	Access Date	3
Forensic Toolkit 3.0 Standalone	Access Date	1
Forensic Toolkit FTK3.0	Access Date	1
Form Flow Filler	JetForm	4
Forms for Web	Lucom	12
Formula One		2
Formulare für Betreuer fehlt	Bundesanzeiger Verlagsges	1
Formular-Manager	Haufe-Lexware GmbH & Co. KG	5
Fortbildungsmanager FoBi	IT.NRW	1
FotoFinder Xpert SQL	TeachScreen Software GmbH	8
Fotoware - Fotostation 6.0 Pro, Windows	MindJet	1
Foundation Services 9	SAS	80
Foxit Reader	Foxit Software Company	3
Framemaker	Adobe Systems Inc.	12
Free DWG Viewer	Informative Graphics Corporation	1
Free DWG Viewer	IGC	13
Free FLV Converter V 6.93.0	Koyote Soft	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Free PDF		5.736
Free PDF to Word Doc Converter v1.1	www.hellopdf.com	2
Free Video Converter V 2.5	Koyote Soft	1
Freehand	Adobe Systems Inc.	16
FreeMind	Jörg Müller	19
freePDF 4.x	Stefan Heinz	1
FreeSnmp 1.5	Nsasoft LLC.	1
FreeUndelete	Recoveronix	1
Freifläche 1.0	REFINA	20
Frontpage	Microsoft	370
F-Secure Anti Virus	F-Secure	15
FSReader 2.0	Freedom Scientific	4
FTCAM Computersoftware für Familienrichter	FTCAM GbR	3
FTK Forensic Toolkit	AccessData	54
Fujitsu ScandAll PRO	PFU LIMITED	28
Fundstellennachweis A 1.0	BAV-Software	1
FUTURA AVA Version 7.5	FUTURA Solutions GmbH	1
FUTURA Rahmen- und Zeitverträge		1
Futuremark SystemInfo	Futuremark Corporation	1
FuzzyDupes	Kroll-Software	2
g95 0.91	Vaught	2
Galaxie Chromatography Data System 1.8b	Scientific Instrument Services	3
Galileo, Vergrößerungssoftware 2.0	Galileo	1
GaniTrans 1.0	Lange	1
GanttProject 5.2	ganttproject.org	1
Garmin Trip and Waypoint Manager v4	Garmin Ltd or its subsidiaries	1
Gart-2000	TOPCON DE	2
Gaslab Non-specific	Breitfuss GmbH	1
GDV UnKa 1.0.0.0	IAT mbH	11
Gebäudeleitsystem 1.0	ABB	1
Gefährliche Chemische Reaktionen 2009	Ecomed	4
Gefährliche Stoffe in Oberflächengewässern 04/2007 (Landeslizenz)	IFUA-Projekt-GmbH	31
Gefahrstoff-Informationssystem WINGIS 2.x	GISBAU	1
Gefahrstoffrecht und Chemikaliensicherheit 2009ff.	Wolter Kluwer / Heymanns	2
Gemis 4.42	Öko-Institut	2
GEMOS	Ela-Soft	2
GeneMapper ID v3.2	Applied Biosystems	8

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Generic Universal PCL	Generic	1
Geno3 1.0	Quali	1
GenoProof	Qualitype	10
Geo Office	Leica	1
Geochemischer Atlas 1985	BGR	1
GeODin	Fugro	2
Geograf	hhk	1
Geogrid®-Viewer	EADS Deutschland GmbH	1
Geolnsight für RagTime	Ortwin Zillgen	50
Geolink 98 3.0	GEOsat	1
GEORG.NET	Geosoft	5
Geothermie in NRW 4.0	Geologischer Dienst NRW	2
GetDataBack Data Recovery	Runtime Software	1
GetFoldersize	Michael Thummerer Software Design	5
GetRight	Headlight Software, Inc.	1
GFI FAXmaker Client	GFI Software Ltd.	167
GGU-Ingenieurssoftware	GGU	2
Ghost	Norton	1
Ghostscript	GPL Ghostscript	184
GIAP-Reader 1.0	Esri	1
Giftliste 12/2009	Ecomed	3
GIMP	GIMP	12
Gispad	Conterra	8
Gispad	Esri	1
GISPAD 3.2	con terra	47
GIS-Werkzeug	Esri	20
GlobeTrotter Connect	Option NV	5
Gnostice QuickReport Export	Gnostice Information Technologies	2
GnuPG	The Gpg4win Project	19
GnuPT Version 3.6.7	GnuPT - Protect Your Data	1
Go Live	Adobe Systems Inc.	3
go1984 3.6	logiware gmbh	1
GOCAD	Paradigm	9
Goldfinger 7	United Soft Media Verlag	6
GoldWave2001	Kelly Media AG	2
Google Earth	Google	428
Gpg4win	The Gpg4win Project	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
GRAFCET 2.0	Christiani Paul	1
Grafex VcView Convert V4	Grafex	5
Grafstat	Conterra	1
Grafstat	Uwe Sieber Software	26
GrafStat GlobalNet	Diener	25
GrafStat Online-Befragung	Uwe Sieber Software	1
Grand Central Pro	Hermstedt	1
Grapher	Golden Software	3
Grenzwerte 2009.x	Ecomed	2
Grundig Dikta Office	Grundig	6
GSBL-Erfassungsmodul 1.0.1	UBA	4
GSI3D	BGS	1
GSTool	BSI Bonn	208
GSView	Gumsoft	8
gTool 1.4.6	Shaw Computerhard- & Software	1
GTOPO30	K&K Engineering	13
GUM Workbench Pro 2.4	Metrodata GmbH	2
Hagener Braille Software System	FernUniversität Hagen	1
Handbuch Altlastensanierung und Flächenmanagement 14	Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm	1
Handbuch Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs 2.1	INFRAS AG	1
Hardcopy	Siegfried Weckmann	56
Hauppauge WinTV 7	Hauppauge Computer Works	2
HAV Haushalts-Aufstellungs-Verfahren	RZ-Fin	2
HaZarD 2.96	GGRZ Hagen	25
HAZARD Zinsberechnung	IT.NRW	2
HBS 7	FernUniversität Hagen	10
HD Tune Pro	EFD Software	1
HDLM HiCommand Dynamic Link Manager	Hitachi	20
HeidiSQL	Ansgar Becker	0
Hello Engines! 7	AceBit	1
HeloCut 4.58.C12X4	VECAP Software Solutions	1
Help & Manual	EC Software	19
Help Magician Elite	Software Interphase	7
Hex-Editor MX	NEXT-Soft	3
hfCommander 1.3.5	Henry Farin	1
HiCommand Tuning Manager	Hitachi	1
High Definition Audio - KB888111	Microsoft	568

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
High-Definition Video Playback	Nero AG	2
HiPath 4000 Expert Access	Siemens AG	12
HIS MBS	HIS	2
HKR-MV	RZ-Fin	2
HKR-TV	RZ-Fin	2
HLDatabase.Management	H&L Software GmbH	2
HM NIS Edit 2.0.3	Hector Mauricio Rodriguez Segura	1
HOBLink	HOB	13
Home Page Reader 3	IBM	1
Homesite45	evolt.org	70
Hommel Handbuch der gefährlichen Güter	Springer-Verlag	5
Hot Metal Pro	SoftSquad Software	1
Hotline-Client 3.3	RealVNC	2
HoTMetal Pro 3.0,deutsch	SoftSquad Software	2
HP Autostore Desktop	HP	2
HP Command View	HP	8
HP Developers Bundle Lizenzen, HP	HP	2
HP Digital Sending	HP	53
HP Director	HP	6
HP Full Fabric Lizenz	HP	2
HP Functional Testing Site Concurrent User SW LTU	HP	50
HP iLO Advanced Pack	HP	3
HP iLO Advanced Pack	HP	91
HP Insight Control Environment	HP	8
HP Logical Storage Manager	HP	1
HP Network Node Manager	HP	8
HP OpenView AutoPass	HP	1
HP OpenView Storage Data Protector	HP	1
HP Operations Agent Window/Unix/Linux	HP	2.705
HP Operations Manager Unix/Linux	HP	4
HP Operations Manager Windows	HP	14
HP Performance Insight	HP	2
HP Photo and Imaging 2.2 - Scanjet 8200 Series	HP	1
HP Service Information Portal	HP	2
HP Site Scope	HP	1.533
HP Systems Insight Manager 6.2	HP	1
HP UX	HP	31

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
HP WebJetAdmin 10	HP	0
HTML Help Workshop 4.74	Microsoft	2
HTML Transit Non-specific	Avantstar	5
HTML-Editor	Thomas Rudolph	1
Hydras 3 2.70.0	Ott Messtechnik	52
HydroBase	HydroBase	1
Hyena	SystemTools Software	87
Hyper Text Studio Prof.	Olson Software	2
i2 Analyst's Notebook	i2 Limited	468
i2 ChartReader	i2 Limited	364
i2 iBase 5	i2 Limited	401
IBM AIX	IBM	1
IBM Host Access Client	IBM	158
IBM ILOG	IBM	1
IBM Lohnsteuerunterprogramm	IBM	2
IC-DatasetExport 1.2.4	PROFIT100 Consulting	1
IC-Geocoding 1.3.4.3	PROFIT100 Consulting	1
IC-InteractiveViewer 1.0.9	PROFIT100 Consulting	1
IcoFX 1.6	IcoFX-Kovrig	1
Icon Processor	Icon Empire	1
Icon Restore 1.0	Tim Taylor	1
ID Company Card-Software	ID Ausweissysteme GmbH	1
IDEA	Audicon GmbH	18
IDEAL Administration	Pointdev	1
iDesk-Browser	Haufe-Lexware GmbH & Co. KG	10
Idoswin Pro 5	Ingo Eckel	1
IDP 2006 3.0.0.4	CEC Potsdam	8
Idrisi 32-BIT	Clark Labs	1
IFAS	Kisters	210
iGuard®	IDS	8
IGVP	BLKA	28175
IGVP Startfenster	Bayerisches Landeskriminalamt	29170
iLife	Apple	10
Illustrator	Adobe Systems Inc.	18
iMacros version 7.1.2.1109	iOpus	1
Image Processing Software Option	PFU	1
ImageMagick 6.5.4-8 Q16 (2009-08-15)	ImageMagick Studio LLC	1
ImageMixer 3 SE for SD	PIXELA	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
ImagXpress	Nero AG	28
IMail Server	Ipswitch	1
ImgBurn	LIGHTNING UK!	14
IMMISluft 5.x	IVU Umwelt	3
IMMISnet 4.x	IVU Umwelt	1
Immissionsschutzrecht 2010ff.	WEKA MEDIA	2
Imposing Plus	Quite Software	1
imtooDVD Converter	imtoo	1
InCD	Nero AG	3
InDesign	Adobe Systems Inc.	32
Industriedatenbank 08/2009	Seibt	1
InfoHcopy	InfoDesign OSD	1
Infopost-Manager	Deutsche Post	3
Infor Baan ERP	Baan	57
InfoRapid KnowledgeMap	Ingo Straub	1
Informationssystem Hochschuldaten (ISHD)	IT.NRW	1
INFORMIX Universal Data Option 7.3x	IBM	10
INFORMIX 4GL Developer 7.x	IBM	1
INFORMIX 4GL Runtime 7.x	IBM	11
Informix Client SDK Non-Specific	IBM	73
Informix Dynamic Server Enterprise Edition Non-Specific	IBM	10
INFORMIX ESQL/COBOL Development 7.x	IBM	1
Informix Server	IBM	2
Informix SQL Development Non-Specific	IBM	1
Informix SQL Runtime Non-Specific	IBM	11
INFORMIX Standard Engine Developer 7.x	IBM	1
INFORMIX Standard Engine Runtime 7.x	IBM	11
InfoZoom	humanIT Software GmbH	22
Ingres	Action Corp	7
Ingres 2 Enterprise Edition	Action Corp	2
INGRES Client	Ingres	20
Ingres Eclipse DTP Bundle 10.x	Ingres	5
Ingres Enterprise Support	Ingres	26
Ingres Server-Entwicklung-Runtime Support	Ingres	53
IngresNet	Ingres	368
Innere Sicherheit Tools	T-Systems GEI	1095
Innovator	MID	27

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Install Shield	Macrovision	14
InstallShield	Flexera Software	4
in-Step Server for Oracle	microTOOL GmbH	1
Integral Customer Tool ICT	Avaya	1
Intel Visual Fortran 2011	Intel	2
IntelliJ IDEA 8.1	Jertbrains	2
IntelliSync	IntelliSync Corporation	1
Interbase 6.0	Borland	1
Internet Explorer	Microsoft	33.855
InterScan VirusWall Non-specific	Trend Micro	1.650
Interstage XWand Toolkit User License	Fujitsu	7
InterVideo WinDVD 4	InterVideo Inc.	14
Inventaris - Inventarverwaltung 4.5	MÜLLER UND STEIN software	11
Inventarisierungssoftware ina-mt 20 incl. Support für 12 Monate	Kiel-it-solution	1
IP Communicator	Cisco	385
IPEV	DORMA Time + Access GmbH	402
Ipswitch WhatsConnected v3.0	Ipswitch	1
Ipswitch WhatsUp Gold	Ipswitch	6
iReport 3	JasperSoft	6
Irfan View	Irfan Skiljan	4.327
IRMSTools	RPS	1
ISA Server	Microsoft	25
ISDN Octo	CAESAR	1
ISO Commander	TurtleBlast Software	1
IsoBuster	Smart Projects	3
ISS	IBM	6
ISS Proventia Desktop	IBM	39
IST Firex 2.1		10
IST Kobra 1.0		10
IST Trace 1.42		10
ISU	GFal	8
iTALC	iTALC Solutions Inc.	31
ITShow-Software	Filsinger	1
ITSM-Software Server + 5 Techniker/ 100 Anwender	Track IT	1
iTunes	Apple	10
ItWatch Device Watch	itWatch GmbH	801
IUVA 1.3d	Bundesamt für Umwelt BAFU	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
IVR Server pro Line	TERASENS	20
iWork 09	Apple	2
IXI-Framework	serVonic GmbH	1
IZArc	IZARC	2.178
IZArc	Ivan Zahariev	3
J2SE Development Kit	Sun Microsystems Inc.	6
J2SE Runtime Environment Update	Sun Microsystems Inc.	31.864
Jabron	Hydrotec	1
Jalopy	Triemax Software	25
Jana Server	Thomas Hauck	0
JasperAnalysis Non-specific	JasperSoft	6
JAuswertung	Dennis Müller	1
Java Access Bridge	Sun Microsystems Inc.	1
Java DB 10.5.3.0	Sun Microsystems Inc.	1
Java Runtime Environment	Oracle	31.740
JAVA2 Plug-in 1.5	JavaSoft	1
JAWS	Freedom Scientific	27
JCV Gantt	MindJet	15
jEdit	jEdit	4
JeOS	Ubuntu	1
Jetzt lerne ich C++ 1.0	MARKT&TECHNIK	1
JIRA	Atlassian	2
Joe	Wirth New Media Sarl	1
Join Air	ZTE Corporation	3
JPEG Lossless Rotator 5.0	Anry	2
JPEG to PDF 1.0	jpegtopdf.com	1
JPGraph	MAYFLOWER	1
JProfiler	ej-technologies	2
JRebel	Zeroturnaround	5
JT Document Converter	dots	1
JT Web Connector	dots	1
Just Great Software EditPad Pro 6 DE 6.5.2	Just Great Software	1
K!TV XP	K!	1
KAFKA V.7.0.4	RWTH Aachen	2
Kat-CeDe 3.4	RB Soft Ralf Biedermann	6
Kbauth	Bayerisches Landeskriminalamt	29.175
KE 2.0	FLI	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
KEDIT for Windows	Mansfield Software Group's	12
KeePass Password Safe 1.x	Dominik Reichl	23
KesoKey	Keso AG	1
Keymanager 3	cedion	3
Keypoint 3	pki	2
Keyvi	Uhlmann & Zacher GmbH	1
KeyViewPro 6.5, deutsch		1
KFZ-Plan 3.0	SoftAIX	15
KFZ-Plan Server 3.0	SoftAIX	1
Kiwi Syslog Server 9.1.0 (Service Edition)	http://www.kiwisyslog.com	1
KLARA (Klimawandel - Auswirkungen, Risiken, Anpassung) 1.0	LUBW	59
KlickTel	telgate MEDIA	8
KlickTel Routenplaner	KlickTel	907
Knockout	Corel	7
Knowitall Chemwindow Edition Non-specific	BIO-RAD	5
Knowledge Xpert	Quest Software	92
Kofax Concurrent Station	Kofax	8
Kofax Scannersoftware FSC fi-6230	Kofax	130
KompoZer 0.77	Thorsten Fritz	1
KompoZer 0.8b3	KompoZer	1
Konverter ALK-GIAP nach SICAD-SD 1.0	Esri	1
Kostra DWD	Deutscher Wetterdienst	3
KOSTRA-DWD 2000	itwh Hannover	22
Koyote 2.1	INTS GmbH	2
Kursbuch Altlasten 2006 1.0	LUBW	2
LABbase Designer 8.2.3	Blomesystem	1
LABbase Help & Manual 8.2.3	Blomesystem	1
LABbase Reportgenerator 8.2.3	Blomesystem	3
LABbase Runtime 8.2.3	Blomesystem	100
LABELident	Labelident	1
Labelmaker	Wolf Informationstechnik GmbH	1
Labels Unlimited	Softkey Incorporated	2
Laborleiter 2010	WEKA MEDIA	1
LABS Q Collection	ICD	14
LaCie Network Assistant 1.2.0.15	LaCie SA	1
LAFKAT	NZO GmbH	8
Lager 2002	Taylorsoft	11

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
LanChat2	Christoph Stoepel	2
LANCOM	LANCOM Systems	2
LANDesk Application Virtualisation	LANDesk	15
LANDesk inkl. Security und alle Clients	Sparxent Europe GmbH	1
LANDesk Management Suite	LANDesk	2.520
LANDesk Server Manager	LANDesk	60
LAN-OPAC	Exlibris	103
LARSIM 2008	LUWG Rheinland-Pfalz	1
LASarc 4.x	IVU Umwelt	3
LASAT 3.x	Janicke	3
Lava Ether Link Manager 4.10.00	Lava Computer Manufacturing Inc.	1
Layhe Fortran 95 Linux Prof. 6.2	Layhe	1
Layhe Fortran Prof. 7	Layhe	3
Lebensmittelrecht ohne	Behr's Verlag	10
Leica TruView 2.2.1	Leica Geosystems	1
Leitfaden Biologische Verfahren zur Bodensanierung 1.0	Dechema e.V.	1
Leitsatzdatenbank 2010	Bund-Verlag	1
Leitz OColorprint 3.0	Leitz GmbH & Co KG	5
Lernfelder Metalltechnik Industriemechanik 1.0	Bildungsverlag EINS	2
LexifacePro Englisch	Pons	1
LG Burning Tools	Nero AG	1
LimA Non-specific	Stapelfeldt	41
Link Boot	Tetranet Software	1
Linux	Linus Torvalds	11
Linux	Ubuntu	7
Linux		138
Linux Debian	Debian Project	1
Linux openSUSE 11.3	openSUSE.org	4
Linux Red Hat	Red Hat	20
Linux Red Hat Server	Red Hat	1.865
Linux Server	Diverse	6
Linux Server	Novell	1.261
LISA	TBB-Drawsign GmbH	2
Live Cycle	Adobe Systems Inc.	31
LiveReg (Symantec Corporation)	Symantec Corporation	2
LiveUpdate 1.6 (Symantec Corporation)	Symantec Corporation	3
Log Parser 2.2	Microsoft	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
LOGINventory	Schmidt's LOGIN GmbH	62
LogMeTT 2.9.7	LogMeTT.com	3
LogoSens-DuoSens 1.4	Ott Messtechnik	2
Lotus-Notes	IBM	10
LSI V92 MOH Application	LSI Corporation	1
Lunar Plus Screen Reader	Baum	1
LUPUS	T-Systems GEI	466
LWANAS / NASIM x.x	Hydrotec	1
M1-Terminalserver 1.0	MACH	12
MAC OS	Apple	119
Mach	MACH AG	49
Mach 1	MACH AG	1
Mach Web	MACH AG	201
Macro Recorder 4.69.0	Jitbit Software	1
Macromedia Dreamweaver	Macromedia	57
Macromedia Freehand	Macromedia	15
Macromedia Homesite	Macromedia	20
Macromedia Studio	Adobe Systems Inc.	4
MagicDraw	MagicDraw	6
MagiWOL 2.21	Josip Medved	1
MAGIX 3D Maker	MAGIX AG	2
MAGIX Foto Manager	MAGIX AG	2
MAGIX Foto Premium 3.1.0.11 (D)	MAGIX AG	1
MAGIX Fotobuch 3.6	MAGIX AG	1
MAGIX Fotos auf CD & DVD 6.5 6.5.1.5 (D)	MAGIX AG	1
MAGIX Music Maker	MAGIX AG	3
MAGIX Online Druck Service 3.4.3.0 (D)	MAGIX AG	1
MAGIX Screenshare	MAGIX AG	1
MAGIX Speed burnR	MAGIX AG	1
Magix Video 17 Premium	MAGIX AG	1
Magix Video deluxe 16 Premium	MAGIX AG	11
MAGIX Web Designer 6 Download-Version	MAGIX AG	1
Mail Merge Toolkit	MapiLab	25
MainConcept DTV Decoder Pro	MainConcept GmbH	2
ManageEngine OpManager Premium Edition Release 7 SA	AdventNet	1
map&guide Karte Deutschland City	map&guide	255
MapCreate 5.0	LEI	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
MapForce	Altova	1
MapInfo Professional	MapInfo Corporation	17
MapSource-Trip & Waypoint Manager x.x	Garmin	3
MAPublisher für Freehand 9/10 5.0 5.0	Avenza Systems	3
Marketinginformationssystem		110
Martin´s Power Function	ittersoft	25
MassLynx 4.1	Waters	1
MasterSolution Suite XL	MasterSolution AG	1
Mathcad 13	PTC	1
Mathematik-Grundlagen 4.1	Henkel KGaA	11
MathType 6	Design Science Inc.	8
MATLAB 2006	MathWorks	1
MATLAB Mapping Toolbox 2006	MathWorks	1
MATLAB Non-specific	MathWorks	2
MATLAB Statistics Toolbox 2006	MathWorks	1
Matrix42 License Manager 5.2 (Update von update4u License Manager 5.1)	Matrix42	1.500
Matrix42 Service Store 5.3	Matrix42	1
MAXQDA	Verbi GmbH	2
MDG Link for Eclipse	Sparx Systems	22
Measure Demoversion 2.x	DatInf GmbH	2
Mechanik und Verkehr	Uni Duisburg	8
Meda 8.1	Wölfel Meßsysteme	1
Mediaplayer		400
Mediator 9 Schulversion	Matchware	22
Medienkatalog Boden 8/2007	Fachhochschule Osnabrück	1
medit 0.10.4	Yevgen Muntyan	1
Meldok 4.x	ATB Potsdam	6
Memories Disc Creator 2.0	Memories Disc Creator 2.0	2
MemTestPro	HCI Design	6
MeNoD Client	TeMeNo GmbH	37
Menu Templates - Starter Kit	Nero AG	18
Mercator	Hauslizenz	3
Merkblätter gefährliche Arbeitsstoffe 2010ff.	Ecomed	1
MetaFrame Presentation Server Client	Citrix	6.949
Mevis T light 1.6	Mevis	1
MFC RunTime files	Extensoft	1
Micro D Player	Seorim Digital Technology	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Microsoft Excel 2000 SR-1	Microsoft	2
Microsoft Exchange Server Best Practices Analyzer Tool	Microsoft	2
Microsoft IntelliPoint	Microsoft	7
Microsoft IntelliType Pro	Microsoft	6
Microsoft iSCSI Initiator	Microsoft	6
Microsoft MapPoint Europa	Microsoft	1.393
Microsoft Office Document Lifecycle Application Server Components	Microsoft	5
Microsoft Office Document Lifecycle Components	Microsoft	18
Microsoft Silverlight	Microsoft	12
Microsoft SOAP Toolkit 3.0	Microsoft	28
Microsoft SQL Server Native Client	Microsoft	245
Microsoft Virtual PC	Microsoft	17
Microsoft Virtual Server 2005 R2 SP1	Microsoft	1
Microsoft Visio Professional 2002 [DEU]	Microsoft	1
Microsoft Visual Basic Express Edition - DEU	Microsoft	12
Microsoft Visual C# Express Edition mit SP1 - DEU	Microsoft	5
Microsoft VMRCplus	Microsoft	1
Microsoft WinUsb 2.0	Microsoft	3
Microsoft Works 6-9 Converter	Microsoft	1
Microsoft XML Parser	Microsoft	52
Microsoft-Basissmartcard-Kryptografiedienstanbieterpaket	Microsoft	1
MiK TeX	Christian Schenk	1
MIKSOFT Mobile Media Converter	MIKSOFT	1
MiKTeX 2.8	MiKTeX.org	1
MindManager	MindJet	1.431
MinGW 5.1.6	MinGW	3
Mini-Remote-Control	Dame-Ware	21
MIRES Benutzerverwaltung	HAESSLER Information	0
MIRES Client	HAESSLER Information	34
MIRES Import und Export	HAESSLER Information	0
MIRES Server	HAESSLER Information	1
MIRES Strukturierte Ablage	HAESSLER Information	0
Miss Marple Non-specific	ADLON	705
Mitarbeitergespräche 2.0	Land NRW	1.474
MKS Toolkit	MKS Software	126
Mlwin	University of Bristol	0
MM Administration/Backup and Recovery	CA Deutschland GmbH	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
MNTR Support und Upgrade Assurance	Kofax	2
MobileMark 2007	BABCO	1
Mobilev 2.4	H. Steven	1
MOM Mgmt Server	Microsoft	6
MOSS	Microsoft	2
Mount Image Pro	GetData	30
Mr SID Geo Workstation 1.5	LizardTech	2
mRemoteNG	mRemoteNG	1
mrs Unified Messaging	Cycos	1.500
MrSid Viewer 2.0	Lizard Tech	10
MS Gruppenrichtlinien-Verwaltungskonsole	Microsoft	2
MS Workstation 6.x	Varian GmbH	6
MSDN Universal	Microsoft	57
MsSQL	Microsoft	150
MSXML 4.0 SP2	Microsoft	33.636
MSXML 4.0 SP3 Parser	Microsoft	31.987
MT9750	Siemens	1.718
Mufin MusicFinder Base 1.5.3.255 (D)	MAGIX AG	1
MultiBase CS Prof. 3.2	34u GmbH	1
MULTISEC Mail 2.9.1.3	CoCoNet	109
Muster-Betriebsanweisungen	WEKA MEDIA	1
Musterstücke der Bodenschätzung 1.0	Bundesfinanzministerium	1
MWSnap 3.0	MirekW	52
MXI G2 for CICS License	Rocket Software	1
MyEclipse Professional	Genuitec	206
MyEclipse Workbench	Genuitec	21
MyOffice@net	Philips	1.500
MyPhoneExplorer	F.J. Wechselberger	3
mySAP Enterprise Development Nutzer	SAP	27
mySAP Enterprise Employee Nutzer	SAP	2.350
mySAPEnterprise Prof. Nutzer	SAP	232
MyScript HWR (German)	SMART Technologies ULC	6
MyScript Stylus 2.6	Vision Objects	1
MySQL	MySQL	60
MySQL	Oracle	190
MySQL Tools 5	MySQL	13
MySQL Workbench	MySQL	6

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Namo Web Editor	Namo	13
National Chemical Inventories 1999	cas chemie	2
Natura 2000	BfN	3
Natural for Adabas für z/OS	Software AG	1
Natural for SUSE Linux x86	Software AG	5
NATURAL for Windows Desktop 6.3.X	SAG Deutschland GmbH	127
Natural für z/OS	Software AG	1
Natural Optimizer Compiler für z/OS	Software AG	1
Natural Security für SUSE Linux x86	Software AG	5
Natural Security für z/OS	Software AG	1
Natural TSO Interface für z/OS	Software AG	1
Navicat	PremiumSoft	3
Navigator 3	TOMTOM	1
Navigon Mobile	Navigon	1
NBM-TS 2.0.0	Narda Safety Test	6
NCP Secure Client	NCP	2.173
NCP Secure Client Manager	NCP	2
NCP Secure Ent. HA-Server Tunnel	NCP	490
NCP Secure Ent. Server Gateway Tunnel	NCP	434
NCP Secure Enterprise HA Server	NCP	1
NCP Secure Managed Unit	NCP	838
NCP Secure Server Manager	NCP	1
NCP Server	NCP	16
Nero	Nero AG	8.119
Nero Ahead	Nero AG	8
Nero BackItUp 10	Nero AG	1
Nero Burning ROM	Nero AG	362
Nero BurnRights	Nero AG	39
Nero Control Center 10	Nero AG	51
Nero DiscSpeed	Nero AG	34
Nero DriveSpeed	Nero AG	31
Nero Essentials	Nero AG	131
Nero Express	Nero AG	13
Nero Live	Nero AG	15
Nero MediaHome 4	Nero AG	2
Nero Multimedia Suite	Nero AG	17
NetApp SW Subscription Plan	NetApp	3
NetApp System Manager	NetApp	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
NetDrive	MacroData	12
NetInstall Terminal Edition Client	enteo Software GmbH	475
NetInstall Terminal Edition Server	enteo Software GmbH	20
Netman Manager	UPS Manufacturing	4
Netobjects Fusion	NetObjects	12
NetOP Instruct	NetOP	25
NetOp Remote Control	Danware	1.602
Netop Remote Control Guest	Netop Business Solutions A/S	5
NetOp School	NetOp	100
NetOp School	Danware Data A/S	8
Netscape	Netscape	18
NetScreen-Remote VPN Client 9.x	Juniper	110
Netsupport Helpdesk	PCI Software	5
NetSupport Manager	NetSupport Ltd	1
Netsupport Manager	PCI Software	170
NetVault 8.5	BakBone US	4
Netword Edition Dedicated Storage Nodes	Leagto	6
Networker	Fujitsu	1.550
Networker	EMC	774
Networker Autochanger 1-32 Slots	EMC	1
Networker Client	Leagto	392
Networker Client Pack f. Unix	Leagto	1
Networker DiskBackup Option Tier1 >1TB	Leagto	1
Networker Mod	Fujitsu	32
Networker MOD for Microsoft Applications	EMC	6
Networker Power Edition f. Windows	Leagto	1
Networker Virtual Edition Client	EMC	35
Networker VirtualTape 5TB AddOn	Leagto	1
Networker VTL Bundle 10TB	Leagto	1
News Oce	NOS	2
NexMan	Nexans	1
NFS Maestro Gateway Firmenlizenz	Hummingbird	100
NFS Software, T3C	NetApp	2
nGenius Client	NetScout Systems, Inc.	12
NGX R71	Checkpoint	1
NiceLabel Express 5	Euro Plus d.o.o.	2
NiceLabelPro	NiceLabel	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
NIST Mass Spectral Library Non-specific	Scientific Instrument Services	2
No23 Recorder Non-specific	SOURCEFORGE	1
Nokia Software Updater	Nokia Corporation	35
Normfall Manager	Normfall GmbH	14
NorReview	Norsonic	3
NorReview-Tonhaltigkeitsmodul 4.x	Norsonic	1
Norton Ghost	Norton / Symantec	1.697
Norton Utilities	Norton / Symantec	8
NOS	Bauer+Kirch	15
NOS	Control Data Corporation	11
Notepad++ 5.x	donho	19
Novatime Server + Zugriffe 100 User	Zeiterfassung	1
Novatime Workflow	NovaTime	46
Novatime Zeiterfassung	NovaTime	10
NPS Fiona	Infopark	400
NSR Client Connections	Fujitsu	150
NSR Robot	Fujitsu	2
NSR-Robot-24	EMC	50
NSR-STOR (Linux)	Fujitsu	6
NVBU NDMP Plugin Data Mover Lizenz	BakBone Software Inc.	1
NVBU NDMP Plugin Data Mover Maintenance 8x5	BakBone Software Inc.	1
NVBU Server Workgroup Edition für Windows	BakBone Software Inc.	1
NVBU Server Workgroup Edition für Windows Maintenance 8x5	BakBone Software Inc.	1
NVBU Single Slot, 65-128 Total Slots Lizenz	BakBone Software Inc.	72
NVBU Single Slot, 65-128 Total Slots Maintenance 8x5	BakBone Software Inc.	72
NVBU SnapMirror to Tape Plugin Lizenz	BakBone Software Inc.	1
NVBU SnapMirror to Tape Plugin Maintenance 8x5	BakBone Software Inc.	1
NW Server Netowrk ED WIN/LIN V7.6	EMC	1
nworks Management Pack für VMware für Microsoft MOM, Ops Mgr	Veeam	12
O&O BlueCon Admin	O&O Software GmbH	1
O&O Defrag 12 SBS-(C)UPD-EL-RV-1S+5W	O&O Software GmbH	4
O&O Defrag 12 SRV-(C)UPD-EL-RV	O&O Software GmbH	6
O&O Defrag 12 SRV-FULL-EL-RV	O&O Software GmbH	15
O&O Defrag 14 Server Edition WIN multilingual	O&O Software GmbH	25
O&O Defrag 14 Workstation Edition WIN multilingual	O&O Software GmbH	75
O&O Defrag Professional Edition	O&O Software GmbH	3

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
O&O Defrag Server Edition EDU/Non-Profit	O&O Software GmbH	25
O&O Defrag Workstation Edition EDU/NonProfit	O&O Software GmbH	75
O&O Enterprise Management Console 3-RV	O&O Software GmbH	1
O&O SafeErase	O&O Software GmbH	1
O&O Software Defrag 14 Server	O&O Software GmbH	3
Office	Microsoft	137.705
Office Access Non-specific	Microsoft	4.861
Office Developer Edition	Microsoft	13
Office für Macintosh Standard 2011, Einzelsprache	Microsoft	2
Office Mobile	Microsoft	2
Office07-Konverter	Microsoft	7
OfficeMaster Line	ferrari AG	3
OfficeTab 1.22	hi.baidu.com/officecm	1
Offroad-Emissionsberechnung 1.0	AVISO GmbH	1
OKE		400
OLX Folder Replication Agent	Gangl Software	98
OLYMPUS AS 500	OLYMPUS	2
OMC-Flash	NupSoft	1
OM-EL-WIN-USB 4.0	NEWPORT	4
OmniGraffle 5 Pro EDU	Omni Group	3
Omnipage	Caere	9
Omnipage	Nuance	437
Omnipage Prof. 6.0	Jasc	1
Omnivista Network Management	Omnivista	1
OneNote Einzelsprache	Microsoft	36
Online TV2	concept/design	5
oof -admin	seliSoft	580
OPA Deutschland 3.5	XIMES GmbH	1
Open Road Dev. Runtime Support	Ingres	8
Open Road Development Support	Ingres	3
Open Road Runtime	Ingres	1
Open Road Runtime Support	Ingres	10
OpenEdge 10.1C	PSC	20
openFT	Fujitsu Siemens Computers GmbH	58
OPENLiMiT Integrations Suite Version 2.1.6.3 Professional, Deutsch, Upgrade, Download	OPENLiMiT SignCubes AG	1
Open-Office		178
OpenProj 1.4	Projity Incorporated, USA	6

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Openroad	Openroad	101
openSM2	Fujitsu	1
OpenText Rendition Services	Open Text	1
Opera Non-specific	Opera	22
Operations Manager Server 2007, dt.	Microsoft	2
Opticbook 4600 Treiber 1.0	Plustek Technology GmbH	1
Oracle Active Data Guard	Oracle	8
Oracle Advanced Compression	Oracle	4
Oracle Advanced Security	Oracle	148
Oracle Audit Vault	Oracle	10
Oracle Data Masking Pack	Oracle	32
Oracle Database	Oracle	805
Oracle Database Enterprise Edition; Named User Plus Perpetual	Oracle	30.000
Oracle Database Vault	Oracle	4
Oracle Enterprise Manager for Database	Oracle	164
Oracle In-Memory Database Cache	Oracle	4
Oracle Instant Client 10.2.0.3	T-Systems GEI	1050
Oracle Internet Developer Suite	Oracle	1
Oracle IRM Desktop	Oracle Corporation	1
Oracle JInitiator 1	Oracle	14
Oracle Label Security	Oracle	4
Oracle Partitioning	Oracle	8
Oracle Profiling and Quality	Oracle	4
Oracle Real Application Cluster	Oracle	183
Oracle Total Recall	Oracle	4
Organische Chemie(OC)-Grundlagen 3.1	Henkel KGaA	14
ORI templogger 2.0	ORI Abwassertechnik	1
Origin	Golden Software	1
Origin 7.5D	OriginLab	1
ORION	Kommunale Informationsverarbeitung Baden-Franken	851
OS.5 / ECM OS_fulltext (Serverlizenz)	OPTIMAL SYSTEMS Vertriebs GmbH	1
OSIRIS-Zentral 1.0	Conterra GmbH	67
OTS Avsec	Microsoft	1
OutlookTempCleaner	HowTo-Outlook	1
Ovi Suite Non-specific	Nokia	32
oXygen XML Editor	oXygen	3

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
P99-Id Leseprozessor V1.0.0	Carl Walther GmbH & Co KG	13
Padua x.x	Pro-Aqua	44
Pagemaker	Adobe Systems Inc.	9
Paint Shop Pro 7 Anniversary Edition	Jasc Software Inc	1
Paint.NET	Paint.NET	409
Panacea	Panacea	2
Papercapture 1.0	Adobe Systems Inc.	8
PaperPort	Nuance	969
PaperPort Image Printer	Nuance Communications, Inc.	34
Paragon NTFS	Paragon	32
Paragon Partition Manager	Paragon	21
Parallels Desktop	Parallels	34
Partial German Translation of SAS 04	SAS	3
Partition Magic	Symantec	29
PartitionMagic	PowerQuest	26
Passmark Monitor Test	PassMark Software	1
Passware Kit Forensic 10.1	Passware Inc.	2
Password Manager	Citrix	10
Passwort-Generator	Nils92	1
PASW Advanced Statistics 19.0	SPSS	1
PASW Custom Tables 19.0	SPSS	1
PASW Forecasting 19.0	SPSS	1
PASW Regression 19.0	SPSS	1
PASW Statistics Base Concurrent User 19.0	SPSS	4
PASW Statistics Base Single User 19.0	SPSS	1
PASW Tables Original 18.0	SPSS	2
PASW Text Analytcs for Surveys	SPSS	1
PC Tools	Symantec	1
PC.Doc-Access 4.05	GMC-I Messtechnik	3
PC-Anywhere	Symantec	191
pcBAT TVöD	Deckers Verlag	6
pcBeamte	Hüthig Jehle Rehm	10
PC-Gehalt	Kraiss	1
PCMark	Futuremark	1
Pcounter for Windows	A.N.D. Technologies	1
PC-Rect 4.1	DSD Dr. Steffan Datentechnik GmbH - Linz, Austria	178
pcsadmin	M.S.E. GmbH	3

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
pcTV-L	Hüthig Jehle Rehm	4
PC-Wetterstation 3.19	TechnoTrade	1
pcwRunAs 0.3	IDG Magazine Verlag GmbH	1
PC-Xware 5.01	NCDSOft	59
PDF Converter	Glenn Alcott Software	4
PDF Converter	Nuance	56
PDF Creator	pdfforge	395
PDF Pitstop MAC	Glenn Alcott Software	1
PDF24 Creator 2.9.1	PDF24.org	1
PDF4NET	O2 Solutions	2
PDF-Analyzer	IS-Soft - Ingo Schmökel Software-Entw.& Vertrieb	20
PDFBlender	Mandato LLC	3
PDFCreator	Freeware	685
PDFCreator	Frank Heindörfer, Philip Chinery	1.933
PDFEdit	CAD-KAS Kassler Computersoftware GbR	5
PDF-Grabber	Pixel Planet	1
PDFlib	PDF-Store	2
PDF-XChange Viewer	Tracker Software	16
PerformanceTest	PassMark Software	1
Perinorm	Perinorm	1
Perl Dev Kit	ActiveState	1
PersNRW x.x	IT.NRW	17
Personal Communication	IBM	203
Personal Translator	Deskshare	5
Personal Translator Prof	linguatec	2
Personalausgabenbudgetierung (PAB) NRW 1.0	IT.NRW	5
Personalplanung und Dienstpläne/	Smarttools	1
Personalvertretungsrecht NRW	Walhalla Fachverlag, Regensburg	1
Personendosisüberwachung	Eigenentwicklung	20
PERSYS 1.0	BDL	20
PFE - Programmers File Editor 1.01	PFE	40
PGP Desktop Pro	PGP Corporation	3
Phase 5	Phase 5	25
Phase 5 5.3	Berretz	5
Phoner 2.50	Heiko Sommerfeldt	1
Photo Express SE 5	Ulead	4

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
PhotoBase 1.0	ScanSoft	2
PhotoImpact	Ulead	56
PhotoImpact X3	Corel	2
Photomatix Pro Version 2.4	HDRsoft Sarl	1
Photoshop	Adobe Systems Inc.	575
Photoshop Elements	Adobe Systems Inc.	292
Photoshop Lightroom	Adobe Systems Inc.	5
PhotoStudio 1.0	ArcSoft	51
php	Rasmus Lerdorf	10
PHP 5.x	The PHP Group	17
PHP PRO BID	PHP PRO Software	1
Phylib x.x	LfU Bayern - Wielenbach	11
PIA	Forstware	1
PinKing	Kreativsoftware	2
Pinnacle DistanTV Server	Pinnacle Systems	1
Pinnacle TVCenter Pro	Pinnacle Systems	1
PitStop Pro 08	Enfocus	8
Pivot Software	Portrait Displays, Inc.	6
PL/SQL Developer Single User	Oracle	2
Plagiarism-Finder für Windows	Mediaphor Software Entertainment AG	42
Planfeststellung B 478 1.0	eVITdoc	1
Plan-IT 2.0	PROKODA	3
Plan-IT, Leselizenz 4.3	PROKODA	1
PLAXIS	Plaxis	1
PlayerLiteH 1.0.0.1.LH	AVTECH	1
PlayerLiteHJ 1.0.1.5.LHJ	AVTECH	1
PLUWin 4.x	IT.NRW	8
PMS 1.0	BDL	1
Policy Maker	Desktop Standard Corp.	500
PoliScan Office	Vitronic Dr.-Ing. Stein Bildverarbeitungssysteme GmbH	6
Pollution & Toxicology (Poltox II) 2	Embase	1
Polycom Clients PVX	Polycom	3
Polyplot 4.1	Institut für Geografie Hamburg	1
Pons Personal Translator	Linguattec	2
Portable Office	AccessData	2
Portalmanager	Infopark	2
portier vision 3.1	G.M. Stuer	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
PortProtector 3.30	Utimaco	150
PosterJet	Eisfeld Datentechnik	5
PostgreSQL	OpenSource PostgreSQL	6
POSY AFP Optimierung	SET Software	1
POSY Verbindungsmanager	SET Software	1
POV-Ray for Windows v3.6.1c	Persistence of Vision Raytracer Pty. Ltd.	1
Power Point	Microsoft	6
PowerArchiver	ConeXware	336
PowerQuest Drivelmage	Powerquest	40
PowerShutPlus	Generex	1
PowerTCP SSH and SFTP for .NET Subscription	Dart Communications	1
PRAD		1
Praxishandbuch für den betrieblichen Brandschutz 05-2009	WEKA MEDIA	1
Presentation Server Client. 9	Citrix	15
Presto! BizCard 5 SE (Deutsch Version)	NewSoft Technology Corporation	1
Presto! ImageFolio 4	NewSoft Technology Corporation	12
Presto! Mr. Photo 4	NewSoft Technology Corporation	1
Presto! PageManager	NewSoft Technology Corporation	59
Primärer Standort für Microsoft Systems Management Server 2003	Microsoft	10
Primion Zeiterfassung	primion Technology	1
Prinance 4.5	alphagraph team	1
Prince XML Server	YesLogic Pty.	1
Printgroove JT Man	Printgroove	1
Printgroove JT Man 4	dots GmbH, Berlin	1
Printgroove JT Web	Printgroove	1
PrintKey2000 5.0.2.0	Freds Software	1
Prognose- und Szenarienmodell zur Emissionsmodellierung des Straßenverkehrs (roadTEIM) 1.02	AVISO GmbH	1
Progress Version 9		240
Project	Microsoft	848
ProLab 2.14	Quo Data	4
Prolog Application Package	LPA	2
PROMT Office 9.0 EGGE	PROMT Ltd.	1
ProNuSs 7	Dr.-Ing. Bernd Schalau	9
pro-PREIS/LIST/VISIO NRW für Windows	pro-SOFT GmbH Aachen	2
Protect Disc License Helper 1.0.118	Protect Disc	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Protect Me! 1.x	SOURCEFORGE	2
ProtectDisc Driver, Version 11	ProtectDisc Software GmbH	1
Proventia Web Filter 2.3.0.2	IBM	500
Proxy Pro Master	Proxy Networks	801
Proxy Server	Microsoft	16
PRTG Network Monitor	Paessler AG	1
PRTG Traffic Grapher	Paessler AG	1
Prüfen 2 1.0	Christiani Paul	1
PSOffice Winowig 1.2.32	VITRONIC Dr.-Ing. Stein Bildverarbeitungssysteme GmbH	1
PSPad	Jan Fiala	10
PSPad editor	Jan Fiala	2
PST-Padatronic Setup Tool 6.3	Derenda	2
PsTuffViewer	Vitronic Dr.-Ing. Stein Bildverarbeitungssysteme GmbH	21
Public Sector RM	SAP	2.350
Publisher	Microsoft	11
PUSH	AED-SICAD	5
PuTTY	Tatham	116
P-View	Video-Technik Systeme GmbH	1
PWR 2.2 (2.2.5)	Ixia Software	1
Python Non-specific	Python Found.	238
QBasic x.x	Microsoft	1
Qexplain2full	Quest Software	2
QlikView 10	QlikTech	11
QlikView Client Enterprise Edition	Qliktech Deutschland GmbH	2
QSM 3.02	Hoffmann Softwarevertrieb	129
Quadriga-IT	Quadriga	533
QuanTax QX2 1.6	RÖNTEC	2
Quark Express für Mac 3.3.1, deutsch	Quark	1
QuarkXPress	Quark	14
QuarkXPress Passport	Quark	11
Quest Application Integration Tool	Quest Software	7
Quest Installer Logging - Powered by Codesite	Quest Software	11
Quest PowerGUI® 2.4	Quest Software	1
Quest SQL Tuning	Quest Software	30
Quick View Plus	Avantstar	20
Quicken 2010	Lexware	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
QuickScan 2.1	Pixel Translations	1
QuickTime	Apple	326
QuickTime Pro	Apple	10
Quite Imposing 2.0	Quite Software	6
R (Statistik Software) Non-specific	R-Project	6
R:Base	RBTI	0
Ragtime	Ragtime	98
RapidMiner Non-specific	SOURCEFORGE	1
Rational Functional Tester	Rational Software	3
Rational Rose	Rational Software	2
Rational Rose Data Modeler Non-Specific	IBM	3
Rational Rose Enterprise Edition Non-specific	IBM	1
Rational Rose for C++	Rational Software	4
Rational SoDA for Word Non-specific	IBM	3
Rational Suite Teststudio	Rational Software	13
RDS CAL	Microsoft	50
Reach Out deutsch		800
Reader	Adobe Systems Inc.	40.199
Readsoft Eyes and Hands Forms Windows 5.2	SPSS	1
Real Alternative	KL Software	400
Real Player Basic	Real Networks	801
RealPlayer	Real Networks	2.735
RealSecure Desktop Protector	ISS	42
Realspeak	ScanSoft	4
RealSpeak Solo 4.0 SAPI5 Western/Central European	Freedom Scientific	4
Realspeak Solo Steffi	F.H. Papenmeier GmbH & Co. KG	2
RealSpeak Vera	RealSpeak	2
RealVNC Enterprise	RealVNC	1.300
Recon HDA	SEBA	1
Recuva	Piriform	2
Red Hat Entprise Linux ES Standard	Red Hat	12
Redhat Server	Redhat	5
Reference Manager	Thomson Reuters	1
Reflection	Hummingbird	42
ReflectionX	Attachmate	30
RegCure Version 1.5 englisch 5 Computer Package	RegCure	1
RegioGraph 6.0	Macon AG	6
ReinerSCT	ReinerSCT	0

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Reiseplaner	Marco Polo	1
Remark Office OMR 5	Principia Products	1
Remedy Client	Remedy	12
Remedy User 7	BMC Software	12
Remote Desktop	visionapp	10
Remote Desktop	Microsoft	450
Remote Desktop Connection Manager	Microsoft	5
RemoteComms External Disk Access	PLX Technology	2
Remove Hidden Data 1.0	Microsoft	1.538
Renamer	Ant Software	1
RenderX XEP Desktop	RenderX	9
Report Builder	Digital Metaphors	2
REPRORISK	Micromedex jetzt Thomson Reuters	1
ReSharper 4.x Commercial Lic. Full Edition	JetBrain	2
RESY 2000 Non-specific	Stadt Hamburg, BSU	1
Retina Network Security Scanner	eeye	128
Retrospect inkl. Clientzugriff	Roxio	1
Revolution Studio 2.9.0	Derbrill Multimedia Malte Brill	1
Rhein-Alarmmodell 3.08.01	IKSR Int. Komm. Rhein	161
Richtiger Umgang mit Abfällen 2010	WEKA MEDIA	1
RING 2.0	Vogelwarte Helgoland	1
Ringdat Trinkwasser 3.10	Quo Data	2
RÖMPP Chemielexikon 2.0	Thieme Verlag	2
Route66	Route66	30
Roxio Media Manager	Roxio	1
Roxio Toast	Roxio	12
Roxio Toast Titanium MAC	Roxio	2
Royal TS 1.5.x	Code4ward	35
rsCASE	JacoZoom 1.5	34.714
rsFRAME	JacoZoom 1.5	44
RSSPopper 0.39d	RSS Popper	400
R-Studio	R-Tools Technology Inc	1
RTECS 1.x	CCOHS&CCHST	1
RV-Win	RPZ Spezial Software GmbH	1
RW Pro-Access Connected SQL 9.3.2.126	SALTO SYSTEMS	3
SafeGuard	Sophos	462
SafeGuard Easy	Utimaco	5.081

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
SafeGuard LAN Crypt	Utimaco	112
SafeGuard PDA	Utimaco	44
SafeGuard Private Crypto	Utimaco	5
SafeSign	A.E.T. Europe B.V.	11
Sandra	SiSoftware	2
SANtricity Storage Manager Utilities	egenio	1
SAP Application Professional	SAP	203
SAP ERP Developer User	SAP	5
SAP ERP ESS	SAP	1.200
SAP ERP Expert (Upgrade)	SAP	12
SAP ERP Limited Professional	SAP	25
SAP ERP Package	SAP	1
SAP GUI	SAP	308
SAP PPM Package	SAP	2
SAP RD CRM User	SAP	25
Saperion	Saperion	10
Sapien Primal Script 2007 Professional	SAPIEN Technologies, Inc.	11
SAS	SAS	114
SAS Access to DB2 Non-specific	SAS	1
SAS Access to PC File Non-specific	SAS	1
SAS AF Non-specific	SAS	1
SAS ASSIST Non-specific	SAS	1
SAS Base Non-specific	SAS	1
SAS BI-Server	SAP	6
SAS Enterprise Guide Non-specific	SAS	1
SAS FSP Non-specific	SAS	1
SAS Graph Non-specific	SAS	1
SAS INSIGHT Non-specific	SAS	1
SAS STAT Non-specific	SAS	1
SAS System	SAS	2
SAS Windows Client Verbund-Paket	SAS	45
Satan	Dan Farmer	1
Sawmill 8.0 Enterprise 1 Profil, ESD	Sawmill Analytics	1
SB Windows XP Pro SP3	Microsoft	11
SCALA Multimedia MM200 1.0	SCALA	1
ScanSoft PDF Professional 4	Nuance, Inc	1
Schablonenbrowser 1.2.1	GERONIMUS Hamburg	1
Schattenkopieclient	Microsoft	30.868

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Schrift Benton	linotype	25
Schrift Futura	linotype	1
Schriftart Benton 1.0	Font Bureau	8
Schriftart Benton Sans Regular Medium Bold	Frontshop	10
Schulung und Unterweisung im Labor 03/2010	WEKA MEDIA	1
Scilab 5	Scilab	1
SciTE4Autolt3	Jos van der Zande	1
SCO-Unix	SCO	1
Scout Enterprise	UniCon Software	1.370
Scout EP Management Software	UniCon Software	11
SCP Colorado Pro 8.0 SP2	KIP Deutschland	1
Scribus	The Scribus Team	2
ScriptLogic SharePoint Web Services	ScriptLogic Corporation	3
SDK	Portrait Displays, Inc.	12
SearchElf 1.2 Toolbar	SearchElf 1.2	1
Seavus Project Viewer	Seavus	5
Secondary VPN-1 Power Multi-core	Checkpoint	2
SECUDE Secure Mail	SECUDE	4
SecurDisc Viewer	Nero AG	1
SecureComputing NTLMAgent	webwasher AG	2
SecureCRT	VanDyke	5
SecureWave Application Server	SecureWave	10
SecureWave Sanctuary Database	SecureWave	1
Security Explorer	Scriptlogic Corporation	2
Security Update for CAPICOM (KB931906)	Microsoft	2
secXtreme honeyBox	secXtreme	1
Sekundärer Standort für Microsoft Systems Management Server 2003	Microsoft	400
SeliSoft OutOfOffice-Admin	SeliSoft	1
Sentinel System Driver	Rainbow Technologies	12
Sepago Installer	Sepago	37.964
Server Protect	Trend Micro	2.000
Servus3	Default Manufacturer	7
SES Driver	Western Digital	1
SetFileDate 2.0	No Nonsense Software	1
sevDataGrid ActiveX	SEV	13
Sferyx JSyndrome	Sferyx	1
SGEasy	Sophos	372

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
ShadowProtect IT Edition v3. inkl. 1 Jahr Maintenance	StorageCraft Deutschland	1
SharePoint	Microsoft	1.851
SharePoint Server	Microsoft	31
SharePoint Tools	Smarter Business Group	11
Sharxx Dokumentenverteiler	Smarter Business Group	1
Sharxx Icons	Smarter Business Group	1
Sharxx Vorlagen Auswahl	Smarter Business Group	1
SHB CaptureMaster	Smiths Heimann Biometrics	49
Shockwave	Adobe Systems Inc.	370
Shockwave Player Non-specific	Adobe Systems Inc.	33
Sicherheitstechnische Kenndaten chemischer Stoffe 7/2009	Ecomed	2
SilverDAT VIN-Abfrage	DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH	5
SilverFast	LaserSoft Imaging	8
Silverlight	Microsoft	330
Silverstream	Novell	5
Simplify Printing Client v3	triCerat, Inc.	4
SINA	Secunet	6
SIPASS sipassclient	Siemens	4
SiteScope	HP	51
SIW version 2011.05.26	Topala Software Solutions	1
SiWaPro Demo	lbwabo	2
SizeExplorer	JSD Software	3
SLD	Symantec	4.110
Smart Board Software	Smart Technologies GmbH	183
Smart Label Printer 7.0.3	Seiko Instruments USA Inc.	2
smart Notebook Software	Smart	23
Smart Start UP	NewSoft	1
SmartFilter	McAfee	330
SmartFTP Client	SmartSoft Ltd.	3
SmartGraph Standard	Lufft	4
Smartset 2000 Version 2.0	Uno Software GmbH	1
SmartTools Publishing • Outlook Backup	SmartTools Publishing	2
SMOD (Erweiterung) 1.2.5	Janicke	5
SMS Advanced Client	Microsoft	11.189
SMS Configuration Lizenz	Microsoft	510
SMS Server	Microsoft	17

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
SMS-Verwaltungspunkt	Microsoft	12
SnagIt	Techsmith	1.771
SnapDrive, Windows	NetApp	8
Snlco Edit 2.2	SnideSoft	1
Sobek 2.12	Deltares	1
Softphone	Cisco	50
Software Erdbebenalarmsystem EAS	Schauer Präzisionstechn.GmbH	1
Software Novatime Zeiterfassung	NovaTime	24
Software zur Programmierung von JetStamp 790	Ernst Reiner Gmbh & Co. KG	2
SoftwareManagementSuite Device CAL	Softwaremanagement.org	1.550
Softwareverteilung	Empirum	1
Solar Winds	Solar Winds	1
SOLARIS; Server	Oracle	132
SolarWinds Engineers Toolset	SolarWinds	1
SolidWorks 2007-2008	SolidWorks	1
Sonstige		30
SoPart	GAUSS-LVS mbH	2.500
Sophos Enterprise	Sophos	12
Sorenson	Sorenson Media	1
SPA Deutschland 6.5	XIMES Gmbh	1
SpaceObServer V5.0.2	JAM Software	1
Spanen	Christiani Paul	4
Spatial-, 3D Analyst	Esri	2
Speed Typing	Two Pilots	3
SpeedCommander	JDS Software	10
SPF/PC	Command Technology Corporation	3
SPG-Verein	Software Peter Grosse	2
SplineTech VBS Debugger Pro	Secure Computing Corporation	1
Splitting Version 4.4	blue-series	1
SPLOT	Novy	5
Spotlight on Oracle (Standard Edition)	Quest Software	2
Sprachausgabe Eloquence	Freedom Scientific	4
SPSS	IBM	1
SPSS	SPSS	43
SPSS Base	IBM	1
SPSS Base System	SPSS	1
SPSS Custom Tables Version 17	SPSS	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
SPSS Dimensions	SPSS	1
SPSS SmartViewer 15G 15.0.1	SPSS	5
SPSS STATA	IBM	2
SPSS Statistics Base Version 17	SPSS	2
SPSS Tables	SPSS	1
SQL CAL	Microsoft	6.229
SQL Developer	Oracle	32
SQL Optimizer for Oracle Standalone (per Seat)	Quest	33
SQL Retriever Mediapack	Oracle	2
SQL Server	Microsoft	815
Squid	Squid.org	2
Squid	squid-cache.org	1
Squish	Froglogic	10
SR-Manager	it-Plan	1
SRM-Tools 2.2.0	Narda Safety Test	6
SRM-TS 1.2.1	Narda Safety Test	6
St. Bernhard OpenFile Manager	St. Bernhard Software	5
StarWind RAM Disk (build 2010-03-10)	StarWind Software	1
StarWind Virtual CD (build 2010-03-10)	StarWind Software	1
Stat/Transfer	Circle Systems	1
STATA	StataCorp LP	13
Statistica Standard 6.0, deutsch	StatSoft	1
Status View Software SEQ47/50	Sven Leckel	4
Steganos Live Encryption Engine 15	Steganos GmbH	1
Steganos Safe Pro	Steganos	35
Stellar Phoenix Macintosh (v2.3)-Admin License ESD	Stellar Information Systems Ltd.	1
Stielow	Stielow	1
Stingray Studio	Rogue Wave Software GmbH	4
STN Online-Datenbank-Service Non-specific	FIZ Karlsruhe	5
Störungssignalisierung		2
Strater	Golden Software	1
Streamline 4	Adobe Systems Inc.	4
Studio 10	Pinnacle	1
Studio 8	Adobe Systems Inc.	2
StyleVision	Altova	1
Stylus Studio	Stylus Studio Corporate	2
Suitcase	Extensis	7
Sun Solaris	Sun	31

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
SUN-Arbeitshilfen	i.syde Informationstechnik GmbH	10
SuperCROSS (SuperSTAR)	Space-Time Research	5
SuperMailer	Mirko Böer	3
Supernova	Dolphin Computer Access	10
Supernova Magnifier Version 12	Dolphin Computer Access Ltd.	1
Support vSphere	VMWare	43
SureThing CD-Labeler Deluxe Edition 1.0	SureThing	1
Surfer	Golden Software	14
Suse Enterprise Server	SUSE	9
Suse Linux	SUSE	1.698
Suse Linux Enterprise	SUSE	2
SUSE Linux Enterprise Desktop	Novell	1
Suse Linux Enterprise Server	Novell	17
Suse Linux Enterprise Server	SUSE	55
SUSE Linux Enterprise Server for X86	Novell	971
Suse Linux Enterprise Server X86	SUSE	2
Suse Linux Server 9	SUSE	30
SV Virtual-IO Manager Einzellizenz	EMC	2
sv.net/classic 1.0	ITSG	1
SVGViewer 3.x	Adobe Systems Inc.	1.557
Sweet Home 3D version 2.3	eTeks	1
Swiff Point Player 2.1	GlobFX Technologies	1
Synkronizer 9.5 (Build: 090323)	XL Consulting GmbH	1
Synthesizer Eloquence	Freedom Scientific	5
SYSMark	Bapco	1
System Information Center 0.2.143.23	Ingmar Hör	78
System Requirements Lab for Intel	Husdawg, LLC	1
Systems Management Client	Microsoft	35.277
SystemScripter	scriptinternals	22
TA Luft 06/2009	BUM	1
TABULA 5.0	Ökon	16
Talend Open Profiler 4.0.1	Talend	2
Talend Open Studio 4.0.1	Talend	4
TC Conversion	Total Division GR	5
TCM	Tenovis	9
Team Coherence	Quality Software Components	5
Team-Form	Dörgens	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
TechNet	Microsoft	17
Technisches Zeichnen 1.0	Christiani Paul	1
teemtalk Non-specific	Neoware	1
Tee-Uhr 1.x	Demuth	3
Telearbeit-Clientpaket	Symantec	10
Telebild 2000	HECOSYS GmbH	138
Telefon Auskunft und Rückwärtssuche auf CD-ROM	KlickTel	1
Telefonbuch	TVG Verlag	1
Teleform für Windows 3.11 4.0	Microsoft	1
Telephone Manager 1.0	Bosch	1
Telesec Netpass Netkey inkl. Zertifikat	NCP	201
Telesnap UMS für 50 Anwender	AB + UMS -Software	1
Tenovis TSPI für TAPI	Avaya Inc.	3
TEO	Rechenwerk GmbH	2
Terminalemulation BA-80 TE	n.e.t.z. Software Partner GmbH	35
Terminplanung im Ministerbüro TIM	i.syde Informationstechnik GmbH	1
Terms 97801		5
TestDriven.net Enterprise	TestDriven.net	19
TextBridge Pro	Nuance	1
TextMaker Viewer	SoftMaker Software GmbH	2
Textpad	Helios	159
Text-To-Speech-Runtime	Magix Development GmbH	1
TFIS Testarbeitsplatz inkl. ArcEditor	AED-SICAD	1
Thax Fidentity 4.0	Thax Software GmbH	947
Think-cell-chart	Think-cell	5
Thumbs Plus	Thumbs Plus	0
Thumbs Plus 7.0 Professionell	AtlanticSX, LLC	4
TIC Editor	GEWI GmbH	140
TightVNC-Viewer 1.x	TightVNC	45
Time 3010	AZS System AG	1
TimeView	Hydrotec	6
TI-NSpireCasLehEin	Texas Instruments	2
Tinytag Explorer 4.x	Gemini Data Loggers	5
Tivoli Bare Maschine Recovery (TBMR)	Cristie	130
Tivoli Storage Manager (PVU)	IBM	1.580
Tivoli Storage Manager (TSM)	IBM	3.700

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Tivoli Storage Manager (TSM) for Mail	IBM	280
T-Mobile web'n'walk Manager	T-Mobile	3
TOAD	Quest	98
TOAD DB Admin Modul 1 named User	Quest	1
TOAD DBA Suite for Oracle (per Seat)	Quest	2
Toad for Data Modeler	Quest	35
Toad for DB2	Quest	13
Toad for Oracle	Quest	61
TOAD for Oracle Development Suite	Quest	1
TOAD for Oracle Professional Edition Government	Quest	1
Toast Titanium	Roxio	13
Tobit Telephony Port for David	Tobit	2
Tomcat	The Apache Software Foundation	7
TOMES	Micromedex jetzt Thomson Reuters	1
TOnI2EML	Ingmar Sroka	20
ToolStar	Toolhouse	5
Top 50 NRW	LVA	500
TOP10 NRW 4.0, Erstlizenz, deutsch	Landesvermessungsamt NRW	1
TOP10 NRW 4.0, Mehrplatzlizenz, deutsch	Landesvermessungsamt NRW	23
TOP50 NRW 4.0, Erstlizenz, deutsch	Landesvermessungsamt NRW	1
TOP50 NRW 4.0, Mehrplatzlizenz, deutsch	Landesvermessungsamt NRW	249
TOP50 SAT NRW Ost 1.0	Landesvermessungsamt NRW	1
TOP50 SAT NRW West 1.0	Landesvermessungsamt NRW	1
Top50 V5 Viewer	EADS Deutschland GmbH	1
Topo 10	Bezirksregierung Köln	76
Topo 50	Bezirksregierung Köln	175
TOPOWIN	Killet-Soft	1
TopPAD Gis Software 7.0	TOPCON DE	3
Topstyle Pro	Bradbury Software	24
TortoiseSVN Non-specific	OpenSource TortoiseSVN	10
Total Access Analyzer	FMS Inc	6
Total Commander	C. Ghisler & Co.	121
Total Video Converter 3.10	EffectMatrix Inc.	1
Total Visual Code Tools 2010 Developer Licence	FMS Inc	1
ToxRat Monitor 2.09	ToxRat	1
TRABBI-2D 2.1	Landesvermessungsamt NRW	4
TRABBI-3D 2.8	Landesvermessungsamt NRW	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
TRANSDAT	Killet Software Ing.-GbR	1
TRANSDAT	Killet-Soft	5
TRANSEC-check	Kisters	11
TransMAC	Apple Macintosh	1
Trap Receiver	Martin Cooley	2
TravelMED-InfoSystem Standard	TravelMED-Service GmbH	1
TreeSize	JAM Software	14
Treesize Prof.	Jam Software	52
TreesVis 0.5	Steinbeis-Transferzentrum FELIS	1
TREND/Analyst Community Edition	GEBIT Solutions	5
TrueCrypt	TrueCrypt Foundation	350
TruView 2.1	Leica Geosystems	1
TSC 1.2	IceWalkers	1
TSN Tierseuchennachrichtensystem	FLI Wusterhausen	81
TTLEditor 1.2.1	LogMeTT.com	3
TTS Wrapper	Microsoft	43
TuneUp 2011	TuneUp Software GmbH	10
TV-L Arbeitshilfen: Beschäftigte der Länder	Walhalla Fachverlag	1
TV-L Office Online	Haufe	16
TX Text Control ActiveX Enterprise	Text Control GmbH	17
TX Text Control Professional	Text Control GmbH	10
U3Launcher	U3	3
UDP Config 4.11.1	HW group	1
UDPlay 1.5	Lake of Soft	1
Ulead Drop Spot	Ulead Systems	2
Ulead FotoBrennerei 3 SE Basic	Ulead Systems	1
Ulead Photo Explorer 8.5	Ulead Systems	1
Ulead VideoStudio	Ulead Systems	3
Ultimate Bulletin Board	Mindraven	1
Ultimate Combo	CrystalGraphics	1
Ultimate Grid	Codeproject	5
Ultimate Toolbox	Codeproject	2
Ultimative Netsend Tool 1.8.7	Ruby Software Design	1
Ultra Video Converter 4.4.1021	Aone Software	1
UltraEdit	Proxma / IDM Computer Solutions	10
UltraEdit	UltraEdit	57
UltraEdit 15	IDM Computer	34
UltraEdit 16	Acronis	3

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
UltraEdit-32		42
UltraISO	EZB Systems, INC.	25
UltraMon	Realtime Soft	34
UMS-SISIM 1999	UBA	1
Umweltbilanzierung von Altlastensanierungsverfahren 1.0 Rev. 16	LfU - Baden Württemberg	1
Umwelt-CD		5
Umweltchemikalien Non-specific	Ecomed	3
Umweltdatenkatalog 5.0	BRD	2
umwelt-online	UWS	196
Umweltpraxis 2010	LexisNexis	1
Unicenter Desktop Management Suite	Computer Associates	370
Unicenter Desktop Management Suite (Windows)	CA Deutschland GmbH	3.641
Unicenter Network & Systems Management (Windows/Linux) managed resource	CA Deutschland GmbH	41
Unified CallManager Appliance	Cisco	3
Unipark	Globalpark	1
Universal Viewer	UVViewSoft	1
Unlocker	Cedrick Collomb	21
UNMS II Software	Newave USV-Systeme GmbH	1
update4u License Manager 5.1	update4u	1.500
update4u LicenseIntelligence Service 5.1	update4u	1.500
Update4you	Matrix42	1.300
Upsmon	RPS S.p.a.	6
UPSTools	RPS	1
USB Drive Letter Manager	Uwe Sieber Software	401
USB for Remote Desktop	FabulaTech LLP	1
USB-Blocker PLUS	ISM GmbH	20
User Profile Hive Cleanup Service	Microsoft	36
Utilitis	Norton	1
UV-Probe 2.0	Shimadzu	1
V2i Protector 2.0	PowerQuest	1
V3-Security Management Software	AhnLab	590
Vallen JPegger	Vallen-Systeme GmbH	1
Varial	Varial Software GmbH	5
Varial-Server Rechnungskostenstellenanwendung	Varial Software GmbH	1
Variotexttuerschilder	Variotext	1
VBA-Zertifikat	Thawte	2

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
vBulletin	Jelsoft Enterprises	8
VBX-Control BmpLst2.vbx	Marby	1
vCenter Server	VMware	358
VCL		113
Veeam Backup & Replication Enterprise for VMware	Veeam	12
Veeam Backup & Replication Enterprise for VMware - Annual Maintenance Renewal	Veeam	12
Veeam Backup & Replication Enterprise for VMware Tier A - Annual Maintenance Renewal	Veeam	40
Veeam Backup & Replication for VMware ESD	Veeam	2
Veeam Backup & Replication; 3-Jahres-Maintenance	Veeam	6
Veeam Backup for VMware base product	Veeam	116
Veeam Management Pack for VMware	Veeam	24
Verschiedene Betriebssysteme	diverse	500
VetLex Veterinärrecht ohne	MediaLex	3
ViaVoice	IBM	1
Video Analyse	Trajat GmbH	8
Video Converter 2.7.9	Any-Video-Converter.com	1
Video de Lux	MAGIX AG	8
Video Eigensicherung für Nordrhein Westfalen	Trajat GmbH	265
Videokonferenz		40
Videoplayer	AVTECH	2
Vigo Prof.	VCON	4
Virensscanner		57.613
Virgo	Baum Retec AG	2
Virgo Direct 4.4	Baum Retec AG	1
Virtual CD	Virtual CD	5
Virtual CD Terminalserver Basis	H+H Software GmbH	1
Virtual CD Terminalserver Erweiterung	H+H Software GmbH	1
VIS 99	BDL	10
Visio	Microsoft	1.125
Visio Viewer	Microsoft	34.432
Vision	MasterSolution	5
Visual Age f. Java	IBM	10
Visual Age Generator	IBM	27
Visual Age Generator Developer	IBM	13
Visual Assist	Wholetomato	49
Visual Assist für Visual C++	Wholetomato	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Visual Basic	Microsoft	211
Visual C++	Microsoft	21.666
Visual Cafe	Symantec	1
visual FM	Loy & Hutz	3
Visual InterDec	Microsoft	1
Visual Java++	Microsoft	12
Visual Sourcesafe	Microsoft	5
Visual Studio	Microsoft	675
Visual Test	Microsoft	1
Visual Web Time	primion Technology	1
Visustin	Aivosto Oy	1
VLC Mediaplayer	Statistical Innovations	26
VLC Player	VideoLAN	219
VMWare	VMWare	633
VMware Basic SnS	VMWare	43
VMWare Enterprise	VMWare	7
VMware ESX	VMWare	11
VMware View Enterprise Bundle	VMWare	6
VMware Virtual Center	VMWare	23
VM-Ware-Workstation	VMWare	65
VMXWizard beta	RGSofT	3
VNC	RealVNC	400
VNC	RealVNC	31
VNC Server 1.x	RealVNC	1
VNC-Service	RealVNC	6
VOC-Emmissionsberechnung 1.2	AVISO GmbH	1
Voice Pro 11 USB Fachvokabulare	Linguatec Sprachtechnologien GmbH	1
Voice Reader Studio	Linguatec	1
VOL/A Kommentar 2010 3.30	Bundesanzeiger Verlagsges	1
VPE-Virtual Print Engine	Ideal Software	1
VPN-1 Power Multi-core	Checkpoint	2
vPoint Client	VCON	30
VS-Clean 2.1	BSI Bonn	1
VSO Image Resizer 3.0.1.76	VSO-Software	1
V-Tank 1.0	Wichert	1
VU-Skizzen	Krefeld	23
Wälder 1.0		1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
WAQVIEW 1.0	SIMONA	1
Wassergefährdende Stoffe Non-specific	Ecomed	1
Wasserrecht für die betriebliche Praxis 2010ff.	WEKA MEDIA	1
WavePoint Office Router Software 1.0	Lucent Technologies	10
Web AS Netweaver	SAP	2.325
Web PVCS Version Manager	Serena Software GmbH	1
Webalizer GUI	Sir_Tobe & Co	1
WebDraw	Jasc	1
WebFormator	Audiodata GmbH	5
Webobjects	Apple	10
Websphere Host Integration Solution	IBM	1.102
Weinrecht 10/2009	Walhalla Fachverlag	2
WEKA	WEKA MEDIA	4
WEKA Der System-Administrator	WEKA	1
WEKA Security Scanner	WEKA MEDIA GmbH & Co. KG	1
WEKA Windows Kompendium	WEKA	2
Wepal 1.2.01	Wepal	1
WestLB CashLineWeb EBICS	WestLB	6
WGEO	Wasy	1
WGEO	Wegeo	1
wget	Micah Cowan	5
WiBE		2
Will Barcode-OCX ActiveX Modul	Will Software	2
Win Bedien Standard 1.48	SEBA	1
Win Editor	WinEdit Software Co.	3
Winalysis	Winalysis Software Inc.	5
WinAmp Lite 5.0	AOL	5
WinCvs 2.0	CvsGui	1
Wind Pro 2	EMD	1
WinDas adp	Gauselmann GmbH	1
WinDesign	Scan Mos	1
Windows .NET Server - Verwaltungsprogramme	Microsoft	1
Windows Exchange Server	Microsoft	412
Windows Mobile 5.0 SDK R2	Microsoft	16
Windows NT 4.0 Workstation OEM	Microsoft	16
Windows NT Device CAL 4	Microsoft	1.345
Windows Professional	Microsoft	5.922
Windows Remote Desktop Services CAL (Terminalserver-	Microsoft	340

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Clients)		
Windows Server	Microsoft	6.205
Windows Server CAL	Microsoft	29.945
Windows Systembuilder XP Professional	Microsoft	28
Windows Terminal Server	Microsoft	1.138
Windows Terminal Server CAL	Microsoft	10.979
Windows XP, Vista, 7	Microsoft	145.526
WinFax	Symantec	2
WinFF 1.3.1	WinFF.org	1
WinField Enterprise 2007	FGEU mbH	1
WINGIS	BG Bau	1
WinHTTrack Website Copier 3.43-9D	HTTrack	1
WinLabel	WIN LABEL	1
Winlog.basic 1.64	ebro	6
WINMAG plus V02.11	Novar	1
WinMerge 2.12.4	Thingamahoochie Software	1
WinMilch 1.2	Mais	2
WINON CD für NT 4.0 3.5	Microsoft	1
WinOnCD	Rovi Corp.	20
WinOnCD 6 DVD Edition	Rovi Corp.	1
WinOnCD 6 ServicePack	Rovi Corp.	5
WinOwig	Schelhorn Owig Software GmbH	11
WinPcap	CACE Technologies	29
WinRAR	Rarlab	46
WinRAR	ROG	150
WinRAR	WinRAR	9
WinSCP	Martin Prikryl	36
WinSCP 4.x	Prikryl	33
WinShell for Tex	Ingo H. de Boer	1
WinSize2	MagraSoft	2
WinSTAT	Fitch	5
WinSTAT Add-In für Excel 2001.1	R. Fitch	2
WinSTAT für Excel 97 1999.3	R. Fitch	5
Winzip	Corel	1.280
WinZip	WinZip International	132
Wireshark	The Wireshark developer community, http://www.wireshark.org	13
Wise for Windows Installer	Altiris	5

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
Wise Install Manager	Symantec	10
Wise Installations System	FengerIT	2
Word 2003, dt.	Microsoft	1
WPrint	Fujitsu	152
wRECON	SEBA	1
WRQ Reflection	WRQ, Inc.	53
WRQ Reflection X	WRQ	10
WS_FTP	Ipswitch	30
WS_FTP Pro	Ipswitch	10
WS-FTP Pro	Ipswitch	1.107
WS-FTP Pro Client	Ipswitch	20
WuTility	Wiesemann & Theis GmbH	6
Xampp 1.x	Apachefriends	6
XCFILTER 1.07	Hoffmann Softwarevertrieb	6
XdoS LAN-Version, Erweiterung von 5 auf 7 User (XdoS 5.4)	OSX Software GmbH	1
XEmacs 21.x	SOURCEFORGE	4
XenApp	Citrix	150
XenApp Advanced Edition 1 User Connention	Citrix	205
XenApp Enterprise incl. Edgesight	Citrix	150
XenApp WebPlugin	Citrix	24.164
XenDesktop Platinum Edition - Per User/Device	Citrix	7.357
Xenu Link Sleuth 1.3	Tilman Hausherr	5
Xfriend	Convotis	15
XL Stat	AddinSoft	
XMedia Recode 2.1.8.4	Sebastian Dörfler	2
Xming 6.9.0.31	Colin Harrison	15
XML Notepad 2007 2.5	Microsoft	7
XML Spy	Altova	128
XML/WAP-Services		1
XMLmind XML Editor 4	Pixware	1
XNView	XNView	5.100
XnView	Gougelet Pierre-e	3
XRY Complete	Micro Systemation	6
XRY Reader	Micro Systemation AB	4
XSManager	XSManager	1
Xtreme Foto Designer 6	MAGIX	2
Xvid 1.2.2 final uninstall	Xvid team (Koepi)	1

Software	Hersteller	Anzahl Lizenzen
X-Vision 5.6	Visionware	50
X-Ways Capture	X-Ways	1
X-Ways Forensic	X-Ways	36
Y Soft SafeQ and yBox Framework Uninstall	Y Soft, Ltd.	3
z/OS	IBM	1
ZA-AZK	Zauner	44
ZA-PDA Serviceprogramm	Softwarebüro Zauner & Partner	16
ZDATA Mediendatenbank	Verlag Dieter Zimpel GWV Fachverlage GmbH	1
Zdata Plus 1.0	Dieter Zimpel	1
Zend Studio	Zend	49
Zero Label V8.0	ZTR	11
Zeta Producer Portable	Zeta	2
ZetVauKa 2000	Becker	1
Zeugnis Generator 18	H&P Infomedia GmbH	10
ZipGenius	ZipGenius	1.345
ZMI - Software	ZMI GmbH	14
ZoneAlarm	Checkpoint	13
Zoom Text Magnifier / ScreenReader	steller-technology	6
ZoomText	Flusoft	26
ZoomText Magnifier	ZoomText	12
Zoomtext Magnifier	Ai Squared	41
Zugangskontrolle Software Modul	NovaTime	10
ZyIMAGE Archiving	ZyLAB	1
ZyIMAGE Global Professional OCR	ZyLAB	8
ZyLAB Information Management Platform	ZyLAB	10
ZyLAB TIFF Archiving and Production	ZyLAB	1

Quelle: MIK; Stand: 11/2011

Tab. 197.2: Betriebssysteme im Einsatz der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen: Staatskanzlei und Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM), Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW), Finanzministerium (FM), Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV)
(alphabetisch nach Lizenzgeber)

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
HP-UX	HP			27	4
Link Boot	Tetranet Software	1			
Linux	Linus Torvalds		2		
Linux	Ubuntu				
Linux Enterprise Server	SUSE				
Linux openSUSE 11.3	SUSE				
Linux Red Hat	Red Hat				
Linux Red Hat Server	Red Hat				
Linux Server	SUSE			1256	
Linux Server 9	SUSE				
Linux Standard Server	SUSE				
MAC OS	Apple				
MAC OS X	Apple			10	
MAC OS X 10.5 Leopard auf MAC OS X 10.6 Snow Leopard; Update	Apple				
MAC OS X v10.5.1 Leopard	Apple				
MacOS	Apple				27
Red Hat Entprise Linux ES Stan- dard	Red Hat				
Redhat Server	Red Hat				
Sun Solaris	Sun				2
SUSE Enterprise Server	SUSE				
Suse LINUX	SUSE		2		3
Suse Linux	SUSE				
SUSE Linux	SUSE				
Suse Linux Enterprise 9.0	SUSE	1			
SUSE Linux Enterprise Desktop	SUSE			1	
SUSE Linux Enterprise Server	SUSE				
Suse Linux Enterprise Server 10, ESD	SUSE				
Suse Linux Enterprise Server 10.0	SUSE				
Suse Linux Enterprise Server 10.0 Bundle	SUSE				
Suse Linux Enterprise Server 11	SUSE				

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
SUSE Linux Enterprise Server for X86	SUSE				
SUSE Linux Enterprise Server for X86 Non-specific	SUSE				
SUSE Linux Enterprise Server for X86, AMD64 & Intel64 (Maximum 32CPU-Sockets)	SUSE				
SUSE Linux Enterprise Server X86	SUSE				
Suse Linux Server	SUSE				
SuSE Linux Server 7.0 7.0	SUSE				
Verschiedene Betriebssysteme	diverse			500	
Windows	Microsoft				
Windows .NET Server - Verwaltungsprogramme	Microsoft				
Windows 2000	Microsoft				
Windows 2000 Server	Microsoft				
Windows 2003 Client	Microsoft				
Windows 2003 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft				
Windows 2003 Client Einzelsprache pro Gerät	Microsoft				
Windows 2003 Enterprise Server R2 Einzelsprache	Microsoft				
Windows 2003 Enterprise Server R2, dt.	Microsoft				
Windows 2003 Server deutsch	Microsoft				
Windows 2003 Server Enterprise	Microsoft				
Windows 2003 Server Standard	Microsoft				
Windows 2003 Standard Server R2 Einzelsprache	Microsoft				
Windows 2003 Standard Server R2, dt.	Microsoft				
Windows 2003 Standard Server, dt.	Microsoft				
Windows 2003 Terminal Services Client	Microsoft				
Windows 2003 Terminal Services Client pro Gerät	Microsoft				
Windows 2003 Terminal Services Client pro Nutzer	Microsoft				
Windows 2005 SQL Server	Microsoft				
Windows 2008 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft				

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
Windows 2008 Server Enterprise R2	Microsoft				
Windows 2008 Server Standard	Microsoft				
Windows 2008 Server Standard R2	Microsoft				
Windows 2008 SQL Server	Microsoft				
Windows 7	Microsoft	60			188
Windows 7 Desktoplizenzen	Microsoft				
Windows 7 Einzellize	Microsoft				
Windows 7 Prof. Update OLP-D Promotion	Microsoft				
Windows 7 Professional	Microsoft				
Windows 7 Professional OEM 64 Bit	Microsoft				
Windows 7 Professional, 32-bit	Microsoft				
Windows 7 Professional, 64-bit	Microsoft				
Windows 7 Professional, SP1, 32-bit	Microsoft				
Windows 7 Ultimate, 32-bit	Microsoft				
Windows 7 Ultimate, 64-bit	Microsoft				
Windows Advanced Server 2000	Microsoft				
Windows Client	Microsoft		949		
Windows Mobile 5.0 SDK R2	Microsoft				
Windows NT 4.0 Workstation OEM	Microsoft				
Windows NT Device CAL 4	Microsoft				
Windows Professional	Microsoft				
Windows Professional 2000	Microsoft				
Windows Professional 7	Microsoft				
Windows Professional 7, Upgrade Promotion , Einzelsprache	Microsoft				
Windows Professional 7, Upgrade, Einzelsprache	Microsoft				
Windows Professional XP	Microsoft				
Windows Remote Desktop Services CAL (Terminalserver-Clients)	Microsoft				
Windows Server	Microsoft		65		319
Windows Server 2003	Microsoft			535	
Windows Server 2003	Microsoft			615	
Windows Server 2003 - Verwaltungsprogramme	Microsoft				

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
Windows Server 2003 CAL	Microsoft				
Windows Server 2003 Datacenter	Microsoft				
Windows Server 2003 Enterprise	Microsoft				
Windows Server 2003 R2	Microsoft				
Windows Server 2003 R2 Enterprise	Microsoft				
Windows Server 2003 Standard	Microsoft				
Windows Server 2008	Microsoft				
Windows Server 2008 R2 64 Bit	Microsoft				
Windows Server 2008 R2 Standard	Microsoft				
Windows Server 2008 Std.	Microsoft				
Windows Server CAL	Microsoft		985		
Windows Server CAL 2008	Microsoft				
Windows Server CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft				
Windows Server Datacenter	Microsoft				
Windows Server Device CAL 2003	Microsoft				
Windows Server Enterprise 2003	Microsoft				
Windows Server Enterprise 2008	Microsoft				
Windows Server Enterprise 2008 Einzelsprache	Microsoft				
Windows Server Enterprise 2008 R2	Microsoft				
Windows Server Enterprise 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft				
Windows Server External Connector	Microsoft				
Windows Server Standard	Microsoft				
Windows Server Standard 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft				
Windows Server Standard 2000	Microsoft				
Windows Server Standard 2003	Microsoft				
Windows Server Standard 2003 R2	Microsoft				
Windows Server Standard 2008	Microsoft				
Windows Server Standard 2008 Einzelsprache	Microsoft				
Windows Server Standard 2008 R2	Microsoft				
Windows Server Standard 4	Microsoft				

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
Windows Server Update Services 3.0 SP2	Microsoft		1		
Windows Server Web 2008 R2	Microsoft				
Windows Systembuilder XP Professional	Microsoft				
Windows Terminal Server	Microsoft			618	
Windows Terminal Server CAL	Microsoft		50		
Windows Terminal Server Device CAL 2000	Microsoft				
Windows Terminal Server Device CAL 2003	Microsoft				
Windows Terminal Services CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft				
Windows Vista	Microsoft				
Windows Vista Business	Microsoft				
Windows Vista Business 32Bit (OEM)	Microsoft				
Windows Vista Business 32Bit (OEM) embedded	Microsoft				
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für Notebook	Microsoft				
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für PC	Microsoft				
Windows Vista Business 32bit MuLi A Office Ready	Microsoft				
Windows Vista Business 32Bit Systembuilder	Microsoft				
Windows Vista Business 64 Bit Systembuilder-Version DVD DEUT Voll	Microsoft				
Windows Vista Business Edition Upgrade Non-specific	Microsoft				
Windows Vista Business SP1 32Bit Systembuilder	Microsoft				
Windows Vista Business Update Einzelsprache	Microsoft				
Windows Vista Business update, dt.	Microsoft				
Windows Vista Ultimate	Microsoft				
Windows Vista Ultimate (OEM) 64-Bit	Microsoft				
Windows Vista Ultimate SP1 64-Bit Systembuilder	Microsoft				
Windows XP	Microsoft				5861
Windows XP Prof.	Microsoft	417		17500	

Software	Hersteller	Ressort StK	Ressort MSW	Ressort FM	Ressort MWEBWV
Windows XP Prof. SB DE	Microsoft				
Windows XP Prof. x64Bit, Systembuilder	Microsoft				
Windows XP Professional	Microsoft				
Windows XP Professional (OEM)	Microsoft				
Windows XP Professional (OEM) embedded	Microsoft				
Windows XP Professional (OEM) für Notebook	Microsoft				
Windows XP Professional (OEM) für PC	Microsoft				
Windows XP Professional Deutsch	Microsoft				
Windows XP Professional, dt., Upgrade	Microsoft				
Windows XP Small Client	Microsoft			14500	

Quelle: MIK; Stand: 11/2011

Tab. 197.3: Betriebssysteme im Einsatz der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen: Ministerium für Inneres und Kommunales (MIK), Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS), Justizministerium (JM), Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV)
(alphabetisch nach Lizenzgeber)

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
HP-UX	HP				
Link Boot	Tetranet Software				
Linux	Linus Torvalds	4			
Linux	Ubuntu				1
Linux Enterprise Server	SUSE				
Linux openSUSE 11.3	SUSE				4
Linux Red Hat	Red Hat	13			
Linux Red Hat Server	Red Hat	1865			
Linux Server	SUSE				
Linux Server 9	SUSE				23
Linux Standard Server	SUSE				
MAC OS	Apple	23			
MAC OS X	Apple	87			
MAC OS X 10.5 Leopard auf MAC OS X 10.6 Snow Leopard; Update	Apple			1	
MAC OS X v10.5.1 Leopard	Apple			1	
MacOS	Apple				
Red Hat Enterprise Linux ES Standard	Red Hat	12			
Redhat Server	Red Hat	5			
Sun Solaris	Sun				
SUSE Enterprise Server	SUSE	5	4		
Suse LINUX	SUSE				
Suse Linux	SUSE	1696			
SUSE Linux	SUSE				
Suse Linux Enterprise 9.0	SUSE				
SUSE Linux Enterprise Desktop	SUSE				
SUSE Linux Enterprise Server	SUSE	3			
Suse Linux Enterprise Server 10, ESD	SUSE			1	
Suse Linux Enterprise Server 10.0	SUSE			1	
Suse Linux Enterprise Server 10.0 Bundle	SUSE			14	
Suse Linux Enterprise Server 11	SUSE			1	

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
SUSE Linux Enterprise Server for X86	SUSE			1	
SUSE Linux Enterprise Server for X86 Non-specific	SUSE				2
SUSE Linux Enterprise Server for X86, AMD64 & Intel64 (Maximum 32CPU-Sockets)	SUSE			968	
SUSE Linux Enterprise Server X86	SUSE				2
Suse Linux Server	SUSE	6			
SuSE Linux Server 7.0 7.0	SUSE				1
Verschiedene Betriebssysteme	diverse	8			
Windows	Microsoft				
Windows .NET Server - Verwaltungsprogramme	Microsoft				
Windows 2000	Microsoft	256			
Windows 2000 Server	Microsoft		1		
Windows 2003 Client	Microsoft	418			
Windows 2003 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft			14364	900
Windows 2003 Client Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			145	
Windows 2003 Enterprise Server R2 Einzelsprache	Microsoft			6	
Windows 2003 Enterprise Server R2, dt.	Microsoft			8	
Windows 2003 Server deutsch	Microsoft			10	60
Windows 2003 Server Enterprise	Microsoft				
Windows 2003 Server Standard	Microsoft				
Windows 2003 Standard Server R2 Einzelsprache	Microsoft			364	
Windows 2003 Standard Server R2, dt.	Microsoft			68	
Windows 2003 Standard Server, dt.	Microsoft			493	
Windows 2003 Terminal Services Client	Microsoft				18
Windows 2003 Terminal Services Client pro Gerät	Microsoft			77	
Windows 2003 Terminal Services Client pro Nutzer	Microsoft			20	
Windows 2005 SQL Server	Microsoft				
Windows 2008 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft				1000

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
Windows 2008 Server Enterprise R2	Microsoft				
Windows 2008 Server Standard	Microsoft				
Windows 2008 Server Standard R2	Microsoft				
Windows 2008 SQL Server	Microsoft				
Windows 7	Microsoft	6187			
Windows 7 Desktoplizenzen	Microsoft	1900			
Windows 7 Einzellize	Microsoft	227			
Windows 7 Prof. Update OLP-D Promotion	Microsoft			16	
Windows 7 Professional	Microsoft	319			275
Windows 7 Professional OEM 64 Bit	Microsoft			4	
Windows 7 Professional, 32-bit	Microsoft			4	
Windows 7 Professional, 64-bit	Microsoft			1	
Windows 7 Professional, SP1, 32-bit	Microsoft			1	
Windows 7 Ultimate, 32-bit	Microsoft			30	
Windows 7 Ultimate, 64-bit	Microsoft			10	
Windows Advanced Server 2000	Microsoft				3
Windows Client	Microsoft	32510			
Windows Mobile 5.0 SDK R2	Microsoft	16			
Windows NT 4.0 Workstation OEM	Microsoft			16	
Windows NT Device CAL 4	Microsoft				1345
Windows Professional	Microsoft	1450			
Windows Professional 2000	Microsoft				5
Windows Professional 7	Microsoft				27
Windows Professional 7, Upgrade Promotion , Einzelsprache	Microsoft			4241	
Windows Professional 7, Upgrade, Einzelsprache	Microsoft			239	
Windows Professional XP	Microsoft				15
Windows Remote Desktop Services CAL (Terminalserver-Clients)	Microsoft				
Windows Server	Microsoft	1919			
Windows Server 2003	Microsoft		15		
Windows Server 2003	Microsoft	3			
Windows Server 2003 - Verwaltungsprogramme	Microsoft				

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
Windows Server 2003 CAL	Microsoft				500
Windows Server 2003 Datacenter	Microsoft				2
Windows Server 2003 Enterprise	Microsoft				2
Windows Server 2003 R2	Microsoft	4			
Windows Server 2003 R2 Enterprise	Microsoft				1
Windows Server 2003 Standard	Microsoft				4
Windows Server 2008	Microsoft	21	1		
Windows Server 2008 R2 64 Bit	Microsoft	8			
Windows Server 2008 R2 Standard	Microsoft				
Windows Server 2008 Std.	Microsoft	2			
Windows Server CAL	Microsoft	1875			
Windows Server CAL 2008	Microsoft	2175			
Windows Server CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			23277	
Windows Server Datacenter	Microsoft	52			
Windows Server Device CAL 2003	Microsoft				424
Windows Server Enterprise 2003	Microsoft				3
Windows Server Enterprise 2008	Microsoft	10			1
Windows Server Enterprise 2008 Einzelsprache	Microsoft			10	
Windows Server Enterprise 2008 R2	Microsoft				2
Windows Server Enterprise 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft			48	
Windows Server External Connector	Microsoft	3			
Windows Server Standard	Microsoft	6			
Windows Server Standard 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft			466	
Windows Server Standard 2000	Microsoft				9
Windows Server Standard 2003	Microsoft				63
Windows Server Standard 2003 R2	Microsoft				9
Windows Server Standard 2008	Microsoft	75			10
Windows Server Standard 2008 Einzelsprache	Microsoft			102	
Windows Server Standard 2008 R2	Microsoft				21
Windows Server Standard 4	Microsoft				58

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
Windows Server Update Services 3.0 SP2	Microsoft				
Windows Server Web 2008 R2	Microsoft				1
Windows Systembuilder XP Professional	Microsoft			28	
Windows Terminal Server	Microsoft				
Windows Terminal Server CAL	Microsoft	10348			
Windows Terminal Server Device CAL 2000	Microsoft				22
Windows Terminal Server Device CAL 2003	Microsoft				422
Windows Terminal Services CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			40	
Windows Vista	Microsoft	842			
Windows Vista Business	Microsoft				171
Windows Vista Business 32Bit (OEM)	Microsoft			0	
Windows Vista Business 32Bit (OEM) embedded	Microsoft			180	
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für Notebook	Microsoft			182	
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für PC	Microsoft			549	
Windows Vista Business 32bit MuLi A Office Ready	Microsoft			26	
Windows Vista Business 32Bit Systembuilder	Microsoft			35	
Windows Vista Business 64 Bit Systembuilder-Version DVD DEUT Voll	Microsoft			1	
Windows Vista Business Edition Upgrade Non-specific	Microsoft				1
Windows Vista Business SP1 32Bit Systembuilder	Microsoft			8	
Windows Vista Business Update Einzelsprache	Microsoft			9040	
Windows Vista Business update, dt.	Microsoft			13	
Windows Vista Ultimate	Microsoft			1	
Windows Vista Ultimate (OEM) 64-Bit	Microsoft			6	
Windows Vista Ultimate SP1 64-Bit Systembuilder	Microsoft			2	
Windows XP	Microsoft	6892	400		
Windows XP Prof.	Microsoft	1900			

Software	Hersteller	Ressort MIK	Ressort MAIS	Ressort JM	Ressort MKULNV
Windows XP Prof. SB DE	Microsoft			20	
Windows XP Prof. x64Bit, Systembuilder	Microsoft			4	
Windows XP Professional	Microsoft			8	500
Windows XP Professional (OEM)	Microsoft			20171	
Windows XP Professional (OEM) embedded	Microsoft			664	
Windows XP Professional (OEM) für Notebook	Microsoft			64	
Windows XP Professional (OEM) für PC	Microsoft			569	
Windows XP Professional Deutsch	Microsoft				1231
Windows XP Professional, dt., Upgrade	Microsoft			2255	
Windows XP Small Client	Microsoft				

Quelle: MIK; Stand: 11/2011

Tab. 197.4: Betriebssysteme im Einsatz der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen: Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF), Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS), Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA)
(alphabetisch nach Lizenzgeber)

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
HP-UX	HP			
Link Boot	Tetranet Software			
Linux	Fedora	5		
Linux	Ubuntu		6	
Linux Enterprise Server	SUSE			
Linux openSUSE 11.3	SUSE			
Linux Red Hat	Red Hat	7		
Linux Red Hat Server	Red Hat			
Linux Server	SUSE			
Linux Server 9	SUSE			
Linux Standard Server	SUSE	2		
MAC OS	Apple			
MAC OS X	Apple			
MAC OS X 10.5 Leopard auf MAC OS X 10.6 Snow Leopard; Update	Apple			
MAC OS X v10.5.1 Leopard	Apple			
MacOS	Apple			
Red Hat Entprise Linux ES Stan- dard	Red Hat			
Redhat Server	Red Hat			
Solaris	Sun/Oracle	29		
SUSE Enterprise Server	SUSE			
Suse LINUX	SUSE			
Suse Linux	SUSE			
SUSE Linux	SUSE	3		
Suse Linux Enterprise 9.0	SUSE			
SUSE Linux Enterprise Desktop	SUSE			
SUSE Linux Enterprise Server	SUSE	52		
Suse Linux Enterprise Server 10, ESD	SUSE			
Suse Linux Enterprise Server 10.0	SUSE			
Suse Linux Enterprise Server 10.0 Bundle	SUSE			
Suse Linux Enterprise Server 11	SUSE			

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
SUSE Linux Enterprise Server for X86	SUSE			
SUSE Linux Enterprise Server for X86 Non-specific	SUSE			
SUSE Linux Enterprise Server for X86, AMD64 & Intel64 (Maximum 32CPU-Sockets)	SUSE			
SUSE Linux Enterprise Server X86	SUSE			
Suse Linux Server	SUSE			
SuSE Linux Server 7.0 7.0	SUSE			
ThinClients	IGEL Technology GmbH	65		
Windows	Microsoft	370		
Windows .NET Server - Verwaltungsprogramme	Microsoft	1		
Windows 2000	Microsoft			
Windows 2000 Server	Microsoft	1		
Windows 2003 Client	Microsoft			
Windows 2003 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft			
Windows 2003 Client Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			
Windows 2003 Enterprise Server R2 Einzelsprache	Microsoft			
Windows 2003 Enterprise Server R2, dt.	Microsoft			
Windows 2003 Server deutsch	Microsoft			
Windows 2003 Server Enterprise	Microsoft	2		
Windows 2003 Server Standard	Microsoft	17		2
Windows 2003 Standard Server R2 Einzelsprache	Microsoft			
Windows 2003 Standard Server R2, dt.	Microsoft			10
Windows 2003 Standard Server, dt.	Microsoft			
Windows 2003 Terminal Services Client	Microsoft			
Windows 2003 Terminal Services Client pro Gerät	Microsoft			
Windows 2003 Terminal Services Client pro Nutzer	Microsoft			
Windows 2005 SQL Server	Microsoft	3		
Windows 2008 Client deutsch pro Nutzer	Microsoft			

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
Windows 2008 Server Enterprise R2	Microsoft	1		
Windows 2008 Server Standard	Microsoft	1		
Windows 2008 Server Standard R2	Microsoft	15		
Windows 2008 SQL Server	Microsoft	2		
Windows 7	Microsoft	100		
Windows 7 Desktoplizenzen	Microsoft			
Windows 7 Einzellize	Microsoft			
Windows 7 Prof. Update OLP-D Promotion	Microsoft			
Windows 7 Professional	Microsoft			
Windows 7 Professional OEM 64 Bit	Microsoft			
Windows 7 Professional, 32-bit	Microsoft	60		
Windows 7 Professional, 64-bit	Microsoft			
Windows 7 Professional, SP1, 32-bit	Microsoft			
Windows 7 Ultimate, 32-bit	Microsoft			
Windows 7 Ultimate, 64-bit	Microsoft			
Windows Advanced Server 2000	Microsoft			3
Windows Client	Microsoft		793	
Windows Mobile 5.0 SDK R2	Microsoft			
Windows NT 4.0 Workstation OEM	Microsoft			
Windows NT Device CAL 4	Microsoft			
Windows Professional	Microsoft	60		
Windows Professional 2000	Microsoft			
Windows Professional 7	Microsoft			
Windows Professional 7, Upgrade Promotion , Einzelsprache	Microsoft			
Windows Professional , Upgrade, Einzelsprache	Microsoft	90		
Windows Professional XP	Microsoft			
Windows Remote Desktop Services CAL (Terminalserver-Clients)	Microsoft			340
Windows Server	Microsoft	6	83	
Windows Server 2003	Microsoft			
Windows Server 2003	Microsoft			
Windows Server 2003 - Verwaltungsprogramme	Microsoft	2		

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
Windows Server 2003 CAL	Microsoft	75		
Windows Server 2003 Datacenter	Microsoft			
Windows Server 2003 Enterprise	Microsoft			
Windows Server 2003 R2	Microsoft			
Windows Server 2003 R2 Enterprise	Microsoft			
Windows Server 2003 Standard	Microsoft			
Windows Server 2008	Microsoft			
Windows Server 2008 R2 64 Bit	Microsoft			
Windows Server 2008 R2 Standard	Microsoft			
Windows Server 2008 Std.	Microsoft			
Windows Server 2000 CAL	Microsoft			67
Windows Server CAL	Microsoft		706	
Windows Server CAL 2008	Microsoft			360
Windows Server CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			
Windows Server Datacenter	Microsoft			
Windows Server Device CAL 2003	Microsoft			
Windows Server Enterprise 2003 R2	Microsoft	8		
Windows Server Enterprise 2008	Microsoft			2
Windows Server Enterprise 2008 Einzelsprache	Microsoft			
Windows Server Enterprise 2008 R2	Microsoft			
Windows Server Enterprise 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft	1		
Windows Server External Connector	Microsoft			
Windows Server Standard	Microsoft			
Windows Server Standard 2008 R2, Einzelsprache	Microsoft			
Windows Server Standard 2000	Microsoft			4
Windows Server Standard 2003	Microsoft			45
Windows Server Standard 2003 R2	Microsoft			
Windows Server Standard 2008	Microsoft			23
Windows Server Standard 2008 Einzelsprache	Microsoft			
Windows Server Standard 2008 R2	Microsoft			

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
Windows Server Standard 4	Microsoft			
Windows Server Update Services 3.0 SP2	Microsoft			
Windows Server Web 2008 R2	Microsoft			
Windows Systembuilder XP Professional	Microsoft			
Windows Terminal Server	Microsoft			
Windows Terminal Server CAL	Microsoft			
Windows Terminal Server Device CAL 2000	Microsoft			
Windows Terminal Server CAL 2003 German	Microsoft	150		
Windows Terminal Services CAL 2008 Einzelsprache pro Gerät	Microsoft			
Windows Vista	Microsoft			
Windows Vista Business	Microsoft			
Windows Vista Business 32Bit (OEM)	Microsoft			40
Windows Vista Business 32Bit (OEM) embedded	Microsoft			
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für Notebook	Microsoft			
Windows Vista Business 32Bit (OEM) für PC	Microsoft			
Windows Vista Business 32bit MuLi A Office Ready	Microsoft			
Windows Vista Business 32Bit Systembuilder	Microsoft			
Windows Vista Business 64 Bit Systembuilder-Version DVD DEUT Voll	Microsoft			
Windows Vista Business Edition Upgrade Non-specific	Microsoft			
Windows Vista Business SP1 32Bit Systembuilder	Microsoft			
Windows Vista Business Update Einzelsprache	Microsoft			
Windows Vista Business update, dt.	Microsoft			16
Windows Vista Ultimate	Microsoft			
Windows Vista Ultimate (OEM) 64-Bit	Microsoft			
Windows Vista Ultimate SP1 64-Bit Systembuilder	Microsoft			
Windows XP	Microsoft			

Software	Hersteller	Ressort MIFW	Ressort MFKJKS	Ressort MGEPA
Windows XP Prof.	Microsoft			141
Windows XP Prof. SB DE	Microsoft			
Windows XP Prof. x64Bit, Systembuilder	Microsoft			
Windows XP Professional	Microsoft			
Windows XP Professional (OEM)	Microsoft			12
Windows XP Professional (OEM) embedded	Microsoft			
Windows XP Professional (OEM) für Notebook	Microsoft			
Windows XP Professional (OEM) für PC	Microsoft			
Windows XP Professional Deutsch	Microsoft			
Windows XP Professional, dt., Upgrade	Microsoft			
Windows XP Small Client	Microsoft			

Quelle: MIK; Stand 11/2011

198. Welche finanziellen Aufwendungen entstehen dem Landeshaushalt jährlich für den Erwerb von Softwarelizenzen in der gesamten Landesverwaltung und differenziert nach den Fachressorts jeweils aufgeschlüsselt nach einzelnen Anbietern, welchen Anschaffungswert hat die Gesamtheit aller bislang vom Land erworbenen Softwarelizenzen, und in welchem Umfang genau bedient sich das Land freier Software, Freeware oder freien Betriebssystemen wie Linux?

Bei der Erhebung wurden die Aufwendungen des Jahres 2010 erfasst, so wie sie im Rahmen der Beantwortung der Großen Anfrage mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden konnten. Der Erwerb von Softwarelizenzen erfolgt auf unterschiedlichen Wegen. Neben dem reinen Kauf der Lizenzen erwirbt die Landesverwaltung regelmäßig OEM-Nutzungsrechte beim Kauf von Hardware (PC, Notebooks, Scannern etc.). Die Kosten für diese Lizenzen lassen sich nicht eindeutig bestimmen, da sie typischerweise in den Angeboten und Verträgen nicht ausgewiesen sind. Die verfügbaren Listenpreise können nicht als Ersatz herangezogen werden, da dies willkürliche Rabattannahmen erfordern würde. Auch können sich OEM-Softwarelizenzen von direkt beim Hersteller erworbenen Lizenzen in Bezug auf Funktionalität, Nutzungsrechte und Lieferumfang unterscheiden. Beim Kauf von Softwarelizenzen wird mit dem Erwerb des Nutzungsrechts häufig auch Pflege und Support eingekauft, um die Software für längere Zeit betriebssicher zu halten. In vielen Fällen ist eine genaue Differenzierung in Kauf-, Pflege- und Supportkosten nur eingeschränkt möglich. Insbesondere ist durch die Bereitstellung von Updates und neuen Versionen über die Pflegeverträge der Kostenanteil der eingesetzten Lizenzen nicht immer genau bezifferbar. Aus Sicherheitsgründen wurde in einigen Fällen bei Virenschutzprogrammen auf eine Produktbezeichnung verzichtet; sie wurden unter einem Oberbegriff zusammengefasst.

Die Ausgaben für Lizenzen belaufen sich für die Ressorts insgesamt - unter Berücksichtigung des vorstehend ausgeführten Sachverhaltes - auf über 45 Millionen Euro im Jahr 2010.

Tab. 198.1: Finanzielle Aufwendungen der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen für Softwarelizenzen 2010 (alphabetisch nach Lizenzgeber)

Hersteller	Summe
34u GmbH	349 €
ABB	12.092 €
ABBYY	2.634 €
ACL	638 €
Acronis	13.818 €
ACTIAN CORP. GMBH	111.560 €
ADLON	2.878 €
Adobe Systems Inc.	500.097 €
AED-SICAD AG	356.082 €
AGFA	161 €
Ahead	184 €
Ai Squared	3.233 €
Altova	3.754 €
Amando	240.000 €
Amyuni	1.250 €

Hersteller	Summe
ANDTEK GmbH	2.570 €
antech	50 €
Antioch	265 €
Appelhans Verlag	1.708 €
Apple	973 €
Aquaveo	2.545 €
ArcSolution	45.588 €
ArguSoft	1.485 €
Aristo Graphic	69 €
ASG GMBH & CO. KG	27.612 €
ASPE	2.160 €
Aspera	4.736 €
Aspiria	91.928 €
Asymetrix	1.431 €
ATB Potsdam	4.400 €
Atlassian	11.303 €
Audicon	7.988 €
AutoCAD	4.123 €
Autodesk	1.504 €
Avantstar	1.981 €
Avaya	848 €
Avenza Systems	2.517 €
Avira	264 €
AVISO GmbH	271.870 €
B.O.N.D. GMBH & CO. KG	11.006 €
BABIEL GMBH	117.260 €
Bauer+Kirch	3.569 €
BDL	26.544 €
Behr's Verlag	65 €
Bezirksregierung Köln	47 €
BGR	37 €
BIO-RAD	2.475 €
BKA	40.000 €
BlackBerry (RIM)	12.160 €
Blais Corp.	42.634 €
Blomesystem	127.209 €
BMC	110.000 €
Bond Bibliothekssysteme	2.607 €

Hersteller	Summe
Borland	424 €
Breitfuss GmbH	40.012 €
BREMEN ONLINE SERVICES GMBH	7.687 €
BSI Bonn	112 €
BUM	87 €
Bundesanzeiger Verlagsges	270 €
Bund-Verlag	32 €
BusinessObjects	499 €
CA DEUTSCHLAND GMBH	154.306 €
Caliper	1.000 €
Canto	5.935 €
Cardy	1.278 €
CASERIS GnbH	3.790 €
Celartem	89 €
CenterTools	10.875 €
CharismaTeam	20.528 €
Checkpoint	61.570 €
Checkpoint	2.630 €
Christiani Paul	2.124 €
CISCO	120.949 €
Citrix	618.273 €
Clark Labs	410 €
COCONET CCN GMBH	69.708 €
ComponentOne	694 €
CON TERRA GMBH	314.136 €
Corel	11.185 €
CRDS-Envisoft	800 €
Cycos AG	14.457 €
DACAL	362 €
Dame-Ware	131 €
DanWare	8.116 €
DataKustik	5.443 €
DataViz	17 €
DBF Systemsoft	170 €
Deltares	1.785 €
Derbrill Multimedia Malte Brill	265 €
DeskCenter Solutions	14.655 €
devexpress	3.437 €

Hersteller	Summe
Digital-Zeit Software-GmbH (Dorma)	3.142 €
DIHT Bonn	189 €
Dorma Time + Access GmbH	1.380 €
Dots United	146 €
Dr.-Ing. Bernd Schalau	7.950 €
e-tracker GmbH	1.190 €
ebf	1.785 €
Ecomed	1.923 €
ECV	52 €
eFlow	145.773 €
Eisfeld-Datentechnik	4.088 €
ej-technologies GmbH	3.429 €
ELA-SOFT GMBH & CO. KG	160.761 €
ElcomSoft	67 €
Elektronen-Optik-Service	1.800 €
Embase	2.019 €
EMC	119.367 €
Empirum	12.900 €
ERDAS	29.404 €
ESRI	229.461 €
Exlibris	2.909 €
Extensis	208 €
Fachhochschule Osnabrück	5 €
Fiona Infopark	3.620 €
FIZ Karlsruhe	898 €
Flexera Software GmbH	46.288 €
Freedom Scientific GmbH	1.129 €
Font Bureau	254 €
Font Bureau Benton Sans	379 €
Frontrange	18.015 €
FRONTRANGE SOLUTIONS	27.692 €
FUJITSU	996.702 €
Galileo	613 €
GANGL	3.509 €
Garmin	408 €
GELSEN-NET	184.552 €
Gemini Data Loggers	309 €
GEOSYSTEMS GMBH	272.611 €

Hersteller	Summe
GFI Software	2.595 €
Ghisler Software GmbH, Schweiz	143 €
GID GMBH	31.981 €
GISBAU	12 €
GLOBALPARK GMBH	141.937 €
GMC-I Messtechnik	4.564 €
Golden Software	672 €
go-S3	11.000 €
Grafex	737 €
HP	2.000.000 €
H&P Infomedia GmbH	828 €
H. Steven	775 €
H+H SOFTWARE GMBH	3.943 €
Haufe	2.920 €
Helios Software Solutions	530 €
Henkel KGaA	5.000 €
Hewlett Packard	1.074.961 €
Hoffmann Softwarevertrieb	4.665 €
Hüthig, Jehle, Rehm	243 €
Hydrotec	12.659 €
IBM	5.346.870 €
ibR	107.100 €
ImageWare	49.980 €
Individualsoftware	41.662 €
IDM Computer	854 €
Informatikzentrum der Sparkassenorganisation GmbH	32.725 €
INFRAS AG	103 €
Ingo Eckel	25 €
Ingres	229.000 €
inpho	49.564 €
Intel	1.215 €
Interflex	220.000 €
Institut für Geografie Hamburg	882 €
INVARIS Informationssysteme GmbH	11.137 €
Ipswitch	1.586 €
Irfan Skiljan	660 €
ISL	2.000 €
IT.NRW	14.492 €

Hersteller	Summe
JAM Software	379 €
Janicke	36.904 €
Jasc Software	248 €
Juniper	1.375 €
KATHOM	23.800 €
KIP Deutschland	2.970 €
Klicktel	89 €
KNOW HOW AG	88.731 €
Kofax	5.330 €
Kommunales Rechenzentrum Minden-Ravensberg/Lippe	100 €
Kraiss Software	25 €
Kreativsoftware	11.500 €
Landesvermessungsamt NRW	1.141 €
LANUV NRW	72.600 €
LaserSoft Imaging	80 €
Layhe	1.996 €
Leitz GmbH & Co KG	1.400 €
LexisNexis	34 €
LEXWARE	542 €
linotype	207 €
LfU - Baden Wür.	35 €
LGL	78.659 €
LOGICS Software GmbH	50.159 €
LPlus	1.584 €
Lucom	15.327 €
Lufft	300 €
MACH AG	542.294 €
MacroData	254 €
Macromedia	459 €
Magix	184 €
Marby	38 €
MARKT&TECHNIK	40 €
MathWorks	3.950 €
Matrix42	165.849 €
MAYFLOWER	774 €
McAfee	29.088 €
MediaLex	336 €
Metrodata GmbH	3.582 €

Hersteller	Summe
Mettler-Toledo	1.403 €
Mevis	230 €
Micromedex jetzt Thomson Reuters	2.850 €
Microsoft	8.013.967 €
MID	7.849 €
Mindjet GmbH	40.619 €
NCP engineering GmbH	80.076 €
Neumaier Ursula	250 €
NEWPORT	952 €
NFive	80 €
Nero	157 €
Nintex	5.226 €
Nomos	39 €
Norsonic	2.116 €
Novell	167.370 €
Novy, Alexandr	641 €
NPS	12.412 €
Nuance	8.557 €
Numara Software GmbH	7.425 €
NUPSOFT GMBH	108.189 €
NZO GmbH	10.800 €
Ökon	2.033 €
OnTrack	3.380 €
OPEN TEXT SOFTWARE GMBH	116.345 €
openSUSE.org	151 €
OpenText eGovernment	38.357 €
ORACLE	6.633.453 €
ORBITEAM SOFTWARE GMBH	50.645 €
ORI Abwassertechnik	663 €
Ott Messtechnik	23.364 €
PDFTron	7.914 €
Peters Software	7.552 €
Phase-6 GmbH	50 €
Pinnacle	34 €
Pixware	230 €
PROKODA	2.251 €
Proxma / IDM Computer Solutions	440 €
PTC	1.049 €

Hersteller	Summe
Quark	9.051 €
Quest Software GmbH	87.034 €
Quo Data	33.320 €
R. Fitch	380 €
Real Networks Inc	2.410 €
Red Hat GmbH	119.883 €
Reith und Pfister	50 €
RICOH IBM	30.393 €
RR Software	84.098 €
SAG DEUTSCHLAND GMBH	1.712.043 €
SAP Deutschland AG &CO KG	539.246 €
SAS INSTITUTE GMBH	326.914 €
SCALA	222 €
Schellhorn OWIG Software GmbH	90.000 €
ScientiaProg	650 €
Scooter	30 €
SEH Computertechnik	735 €
Seagate	427 €
Seagull Scientific	813 €
Selisoft	1.042 €
Sepago	201 €
SIEMENS BUILDING TECHNOLOGIES	5.386 €
SoftAIX	12.250 €
Softwaremanagement.org	2.706 €
SolidWorks	5.940 €
SOLVEOS IT SOLUTIONS GMBH	2.194 €
Sophos	2.852 €
Sparx Systems	2.864 €
Speedproject	120 €
Springer-Verlag	889 €
SPSS GMBH SOFTWARE	10.708 €
SQLserver	4.463 €
Stapelfeldt	34.226 €
StatSoft	1.047 €
Steinberg Media	291 €
Sun Microsystems	79.183 €
SureThing	45 €
Surfray	1.716 €

Hersteller	Summe
SUSE Linux GmbH	134.255 €
Sydro	9.520 €
Symantec	68.330 €
SyncroSoft	61 €
Syncsort	45.083 €
SystemTools	3.070 €
T-Systems	100.234 €
TCC R&D GmbH	12.178 €
Technobox	3.213 €
TechnoTrade	79 €
Techsmith	1.189 €
Tenable	1.053 €
TestDriven.Net	2.559 €
Texas Instruments	226 €
Text Control GmbH	2.043 €
Thieme Verlag	3.198 €
TNO	2.180 €
TOMTOM	189 €
TOPCON DE	2.420 €
Transtec	26.264 €
Trend Micro	24.476 €
TuneUp Software GmbH	174 €
United Soft Media Verlag	71 €
Universum Verlag	25 €
update4u	19.500 €
Utimaco Software AG	62.184 €
Uwe Sieber Software	2.680 €
UWS GmbH	80 €
VanDale	3.519 €
Veeam	40.751 €
Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm	165 €
Video Technik	1.140 €
Virensscanner	515.289 €
visionapp	401 €
Vmware	350.521 €
Vodafone	812 €
Walhalla Fachverlag	9 €
Waters	2.020 €

Hersteller	Summe
WEKA MEDIA	1.501 €
WERUM SOFTWARE	13.142 €
WinZip	879 €
Wölfel Meßsysteme	29.393 €
Wolter Kluwer / Heymanns	195 €
Zeta	1.084 €
nicht aufgeschlüsselte Aufwendungen	8.594.380 €
Summe	45.218.484 €

Quelle: MIK, Stand 11/2011

Tab. 198.2: Lizenzfreie Software im Betrieb der Landesverwaltung Nordrhein-Westfalen (alphabetisch nach Softwareprodukt)

Liste der Freien Software
.net Framework
7-Zip
ActivePerl
ActiveSync
Adobe Acrobat Flashplayer
Adobe Acrobat Reader
AlternaTIFF
Apache Web-Server
Apple QuickTime
ArcExplorer 4.01
arcgis_arcphoto
ATI Catalyst
atp-mediathek 2.x
AttributeChanger 6.20
Austal2000 2.x
autodeskdwf DWF Viewer
AWStats
AxCrypt
Birt 2.5
CDS Invenio
Chemistry Add-in for Word 1.0
Chiasmus
CoreReporter
Citrixclient
Compatibility Pack für 2007 Office System 12.x

Liste der Freien Software
context_editor 0.98.5
CUEcards 2000
cygwin
Daten zur Umwelt 2009
DBDesigner
Debian
Dev-PHP 2.x
dgrl Druckgeräte Richtlinie
Die Roten Listen 1.1
dokuwiki
doPDF
DScaler5008
DWG TrueView
Eclipse
ECW Viewer PlugIn für ArcView 3.x 1.0
eDocPrintPro
eDrawings Viewer x.x
ElasticSearch
Elster-Formular x.x
EStdIT V-Modell 1997
ET GeoWizard LT
EuroVegMap 1.0
f4audio Audio Transcriptions
fedora
Filezilla
FileZIP
Firebug
Firefox
Flash Player
Florkart-Moose 1.0
Forms for Web Filler
Free PDF
FreeMind
Freez iPod Video Converter
g95 0.91
Gemis 4.42
Geochemischer Atlas 1985
Get Foldersize
GhostView

Liste der Freien Software
Ghostscript
GIMP (Fotobearbeitung)
git
glassfish
Google Chrome
Google Earth
Gostscript
GSView
HaZarD
HeidiSQL
Hotline-Client
HTML Help Workshop
Hylafax
IcoFX
IDE Eclipse
Informix Client SDK Non-Specific
Ingres
InkScape (Vektorgraphik)
Interbase 6.0
iReport 3
Iron (Browser)
IZArc
Java
jedit
JQuery
Kat-CeDe 3.4
KeePass Password Safe
KLARA (Klimawandel - Auswirkungen, Risiken, Anpassung) 1.0
Konverter ArcView nach SICAD-SD 1.0
LARSIM 2008
LimeSurvey 1.85
Linux
LogoSens-DuoSens 1.4
Macromedia Flash Player
Mailman Mailsoftware
MapInfo Proviewer
Marc Edit 5.5
Measure Demoversion 2.x

Liste der Freien Software
medit 0.10.4
Miktex Non-specific
MinGW 5.1.6
MrSid Viewer 2.0
MWSnap 3.0
Nagios
Notepad++
Open Office
Open ssh
Open ssl
Open WorkBench
Open/Libre Office
Opera
OTRS (Tichetingsystem)
Ovi Suite Non-specific
Paint.NET
Paint++
PDF-Creator
Perl
PersNRW x.x
PFE - Programmers File Editor 1.01
PHP
Picasa Non-specific
PLUWin 4.x
Postfix Mailsoftware
PostgreSQL 8.x
Protage
Protect Me! 1.x
Putty
Python
R (Statistik Software) Non-specific
Radiusserver
rakim (Chatmodul)
RapidMiner Non-specific
Remove Hidden Data
RoboCopy
ROracleUI Non-specific
RSSPopper

Liste der Freien Software
Safari (Browser)
Scilab
Scribus
Shockwave Player
Skype
SmartGraph2 Standard
soapUI
Solr
SpamAssassin
SQL Developer
SQLite
Squid
Sunbird
sv.net/classic
SVGViewer
SVN (subversion)
Sysinternals-Tools
Tee-Uhr
Thunderbird
TightVNC-Viewer
Tomcat
TortoiseSVN
TRABBI-2D
trac
TrueCrypt
Typo3
ubuntu
UltimateZip
VIM
virtuawin
Visio Viewer
Visual Studio Shell
Virtual PC7
VLC
VMWare Server
WAMP
Webalizer GUI
WebJetAdmin 10

Liste der Freien Software
Wget
Win Mail Opener
WinAmp Lite
Winlog.basic
WinSCP
Xampp
XDEBUG Non-specific
Xemacs
Xenu Link Sleuth
Xming
XML Notepad
XML-Viewer
XP-Antispy
Xtreme Foto Designer
Yaz
ZipGenius

Quelle: MIK, Stand: 11/2011

199. Auf EU-Ebene finden bis zum 31. August 2011 Konsultationen zum sogenannten Cloud-Computing statt. In welchem Umfang und an welchen Stellen nutzt die Landesregierung bereits Cloud-Computing?, siehe hierzu <http://ec.europa.eu/yourvoice/ipm/forms/dispatch?form=cloudcomputing>

Der Link wurde am 9. September 2011 deaktiviert und konnte für die Beantwortung nicht herangezogen werden.

Die dem Link zugrunde liegende öffentliche Konsultation der EU „Towards a European Cloud Computing Strategy“ bezieht sich auf Cloud Computing unter Nutzung des Internets. Unter diesem sogenannten Public Cloud Computing wird eine Bereitstellung von Speicherplatz oder Software über das Internet verstanden.

Die Auslagerung derartiger Dienste zu IT-Dienstleistern außerhalb der Landesverwaltung im Internet erfolgt derzeit nicht. Technologien aus dem Bereich des Cloud Computing werden derzeit nur innerhalb der Informationstechnik der Landesverwaltung verwendet (sogenannte Private Cloud).

200. Falls Cloud Computing genutzt wird: Welches sind hierfür die Gründe und hierdurch die Vorteile für das Land? Falls Cloud Computing nicht genutzt wird: Wann ist es beabsichtigt, dieses später einzuführen, oder aus welchen Gründen nimmt das Land davon Abstand?

Derzeit bestehen in der Landesverwaltung keine konkreten Planungen für den Einsatz der in Frage 199 beschriebenen Public Clouds. Gegen den Einsatz dieser Technologie im Internet sprechen vor allem Datenschutz- und Sicherheitsbedenken. Eine Public Cloud ist unverein-

bar mit dem Schutzbedarf personenbezogener Daten und ebenfalls unvereinbar mit der zu gewährleistenden Sicherheit bei der Bereitstellung der Dienste. Die Landesverwaltung wird daher aufgrund der datenschutzrechtlichen Vorgaben ihre Verfahren nicht in einer solchen Cloud betreiben, bei der die Daten womöglich in Drittländern jenseits aller Datenschutzkontrollen liegen.

In bestimmten Bereichen, beispielsweise der Öffentlichkeitsarbeit der Justiz, mag es allerdings in Zukunft Dienste geben, die aus einer Public Cloud genutzt werden können, und zwar dann, wenn es sich um ohnehin öffentlich zugängliche Informationen handelt.

Vorteile des Cloud Computing werden insbesondere im Bereich der flexiblen und dynamischen Bereitstellung großer IT-Ressourcen im Bereich Datenspeicher und Rechenleistungen sowie von Anwendungen gesehen. Hardwareunabhängigkeit, örtliche Ungebundenheit, hohe Verfügbarkeiten und die Möglichkeit der Selbstbedienung bei angebotenen Diensten sind attraktive Merkmale dieser Technologie.

Mittelfristig ist davon auszugehen, dass deutlich erweiterte Private Cloud-Services von IT.NRW angeboten werden. Wichtige Schritte dazu werden von IT.NRW 2012 durch die Erhöhung des Automationsgrads des Rechenzentrums gemacht. Ziel ist die vollautomatische Bereitstellung von Standardservices, die von den Behörden und Einrichtungen über das gesicherte Landesverwaltungsnetz genutzt werden können.

201. Wie bewertet die Landesregierung Vorteile und Risiken des Cloud Computing für die nordrhein-westfälischen Bürger, namentlich vor dem Hintergrund der in diesem Zuge bei den Cloud-Anbietern gespeicherten (inhaltlichen) Nutzerdaten? Welche Vorkehrungen beabsichtigt die Landesregierung zu treffen, um die Sicherheit der von den Nutzern auf die Cloud-Server hochgeladenen Daten gegenüber Dritten und gegenüber den Betreibern der Server (Cloud-Anbieter) zu gewährleisten?

Cloud Computing ermöglicht die dynamische und skalierbare Nutzung von IT-Infrastruktur und mithin das Einsparen von Ressourcen durch Outsourcing. Dabei entstehen aber auch Gefahren für die Integrität, Vertraulichkeit und Verfügbarkeit der Daten sowie für die Transparenz, Beeinflussbarkeit und Kontrollierbarkeit der Datenverarbeitung. Schlimmstenfalls kann den Nutzern von Cloud Computing die Verantwortung für die eigene Datenverarbeitung entgleiten. Aufgrund der speziellen Eigenschaften von Clouds (Redundanz, Ortsungebundenheit) ist der verantwortlichen Stelle die Wahrnehmung der ihr obliegenden Pflichten zumindest erschwert. Kontroll-, Auskunfts- und ggf. Löschpflichten kann diese im Einzelfall nicht nachkommen, da innerhalb der Clouds der Ort der physischen Speicherung der Daten gegebenenfalls nicht bestimmbar ist. Um diesen Risiken zu begegnen, unterstützt die Landesregierung die Weiterentwicklung der bereits in der Europäischen Datenschutzrichtlinie und im Bundesdatenschutzgesetz vorgesehenen Sicherheitsvorkehrungen. Sie verlangt offene, transparente und detaillierte Informationen der Cloud-Anbieter über die technischen, organisatorischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der von ihnen vorgesehenen Sicherheitskonzeption, ferner die Umsetzung der abgestimmten Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen sowie schließlich aktuelle und aussagekräftige Nachweise über die Informationssicherheit von anerkannten und unabhängigen Prüforganisationen.

Die 82. Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder („Düsseldorfer Kreis“) hat daher am 28./29. September 2011 den Appell an die Cloud-Anbieter gerichtet, ihre Dienste datenschutzkonform zu gestalten (Entschließung „Datenschutzkonforme Gestaltung und Nutzung von Cloud-Computing“). Die Nutzer der Services wurden aufgefordert, die

Dienste nur zu nutzen, wenn die Wahrnehmung ihrer Pflichten als verantwortliche Stelle gewährleistet ist. Der Appell wird von der Landesregierung unterstützt.

202. Welche Risiken erblickt die Landesregierung im Hinblick auf im Nicht-EU-Ausland ansässige Cloud-Anbieter betreffend den Schutz der dort hinterlegten Daten von natürlichen Personen und Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen?

Dateneigentümer können ihre Daten in der Cloud nicht ohne weiteres lokalisieren. Daher ist der Schutz sensibler Daten mit üblichen Mitteln nicht immer gewährleistet. Auch die Infrastruktur der Cloud selbst kann angegriffen werden.

Weltweit existiert eine sehr heterogene Situation beim Umgang mit Daten. Schon wegen der unterschiedlichen rechtlichen Vorgaben kann in einigen Staaten nicht ausgeschlossen werden, dass Dritte, zum Beispiel die Nachrichtendienste, einen direkten Zugriff auf die hinterlegten Daten haben.

203. Namentlich welche einzelnen Blogs betreibt die Landesregierung differenziert nach den jeweiligen Ressorts in den jeweiligen obersten, oberen und nachgeordneten Landesbehörden, in welchem Umfang sowie durch wen werden diese jeweils inhaltlich betreut, und welcher personelle wie finanzielle Ressourceneinsatz entsteht dadurch jeweils für jedes dieser Angebote?

Bei der nachfolgenden Aufstellung werden auch Twitter-Accounts als Form des so genannten Microbloggings mit aufgeführt:

Tab. 203.1: Blogs und Twitter-Accounts der Landesregierung Nordrhein-Westfalen

Ressort	Blog / Twitter-Account	Betreuung und Aufwand
Staatskanzlei	@NRWpunktDE	Der Twitter-Account wird durch Mitarbeiter im Referat „Kommunikationsplanung, elektronische Medien, vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“ regelmäßig betreut. An finanziellem Aufwand sind minimale externe Kosten in Höhe von wenigen hundert Euro entstanden.
	@eineweltnrw	Die Betreuung des Accounts erfolgte durch die beauftragte Agentur für die Onlinekonsultation zur EineWelt-Strategie des Landes. Der Aufwand wurde mit dem Honorar für die Onlinekonsultation abgedeckt.
	@medienpassNRW	Die Betreuung des Accounts erfolgte durch die beauftragte Agentur für die Onlinekonsultation zum Medienpass NRW. Die Beauftragung und Finanzierung der Agentur wurde im Rahmen der Initiative „Medienpass NRW“ durch die Landesanstalt für Medien (LfM) übernommen.
	@bonn_2011	Der Twitter-Account zu den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit und zum Nordrhein-Westfalen-Tag 2011 in Bonn wurde durch Mitarbeiter im Referat „Kommunikationsplanung, elektronische Medien, vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“ sowie hauptsächlich durch Mitarbeiter der Stadt Bonn betreut.

Ressort	Blog / Twitter-Account	Betreuung und Aufwand
Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz	@Minister_Rommel @EANRW @LANUVNRW @MENSCHWALD @KLIMAGESETZNRW www.energiedialog.nrw.de	Alle (im weiteren Sinne) Blogs sind – mit Ausnahme minimaler externer Betreuungskosten in Höhe von wenigen hundert Euro – kostenfrei und werden von den jeweiligen Presse- und Öffentlichkeitsreferaten redaktionell betreut.
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung	StudiNavi Blog	Das Ministerium betreibt in Kooperation mit den öffentlich-rechtlichen Hochschulen des Landes und der Regionaldirektion der Bundesagentur für Arbeit das Informationsportal StudiNavi NRW. Teil dieses Angebots ist auch der StudiNavi NRW Blog. Dort berichten Studierende über ihre Erfahrungen im Studienalltag zwischen Hörsaal, Mensa und Bibliothek. Die Betreuung des Blogs erfolgt durch die beauftragte Agentur im Rahmen der Durchführung des Gesamtprojekts.
	@MIWFNRW	Der Twitter-Account wird durch Mitarbeiter des Referats „Kommunikation“ betreut. Finanzieller Aufwand für die Betreuung ist bisher keiner entstanden.
	@StudiNavigator	Die Betreuung des Twitter-Accounts erfolgt durch die beauftragte Agentur im Rahmen des o.g. Kooperationsprojekts.
	@besserstudieren	Die Betreuung des Accounts erfolgt durch die beauftragte Agentur für die Onlinekonsultation BesserStudieren.NRW. Der Aufwand wurde mit dem Honorar für Onlinekonsultation abgedeckt.
Ministerium für Familien, Kinder, Jugend, Kultur und Sport	@lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Twitter-Account der Landeszentrale für politische Bildung: Der Account wird hausintern von einer Person betreut. Für ergänzende Linkrecherche wurden Werkverträge mit einem ehemaligen Praktikanten in Höhe von wenigen hundert Euro geschlossen.
	www.zukunftdemokratie.de (Landeszentrale für politische Bildung NRW) @kulturkenner	Blog www.zukunftdemokratie.de : Der Blog zur Tagungsreihe "NRW-Forum: Zukunft der Demokratie" wird von einer Gruppe von Studentinnen und Studenten im Rahmen von Werkverträgen in Höhe von wenigen hundert Euro betreut. Dieser Twitter-Account zum Angebot Kulturkenner.de wird hauptsächlich von Tourismus NRW betreut.

Stand: 11/2011

204. Welchen messbaren Einfluss hat die Verwendung von Blogs bislang auf die Partizipationsmöglichkeiten der Bürger, und welche Bandbreite sowie Intensität zukünftiger Nutzungen und Anwendungen ist in diesem Bereich seitens der Landesregierung beabsichtigt?

Die Blogs beziehungsweise Microblogs sind ein zusätzliches Dialogangebot zur Information der Bürgerinnen und Bürger. Die Nutzerzahlen ergeben sich aus der Anzahl der sogenann-

ten Follower beziehungsweise Besucher der Websites. Der Einfluss ist insofern schwer quantifizierbar, als dass zum Beispiel durch so genannte Re-Tweets hohe Multiplikationseffekte eintreten können, die sich in Zahlen nicht beziffern lassen. Um das Dialogangebot der Landesregierung auch weiterhin breit aufzustellen, wird die Landesregierung auch in Zukunft Blogs beziehungsweise Microblogs dieser Art anwenden.

205. Welche Sicherheitsvorkehrungen hat die Landesregierung zum Schutz vor Datendiebstahl sowie Hackerangriffen auf die IT-Infrastruktur der jeweiligen Landesbehörden bisher im Einzelnen mit jeweils welchem Erfolg getroffen?

Basierend auf den Kommunikationsrichtlinien NW (RdErl. d. Innenministeriums v. 6.5.1998 - V B 2/201.1-3) und des Sicherheitskonzepts Kommunikation NRW (RdErl. d. Innenministeriums v. 25.1.2000 -VB 2/201.1-6) bestehen Regelungen zum Schutz des Landesverwaltungsnetzes sowie des Intranets. Ein unmittelbarer Anschluss von Behörden und Einrichtungen des Landes NRW an das Internet ist nicht zugelassen; der Anschluss erfolgt über umfangreich gesicherte Kopfstellen bei den Rechenzentren des Landes. Zugriffe aus dem Internet in das Landesverwaltungsnetz werden unterbunden. Für eine gesicherte Kommunikation über das Internet sowie zu Stellen außerhalb der Landesverwaltung NRW sind weitergehende technisch-organisatorische Sicherungsmaßnahmen zu beachten. Hiervon betroffen sind im besonderen Maße die im Internet betriebenen Webangebote der Landesverwaltung und der Internetzugang für die Landesverwaltung selbst. Die Kommunikation der Dienststellen des Landes untereinander erfolgt über das Landesverwaltungsnetz mit seinen Sondernetzen der Polizei (CN-Pol) und der Steuerverwaltung NRW, die mit anderen Verwaltungen Deutschlands – wenn immer möglich – über das Verbindungsnetz nach Art. 91c (4) GG (vormals DOI-Netz) kommunizieren oder über gesonderte bundesweite Netze wie im Bereich der Polizei.

Für ein höchst mögliches Maß an Sicherheit in den Bereichen mit Verbindungen zum Internet ist ein Zusammenspiel sehr vieler technischer und organisatorischer Faktoren erforderlich. Bei der Umsetzung von organisatorischen, personellen, infrastrukturellen und technischen Standard-Sicherheitsmaßnahmen bei mittlerem Schutzbedarf ist in der Landesverwaltung das vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik herausgegebene IT-Grundschutzhandbuch zugrunde zu legen. Bei höherem Schutzbedarf sind darüber hinaus individuell zu ermittelnde weitergehende Sicherheitsmaßnahmen zu treffen (RdErl. d. Ministeriums für Inneres und Justiz zugleich im Namen des Ministerpräsidenten und aller Landesministerien vom 22.8.1998 -V B 1/51-70.00).

Das Rechenzentrum IT.NRW ist als zentrale Anlaufstelle für präventive und reaktive Maßnahmen in Bezug auf sicherheits- und verfügbarkeitsrelevante Vorfälle in IT-Systemen beauftragt. Das hier eingerichtete Computer Emergency Response Team (CERT) dient als Informationsschnittstelle zwischen den Behörden und Einrichtungen der Landesverwaltung. Das CERT NRW informiert die Teilnehmer des Landesverwaltungsnetzes per Mailingliste über aktuelle Bedrohungen und neue Schwachstellen. Darüber hinaus erstellt das CERT NRW Analysen und Handreichungen zu verschiedenen Sicherheitsthemen. Schließlich führt das CERT NRW Sicherheitstests durch, begleitet Audits, berät in Sicherheitsfragen und organisiert Workshops oder Schulungsangebote.

Im zentralen Rechenzentrum IT.NRW werden an zentraler Stelle umfangreiche Maßnahmen zum Schutz der betreuten IT-Systeme und der am Landesverwaltungsnetz angeschlossenen Behörden und Einrichtungen ergriffen. Hierzu zählen marktübliche Sicherheitssysteme wie Sicherheit Gateways, Einbruchserkennungs- und Analysensysteme, Überwachungssoftware

für die betreuten IT-Systeme, Viren- und Spamschutz, Softwareaktualisierungssysteme und Systeme zur Schwachstellenerkennung. Die verwendeten Maßnahmen entsprechen jeweils dem Stand der Technik. Für die Verwaltung und den Zugriff auf IT-Systeme durch berechnigte Personen gibt es Rechte- und Rollenkonzepte. Die Webserver des Rechenzentrums der Finanzverwaltung werden zudem von externen Firmen regelmäßig geprüft und sind „gehärtet“, das heißt alle Softwarebestandteile und Funktionen, die zur Erfüllung der vorgesehenen Aufgabe durch das Programm nicht zwingend notwendig sind, wurden entfernt. Für die Polizei NRW ist ein IT-Sicherheitskonzept auf Basis der Standards des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) erstellt worden. Das IT-Sicherheitskonzept sowie die darin enthaltenen Maßnahmen werden ständig fortgeschrieben und dem aktuellen Stand der Technik angepasst. Auf die Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 441 vom 12. Januar 2011 der Abgeordneten Christina Schulze Föcking und Andrea Verpoorten CDU, LT-Drs. 15/1291, wird an dieser Stelle verwiesen.

Die zentralen Maßnahmen werden durch eigene technische Sicherheitsvorkehrungen der Behörden und Einrichtungen ergänzt. Zu diesen zählen insbesondere weitere Sicherheitsgateways, lokale Virenschutzsoftware auf Servern und Endgeräten, der Einsatz von Software zur Verwaltung von Wechselspeichermedien, Festplattenverschlüsselung sowie in Abhängigkeit von den übermittelten Inhalten und Verfahren auch Verschlüsselung von Kommunikationsdaten und das zeitnahe Einspielen von Softwarekorrekturen. Diese technischen Maßnahmen werden durch organisatorische Regelungen in Form von Dienstanweisungen ergänzt.

Neben den technischen Maßnahmen sind auch Maßnahmen zur Sensibilisierung der Beschäftigten in der Landesverwaltung erforderlich. So hat der Verfassungsschutz NRW die Gefahr des Datenverlustes in Behörden über die Informationstechnik in seine umfassende Präventionsarbeit einbezogen. Er hat im Juli 2011 einen Flyer mit dem Titel „Daten deutscher Behörden im Visier fremder Nachrichtendienste“ konzipiert, mit dem er die Behörden in Nordrhein-Westfalen und deren Beschäftigte über mögliche Angriffe über die IT der Behörden aufklärt und sensibilisiert. Dieser Flyer wurde allen Ressorts, den nachgeordneten Behörden des Ministeriums für Inneres und Kommunales einschließlich der Kreispolizeibehörden sowie den kommunalen Spitzenverbänden mit der Bitte um entsprechende Verbreitung zur Verfügung gestellt. Außerdem wurde das Thema am 14.07.2011 im Interministeriellen Arbeitskreis für Automation (IMA Automation) erörtert. Darüber hinaus bietet der Verfassungsschutz NRW Sensibilisierungsvorträge in den Behörden an. Die Nachfrage für dieses Angebot ist groß.

Die technischen Sicherheitsvorkehrungen und organisatorischen Regelungen haben maßgeblich dazu beigetragen, die Zahl der Sicherheitsvorfälle gering zu halten (siehe Antwort zu Frage 206).

206. Welche festgestellten Fälle von Datendiebstahl sowie von Hackerangriffen auf die IT-Infrastruktur nordrhein-westfälischer Behörden hat es seit dem Jahr 2000 wann und wo und in welchem Ausmaß genau gegeben?

207. Auf welche konkreten Daten hat sich das Interesse dieser Angriffe jeweils gerichtet?

208. Welcher der jeweiligen Angriffsversuche ist dabei für die Hacker erfolgreich gewesen?

209. Wie ist der in den letzten zehn Jahren jährlich durch Vorfälle von Datendiebstahl und Hackerangriffen bei der Landesverwaltung jeweils entstandene finanzielle und immaterielle Schaden zu beziffern?

Die Fragen 206 bis 209 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammenfassend beantwortet.

IT-Systeme, die im Internet betrieben werden, sind regelmäßig Angriffen ausgesetzt. Die meisten Angriffe verlaufen wahllos (wie zum Beispiel bei sogenannten Portscans) und sind nicht gezielt auf Daten ausgerichtet. Sie richten sich gegen Schwachstellen in Anwendungen mit dem Ziel, das betreffende IT-System für eigene Zwecke zu übernehmen (zum Beispiel Bot-Netze) oder die vom System ausgelieferten Seiten für die Verbreitung bestimmter Inhalte (zum Beispiel Medikamente, Pornographie, rechtsextreme Propaganda, aber auch Schadcode) zu verändern. Übernommene Systeme bilden dann typischerweise ein Einfallstor für weitere Schadsoftware, die aus dem Internet selbstständig nachgeladen wird. Angriffe wie Portscans werden von den bestehenden Sicherheitssystemen automatisiert erkannt und blockiert. Die im Rahmen der Sicherungsmaßnahmen erkannten Angriffe waren daher in der Regel generelle Suchen nach „verwundbaren“ Anwendungen im obigen Sinne.

Im Fokus der Angriffe standen in erster Linie die Webangebote der Landesverwaltung. Eine Spezifizierung auf bestimmte Ressorts der Landesverwaltung lässt sich aus den Angriffen nicht ableiten. Hier standen eher Systeme mit einer oder mehreren bekannten Programmschwachstellen (zum Beispiel im Umfeld von PHP, ASP.NET oder MySQL) im Vordergrund.

Eine Aufzeichnung dieser Angriffe erfolgt nur kurzzeitig, da sie angesichts der umfangreichen Sicherheitsmaßnahmen (siehe Antwort zu Frage 205) in der Regel keine Bedrohung darstellen. Die Zahl der auf diese Weise automatisiert erkannten und verhinderten Angriffe ist in den letzten Jahren stark gestiegen und beläuft sich auf hunderte bis tausende pro Tag. Angriffe, die möglicherweise eine Bedrohung darstellen könnten, wurden detailliert festgehalten. Sie waren aber nur in den wenigsten Fällen tatsächlich erfolgreich. Hierfür stehen Aufzeichnungen ab dem Jahr 2005 zur Verfügung, eventuelle frühere Vorkommnisse wurden nicht aktenkundig gemacht beziehungsweise stehen nicht mehr im Zugriff. Fälle von Datendiebstahl sind nicht bekannt.

Seit 2005 wurden folgende – zum Teil gezielte – Hackerangriffe gegen die IT-Infrastruktur nordrhein-westfälischer Behörden festgestellt, die den Betrieb von IT-Systemen zumindest zeitweise beeinträchtigt haben:

- Mai 2005: Beim Amtsgericht Dortmund, dem Arbeitsgericht Arnsberg, dem Arbeitsgericht Münster, dem Justizministerium, dem Landgericht Arnsberg und dem Oberlandesgericht Düsseldorf wird der Trojaner „Sasser“ registriert.
- 01.08.2005: Virenmeldung im Bereich der Landesverwaltung.
- 04.08.2005: Phishing-Angriff auf das Webangebot „polizei.nrw.de“; ein Angreifer täuschte eine falsche Identität vor und verwendete dazu die Domain „polizei.nrw.de“.
- 01.09.2005: gehackter Webserver der Landesverwaltung
- 09.11.2005: Ausbruch eines Wurms im Aufgabenbereich eines Ministeriums
- 12.12.2005: Ein Virus gelangt erfolgreich durch den zentralen E-Mailübergang.
- 11.08.2006: Der Schadcode „Stacheldraht-Agent“ konnte erfolgreich im Internetsicherheitsbereich des damaligen LDS NRW eingeschleust werden.

- 07.01.2007: Deutschlandweite E-Mail-Welle mit Trojanern, von denen mehrere hundert bis in die Postfächer der Landesverwaltung gelangten. Nach der ersten Welle existierten Schutzmaßnahmen und Handlungsanweisungen, so dass die nachfolgenden Wellen nicht mehr erfolgreich waren.
- 14.01.2007: Zweite Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 09.02.2007: Im Internetsicherheitsbereich des LDS NRW wurde ein Server mit Schadcode versehen.
- 19.02.2007: Dritte Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 22.02.2007: Vierte Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 07.03.2007: Fünfte Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 22.04.2007: Sechste Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 27.04.2007: Siebte Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 09.05.2007: Achte Welle mit E-Mail-Trojanern an beliebige Postfächer der Landesverwaltung.
- 21.12.2007: Das Webangebot „www.olg-koeln.nrw.de“ wurde erfolgreich mit Schadcode versehen. Die Einschleusung des Codes erfolgte am Mittag des 21.12.2007, die Aktivierung erfolgte jedoch erst am 28.12.2007. Der Angriff wurde über Rechneradressen in der Ukraine geführt, was jedoch nicht unbedingt etwas über den tatsächlichen Standort des Verursachers aussagen muss.
- 2008: Im Jahr 2008 gab es einen Distributed Denial of Service (DDoS)-Angriff auf das Webangebot www.ausbildung-im-finanzamt.de; dabei wurde das System mit Hilfe von vernetzten Rechnern aus verschiedenen Staaten mit so vielen Verbindungsanfragen belastet, dass der Server diese nicht mehr verarbeiten konnte und der Service zeitweise nicht mehr verfügbar war. Die DDoS-Attacke im Jahr 2008 war einmalig und störte lediglich für ca. eine Stunde den Zugriff.
- 18.03.2008: Auf einem Arbeitsplatz-PC in einer Behörde wurde erfolgreich der Trojaner „PSW.Win21Zbot“ eingeschleust.
- 25.03.2008: Auf einem zentralen Webserver wurde erfolgreich Schadcode in mehrere auf diesem Server betriebene Webangebote eingebracht.
- 03.07.2008: Auf dem extern gehosteten Webangebot „www.medienberatung.nrw.de“ des Landschaftsverbands Rheinland wurde Schadcode des „Storm“-Bot-Netztes nachgewiesen.
- 10.07.2008: Das zuvor genannte Webangebot wurde ein zweites Mal erfolgreich durch das „Storm“-Bot-Netz übernommen.
- 15.12.2008: Die Webseite „www.adl.nrw.de“ wurde erfolgreich dahingehend abgeändert, dass diese eine „Spaßseite“ mit einem Hinweis auf das nunmehr nicht mehr erreichbare Webangebot auslieferte.

- 13.01.2009: Die Web-Präsenz des Landesgestüts NRW konnte gehackt und verändert werden. Es wurde ein Link auf den Seiten eingebracht, der eine PDF-Schwachstelle bei den Lesern der Seite ausnutzen sollte.
- 24.03.2009: Auf einem zentraler Webserver der Landesverwaltung wurde Schadcode nachgewiesen, dessen Auswirkungen aber nicht festgestellt werden konnten.
- 30.03.2009: Virenausbruch („Conficker-Wurm“) in der Bezirksregierung Arnsberg.
- 22.05.2009: SQL-Injection-Angriff auf das Webangebot „www.callnrw.de“ der Staatskanzlei.
- 02.06.2009: Über Rechneradressen aus Estland erfolgte ein großflächiger BruteForce-Angriff auf öffentliche FTP-Server der Landesverwaltung. Für das Verfahren VIZ (Verkehrsinformationszentrale) konnte ein erfolgreicher Angriff nachgewiesen werden.
- 07.07.2009: Angriffe auf zahlreiche Webserver/Webangebot der Landesverwaltung.
- 31.07.2009: SQL-Injection-Angriffe auf Webangebot www.partner-fuer-schulen.de.
- 11.08.2009: SQL-Injection-Angriffe auf Webangebot www.netzwerk-frauenforschung.nrw.de.
- 04.09.2009: SQL-Injection-Angriffe auf Webangebot „www.flussnetzwerke.nrw.de“
- 06.10.2009: Im Internetsicherheitsbereich des damaligen LDS NRW konnte auf einem Multihomingserver mehrfach Schadcode nachgewiesen werden.
- Okt. 2009: Massenhafte Angriffe auf das Webangebot im Internetsicherheitsbereich des damaligen LDS NRW.
- 19.01.2010: Der Webauftritt der Landesverwaltung für die CeBIT 2010 konnte durch Hacker erfolgreich geändert werden. Es wurden dort Hinweise und Links zu potenzverstärkenden Medikamenten platziert.
- 01.02.2010: SQL-Injection-Angriff auf den Webauftritt der Bezirksregierung Köln.
- 04.02.2010: Über einen SQL-Injection-Angriff auf das Webangebot „www.neuro.nrw.de“ konnte das System erfolgreich durch ein Bot-Netz übernommen werden.
- 18.03.2010: In das Webangebot „www.ibass.nrw.de“ konnte zwar durch ein Bot-Netz erfolgreich Schadcode eingeschleust, die Kommunikation nach außen und das damit verbundene Nachladen weiterer Schadsoftware konnte unterbunden werden.
- 19.05.2010: Per E-Mail versuchten Angreifer, Nutzer des Webangebots „www.schule.nrw.de“ durch nachgebaute Seiten des ursprünglichen Webangebots auf einen anderen Server in Russland zu leiten.
- 02.06.2010: Im Internetsicherheitsbereich von IT.NRW konnte Schadcode eines Bot-Netzes auf einem von den LZPD betriebenen PC nachgewiesen werden.
- 08.12.2010: In einer Behörde der Justiz NRW wurde ein Arbeitsplatz-PC durch eine Schadsoftware verschlüsselt und mit einer Lösegeldforderung versehen.
- 18.01.2011: Mehrere Arbeitsplatz-PCs und ein zentraler Server bei der Zentralstelle der Länder für Gesundheitsschutz bei Medizinprodukten wurden erfolgreich durch verschiedenste Viren infiziert.
- 28.02.2011: In dem Webangebot „www.gib.nrw.de“ wurden erfolgreich Links zu pornographischen Seiten platziert.

- 31.03.2011: Phishing-E-Mail-Angriff bei einem Ministerium.
- 24.05.2011: Das Content-Management-System der Polizei NRW wurde durch eine DDOS-Attacke (Distributed Denial of Service Attacke) angegriffen und beeinträchtigt. Der Angriff war jedoch nur teilweise erfolgreich und führte zu einer eingeschränkten Erreichbarkeit des Webangebots.

Die wenigen erfolgreichen Angriffe auf die IT-Infrastruktur der Landesverwaltung NRW waren Vorfälle geringen Ausmaßes. Sie führten zu einer begrenzten Einschleusung von Schadcode oder zu einer Veränderung von Inhalten eines Webangebots. Es sind keine signifikanten Schäden durch Datendiebstahl oder Hackerangriffe bekannt. In den meisten Fällen war die Erreichbarkeit eines Webangebots kurzzeitig eingeschränkt. Betriebseinschränkungen ergaben sich dabei in vielen Fällen weniger durch die Schadsoftware selbst als durch die erforderlichen Sicherheitsmaßnahmen.

Zur Behebung des Problems sind sowohl personeller Aufwand als auch gegebenenfalls Sachmittel zum Beispiel zur Härtung eines IT-Systems oder zum Zurückspielen eines Sicherheitsstands angefallen. Der Aufwand variiert sehr stark mit dem Umfang des Vorfalls. Für die meisten Vorfälle fällt jedoch in der Regel Aufwand zur Behebung des Problems im Umfang von etwa 3 – 5 Personentagen an (1 Tag für Wiederaufsetzen des Systems, 3 Tage für Analyse des Vorfalls, ggf. 2 Tage für Säuberung weiterer Systeme oder Verbesserung der Schutzmaßnahmen). Darüber hinaus sind manchmal in der Folge Kosten durch die Weiterentwicklung der Sicherheitskonzepte entstanden, die sich jedoch im Einzelnen nicht mehr beziffern lassen.

Darüber hinaus traten in 2011 folgende Vorkommnisse auf, die noch Gegenstand von Untersuchungen sind:

Im Frühjahr 2011 kam es erstmals und bislang einmalig zu einer Löschung (beziehungsweise Überschreibung) von Beständeinformationen bei acht rheinischen Kommunalarchiven. Es sind Daten bei den folgenden acht rheinischen Kommunalarchiven gelöscht beziehungsweise geändert worden: Stadtarchiv Aachen, Archiv des Landschaftsverbandes Rheinland, Stadtarchiv Hilden, Kreisarchiv Rhein-Erft-Kreis, Stadtarchiv Mönchengladbach, Stadtarchiv Viersen, Stadtarchiv Hürth und Stadtarchiv Wuppertal. Die Löschung ist über das Portal erfolgt. Ein Benutzer hat sich mit der Administratorenkennung für die rheinischen Kommunalarchive in das System eingebucht und die Beständeübersichten bei den acht genannten Archiven durch eine korrumpierte Fassung überschrieben. Diese Daten waren und sind im Portal öffentlich zugänglich. Es ist nach gegenwärtigem Kenntnisstand davon auszugehen, dass dem Angreifer diese Administratorenkennung bekannt und deshalb auch die Anmeldung am System schon beim ersten Versuch erfolgreich war. Das Archiv, mit dessen Kennung die Datenänderung vorgenommen wurde, hat Strafanzeige gestellt. Ob die Datenkorruption willentlich, fahrlässig oder versehentlich und ggf. mit welchem Interesse erfolgte, muss die laufende polizeiliche Ermittlung ergeben.

Im Juli 2011 sind drei Fälle von Datendiebstahl bei Ortungsservern (Patras) der Polizei NRW bekannt geworden (StA Köln, Az.: 119 Js 1174/11, Verdacht der Datenveränderung gem. § 303 a StGB und. Computersabotage gem. § 303 b StGB). Es wurden Daten der Polizeien des Bundes und einiger Länder gehackt und im Internet veröffentlicht. Im Zusammenhang mit den Angriffen gegen die Ortungsserver (Patras) der Polizei NRW gelang es den Tätern, insgesamt zehn Rechner zu kompromittieren. Damit hatten sie die Möglichkeit, auf die Daten dieser Systeme zuzugreifen. In einem Fall ergaben die forensischen Untersuchungen, dass eine Datenbankanwendung ausgelesen und in eine neue Datenbank geschrieben worden

war. Ein Download dieser Datenbank oder die Veröffentlichung der Daten im Internet ist bislang nicht festgestellt worden. Die Ermittlungen dauern an.

Darüber hinaus liegen Erkenntnisse auf einen Angriff und zwei Ankündigungen von Angriffen auf die IT-Infrastruktur der Polizei NRW aus dem Jahr 2011 vor. Bei den Angriffen handelte es sich um DDoS-Attacken, die sich gegen die Internetwache der Polizei NRW gerichtet haben (StA Düsseldorf, Az.: 60 UJs 126/11, Verdacht der Datenveränderung gem. § 303 a StGB und Computersabotage gem. § 303 b StGB). Hierdurch war die Erreichbarkeit der Internetwache temporär stark eingeschränkt. Der DDoS-Angriff auf die Internetwache der Polizei NRW war dahingehend erfolgreich, als dass die Internetseiten über einige Tage nicht oder nur sporadisch erreichbar waren; in Spitzenzeiten der Angriffe war die Internetwache nicht mehr erreichbar.

Anfang September 2011 gingen in zwei Fällen E-Mails mit erpresserischen Androhungen eines DDoS-Angriffes auf die Internetseiten „barrierefrei.nrw.de“ und „archive.nrw.de“ ein. In beiden Fällen kam es jedoch nicht zur Tatausführung.

Die bei der Polizei NRW bisher entstandenen Schäden sind aus finanzieller Sicht als niedrig einzustufen. Die immateriellen Schäden müssen hingegen als mittel bis hoch eingestuft werden (Beeinträchtigung der Aufgabenerfüllung, Ansehensverlust).

210. *Wie beurteilt die Landesregierung die gegenwärtige Ausstattung der Polizei hinsichtlich der neuen Anforderungen aus dem Bereich der Internetkriminalität?*

In den für die Bearbeitung von Computer- und Internetkriminalität zuständigen Dienststellen der Kreispolizeibehörden sowie des Landeskriminalamtes NRW entspricht die technische Ausstattung den aktuellen Anforderungen. Sie wird ständig fortgeschrieben. Die Laborausstattung der IuK-Forensik (IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie) ist zeitgemäß. Das Landeskriminalamt NRW als Zentralstelle verfügt im IuK-Kompetenzzentrum (Cybercrime-Kompetenzzentrum) über moderne Geräte zur Erstellung elektronischer Schaltungen, zum Auslöten und zur Analyse von Speicherbausteinen (Logikanalyser, Oszilloskop). Dabei werden auf Basis einer ständigen Marktschau neue, der technischen Entwicklung angepasste Laborgeräte beschafft.

211. *Welche konkreten Pläne für jeweils welche Zeitpunkte hat die Landesregierung zur Verbesserung der polizeilichen Ausstattung (Internetwache etc.) im Zusammenhang der Bekämpfung von Kriminalität im und durch das Internet?*

Das Landeskriminalamt NRW hat in 2011 nach Vorgaben des Ministeriums für Inneres und Kommunales ein IuK-Kompetenzzentrum (Cybercrime-Kompetenzzentrum, IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie) eingerichtet und alle bereits bisher im Landeskriminalamt NRW mit der Prävention und der Ermittlung beziehungsweise Ermittlungsunterstützung im Phänomenbereich der IuK-Kriminalität befassten Einheiten und Beschäftigte unter einheitlicher Leitung zusammengeführt. Die Internetwache des Landeskriminalamtes NRW wurde im Jahr 2011 weiterentwickelt und modernisiert. Die technischen Standards der Ausstattung werden ständig angepasst.

Zum IuK-Kompetenzzentrum wird auch auf die Antworten zu den Fragen 229 und 395 bis 398 verwiesen.

212. Wie genau, wie intensiv und mit welchem Erfolg gestaltet sich derzeit die Zusammenarbeit Nordrhein-Westfalens mit den anderen Bundesländern und ihrer einzelnen Behörden im Bereich sich gemeinsam stellender Herausforderungen im Umgang mit jeweils welchen neuen Medien?

Im Rahmen der Ermittlungen zur Bekämpfung von Kriminalität im und durch das Internet arbeiten sowohl Polizei als auch der Verfassungsschutz länderübergreifend.

Die aktuellen und zukünftig großen Herausforderungen für die Polizei zur Bekämpfung der IuK-Kriminalität (IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie) sind bei den Strafverfolgungsbehörden von Bund und Ländern unisono erkannt. Im Rahmen der polizeilichen Bund-/Ländergremien hat das Thema herausragende Bedeutung. Bund und Länder unterstützen sich planmäßig und in Einzelfällen ad hoc bei der Bekämpfung dieser spezifischen Kriminalitätsformen. In Ermittlungsverfahren mit länderübergreifender Betroffenheit werden gemeinsame Ermittlungen durchgeführt.

Die Polizei NRW kooperiert im Wege des spezifischen Informationsaustauschs auch mit anderen nicht polizeilichen Behörden, Institutionen und Verbänden, zum Beispiel mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik sowie dem Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe, dem nationalen Cyber-Abwehrzentrum, Hochschulen und der Internetwirtschaft.

Die erfolgreiche Bekämpfung von IuK-Kriminalität und Delikten, die beispielsweise unter Verwendung des Internets und anderer Kommunikationsmittel wie Mobiltelefonen und Smartphones begangen werden, wird in den vergangenen eineinhalb Jahren durch das Fehlen einer bundesgesetzlichen Umsetzung der EU-Richtlinie 2006/24/EG über die Speicherung von Telekommunikationsverkehrsdaten („Vorratsdatenspeicherung“) erheblich eingeschränkt.

Seit 2009 führen das Landeskriminalamt NRW und das Landeskriminalamt BW gemeinsame und arbeitsteilige Ermittlungen in der länderübergreifenden Ermittlungskommission „Katusha“ durch. Eine international agierende Phishing-Gruppierung wurde ermittelt, und eine Vielzahl von Einzeltaten aufgeklärt. Es kam zu Festnahmen in England, Estland und Deutschland. Sechs Täter wurden bereits zu Haftstrafen von zwei Jahren und neun Monaten bis zu fünf Jahren und sechs Monaten verurteilt.

Zur Internetaufklärung sind im Verfassungsschutzverbund eine spezielle Gremienstruktur und spezielle Datenbanken zur Koordination der Arbeitsweise und Arbeitsergebnisse geschaffen worden. Über diese Datenbanken und Einrichtungen findet ein täglicher Informationsaustausch statt.

Darüber hinaus kooperiert der Verfassungsschutz NRW mit Sicherheitsbehörden des Bundes und der Länder im Bereich der Internetaufklärung. Auch hierfür wurden spezielle Gremienstrukturen und Projektgruppen errichtet. Institutionalisiert ist die Zusammenarbeit im Bereich der neuen Medien besonders mit dem Gemeinsamen Internetzentrum (GIZ) in Berlin. Das GIZ wurde 2007 als gemeinsame Einrichtung des Bundesamtes für Verfassungsschutz, des Landeskriminalamtes, des Bundesnachrichtendienstes, des Militärischen Abschirmdienstes und des Generalbundesanwalts gegründet. Ziel des GIZ ist es, durch die Beobachtung und Analyse einschlägiger Webseiten extremistische und terroristische Aktivitäten, insbesondere Anschlagsvorbereitungen, Rekrutierungs- und Radikalisierungsbemühungen, frühzeitig erkennen zu können. Neben der inhaltlichen Bewertung von Internetaktivitäten beschäftigt sich das GIZ auch mit technischen Fragestellungen rund um die Internetnutzung.

Die Zusammenarbeit zwischen dem Verfassungsschutz NRW und dem GIZ hat sich in den vergangenen Jahren als gewinnbringend für beide Seiten erwiesen. Der gegenseitige Austausch von aktuellen, verfassungsschutzrelevanten Informationen und technischem Wissen hat zu einer deutlichen Professionalisierung des Umgangs mit dem Internet als Instrument in der nachrichtendienstlichen Arbeit geführt.

Im Bereich der operativen IT-Sicherheit ist das CERT des Landesamtes für Information und Technik für Behörden und Einrichtungen des Landes NRW tätig. IT.NRW ist aus diesem Grund als Mitglied im CERT-Verbund beteiligt, einem Zusammenschluss verschiedener CERTs aus Bund, Ländern, Wirtschaft und Wissenschaft. Das CERT NRW ist zudem in den CERT-BUND-Verbund eingebunden und erhält von dort täglich aktuelle Warnmeldungen.

213. An welchen einzelnen Stellen genau und jeweils für welche einzelnen Aufgaben kooperiert das Land Nordrhein-Westfalen mit jeweils welchen Bundesbehörden im Bereich sich gemeinsam stellender Herausforderungen im Umgang mit jeweils welchen neuen Medien, und wie ist der Erfolg dieser Behördenkooperation und ggf. gemeinsamer Projekte oder Arbeitsgruppen in den jeweiligen Feldern zu bewerten? (bitte vollständig unter Berücksichtigung aller Teilgebiete wie beispielsweise Kriminalitätsbekämpfung, Fragen gemeinsamer Rechtsanwendung, Verbraucherschutz, gemeinsamer Softwareentwicklung, Medienkompetenz etc.)

Für die Zusammenarbeit der Sicherheitsbehörden wird auf die Antwort zu Frage 212 verwiesen.

Im Bereich des Verfassungsschutzes findet über die dort dargestellte Zusammenarbeit mit den anderen Sicherheitsbehörden von Bund und Ländern hinaus auch eine Kooperation mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) in Bonn zu aktuell aufgetretener Schadsoftware bei Behörden und Wirtschaftsunternehmen statt. Die Behörden unterrichten sich gegenseitig über aktuelle Vorfälle und bewerten diese. Die Kooperation ist sehr erfolgreich, denn auf diese Weise können die Angegriffenen schnellstmöglich Schutzvorkehrungen treffen. Zusätzlich gibt der Verfassungsschutz NRW die so gewonnenen Erkenntnisse in stark anonymisierter Form in seinen Sensibilisierungsveranstaltungen an die Unternehmen weiter.

Im Bereich Verbraucherschutz beteiligt sich das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) an dem zweijährigen bundesweiten Pilotprojekt „Überprüfung des Internethandels mit Lebensmitteln“. Ziel des Projektes ist es, die Überwachung von ausgewählten Produkten (Diätische Lebensmittel, Nahrungsergänzungsmittel, neuartige Lebensmittel), die verstärkt über das Internet vertrieben werden, zu intensivieren und den Handlungsbedarf für eine verbesserte Überwachung des Internethandels aufzuzeigen. Die bundesweite Federführung hat das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL). Für NRW ist der Projektteilnehmer das Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV). Das BVL hat eine Zentralstelle für die Recherche im Internet eingerichtet, Forschungsaufträge vergeben und die Erkenntnisse aus vorhergehenden Internetprojekten der Länder wie der Verbraucherzentralen ausgewertet und berücksichtigt. Im Pilotprojekt wird die Software Xpider eingesetzt, die eine Kombination aus Internetsuche, inhaltlicher Analyse sowie verschiedenen professionellen Suchfunktionen bietet. Mit Hilfe dieser Software soll die Registrierung der Unternehmen überprüft und das Auffinden von nicht-verkehrsfähigen und möglicherweise gesundheitsschädlichen Produkten ermöglicht werden. Die so gewonnenen Daten werden an die zuständigen Landesbehörden weitergereicht, um die notwendigen Überwachungsmaßnahmen einleiten zu können.

Verankert wurde sowohl die Zusammenarbeit der Länder mit dem Bundeszentralamt für Steuern (BZSt) als auch die Übermittlung von Daten über den Internethandel mit der letzten Änderung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches im August 2011. Danach übermittelt das BZSt den Ländern auf Anforderung die gem. § 5 Absatz 1 Nummer 17 des Finanzverwaltungsgesetzes vorliegenden Daten über Unternehmen, die Lebensmittel, Futtermittel, Kosmetika und Bedarfsgegenstände oder mit Lebensmitteln verwechselbare Produkte im Internet anbieten. Übermittelte Daten sind der Name, die Anschrift und die Telekommunikationsinformationen des Unternehmens, ein eindeutiges Ordnungsmerkmal, die Domaininformationen und die Landzuordnung sowie die betroffenen Erzeugnisse oder die mit Lebensmitteln verwechselbaren Produkte. Die Anträge der Länder werden über das BVL an das BZSt gestellt. Das Gesetz regelt auch die Löschung der so erhobenen Daten. Im Rahmen dieses Projektes werden auch Erzeugnisse aus anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union mit überprüft und über das BVL den betroffenen Behörden der Mitgliedstaaten übermittelt. Eine direkte Kommunikation von NRW-Behörden mit internationalen Behörden findet in diesem Kontext nicht statt.

Beim zentralen Umweltportal der Umweltverwaltung in Deutschland PortalU (www.portalu.de) kooperiert NRW im Rahmen einer Verwaltungsvereinbarung erfolgreich mit dem Bund und allen Bundesländern zwecks des gemeinsamen Betriebs sowie der gemeinsamen Entwicklung und Pflege des PortalU. Im Rahmen der „Verwaltungsvereinbarung über die Kooperation bei Konzepten und Entwicklungen von Software für Umweltinformationssysteme“ (VKoopUIS) kooperiert NRW in verschiedenen Projekten mit anderen Bundesländern. Für die Projekte OSIRIS (Objektbezogene Sachdatenverwaltung im raumbezogenen Informationssystem) und IGS (Informationssystem Gefährliche Stoffe) hat NRW die Federführung im Rahmen der Verwaltungsvereinbarung. Im Rahmen der Verwaltungsvereinbarung GSBL (Gemeinsamer Stoffdatenpool des Bundes und der Länder) kooperiert NRW bei der Pflege und Weiterentwicklung des GSBL mit dem Bund und allen 16 Bundesländern.

Im Rahmen der Arbeitsgemeinschaft der Obersten Landesjugend- und Familienbehörden (AGJF) findet eine intensive Zusammenarbeit der Bundesländer hinsichtlich der sich stellenden Herausforderungen mit dem gesamten Themenfeld der Medien statt. Die AGJF koordiniert und stimmt auf Fachebene länderübergreifende Grundsatzfragen zur Sicherstellung einer angemessenen und einheitlichen Umsetzung des Kinder- und Jugendhilferechts und familienpolitischer Zielsetzungen ab. Zum Themenbereich des Jugendschutzes/Jugendmedienschutzes ist darüber hinaus eine intensive Befassung im Rahmen der AG Jugendschutz der AGJF gewährleistet. Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen engagiert sich insbesondere in einem speziellen Bereich des Jugendmedienschutzes: dem Jugendschutz bei Computerspielen. Nordrhein-Westfalen ist federführend im Auftrag aller Länder für den Jugendmedienschutz in diesem Bereich tätig. Das Jugendschutzgesetz regelt, dass Computerspiele Kindern und Jugendlichen nur zugänglich gemacht werden dürfen, wenn diese für ihre jeweilige Altersgruppe freigegeben wurden. Die Freigabe ist Sache der Länder, federführend wahrgenommen durch das Land Nordrhein-Westfalen. Hierfür beschäftigt die Landesregierung zwei Mitarbeiter, die mit der von der Computerspielewirtschaft getragenen Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) in Berlin kooperieren. Da fast alle großen Handelsketten ausschließlich Spiele verkaufen, die eine Altersfreigabe haben, tauchen faktisch nur solche Spiele am Markt auf, die durch eine staatliche Instanz geprüft und freigegeben wurden. Gleiches gilt für die Altersfreigabe von Filmen. Hier ist die Oberste Landesjugendbehörde des Landes Rheinland-Pfalz federführend zuständig für die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).

Darüber hinaus finanzieren die Länder gemeinsam die eingerichtete Stelle „jugendschutz.net“. „jugendschutz.net“ wurde 1997 von den Jugendministern aller Bundesländer gegründet, um jugendschutzrelevante Angebote im Internet (sogenannte Telemedien) zu

überprüfen und auf die Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen zu drängen. Die Länder sind im regelmäßigen Austausch über die Arbeit der Stelle.

Im Rahmen der AG Jugendschutz findet ein regelmäßiger Austausch zwischen den Jugendschutzreferenten der Obersten Landesjugendbehörden und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) statt. Auch kooperiert regelmäßig die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien mit den Ständigen Vertretern der Obersten Landesjugendbehörden bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und der Freiwilligen Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK). Zudem kooperiert das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport NRW (MFKJKS) mit anderen Bundesländern im Bereich von E-Government-Anwendungen: Beispielsweise ist die Software der Anwendung KIBIZ.web Bayern zur Verfügung gestellt worden.

Im Bereich der Prävention und Gesundheitsförderung unterhält das Landeszentrum Gesundheit Nordrhein-Westfalen (LZG NRW) zahlreiche länderübergreifende Kooperationen. Die Nutzung der neuen Medien für Kommunikation und Datenverwaltung ist dabei eine wichtige Grundlage.

Im Kontext des Kooperationsverbunds „Gesundheitsförderung bei sozial Benachteiligten“ unter Federführung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) beteiligt sich das LZG NRW am Betrieb der bundesweiten Online-Projektdatenbank. Das LZG NRW ist zudem in Kooperation mit dem Bundesministerium für Gesundheit (BMG) und dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) auf der Homepage des Nationalen Aktionsplans „IN FORM“ mit Webinhalten vertreten. Die vom LZG NRW entwickelten internetgestützten Online-Leitfäden werden bundesweit genutzt und tragen zum länderübergreifenden Erfahrungsaustausch bei.

Das LZG NRW kooperiert mit dem Umweltbundesamt im Rahmen des Projekts „Xprob“ (Evaluation von Standards und Modellen zur probabilistischen Expositionsabschätzung) und ist beteiligt an der Entwicklung einer Datenbank zu Referenzwerten für Expositionsfaktoren (RefXP; abrufbar unter „www.uba.de/xprob“).

Die Zentrale Stelle Gesunde Kindheit beim LZG NRW arbeitet im Rahmen des Meldeverfahrens bei Nichtteilnahme an Früherkennungsuntersuchungen mit den in NRW ansässigen Jugend- und Meldeämtern zusammen. Zur Kommunikation zwischen den Behörden gehört die Nutzung von Telefon, E-Mail und zwei Internetportalen (zur Abfrage von Daten/Belegeingängen „Jugendamtportal“ und Meldedatenprüfung „eMAB“). Durch die Internetportale können Anfragen zu jeder Zeit durchgeführt werden. Somit sind die neuen Medien und deren Einsatz positiv zu bewerten.

Die Kriminalität im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (sogenannte „luK-Kriminalität“) bildet auch im Bereich der Justiz einen Arbeitsschwerpunkt in verschiedenen Arbeitskreisen und Gremien unter Beteiligung Nordrhein-Westfalens. Die Vertreter Nordrhein-Westfalens arbeiten hier mit allen maßgeblichen Akteuren und Behörden eng und vernetzt zusammen. Die Generalstaatsanwältin und Generalstaatsanwälte haben im Rahmen ihrer Arbeitstagung vom 10. bis 12. Mai 2010 in Rostock eine Arbeitsgruppe zur Bekämpfung der luK-Kriminalität ins Leben gerufen, die unter Federführung des Generalstaatsanwalts in Frankfurt am Main eine justizielle Konzeption zur Verbesserung der Bekämpfung der luK-Kriminalität erarbeitet hat. Die Arbeitsgruppe soll als dauerhafte Einrichtung unter Federführung des Generalstaatsanwalts in Frankfurt am Main fortgeführt werden.

Hintergrund der Einrichtung der Arbeitsgruppe war der Bericht des Bundeskriminalamts „Strategie zur Bekämpfung der luK-Kriminalität (Stand: 21.08.2009)“. Der Strafrechtsaus-

schuss der Justizministerkonferenz hat sich auf seiner Sitzung vom 14. bis 16. Juni 2010 in Hamburg unter nordrhein-westfälischem Vorsitz mit den Problembeschreibungen und Handlungsempfehlungen dieses BKA-Berichts befasst. Dabei hat er sich – in Übereinstimmung mit der Arbeitsgruppe der Generalstaatsanwältin und der Generalstaatsanwälte – für die Schaffung eines gemeinsamen Informationspools „Cybercrime“ für Polizei und Justiz ausgesprochen. Dieser Informationspool soll einen direkten Zusammenfluss polizeilicher und justizieller Informationen bieten und damit unter anderem die schnellstmögliche Unterrichtung und Koordinierung bezüglich aktueller krimineller Entwicklungen gewährleisten.

Auf seiner Sitzung vom 2. bis 4. Mai 2011 in Bamberg hat sich der Strafrechtsausschuss der Justizministerkonferenz außerdem mit der Frage befasst, wie die strafrechtliche Verfolgung massenhaft auftretender Fälle der Internetkriminalität, wie etwa sogenannten „Kostenfallen“ im Internet, optimiert werden kann. Gegenstand der Erörterungen war unter anderem der Vorschlag, Informationen zu den von Ermittlungsverfahren betroffenen Internetseiten, deren Betreibern und den von den Betreibern beauftragten Inkassounternehmen über eine zentrale Polizeidienststelle – vorzugsweise das Bundeskriminalamt – vorzuhalten. Es ist vorgesehen, dass die Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Gemeinsame Arbeitsgruppe Justiz/Polizei zur Bekämpfung der Organisierten Kriminalität“ (GAG) sich mit dieser Thematik befassen wird.

Ferner betreibt das Justizministerium des Landes Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit den anderen Landesjustizverwaltungen und dem Bundesministerium der Justiz das gemeinsame Justizportal des Bundes und der Länder. Unter www.justiz.de wird ein einfacher und einheitlicher Zugang zu den E-Justice-Diensten und Informationsangeboten des Bundes und der Länder ermöglicht. Das Justizportal ist derzeit in fünf Sprachen (deutsch, englisch, französisch, italienisch, spanisch) verfügbar. Das Justizportal wird regelmäßig erweitert und um neue Anwendungen und Dienste ergänzt. Ziel ist es, das Justizportal zur ersten Anlaufstelle für rechtsuchende Bürgerinnen und Bürger zu machen.

Im Hochschulbereich kooperiert die Deutsche Zentralbibliothek für Medizin (ZB MED) in Köln/Bonn mit dem Deutschen Institut für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI), einer Bundesbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit, durch die Publikation von 15 Open-Access-Zeitschriften, mehr als 20 Kongressberichten pro Jahr und Forschungsberichten. Dies geschieht im Auftrag der wissenschaftlichen Community über die Arbeitsgemeinschaft der Medizinischen Wissenschaftlichen Fachgesellschaften (AWMF) unter Beachtung der Berliner Erklärung über offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen (<http://oa.mpg.de/lang/de/berlin-prozess/berliner-erklarung>). Damit wird allen Interessentinnen und Interessenten national und international freier Zugang zu wissenschaftlicher Erkenntnis geebnet. Sechs der 15 Zeitschriften werden vom international bedeutendsten Auswertungsdienst „PubMed“ (<http://www.pubmed.org>) verzeichnet und unter anderem über Google Scholar öffentlich gemacht. Die Nutzungsquoten sind hoch – sie liegen bei ca. 70.000 individuellen Zugriffen (Downloads) pro Monat.

Es bestehen weitere Kooperationen mit Bundesbehörden im Bereich der Ernährungs-, Umwelt- und Agrarwissenschaften durch Integration derer Kataloge in das ZB MED-eigene Informationsportal GREENPILOT. Es sind dies zum Beispiel das Umweltbundesamt, das Bundesamt für Risikobewertung, das Max-Rubner-Institut (Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel), das Johann-Heinrich-von-Thünen-Institut (Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei) und das Friedrich-Löffler-Institut (Bundesinstitut für Tiergesundheit).

Das Hochschulbibliothekszentrum Nordrhein-Westfalen (HBZ) kooperiert mit Landes- und Bundeseinrichtungen im Rahmen seines Produktportfolios und mehrerer Arbeitsgemeinschaften.

Die GASCO (German, Austrian and Swiss Consortia Organisation) ist ein internationales Gremium (dazu siehe Antwort zu Frage 214) und dient gleichzeitig als Arbeitsgemeinschaften der deutschen (Bibliotheks-)Konsortien. Nordrhein-Westfalen wird in der GASCO durch die Universität Siegen und das HBZ vertreten. Die Kooperation erfolgt in den Bereichen elektronische Zeitschriften (eJournals), elektronische Bücher (eBooks) sowie Datenbanken und berührt dabei alle die im Zusammenhang mit dem Erwerb dieser Medien auftretenden Themen (zum Beispiel Geschäftsmodelle neuer Medien für Forschung und Lehre, lizenzrechtliche Fragen und Entwicklung neuer Lizenzmodelle, Fragen der Nutzungsanalyse, Monitoring und Bewertung von Entwicklungen auf dem Softwaremarkt).

Die Arbeitsgemeinschaft der Verbundsysteme (AG Verbund) ist das zentrale Koordinierungsgremium der Verbundzentralen Deutschlands, Österreichs und deutschsprachigen Schweiz. In der AG Verbund werden Fragen der Einführung und des Betriebs innovativer Dienstleistungen sowie die verbundübergreifende Koordinierung von Hardware- und Softwarekonzepten gemeinsam besprochen. Diese überregionalen Kooperationen bieten vielfältigen Wissenstransfer; zudem werden durch die Zusammenarbeit in einzelnen gemeinsamen Projekten Synergieeffekte erzielt.

214. An welchen einzelnen Stellen genau und jeweils für welche einzelnen Aufgaben kooperiert das Land Nordrhein-Westfalen mit jeweils welchen internationalen Behörden im Bereich sich gemeinsam stellender Herausforderungen im Umgang mit jeweils welchen neuen Medien, und wie ist der Erfolg dieser Behördenkooperation und ggf. gemeinsamer Projekte oder Arbeitsgruppen in den jeweiligen Feldern zu bewerten?

Im Rahmen international geführter Ermittlungsverfahren kooperiert die Polizei NRW mit den ausländischen Ermittlungsbehörden Europol und Interpol. Die rechtlichen Grundlagen sind i.d.R. justizielle Rechtshilfeersuchen, bi- und multilaterale Staatsverträge und das spezifische EU-Recht im Kapitel „Raum der Sicherheit, der Freiheit und des Rechts“. Zum Zwecke des grenzübergreifenden Erfahrungsaustauschs (Best Practices) unterhält die Polizei NRW insbesondere enge Kontakte zu Europol in die Niederlande und nach Belgien. Die Zusammenarbeit des Verfassungsschutzes mit internationalen Behörden liegt in der Zuständigkeit des Bundesamtes für Verfassungsschutz und nicht in der des Verfassungsschutzes NRW.

Im Gesundheitsbereich engagiert sich das Landeszentrum Gesundheit Nordrhein-Westfalen (LZG NRW) in europäischen Kooperationsprojekten, etwa im Rahmen des Public Health Programms der EU (zum Beispiel EUREGIO II oder European Health Literacy Survey). Auch hier wird auf neue Medien und moderne Technologie zur Kommunikation und Datenerhebung zurückgegriffen. Im Rahmen der Projekte werden internetgestützte Kommunikationsplattformen eingerichtet, die dem Informations- und Datenaustausch dienen.

Gleichzeitig bestehen Kooperationen mit der Gemeinsamen Forschungsstelle der EU (Joint Research Centre) in Ispra/Italien zu Expositionsdatenbanken (EIS-Chemrisk und Expofacts) und Webseiten mit Expositions- und Risikomodellen sowie Expositionsdaten (GexFrame).

Für das Land Nordrhein-Westfalen kooperiert das Justizministerium im sogenannten E-Justice-Bereich mit verschiedenen supranationalen Organisationen sowie einzelnen Staaten. Schwerpunkt der Arbeiten ist der grenzüberschreitende Datenaustausch und die Steigerung der Verfügbarkeit sowie die Transparenz von Informationen, so dass im Zeitalter der modernen Informationsgesellschaft möglichst viele der justiziellen Prozesse und Informationen im Rahmen von Onlineportalen verfügbar gemacht werden.

Ein konkretes Projekt hierzu ist das e-CODEX-Projekt „e-Justice Communication via Online Data Exchange (e-CODEX)“. An dem von der Europäischen Union geförderten Projekt beteiligen sich unter nordrhein-westfälischer Federführung die Staaten Belgien, Estland, Frankreich, Griechenland, Italien, Malta, Niederlande, Österreich, Portugal, Spanien, Rumänien, Tschechien, Ungarn und die Türkei sowie die privatrechtlichen europäischen Dachorganisationen der Notare (CNUE) und Anwälte (CCBE). Ziel ist der bessere sowie schnellere Zugang von Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen und professionellen Kunden zur Justiz. Darüber hinaus sollten Ergebnisse der in den letzten Jahren begonnenen Projekte zur Verbesserung der Zusammenarbeit in Europa im Rahmen dieses E-Justice-Projektes berücksichtigt werden. Die entwickelten Lösungen sollen in den Mitgliedstaaten sowie im Europäischen Justizportal eingesetzt werden.

Das Projekt wurde am 1. Dezember 2010 offiziell begonnen. Es ist insgesamt auf drei Jahre angelegt, hiervon sind maximal zwei Jahre für „Forschung“ und Konzepterstellung vorgesehen sowie ein Jahr zur Implementierung beziehungsweise Pilotierung. Das Finanzvolumen liegt bei ca. 14 Millionen Euro.

Daneben beteiligt sich das Land aktiv am European Commerce Registers' Forum (ECRF). Ziel dieser Gruppe aus registerführenden Stellen aus 30 europäischen Staaten ist es, den Datenaustausch zwischen den Handelsregistern zu vereinfachen und die Unternehmensgründung in den beteiligten Staaten zu beschleunigen. Im Rahmen dieser teilweise von NRW geleiteten Arbeiten erfolgt ein intensiver Informations- und Erfahrungsaustausch auch über die europäischen Grenzen hinweg, insbesondere mit den beiden anderen in diesem Bereich aktiven Foren für Amerika beziehungsweise Asien und Australien, an denen sich auch bereits einige afrikanische Staaten beteiligen. Aktuell wird an der Entwicklung einer weltweit verwendbaren Unternehmensnummer gearbeitet, die es ermöglicht, die Rechtsbeziehungen zwischen Haupt- und Zweigniederlassungen von Unternehmen in verschiedenen Staaten darzustellen. Diese Arbeiten werden aktiv durch die Weltbank, die Europäische Zentralbank und die Europäische Kommission begleitet.

Im Hochschulbereich kooperiert die Deutsche Zentralbibliothek für Medizin (ZB MED) auf vielseitige Weise mit der Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO). Zum einen stellt die ZB MED die von der FAO herausgegebenen Schriften den nationalen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern komplett zur Verfügung. Zum anderen arbeitet die ZB MED an der deutschen Ausgabe des von der FAO herausgegebenen Thesaurus AGROVOC. Im Rahmen von gms (German Medical Science) kooperiert die ZB MED mit der National Library of Medicine (NLM). Dabei werden die Metadaten und Volltexte von Zeitschriften, die von der ZB MED im Rahmen von gms herausgegeben werden, an die NLM zur Indexierung für die Recherche und zur Archivierung übermittelt.

Zur Verbesserung der Literaturversorgung arbeiten die Luxemburgische Nationalbibliothek und das Hochschulbibliothekszentrum Nordrhein-Westfalen (HBZ) auf dem Gebiet „Leihverkehr und Dokumentenlieferungen“ zusammen und nutzen gemeinsam zentral vorhandene Einrichtungen und Verfahren. Die Luxemburgische Nationalbibliothek nimmt aktiv und passiv am Leihverkehr der HBZ-Verbundregion teil. Diese Kooperation ist nutzbringend für beide Partner organisiert. Innerhalb der German, Austrian and Swiss Consortia Organisation (GASCO) findet ein Austausch der deutschen wissenschaftlichen Bibliothekskonsortien mit den Konsortien aus Österreich, der Schweiz und Luxemburg statt. Die Kooperation ist als erfolgreich zu bewerten (siehe Antwort zu Frage 213).

Weiterhin gibt es eine Kooperation mit dem japanischen Bibliotheksverbundsystem NACSIS, welches originalschriftliche Metadaten der wissenschaftlichen Buch- und Zeitschriftenbestände in japanischen Hochschulbibliotheken und Forschungseinrichtungen und der japani-

schen Nationalbibliothek zur Nachnutzung durch die Bibliotheken des HBZ-Verbundes bereitstellt. Diese Zusammenarbeit bietet den Bibliotheken jeweils beider Verbundsysteme Zugang und Nachnutzung der Katalogisate an. Die HBZ-Verbundbibliotheken erhalten hierdurch ein Fremdleistungsnutzungsinstrument für originalsprachige Metadaten aus dem Sprachenbereich China, Japan und Korea. Außerdem dient die Kooperation den ostasiatischen Wissenschaften als verlässliches Nachweisinstrument.

215. Wie beurteilt die Landesregierung die Tätigkeit von EUROPOL bei der Kriminalitätsbekämpfung im Bereich rechtswidriger Handlungen durch den Gebrauch neuer Medien, auf welche einzelnen Teilbereiche und Funktionen (wie beispielsweise Eigentumsdelikte, Persönlichkeitsrechtsverletzungen, Urheberrechtsschutz, Industriespionage etc.) erstreckt sich diese, und welche Erfolge bei der Verhinderung oder Aufklärung von Straftaten sind jeweils in den letzten fünf Jahren dadurch erzielt worden?

Europol nimmt eine wichtige Rolle bei der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit und dem Informationsaustausch zur Bekämpfung der IuK-Kriminalität (IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie) ein. Die Zusammenarbeit der Polizei NRW mit Europol ist gut.

Im Rahmen eines konkreten Ermittlungsverfahrens wegen Phishing (Computerbetrug-Eigentumsdelikte) wurde Europol erfolgreich eingebunden. Europol richtete zudem ein Analytical Work File (AWF „Cyborg“) zur schnelleren und direkteren Übermittlung von relevanten Verfahrensdaten an EU-Staaten ein. Im Bereich der Fortbildung zur Bekämpfung der Verbreitung, des Erwerbs und Besitzes von Darstellungen des sexuellen Missbrauchs von Kindern besteht eine enge Kooperation zwischen Europol, dem Landeskriminalamt NRW und dem Landesamt für Ausbildung, Fortbildung und Personalangelegenheiten NRW.

Derzeit befindet sich die „European Cybercrime Platform“ bei Europol im Aufbau. Auf dieser Plattform werden Informationen und Ermittlungsergebnisse der Polizeibehörden der EU-Mitgliedstaaten gesondert vorgehalten.

216. Wie beurteilt die Landesregierung die Tätigkeit von INTERPOL bei der Kriminalitätsbekämpfung im Bereich rechtswidriger Handlungen durch den Gebrauch neuer Medien, auf welche einzelnen Teilbereiche und Funktionen (wie beispielsweise Eigentumsdelikte, Persönlichkeitsrechtsverletzungen, Urheberrechtsschutz, Industriespionage etc.) erstreckt sich diese, und welche Erfolge bei der Verhinderung oder Aufklärung von Straftaten sind jeweils in den letzten fünf Jahren dadurch erzielt worden?

Die Zusammenarbeit mit Interpol ist gut. In fast allen Fällen der IuK-Kriminalität (IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie), die beim Landeskriminalamt NRW bearbeitet wurden, ergaben sich innerhalb kürzester Zeit Bezüge ins europäische und außereuropäische Ausland. In solchen Fällen werden der Informationsaustausch und spätere gemeinsame operative Maßnahmen über das Bundeskriminalamt (BKA) als Kopfstelle (German G8 24/7-Network High Tech Crime Point of Contact sowie Interpol National Central Reference Point on IT Crime) von Interpol Deutschland über Interpol Lyon umgesetzt.

217. Welche einzelnen Maßnahmen der Zusammenarbeit bei der Verhinderung oder Verfolgung von Internetkriminalität haben Institutionen und Behörden auf EU-Ebene bislang vereinbart, und welcher zukünftige Handlungsbedarf ergibt sich hier aus Sicht der Landesregierung?

Die Internet- beziehungsweise Cyberkriminalität ist ihrem Wesen nach grenzüberschreitend. Damit Maßnahmen zur Bekämpfung der Internetkriminalität wirksam sein können, sind die internationale Zusammenarbeit bei der Strafverfolgung und die Amtshilfe bei der Verhütung von Straftaten innerhalb der Europäischen Union, aber auch mit Drittstaaten von wesentlicher Bedeutung. In den vergangenen Jahren wurden auf Ebene der Europäischen Union mehrfach Schlussfolgerungen des Rates und Initiativen angenommen, um eine konzertierte Strategie zur Bekämpfung der Cyberkriminalität zu erarbeiten. Ziel dieser Strategie ist es, wirksam gegen die Cyberkriminalität vorzugehen und dabei konkret die vielfältigen strafbaren Handlungen zu bekämpfen, die mittels elektronischer Medien begangen werden: Darstellung des sexuellen Missbrauchs von Kindern, sexuelle Gewalt, terroristische Aktivitäten, Angriffe auf elektronische Netzwerke, Betrug, Identitätsdiebstahl etc.

Auf Ebene des Europarates sind das Übereinkommen über Computerkriminalität vom 23. November 2001 und ein Zusatzprotokoll vom 28. Januar 2003 abgeschlossen worden, die neben einer einheitlichen Definition von Mindestanforderungen an Straftatbestände zur Bekämpfung der Computerkriminalität auch umfangreiche Regelungen zur Verbesserung der strafrechtlichen Zusammenarbeit enthalten. Das Übereinkommen haben unter anderem auch insgesamt 18, das Zusatzprotokoll 11 Mitgliedstaaten der EU ratifiziert, darunter auch Deutschland. Unter anderem sieht das Übereinkommen die Einrichtung eines 24-Stunden Kontakt Punktes und Regelungen zur beschleunigten Übermittlung von Rechtshilfeersuchen vor.

Das Übereinkommen vom 29. Mai 2000 über die Rechtshilfe in Strafsachen zwischen den Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU-RHÜbk) – am 2. Februar 2006 für Deutschland in Kraft getreten – regelt in Art. 17 ff. die Überwachung des Telekommunikationsverkehrs. Es findet Anwendung für den Datenaustausch im Rahmen der Bekämpfung der Internetkriminalität mit den Nationen, die die CyberCrimeConvention (noch) nicht ratifiziert haben, so dass auch dort eine entsprechende Rechtsgrundlage vorhanden ist.

Die von Europol verwaltete Europäische Cybercrime-Plattform (ECCP) dient als Informationsknotenpunkt, wo Analysen durchgeführt und mit den nationalen Strafverfolgungsbehörden Informationen über Cyberkriminalität ausgetauscht werden, die unter das Mandat von Europol fallen. Fast alle Mitgliedstaaten haben nationale Meldeplattformen eingerichtet.

Im Bereich der justiziellen Zusammenarbeit in Strafsachen sind der Landesregierung Maßnahmen der grenzüberschreitenden Kooperation, die speziell nur die Verfolgung von Internetkriminalität im Auge haben, nicht bekannt. In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass durch die EU-Agentur Eurojust und das Europäische Justizielle Netz bewährte EU-Einrichtungen zur Verfügung stehen, die die grenzüberschreitende justizielle Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten in allen Kriminalitätsfeldern unterstützen, d.h. auch in Ermittlungsverfahren, die Straftaten aus dem Bereich der Internet- beziehungsweise Cyberkriminalität zum Gegenstand haben.

218. Welche konkreten Maßnahmen plant die Landesregierung für jeweils welchen Zeitpunkt, um im Internet bei allen sich ergebenden Sachverhalten dem Grundsatz „Löschen statt Sperren“ gerecht zu werden?

Die Landesregierung folgt der Überzeugung, dass ein sozial und digital vernetztes Zusammenleben nicht vereinbar ist mit der Idee eines Überwachungsstaates. Das Recht auf Privatsphäre gilt analog wie digital. Für verbotene Inhalte gilt indes das Gebot "Löschen statt Sperren".

Allerdings kann der Grundsatz der Löschung rechtswidriger Inhalte nicht für sich alleine stehen. Begleitend sind in diesem Zusammenhang auch Maßnahmen zur effektiven Verfolgung von Straftaten im Internet notwendig.

Grundsätzlich ist zu unterscheiden, ob inkriminierte Inhalte auf inländischen oder ausländischen Servern vorgehalten werden. Werden den Strafverfolgungsbehörden Inhalte mit der Darstellung des sexuellen Missbrauchs von Kindern auf deutschen Servern bekannt, werden die entsprechenden Provider um ein Löschen dieser Inhalte ersucht. Diesem Ersuchen kommen die Provider regelmäßig nach. Eine Löschung gestaltet sich insoweit in Bezug auf inländische Server in der Praxis unproblematisch. Inkriminierte Inhalte, die auf ausländischen Servern gespeichert sind, werden durch das Landeskriminalamt NRW dem Bundeskriminalamt mitgeteilt. Dort erfolgt die weitere Bearbeitung mit dem Ziel, diese Inhalte durch die zuständigen Provider zu entfernen und die im Ausland zuständigen Strafverfolgungsbehörden zu informieren.

So stellen sich hier Fragen nach der Verbesserung der Ausstattung der Polizei und dem Ausbau der Zusammenarbeit zwischen den national zuständigen Behörden sowie der in diesem Zusammenhang notwendigen und wichtigen internationalen Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern.

219. Wann endlich beendet die grüne Regierungspräsidentin in Düsseldorf die von ihrer Behörde gegen mehrere Provider unter Berufung auf den Glücksspielstaatsvertrag verhängten Netzsperrungen? Falls es keine konkreten Pläne zur Beendigung gibt: Wie schätzt die Regierungspräsidentin einerseits die Wirksamkeit dieser Sperrverfügungen und andererseits deren Übereinstimmung mit dem rot/grünen Koalitionsvertrag ein?

Die Bezirksregierung Düsseldorf hat auf Grundlage des § 9 Abs. 1 Glücksspielstaatsvertrag (GlüStV) bei festgestellten Verstößen gegen das Internetverbot des § 4 GlüStV, einzelnen im Inland ansässigen Internetzugangspvidern per Verfügung aufgegeben, Internetseiten zu sperren und von ihnen vermittelte Inhalte zu entfernen (sog. Netzsperrungen). Die Internetzugangsanbieter haben hiergegen Rechtsschutz vor den Verwaltungsgerichten gesucht. Die Verfahren werden bei den Verwaltungsgerichten Düsseldorf und Köln Anfang 2012 abgeschlossen sein.

Da die illegalen Internetglücksspielanbieter mehrheitlich ihren Sitz im Ausland haben, ist eine Vollstreckung der gegen sie ergangenen und von der Rechtsprechung bestätigten Untersagungsverfügungen erfolglos geblieben. Die Alternative „Löschen statt Sperren“ gibt es im Glücksspielbereich nicht, weil auf Anbieter mit Sitz im Ausland nicht zugegriffen werden kann. Da die Internetglücksspielanbieter regelmäßig über eine Zulassung in dem jeweiligen Staat verfügen, schreiten die Behörden der Sitz-Länder nicht gegen solche Angebote ein. Daher wurde auf das im geltenden GlüStV als ultima ratio vorgesehene ordnungsrechtliche Mittel der Netzsperrungen zurückgegriffen. Im Entwurf zum neuen GlüStV wird darauf verzichtet.

Was die Einschätzung der Wirksamkeit und Opportunität dieses Mittels angeht, wird auf die Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 746 (LT-Drs. 15/2091) verwiesen.

Die Landesregierung setzt sich im Rahmen der Arbeiten an dem Entwurf des Glücksspieländerungsstaatsvertrages intensiv dafür ein, in Zukunft ohne das Instrument der Netzsperrern zu einer wirksamen Begrenzung der illegalen Angebote zu kommen. Zu den näheren Einzelheiten wird auf die Ausführungen des Chefs der Staatskanzlei vor dem Haupt- und Medienausschuss am 14. Juli 2011 verwiesen, nachzulesen im Ausschussprotokoll APr 15/264.

220. In welchen einzelnen Bereichen des Medienrechts der Länder und auf Bundesebene müssen aus Sicht der Landesregierung zu jeweils welchen zukünftigen Zeitpunkten Anpassungen im Hinblick auf neue Medien (wie beispielsweise aufgrund von technologischen Innovationen, geänderten Anwenderverhaltens, neuen Datenschutzherausforderungen etc.) vorgenommen werden?

Die hohe Taktzahl der technischen, wirtschaftlichen und sozialen Innovationen im Internet verlangt, dass die Politik sich im Rahmen eines technikbegleitenden Diskurses den neuen Herausforderungen stellt. Schwerpunktmäßig sieht die Landesregierung derzeit folgende Herausforderungen:

Orientierung und Navigation im Internet

Orientierung in der Informationsflut des Internets geben vor allem Suchmaschinen. Sie bestimmen maßgeblich, welche Informationen der Nutzer zur Kenntnis nimmt. Dementsprechend groß sind die Manipulationsmöglichkeiten und die Gefahren für die Meinungsvielfalt. Sektorspezifische Regulierung für die Navigation im Internet gibt es nicht. Seit Kurzem prüft die Europäische Kommission, ob Google seine marktbeherrschende Stellung missbraucht hat. Google verfügt in den meisten europäischen Märkten über einen Marktanteil in Höhe von über 90 Prozent. Es bleibt abzuwarten, wie diese Prüfung ausgeht. Finanzielle Fördermaßnahmen, eine europäische Suchmaschine aufzubauen, sind bisher gescheitert. Eine gewisse steuernde Funktion übernimmt der Verhaltenskodex der Suchmaschinenbetreiber. Gegebenenfalls ist es Aufgabe von öffentlichen Angeboten (zum Beispiel Verbraucherzentralen), den Nutzern bei der Auswahl des überbordenden Angebots behilflich zu sein. Das Verhalten der Suchmaschinenbetreiber sollte zudem kontinuierlich beobachtet werden.

Sicherung der Netzneutralität

Private Personen oder Unternehmen können sich Vorteile im Meinungskampf sichern, wenn sie Techniken wie die Überwachung und/oder Filterung von Datenpaketen unter Einbezug ihrer Inhalte (sogenannte Deep Packet Inspection) einsetzen. Soweit dadurch die kommunikative Chancengleichheit und Grundversorgung im Internet gefährdet werden, ist der Bundesgesetzgeber aufgerufen, dem im Sinne einer freien und offenen Internetkommunikation entgegenzutreten.

Für weitere Einzelheiten wird auf die Antwort zu Frage 312 verwiesen.

221. Welche einzelnen Landesbehörden und Einrichtungen mit Zuständigkeiten im Bereich der neuen Medien gibt es derzeit in Nordrhein-Westfalen, und über welche konkreten Aufgaben sowie Kompetenzen verfügen diese jeweils?

Die Zuständigkeit für die Überwachung der Einhaltung der Bestimmungen des Telemediengesetzes (Elektronischer-Geschäftsverkehr-Vereinheitlichungsgesetz - EIGVG) vom 26. Februar 2007 (BGBl. I S. 179) für das gesamte Land Nordrhein-Westfalen obliegt nach § 1 Ab-

satz 1 Satz 1 Telemedienzuständigkeitsgesetz NRW (TMZ-Gesetz) der Bezirksregierung Düsseldorf. Die Bezirksregierung Düsseldorf ist auch die nach § 59 Abs. 2 Staatsvertrag für Rundfunk- und Telemedien (RStV) in Verbindung mit § 1 Absatz 1 Satz 2 TMZ-Gesetz zuständige Aufsichtsbehörde für das gesamte Land Nordrhein-Westfalen. Ferner ist die Bezirksregierung Düsseldorf nach § 1 Absatz 3 TMZ-Gesetz die zuständige Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten in den Fällen des § 16 Telemediengesetz. Für die Überwachung der Einhaltung der Bestimmungen des Jugendmedienschutzstaatsvertrages ist nach § 20 Absatz 1 dieses Staatsvertrages die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zuständig. Bei der Erfüllung dieser Aufgabe dient die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) nach § 35 Absatz 2 RStV der LfM als Organ. Die Überwachung der Datenschutzbestimmungen des Telemediengesetzes sowie des § 57 RStV ist nach § 59 Absatz 1 Satz 1 RStV dem Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen (LDI) übertragen. Der LDI ist ferner Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten für die Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten nach § 16 Absatz 2 Nummer 2 bis 5 des Telemediengesetzes.

222. In welchem Maße hält die Landesregierung eine möglichst flächendeckende Versorgung der gesamten nordrhein-westfälischen Bevölkerung mit schnellen und leistungsfähigen Internetanschlüssen für geboten und notwendig?

Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen ist sich der hohen Bedeutung einer leistungsstarken und zukunftssicheren Breitbandversorgung für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft der nordrhein-westfälischen Wirtschaft bewusst. Leistungsfähiges Internet ist sowohl für eine nachhaltige ökologisch-industrielle Umgestaltung als auch für die Teilhabe aller Regionen und Gesellschaftsgruppen am digitalen Leben eine Grundvoraussetzung. Deren Ausbau stellt für unser Land daher eine wichtige Herausforderung von großer Dringlichkeit dar. Die Landesregierung setzt sich daher konsequent für einen flächendeckenden Ausbau leistungsfähiger Breitbandnetze ein. Hierbei will sie insbesondere auch sicherstellen, dass dünn besiedelte Regionen und kleine Betriebe nicht vom Zugang zu leistungsfähigen Breitbandnetzen ausgeschlossen werden.

223. Welche genauen operationalisierten Ausbauziele für einen landesweiten Ausbau mit schnellen Internetzugängen auch in dünnbesiedelten und ländlichen Gebieten Nordrhein-Westfalens hat die Landesregierung für jeweils welche zukünftigen Zeitpunkte?

Im Rahmen der Umsetzung ihrer Breitbandstrategie verfolgt die Landesregierung zwei Kernziele. Kurzfristig soll eine weitestgehend lückenlose Grundversorgung mit Breitbandzugängen gewährleistet werden, die eine Downloadgeschwindigkeit von mindestens zwei Mbit/s für mindestens 99 Prozent der Bevölkerung aufweisen. Dieses Ziel ist über einen Mix aus Festnetz-, Mobilfunk- und Satellitentechnologien bereits annähernd realisiert. Die Landesregierung setzt sich darüber hinaus nachdrücklich für den Ausbau einer leistungsstarken Breitbandinfrastruktur ein, die Bevölkerung, Wirtschaft und Verwaltung mit nachhaltig leistungsfähigen Breitbandanschlüssen versorgt, die den Herausforderungen des digitalen Lebens der kommenden Jahrzehnte gerecht wird. Langfristiges Ziel ist es, bis Ende 2020 eine weitgehend flächendeckende Versorgung mit Hochgeschwindigkeitsnetzen zu gewährleisten.

224. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen ergreift die Landesregierung mit jeweils welchem Ressourceneinsatz, um diese Ziele einer möglichst flächendeckenden Hochgeschwindigkeitsinternetversorgung auch zu erreichen?

Grundsätzlich ist der Breitbandausbau in liberalisierten Telekommunikationsmärkten Aufgabe der am Markt tätigen Anbieter. Während in den Städten und Ballungsräumen Nordrhein-Westfalens eine durch den Wettbewerb getriebene, sehr gute Breitbandversorgung festzustellen ist, bei der die Kunden zwischen zwei oder mehreren Anbietern wählen können, gibt es in den ländlichen Regionen immer noch so genannte „weiße Flecken“. Dies sind Gebiete, in denen keine vollständige/flächendeckende Breitbandgrundversorgung (Versorgung von mind. 2 MBit/s downstream) vorliegt. Vor allem dünn besiedelte Gebiete sind betroffen, da die vergleichsweise niedrigen erreichbaren Kundenzahlen den Netzbetreibern unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen hier keinen hinreichenden betriebswirtschaftlichen Anreiz für hohe Netzinvestitionen bieten. Daher drohen solche Gebiete an Standortqualität zu verlieren. Um dem entgegen zu wirken unterstützt die Landesregierung Kommunen und Gemeinden, in denen Marktversagen festgestellt wird, mit Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK) beim Ausbau ihrer Breitband-Infrastrukturen. Aus diesem Programm flossen im Jahr 2010 rund 4,5 Millionen Euro an die Kommunen. 2011 werden erstmals auch Mittel aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung ländlicher Räume (ELER) für die Breitbandförderung zur Verfügung gestellt. Damit können 2011 aus GAK- und ELER-Mitteln Maßnahmen von insgesamt rund sieben Millionen Euro bewilligt werden.

Im Rahmen des Regionalen Wirtschaftsförderungsprogramms Nordrhein-Westfalen (RWP) standen beziehungsweise stehen folgende Mittel zur Förderung einer hochwertigen Breitbandinfrastruktur für Unternehmen in Industrie- und Gewerbegebieten sowie umliegender Unternehmen und Haushalte zur Verfügung: Im Jahr 2010 wurden 5 Millionen Euro und im Jahr 2011 wurden 4,4 Millionen Euro aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) bereitgestellt. Bei Bedarf stehen im GRW-Fördergebiet zusätzlich weitere Mittel aus der GRW zur Verfügung (GRW: Grundsätze und Richtlinien für Wettbewerbe auf den Gebieten der Raumplanung, des Städtebaus und des Bauwesens). Für das Jahr 2012 sind vorbehaltlich des noch zu verabschiedenden Haushaltes 3,4 Millionen Euro aus EFRE vorgesehen, die bei Bedarf im GRW-Fördergebiet um weitere Mittel aus der GRW ergänzt werden können. In 2011 sind alle vorliegenden Förderanträge mit einer Fördersumme von insgesamt rund einer Millionen Euro bewilligt worden.

Die Landesregierung wird nun neben dem Flächendeckungsziel bei der Grundversorgung das zweite Ziel ihrer Breitbandstrategie stärker fokussieren: die weitgehende Versorgung mit einem Hochleistungsnetz der nächsten Generation (Next Generation Access – NGA). Gemeinsam mit Kreisen und Kommunen werden nun die Voraussetzungen für den Aufbau nachhaltiger Hochleistungsnetze auf Glasfaserbasis geschaffen. Zur Unterstützung der Landkreise und Kommunen bei der Umsetzung dieses langfristigen Ziels hat die Landesregierung das Leitprojekt „BreitbandConsulting.NRW“ entwickelt, das seit Oktober 2011 innerhalb von drei Jahren mit einem Projektvolumen von 1.034.000 Euro durchgeführt wird.

225. Wie genau sehen die einzelnen Aufgaben, Tätigkeiten, Kompetenzen, Projekte und Maßnahmenpläne sowie erzielten Fortschritte des Breitbandconsultings im Geschäftsbereich des MWEBWV aus? (bitte ausführlich dokumentieren)

Mit dem BreitbandConsulting.NRW stellt die Landesregierung über die bisherigen Angebote der Bezirksregierungen hinaus ein strukturiertes und niedrigschwelliges Informations-, Beratungs- und Förderangebot bereit, um Landkreisen und Kommunen die Initiierung, Konzeption

und Umsetzung kreisweiter oder interkommunaler, strategisch an einem bedarfsgerechten Glasfaserausbau orientierter Breitbandprojekte zu ermöglichen. Dies schließt unter anderem die Entwicklung von Umsetzungskonzepten ein, Verhandlungen mit geeigneten Netzbetreibern, die Identifikation von bereits vorhandenen und für den Glasfaserausbau nutzbaren Infrastrukturen sowie die Mitwirkung bei der Reduzierung von Wirtschaftlichkeitslücken des Breitbandausbaus.

Maßgeblich für die Breitbandentwicklung in Regionen, in denen der Markt bei dieser Aufgabe versagt, ist ein „Treiber“, der Aufmerksamkeit schafft, Prioritäten setzt, neue Kooperations- und Geschäftsmodelle entwickelt und erprobt, erfolgreiche Praxisbeispiele verbreitet und Landkreise und Kommunen berät. Das hierfür erforderliche Know-how wird durch BreitbandConsulting.NRW gebündelt, koordiniert und in kreisweiten Ausbauprojekten eingesetzt. Hierzu wird BreitbandConsulting.NRW im Anschluss an eine „Roadshow“ mit Informationsveranstaltungen auch gezielt auf bislang un- oder unterversorgte Landkreise zugehen, um derartige Projekte zu initiieren. Kreisen und Kommunen wird hierdurch optimale Hilfe zur Selbsthilfe und unterstützende Begleitung angeboten.

BreitbandConsulting.NRW stellt hierzu ein koordiniertes Netzwerk von Experten, Beratern, Förderungs- und Finanzierungsgebern sowie Forschungs- und Qualifizierungseinrichtungen bereit, das für die erforderlichen Aufgaben der Sensibilisierung und Information, der technischen, rechtlichen, wirtschaftlichen und Finanzierungsberatung, der Qualifizierung und auch der Politikunterstützung zur Verfügung steht. BreitbandConsulting.NRW bietet Expertise, Beratung und Unterstützung insbesondere in den folgenden Bereichen an:

- Projektberatung und -begleitung
 - Initiierung und Entwicklung von Breitbandprojekten
 - Projektunterstützung und -durchführung
 - Projektbegleitung
- Finanzierung und Förderung
 - Finanzierungs- und Förderungsangebote
 - Finanzierungs- und Förderberatung für Kreise, Kommunen und Unternehmen
 - Antrags- und Projektunterstützung
 - Wirtschaftlichkeitsanalysen
 - Weiterentwicklung von Förderprodukten
 - Investitionen
- Juristische Expertise in Fragen des
 - Beihilferechts
 - Förderrechts
 - Kommunalrechts
 - Telekommunikationsrechts
 - Kartellrechts
 - EU-Rechts und in Regulierungsfragen
- technische Expertise
 - Fachberatung Breitbandtechnologien
 - Angebotsbewertung (Förderprojekte)
 - Infrastrukturatlas
 - Netzplanung

- Marktbeobachtung und Politikunterstützung
 - Marktbeobachtung
 - Beratung zu Kooperations- und Geschäftsmodellen
 - Support & Services für die Landesregierung
 - Weiterentwicklung Breitbandstrategie

- Information und Kommunikation
 - Öffentlichkeitskampagne
 - Informationsveranstaltungen („Roadshow“)
 - Workshops zu spezifischen fachlichen Fragen des Breitbandausbaus
 - Einrichtung und Redaktion eines serviceorientierten Breitbandportals
 - Telefonische Infoline

- Qualifizierung
 - Einrichtung Fachhochschulstudiengang
 - Angebote für Schulen
 - Schulungen und Seminarangebote für Kreise und Kommunen.

Als Förderbaustein im Rahmen dieses Projekts hat die Landesregierung die NRW.BANK mit der Entwicklung eines Finanzierungsprodukts beauftragt, das inzwischen eingerichtet ist und durch das seit Mitte Oktober 2011 Investitionen in kreisweite Ausbauprojekte für Hochleistungs-Breitbandnetze in ganz Nordrhein-Westfalen gefördert werden können. Die NRW.BANK gewährt hierfür langfristige Finanzierungen zu zinsgünstigen Konditionen für bis zu 100 Prozent der förderfähigen Investitionen von Unternehmen, privaten Investoren und Unternehmen mit mehrheitlich kommunalem Gesellschafterhintergrund. Insofern ist auch eine Einbindung von Stadtwerken und Versorgungsunternehmen vorgesehen, die künftig bei Breitbandausbauprojekten eine zunehmend wichtigere Rolle übernehmen werden.

226. Welche unterschiedlichen Anschlussgeschwindigkeiten sind gegenwärtig an welchen Standorten in Nordrhein-Westfalen verfügbar? (bitte genaue Übersicht nach Kommunen aufschlüsseln, gern auch kartographisch)

Tab. 226.1: Standortspezifische Breitbandanschlussmöglichkeiten in NRW

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05111000	Düsseldorf	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05112000	Duisburg	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05113000	Essen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05114000	Krefeld	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05116000	M.-Gladbach	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05117000	Mülheim an der Ruhr	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05119000	Oberhausen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05120000	Remscheid	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05122000	Solingen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05124000	Wuppertal	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05154004	Bedburg-Hau	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05154008	Emmerich am Rhein	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154012	Geldern	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05154016	Goch	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05154020	Issum	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154024	Kalkar	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154028	Kerken	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154032	Kevelaer	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05154036	Kleve	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05154040	Kranenburg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154044	Rees	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154048	Rheurdt	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05154052	Straelen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05154056	Uedem	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05154060	Wachtendonk	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05154064	Weeze	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05158004	Erkrath	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05158008	Haan	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158012	Heiligenhaus	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158016	Hilden	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158020	Langenfeld (Rhld.)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158024	Mettmann	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158026	Monheim am Rhein	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158028	Ratingen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158032	Velbert	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05158036	Wülfrath	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162004	Dormagen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162008	Grevenbroich	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162012	Jüchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05162016	Kaarst	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162020	Korschenbroich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162022	Meerbusch	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162024	Neuss	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05162028	Rommerskirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05166004	Brüggen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05166008	Grefrath	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05166012	Kempen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05166016	Nettetal	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05166020	Niederkrüchten	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05166024	Schwalmtal	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05166028	Tönisvorst	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05166032	Viersen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05166036	Willich	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170004	Alpen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05170008	Dinslaken	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170012	Hamming	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05170016	Hünxe	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05170020	Kamp-Lintfort	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170024	Moers	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170028	Neukirchen-Vluyn	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170032	Rheinberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05170036	Schermbeck	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05170040	Sonsbeck	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05170044	Voerde (Niederrhein)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05170048	Wesel	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05170052	Xanten	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05313000	Aachen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05314000	Bonn	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05315000	Köln	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05316000	Leverkusen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05354004	Alsdorf	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05354008	Baesweiler	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05354012	Eschweiler	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05354016	Herzogenrath	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05354020	Monschau	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05354024	Roetgen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05354028	Simmerath	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05354032	Stolbg. (Rhld.)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05354036	Würselen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05358004	Aldenhoven	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05358008	Düren	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05358012	Heimbach	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358016	Hürtgenwald	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05358020	Inden	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358024	Jülich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05358028	Kreuzau	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05358032	Langerwehe	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358036	Linnich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358040	Merzenich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05358044	Nideggen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358048	Niederzier	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05358052	Nörvenich	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05358056	Titz	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05358060	Vettweiß	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05362004	Bedburg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05362008	Bergheim	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05362012	Brühl	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05362016	Elsdorf	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05362020	Erfstadt	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05362024	Frechen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05362028	Hürth	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05362032	Kerpen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05362036	Pulheim	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05362040	Wesseling	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05366004	Bad Müns- terefel	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05366008	Blankenheim	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05366012	Dahlem	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05366016	Euskirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05366020	Hellenthal	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05366024	Kall	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05366028	Mechernich	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05366032	Nettersheim	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05366036	Schleiden	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05366040	Weilerswist	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05366044	Zülpich	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05370004	Erkelenz	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05370008	Gangelt	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05370012	Geilenkirchen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05370016	Heinsberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05370020	Hückelhoven	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05370024	Selfkant	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05370028	Übach-Palenberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05370032	Waldfeucht	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05370036	Wassenberg	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05370040	Wegberg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374004	Bergneustadt	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374008	Engelskirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374012	Gummersbach	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374016	Hückeswagen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374020	Lindlar	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05374024	Marienheide	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05374028	Morsbach	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374032	Nümbrecht	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374036	Radevormwald	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374040	Reichshof	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374044	Waldbröl	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374048	Wiehl	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05374052	Wipperfürth	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05378004	Bergisch Gladbach	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05378008	Burscheid	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05378012	Kürten	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05378016	Leichlingen (Rhld.)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05378020	Odenthal	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05378024	Overath	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05378028	Rösrath	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05378032	Wermelskirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05382004	Alfter	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382008	Bad Honnef	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382012	Bornheim	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05382016	Eitorf	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05382020	Hennef (Sieg)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05382024	Königswinter	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05382028	Lohmar	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05382032	Meckenheim	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382036	Much	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05382040	Neunkirchen-	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
	Seelscheid					
05382044	Niederkassel	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382048	Rheinbach	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382052	Ruppichteroth	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05382056	Sankt Augustin	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382060	Siegburg	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382064	Swisttal	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05382068	Troisdorf	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05382072	Wachtberg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05382076	Windeck	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05512000	Bottrop	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05513000	Gelsenkirchen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05515000	Münster	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05554004	Ahaus	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554008	Bocholt	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05554012	Borken	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05554016	Gescher	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05554020	Gronau (Westf.)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554024	Heek	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05554028	Heiden	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05554032	Isselburg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05554036	Legden	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554040	Raesfeld	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554044	Reken	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554048	Rhede	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05554052	Schöppingen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554056	Stadtlohn	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554060	Südlohn	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554064	Velen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05554068	Vreden	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05558004	Ascheberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05558008	Billerbeck	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05558012	Coesfeld	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05558016	Dülmen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05558020	Havixbeck	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05558024	Lüdinghausen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05558028	Nordkirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05558032	Nottuln	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05558036	Olfen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05558040	Rosendahl	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 10 - 50 %
05558044	Senden	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05562004	Castrop-Rauxel	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562008	Datteln	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562012	Dorsten	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562014	Gladbeck	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562016	Haltern am See	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562020	Herten	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562024	Marl	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562028	Oer-Erkenschwick	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562032	Recklinghausen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05562036	Waltrop	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566004	Altenberge	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566008	Emsdetten	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566012	Greven	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566016	Hörstel	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566020	Hopsten	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566024	Horstmar	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566028	Ibbenbüren	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566032	Ladbergen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05566036	Laer	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566040	Lengerich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566044	Lienen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05566048	Lotte	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566052	Metelen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566056	Mettingen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05566060	Neuenkirchen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566064	Nordwalde	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566068	Ochtrup	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566072	Recke	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05566076	Rheine	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566080	Saerbeck	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05566084	Steinfurt	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05566088	Tecklenburg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05566092	Westerkap- peln	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05566096	Wettringen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05570004	Ahlen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05570008	Beckum	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570012	Beelen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570016	Drensteinfurt	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570020	Ennigerloh	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570024	Everswinkel	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05570028	Oelde	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570032	Ostbevern	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570036	Sassenberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05570040	Sendenhorst	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570044	Telgte	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05570048	Wadersloh	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05570052	Warendorf	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05711000	Bielefeld	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05754004	Borgholzhaus- sen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05754008	Gütersloh	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05754012	Halle (Westf.)	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05754016	Harsewinkel	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05754020	Herzebrock- Clarholz	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05754024	Langenberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05754028	Rheda- Wiedenbrück	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05754032	Rietberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05754036	Schloß Holte- Stukenbrock	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05754040	Steinhagen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05754044	Verl	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05754048	Versmold	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05754052	Werther (Westf.)	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05758004	Bünde	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05758008	Enger	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05758012	Herford	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05758016	Hiddenhausen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05758020	Kirchlengern	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05758024	Löhne	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05758028	Rödinghausen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05758032	Spenge	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05758036	Vlotho	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05762004	Bad Driburg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05762008	Beverungen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05762012	Borgentreich	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05762016	Brakel	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05762020	Höxter	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05762024	Marienmünster	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05762028	Nieheim	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05762032	Steinheim	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05762036	Warburg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05762040	Willebadesen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766004	Augustdorf	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05766008	Bad Salzuflen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05766012	Barntrup	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766016	Blomberg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05766020	Detmold	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05766024	Dörentrup	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05766028	Extertal	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766032	Horn-Bad Meinberg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766036	Kalletal	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05766040	Lage	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05766044	Lemgo	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05766048	Leopoldshöhe	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766052	Lügde	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766056	Oerlingsn.	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05766060	Schieder-Schwalenberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05766064	Schlangen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05770004	Bad Oeynhaus	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05770008	Espelkamp	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05770012	Hille	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05770016	Hüllhorst	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05770020	Lübbecke	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05770024	Minden	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05770028	Petershagen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05770032	Porta Westfalica	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05770036	Preußisch Oldendorf	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05770040	Rahden	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05770044	Stemwede	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %	0 - 10 %
05774004	Altenbeken	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05774008	Bad Lippspringe	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05774012	Borchen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05774016	Büren	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05774020	Delbrück	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05774024	Hövelhof	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05774028	Lichtenau	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05774032	Paderborn	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05774036	Salzkotten	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05774040	Bad Wünnenberg	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05911000	Bochum	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %
05913000	Dortmund	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05914000	Hagen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05915000	Hamm	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05916000	Herne	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954004	Breckerfeld	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05954008	Ennepetal	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954012	Gevelsberg	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954016	Hattingen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05954020	Herdecke	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954024	Schwelm	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954028	Sprockhövel	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05954032	Wetter (Ruhr)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05954036	Witten	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958004	Arnsberg	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958008	Bestwig	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958012	Brilon	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958016	Eslohe (Sauerland)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958020	Hallenberg	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958024	Marsberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05958028	Medebach	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958032	Meschede	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958036	Olsberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958040	Schmallebg.	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05958044	Sundern (Sauerland)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05958048	Winterberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962004	Altena	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05962008	Balve	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05962012	Halver	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962016	Hemer	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05962020	Herscheid	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05962024	Iserlohn	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05962028	Kierspe	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05962032	Lüdenscheid	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962036	Meinerzhagen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05962040	Menden (Sauerland)	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962044	Nachrodt- Wiblingwerde	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962048	Neuenrade	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962052	Plettenberg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05962056	Schalksmühle	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05962060	Werdohl	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05966004	Attendorn	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05966008	Drolshagen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05966012	Finnentrop	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05966016	Kirchhundem	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05966020	LenneStadt	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05966024	Olpe	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05966028	Wenden	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05970004	Bad Berleburg	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05970008	Burbach	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05970012	Erndtebrück	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05970016	Freudenberg	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05970020	Hilchenbach	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05970024	Kreuztal	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05970028	Bad Laasphe	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05970032	Netphen	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05970036	Neunkirchen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %

AGS*	Gemeinde	≥ 1 Mbit/s	≥ 2 Mbit/s	≥ 6 Mbit/s	≥ 16 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s
05970040	Siegen	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05970044	Wilnsdorf	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974004	Anröchte	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974008	Bad Sassendorf	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974012	Ense	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974016	Erwitte	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974020	Geseke	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	0 - 10 %
05974024	Lippetal	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974028	Lippstadt	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974032	Möhnesee	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	0 - 10 %
05974036	Rüthen	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974040	Soest	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974044	Warstein	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974048	Welper	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %	> 10 - 50 %
05974052	Werl	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05974056	Wickede (Ruhr)	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05978004	Bergkamen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978008	Bönen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978012	Fröndenberg/Ruhr	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978016	Holzwickede	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978020	Kamen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978024	Lünen	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978028	Schwerte	> 95 %	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978032	Selm	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 10 - 50 %
05978036	Unna	> 95 %	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %
05978040	Werne	> 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %	> 50 - 95 %

Quelle: TÜV Rheinland (Stand der Erhebung: Mitte 2011):

* Amtlicher Gemeindeschlüssel

227. Welche einzelnen Maßnahmen und Projekte fördert die Landesregierung in jeweils welchen Kommunen und Regionen, um den Straßenverkehr in Nordrhein-Westfalen durch die Förderung internetfähiger responsiver Fahrzeugsysteme flüssiger zu gestalten, und welche Erkenntnisse und Erfolge sind hier bislang zu verzeichnen?

In Nordrhein-Westfalen gibt es keine geförderten Vorhaben dieser Art. Die Internetfähigkeit von Automobilen beziehungsweise in Automobilen eingebauter Fahrzeugsysteme erfolgt von der Fahrzeugindustrie beziehungsweise den Zulieferern privatwirtschaftlich getrieben.

228. In welchen einzelnen Lebensbereichen und Wirtschaftszweigen sieht die Landesregierung jeweils welche Intensität von Risiken für die Funktionsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Infrastruktur (beispielsweise die Stromversorgung oder den Flugverkehr) durch sogenannte „Cyber-Angriffe“ auf Infrastruktureinrichtungen?

Die Landesregierung sieht Risiken für alle Bereiche, die Internetverbindungen und -infrastrukturen nutzen. Das grundsätzliche Risiko, einem Cyber-Angriff ausgesetzt zu sein, besteht für alle Einrichtungen der Infrastruktur in gleichem Maße.

Die Auswirkungen solcher Angriffe können unterschiedlich sein. So ist beispielsweise die IT-Infrastruktur der Polizei NRW nach der Definition des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) den sogenannten kritischen Infrastrukturen zuzuordnen. Erfolgreiche Angriffe auf diese IT-Infrastruktur würden die Funktionsfähigkeit der Polizei erheblich beeinträchtigen.

Die zunehmende elektronische Vernetzung privater und öffentlicher Infrastrukturen und Lebensbereiche und die damit verbundene umfassende Nutzung des Internets birgt Risiken, die sich auch extremistische Gruppierungen zunutze machen können. Zum Beispiel hat schon im Jahr 2001 die linksextremistische Gruppierung Libertad! zu einer „Onlinedemonstration“ gegen die Lufthansa AG aufgerufen, welche Flüge von abzuschiebenden Personen durchführte. Am 20. Juni 2001, dem Tag der Hauptversammlung in Köln, wurden Aktivisten öffentlich dazu aufgerufen, von ihren Heimcomputern aus das kommerzielle Internetportal des Unternehmens zu blockieren. Durch ein Programm, das potenziellen Internetnutzern durch die Gruppierung zur Verfügung gestellt wurde, sollte die Website der Lufthansa unzugänglich gemacht und dadurch die kommerzielle Nutzung zeitweise verhindert werden.

Auch im Bereich der jihadistischen Szene wird die Möglichkeit von Cyber-Angriffen auf westliche Infrastruktureinrichtungen als Mittel zum „Kampf gegen die Ungläubigen“ in Internetportalen erörtert. So haben Protagonisten des internationalen Jihadismus in der Vergangenheit ihre Anhänger dazu aufgerufen, Cyber-Attacken auf die Infrastruktur westlicher Staaten zu verüben, um dem Gegner maximalen wirtschaftlichen Schaden zuzufügen. Generell sind Szenarien im Sinne eines „Cyber-Jihad“ vorstellbar, etwa Angriffe auf Webauftritte staatlicher Stellen und der Wirtschaft oder auch auf kritische Infrastrukturen. Eine Gefahr liegt hier zum Beispiel in sogenannten DDOS-Attacken (Distributed Denial of Service-Attacken). Diese gezielten Angriffe auf Server, die mit einer Flut von Anfragen konfrontiert werden, bis das System zusammenbricht, sind für Institutionen, deren wesentliche Infrastruktur Onlinedienste bilden, ökonomisch verheerend. Wenngleich sich Islamisten auf einschlägigen Portalen mit dieser Thematik beschäftigen, hat dies bisher noch nicht zu nennenswerten Aktionen geführt.

Anders ist die Situation im Bereich des türkischen Rechtsextremismus (Ülkücü-Bewegung) zu bewerten. Dort ist es in der Vergangenheit zu Hacker-Angriffen auf Webseiten von nordrhein-westfälischen Stromanbietern gekommen. In diesem Zusammenhang ist ein sogenanntes Hacker-Team aufgefallen, das Cyber-Angriffe auf die Internetpräsenzen von Wirtschaft und Politik durchführt.

229. Welche konkreten Maßnahmen mit jeweils welchem Ressourcenaufwand praktiziert oder plant das Land, um den Schutz und die Versorgungssicherheit im Bereich dieser potentiell angriffsgefährdeten Infrastrukturen zur Vermeidung von Cyber-Angriffen und ihren Auswirkungen zu erhöhen?

Zum Schutz ihrer IT-Infrastruktur hat die Polizei NRW in den letzten Jahren ein umfangreiches Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS) etabliert. Dieses ISMS orientiert sich am internationalen Standard ISO 27001 und gliedert sich in die Bereiche strategische und operative IT-Sicherheit. Letzterer ist derzeit jedoch noch nicht mit den erforderlichen personellen Ressourcen ausgestattet, um die ständig wachsenden Herausforderungen vollumfänglich bewältigen zu können.

Beim Landeskriminalamt NRW ist das IuK-Kompetenzzentrum (IuK: Informations- und Kommunikationstechnologie) eingerichtet worden (siehe Antworten zu Fragen 211, 395 bis 398). Dieses Kompetenzzentrum fungiert auch als zentrale polizeiliche Ansprechstelle für die Wirtschaft und die Behörden des Landes NRW. In Sachen Computerkriminalität übernimmt es dabei eine zentrale Rolle zur Informationsverarbeitung und -steuerung. Bei Cyber-Angriffen gegen Dritte, Wirtschaftsunternehmen und Unternehmen zur Gewährleistung wichtiger Infrastrukturen, mithin bei allen Straftaten unter Verwendung von Informations- und Kommunikationsmitteln, stehen das Landeskriminalamt NRW und die Kreispolizeibehörden des Landes als Ermittlungs- und Einsatzstellen zur Verfügung, um Schäden zu minimieren und Täter zu ermitteln.

Für den Verfassungsschutz NRW ergeben sich außer der Aufklärung von Politik und Öffentlichkeit über die von extremistischen Bestrebungen ausgehenden Gefahren keine Handlungsoptionen.

230. Sind wichtige nordrhein-westfälische Infrastruktureinrichtungen durchweg unmittelbar mit dem Internet verbunden, oder werden diese in abgeschlossenen internen Netzwerken ohne physische Möglichkeit des externen Zugriffs gesteuert?

In dem für die zur Beantwortung der Großen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeitrahmen konnten diesbezüglich keine validen Informationen zur Privatwirtschaft ermittelt werden.

Für die Landesverwaltung gilt, dass ein unmittelbarer Anschluss von Behörden und Einrichtungen des Landes an das Internet nicht zugelassen ist. Der Anschluss erfolgt über umfangreich gesicherte Kopfstellen bei den Rechenzentren des Landes. Zugriffe aus dem Internet in das Landesverwaltungsnetz werden unterbunden (siehe Antwort auf Frage 205). So ist das Corporate Network der Polizei NRW (CN-Pol NRW) ein in sich geschlossenes Netz. Übergänge in andere Netze, wie zum Beispiel auch ins Internet, werden über ein komplexes zentrales Sicherheitsgateway bei den Zentralen Polizeilichen Diensten NRW (LZPD NRW) realisiert. Das VS-Netz des Verfassungsschutzes NRW ist nicht mit dem Internet verbunden.

231. Welche einzelnen Fälle von praktizierten oder versuchten Cyber-Angriffen (etwa durch Einschleusung von Schadsoftware) auf nordrhein-westfälische Infrastruktureinrichtungen sind der Landesregierung bekannt geworden?

Über die in Frage 206 geschilderten Angriffe hinaus liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse vor.

232. Welche einzelnen Erkenntnisse aus den letzten zehn Jahren liegen der Landesregierung über eine durch das Internet vermittelte Industrie- und Wirtschaftsspionage gegenüber nordrhein-westfälischen Unternehmen vor? In wie vielen Fällen ist es dadurch zum Abfluss von Daten an die Angreifer gekommen? Wie hoch ist bei diesen Vorkommnissen der jeweilige betriebs- und volkswirtschaftliche Schaden zu beziffern, und welche dieser Straftaten sind bis heute in jeweils welchem Umfang aufgeklärt?

Unter Wirtschaftsspionage wird die staatlich gelenkte oder gestützte, von Nachrichtendiensten fremder Staaten ausgehende Ausforschung von Wirtschaftsunternehmen und Betrieben verstanden. Das Ausspähen von Betriebsgeheimnissen, der Diebstahl von industriellem Know-how, Marken- und Produktpiraterie sowie der Angriff auf innerbetriebliche IT-Systeme sind für die Wirtschaft des Landes NRW eine Bedrohung. Um dem zu begegnen und den Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen zu stärken, wurde im Jahr 2001 eine „Vereinbarung über die Sicherheitspartnerschaft Nordrhein-Westfalen gegen Wirtschaftsspionage und Wirtschaftskriminalität“ geschlossen. Dabei sind als Sicherheitspartner das Ministerium für Inneres und Kommunales NRW (MIK), das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr NRW (MWEBWV), der Verband für Sicherheit in der Wirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V. (VSW NRW) und die IHK NRW beteiligt. Ziel ist eine vernetzte Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaft, deren Verbänden und den staatlichen Institutionen. Die Sicherheitspartnerschaft profitiert vom spezifischen Fachwissen der einzelnen Partner. Das MIK NRW bringt dabei sowohl das spezifische Wissen des Verfassungsschutzes zur Wirtschaftsspionage als auch das der Polizei zur Wirtschaftskriminalität ein. Das Landeskriminalamt NRW nimmt hierbei die Rolle eines mittelbaren Sicherheitspartners wahr.

Industriespionage beziehungsweise Konkurrenzausspähung werden in der Polizeilichen Kriminalstatistik (PKS) als „Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen nach § 17 Abs. 1 und 4 UWG“ und „Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse nach § 17 Abs. 2 und 4 UWG“ erfasst. Gesondert werden diese Delikte erst seit 2008 in der Polizeilichen Kriminalstatistik ausgewiesen.

Tab. 232.1: Industriespionage in Nordrhein-Westfalen seit 2008

Schl.	Delikt	2008		2009		2010	
		Fälle	TV*	Fälle	TV*	Fälle	TV*
715300	Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen nach § 17 Abs. 1 und 4 UWG	64	87	64	82	66	83
	davon Tatmittel Internet	3	3	7	5	12	11
715400	Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen nach § 17 Abs. 2 und 4 UWG	23	24	36	37	48	49
	davon Tatmittel Internet	1	1	3	2	7	6

*TV = Tatverdächtige

Im Durchschnitt der drei ausgewiesenen Jahre handelt es sich um 99 Fälle pro Jahr. Im Verhältnis zur Gesamtzahl der Wirtschaftsdelikte im Jahr 2010 macht der Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen lediglich 0,84 Prozent aus. Im Verhältnis zu allen im Jahr 2010 in NRW bekannt gewordenen Straftaten sind es sogar lediglich 0,008 Prozent. Herausragende Verfahren sind dem Landeskriminalamt NRW nicht bekannt geworden.

Der Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen ist in der Polizeilichen Kriminalstatistik nicht als Schadensdelikt klassifiziert, so dass keine Angaben zu den Gesamtschadenssummen gemacht werden können. Dies hängt damit zusammen, dass der Wert der durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwendeten Firmenunterlagen (zum Beispiel Adressenlisten oder technische Zeichnungen) oft nicht oder nicht eindeutig quantifizierbar ist.

Bei diesen Delikten ist grundsätzlich von einem großen Dunkelfeld auszugehen. Viele Unternehmen ziehen es vor, bekannt gewordene Fälle des Geheimnisverrates intern und ohne die Polizei zu regeln. Die Angst vor Imageverlust in der Öffentlichkeit durch Bekanntwerden mangelnder Sicherheitsvorkehrungen oder besonderer Schadensausmaße spielt dabei eine große Rolle.

Dem Verfassungsschutz NRW wurde erstmals im Jahre 2007 ein umfangreicher Angriff auf die deutsche Wirtschaft bekannt. Damals wurden mit einer Trojaner-Attacke (Schadsoftware im Anhang einer breit gestreuten E-Mail) bundesweit ca. 250 Unternehmen, davon 80 in Nordrhein-Westfalen, attackiert. Seitdem berichten immer wieder Unternehmen dem Verfassungsschutz über Datenabflüsse und andere Vorkommnisse in ihrer IT, hinter denen sie einen Angriff von außen vermuten.

Der größte Teil der Unternehmen macht entsprechende Spionagevorfälle nicht bekannt. Vor diesem Hintergrund führt der Verfassungsschutz NRW keine Statistik über Spionageattacken und den dadurch entstandenen Schaden gegen nordrhein-westfälische Unternehmen. Der Aussagegehalt wäre zu gering und nicht repräsentativ. Für die intensive Präventionsarbeit des Verfassungsschutzes insbesondere in Form von Sensibilisierungsgesprächen und Vorträgen vor Unternehmen und Wirtschaftsverbänden ist eine solche Statistik auch nicht erforderlich.

233. Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung aus den letzten zehn Jahren über eine durch das Internet vermittelte Spionage gegenüber staatlichen Stellen des Landes Nordrhein-Westfalen vor?

Über die in der Antwort zur Frage 206 dargestellten Sachverhalte hinaus liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse vor.

234. Konnten in Fällen der Wirtschafts-, Industrie- oder staatlichen Spionage durch das Internet konkrete Angreifer identifiziert werden? Wenn ja: Woher stammen diese, und um welche Interessensgruppen handelt es sich dabei?

Sowohl bei den Angriffen gegen die Patras-Server (siehe Antwort zu Frage 206) als auch bei diversen Distributed Denial of Service-Angriffen (DDoS) gegen Unternehmen konnten die Täter durch das Landeskriminalamt NRW ermittelt werden. Dabei handelte es sich jedoch nicht um Spionage. Die Taten waren teilweise politisch oder finanziell motiviert. Die Angriffe hatten vor allem eine destruktive Zielsetzung (Sabotage).

Aufgrund der hohen Professionalität der aus dem Ausland gesteuerten Angriffe und der mangelnden Kooperation bestimmter Staaten konnten weder Namen der Angreifer noch ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Organisation ermittelt werden.

Aus dem allgemeinen Nachrichtenaustausch der Sicherheitsbehörden der Länder und des Bundes ist ablesbar, dass vielfach Angriffe über das Internet aus China und Russland, sowie weiteren osteuropäischen Staaten geführt werden. Durch die Anmietung von Servern in Drittländern, insbesondere außerhalb der EU, ist die direkte Nachverfolgung bis zum eigentlichen Angreifer juristisch und tatsächlich zumeist nicht möglich. Die hohe Professionalität, aber auch Umfang, Zielrichtung und Intensität vieler Angriffe sind Indizien für eine mögliche nachrichtendienstliche Steuerung.

235. Wie beurteilt die Landesregierung die gegenwärtige Verwaltungsstruktur für sogenannte Top-Level-Domains (zum Beispiel „.de“ oder „.com“), die durch die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) mit Sitz in den USA erfolgt?

236. Sieht die Landesregierung für die Landesinteressen Nordrhein-Westfalens Bedenken in dem Umstand, dass die Verwaltung sämtlicher Top-Level-Domains (TLD) weltweit durch eine US-amerikanische Gesellschaft des privaten Rechts erfolgt und damit der US-amerikanischen Jurisdiktion unterliegt?

Wegen des unmittelbaren Sachzusammenhangs werden die Fragen 235 und 236 zusammenfassend beantwortet.

Bedingt durch das rasante Wachstum des Internets in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts war es erforderlich geworden, eine zentrale Verwaltungsinstanz zur Koordinierung des Ausbaus und der technischen Weiterentwicklung einzurichten. Der Sitz dieser zentralen Verwaltungsinstanz, der ICANN, ist der historischen Entwicklung des Internet geschuldet, dessen grundlegende Strukturen in den USA entwickelt wurden.

Die Einrichtung der ICANN hat sich insbesondere bei der Koordinierung der Namensbezeichnungen von Länder-Top-Level-Domains sowie bei der Erweiterung des Internet-Adressraumes um generische Top-Level-Domains sehr bewährt und war eine wichtige Rahmenbedingung für die erfolgreiche Weiterentwicklung des Internet. Insofern wird derzeit kein Handlungsbedarf für Änderungen an Form und Sitz der Selbstverwaltung gesehen. Regierungen und Zivilgesellschaft sind in Beratungsgremien vertreten. Die Vertretung Deutschlands im Regierungsbeirat wird durch einen Vertreter des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) wahrgenommen.

237. In welchem Maße unterstützt die Landesregierung zwecks Vermeidung einer Monopolstellung der ICANN das auch in Nordrhein-Westfalen ansässige Open Network Information Center (OpenNIC), das ebenfalls Top-Level-Domains anbietet, und wie gestaltet sich die bisherige Zusammenarbeit?

Die Landesregierung begrüßt sowohl aus Gründen des Wettbewerbs als auch wegen der technischen Ausfallsicherheit grundsätzlich Alternativen zu bestehenden Kommunikationsinfrastrukturen im Internet. Sie sollten so beschaffen sein, dass es für die am Internet angeschlossenen IT-Systeme keine technischen Konflikte bei der Inanspruchnahme dieser Alternativen gibt. Gerade vor dem Hintergrund der auch in diesen Fragen ausgewiesenen Diskussion über die Rolle der ICANN wäre es wünschenswert, wenn sich alternative Betreiber von Top-Level-Domain Strukturen durch hohe Transparenz ihrer Organisation auszeichnen

würden. Hier werden Defizite beim OpenNIC gesehen. Eine Zusammenarbeit gibt es bisher nicht.

238. Aus welchen Gründen erachtet die Landesregierung eine Dezentralisierung bei der Vergabe und Verwaltung von Top-Level-Domains (nicht) für geboten?

239. Weshalb erachtet die Landesregierung die Einführung neuer regionaler Top-Level-Domains (nicht) für sinnvoll?

Wegen des unmittelbaren Sachzusammenhangs werden die Fragen 238 und 239 zusammenfassend beantwortet.

Die koordinierte Einführung und Einrichtung von Top-Level-Domains an zentraler Stelle hat sich bewährt. Bei einer dezentralen Vergabe und Verwaltung bestünde die Gefahr, dass es nicht nur – wie derzeit möglich – mehrere potenzielle Bewerber für den Betrieb geben könnte, sondern eine identische TOP-Level-Domain zugleich an mehreren Stellen eingerichtet werden könnte, was zwangsläufig zu großen technischen Problemen bei der Nutzung dieser Domänen führen würde. Die Verwaltung der TOP-Level-Domains kann gleichwohl dezentralisiert werden, wie im Falle der sogenannten Country-Code-Top-Level-Domains (zum Beispiel „.de“) auch. So wird beispielsweise in Deutschland schon seit 1986 die Domäne „.de“ durch das Deutsche Network Information Center eG (DENIC eG) verwaltet.

240. Wann und durch welche Aktivität wird sich die Landesregierung für die Schaffung einer „.nrw“-Top-Level-Domain einsetzen, wie sie der Landtag Nordrhein-Westfalen bereits in der 14. Wahlperiode auf Initiative von CDU und FDP hin beschlossen hat?

Die ICANN hat nach langer Diskussion am 20.06.2011 die Regularien bezüglich der Bewerbungsverfahren für neue Top-Level-Domains festgelegt. Die Landesregierung hat beschlossen, die Bewerbung für den privatwirtschaftlichen Betrieb einer „.nrw“-Domäne durch einen von der ICANN für das Bewerbungsverfahren geforderten „Letter-of-Support“ zu unterstützen und am 23.11.2011 ein entsprechendes transparentes und diskriminierungsfreies wettbewerbliches Verfahren gestartet.

241. Welche Auswirkungen und Anwendungsfälle hätte die Einführung einer „.nrw“-TLD nach Auffassung der Landesregierung auf nordrhein-westfälische staatliche Stellen, Bürger und Unternehmen?

Eine auf die Länderabkürzung „.nrw“ lautende Top-Level-Domain bietet für Nordrhein-Westfalen, die nordrhein-westfälische Wirtschaft und die hier lebenden Menschen die Chance, sich auch im Internet noch stärker als bisher mit wirtschaftlichen und kulturellen Stärken und Besonderheiten präsentieren zu können. Mit einer Top-Level-Domain „.nrw“ kann das Internet zudem stärker regional strukturiert werden. Zu beobachten wird in diesem Zusammenhang auch sein, wie die gängigen Suchmaschinen auf die Erweiterung der Internet-adressräume reagieren. Es ist mitunter zu vermuten, dass Suchergebnisse stärker als bisher regionalisiert ausgegeben werden könnten.

Staatlichen Stellen, Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen würde es durch Einführung einer „.nrw“-Domäne ermöglicht, kurze und prägnante Domänenbezeichnungen zu

verwenden, die einen unmittelbaren Bezug zum Land herstellen. Sie kann auch einen wichtigen Beitrag zur Bekanntheit des Landes und damit zum Standortmarketing leisten.

Für überregional operierende Unternehmen kann es je nach Marktpräsenz sinnvoll sein, ihre Firmen- oder Produktnamen in neuen Top-Level-Domains reservieren zu lassen, was mit Kosten verbunden ist.

242. *Wie beurteilt die Landesregierung im Einzelnen die gegenwärtige Ausgestaltung der Rechte zum Schutz geistigen Eigentums im Internet, und welche Neuregelungen strebt sie diesbezüglich durch welche Aktivitäten an?*

Der Schutz geistigen Eigentums ist - auch bezogen auf das Internet - durch die nationalen Regelungen grundsätzlich gewährleistet. Der technische Fortschritt und die damit verbundenen Möglichkeiten, aber auch Gefahren sind jedoch in den Blick zu nehmen, um einerseits im Internet zur Verfügung stehendes geistiges Eigentum angemessen zu schützen, andererseits aber auch den Interessen der Nutzer gerecht zu werden. Urheberrecht auf der einen und Verbraucherinteressen auf der anderen Seite müssen in Einklang gebracht werden.

In den vergangenen Jahren wurde das Urheberrecht durch den sogenannten Ersten und Zweiten Korb bereits überarbeitet. Das Bundesjustizministerium hat den „Dritten Korb“ einer Urheberrechtsreform bereits mehrfach angekündigt und hierzu schon 2010 öffentliche Anhörungen durchgeführt. Sollte der Bund das entsprechende Gesetzgebungsverfahren starten, wird sich die Landesregierung mit den zu erwartenden Vorschlägen unter Berücksichtigung der oben genannten Prämissen auseinandersetzen.

243. *Wie bewertet die Landesregierung den Schutz von im Übrigen rechtstreuen Internetnutzern (darunter vieler junger Menschen), die durch die Hochverfügbarkeit downloadfähiger Inhalte im Internet schnell eine ungewollte oder unbedachte Rechtsverletzung begehen können?*

Im Rahmen der Nutzung von im Internet zur Verfügung stehenden Inhalten sind grundsätzlich die entsprechenden Rechte der Urheber und Rechteinhaber zu berücksichtigen. Es fällt in den eigenen Verantwortungsbereich der Nutzerin beziehungsweise des Nutzers, die Rechte anderer nicht zu verletzen. Auch wenn zahlreiche Inhalte des Internets kostenlos genutzt werden können, ist zwischenzeitlich angesichts der Informationen und Berichterstattungen in den Medien bei einem Großteil der Bevölkerung grundsätzlich bekannt, dass an den eingestellten Inhalten ggf. Rechte anderer bestehen, die zu respektieren sind.

Es ist allerdings nicht von der Hand zu weisen, dass das geltende Urheberrecht angesichts der Entwicklungen in der digitalen Welt überdenkenswert erscheint. Neben den schutzwürdigen Interessen der Nutzerinnen und Nutzer sind bei Überlegungen im Hinblick auf Rechtsänderungen aber auch die Grundsätze des deutschen Urheberrechts und das Grundverständnis des geistigen Eigentums zu berücksichtigen. Die Landesregierung wird sich unter Heranziehung dieser Gesichtspunkte im Rahmen von Gesetzgebungsvorhaben an der erforderlichen Diskussion beteiligen.

244. Wie bewertet die Landesregierung die Abmahnpraxis diverser Rechtsanwaltskanzleien im Hinblick auf über das Internet begangene Urheberrechtsverletzungen, und wie geht das Land mit diesem Komplex um? Welche einzelnen quantitativen und qualitativen Erkenntnisse liegen der Landesregierung dahingehend vor, in welchem Umfang es insoweit zu missbräuchlichen, allein in der Absicht der Gewinnerzielung unternommenen Abmahnungen von Internetnutzern kommt?

Durch Artikel 6 des Gesetzes zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums vom 11.04.2008 wurde unter anderem ein neuer § 97a in das Urheberrechtsgesetz eingefügt, der folgenden Wortlaut hat:

"(1) Der Verletzte soll den Verletzer vor Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens auf Unterlassung abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen. Soweit die Abmahnung berechtigt ist, kann der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangt werden.

(2) Der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen für die Inanspruchnahme anwaltlicher Dienstleistungen für die erstmalige Abmahnung beschränkt sich in einfach gelagerten Fällen mit einer nur unerheblichen Rechtsverletzung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs auf 100 Euro."

Es ist demnach vorgesehen, dass vor Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens eine Abmahnung im Falle einer Urheberrechtsverletzung erfolgen soll. Es steht dem Rechteinhaber frei, sich dafür eines Rechtsanwalts zu bedienen.

Es wurde ferner insbesondere eine Regelung hinsichtlich der Kosten für die erstmalige Abmahnung geschaffen. Soweit Rechtsanwälte überzogene Geldforderungen geltend machen, haben insoweit ggf. die Gerichte über deren Berechtigung im Einzelfall zu entscheiden.

Es wird aber aus Verbraucherschutzsicht der bestehende Schutz vor überhöhten Abmahnkosten bei Bagatelverstößen insgesamt kritisch betrachtet, weil als unzureichend angesehen. Auf Antrag Nordrhein-Westfalen hat sich daher auch die 7. Verbraucherschutzministerkonferenz am 15./16. September 2011 mit dem Thema „Abmahnungen wegen Nutzung von Internet-Tauschbörsen“ befasst. In diesem Kontext wird die Ankündigung der Bundesregierung, die zur Begrenzung von Abmahnkosten geschaffene Regelung in § 97a Absatz 2 UrhG auf den Prüfstand zu stellen, begrüßt.

Der Landesregierung liegen keine quantitativen und qualitativen Erkenntnisse zu ggf. missbräuchlich, allein in der Absicht der Gewinnerzielung unternommenen Abmahnungen vor.

245. Wie bewertet die Landesregierung Entwürfe zu freien Lizenzen, die jedermann eine Weiterentwicklung bestimmter elektronischer Inhalte ermöglichen, etwa der GNU General Public License?

Die Verantwortlichen der General Public License (GPL) heben als Grundprinzip freier Software den freien Austausch von Wissen sowie den freien Zugang zu technischem Wissen und Kommunikationsmitteln hervor. Dieses Grundprinzip der Open-Source-Software wird vom Gesetzgeber mit der Regelung des § 32 Abs. 3 Satz 3 UrhG ausdrücklich anerkannt ("Der Urheber kann aber unentgeltlich ein einfaches Nutzungsrecht für jedermann einräumen.").

Der Nutzer oder Anwender einer Software muss sich grundsätzlich mit der zugehörigen Lizenz auseinandersetzen und sich darüber klar sein beziehungsweise werden, ob ihm über die bloße Benutzung hinaus (so bei herkömmlicher Kaufsoftware) weiter gehende Rechte an den Programmen zustehen (so ggf. bei Open-Source-Lizenzen). Die wesentlichen Kriterien, die eine Open-Source-Lizenz ausmachen, sind die Lizenzgebührenfreiheit, die Offenlegung des Quelltextes und die Erlaubnis, Software zu vervielfältigen, zu verändern sowie veränderte oder unveränderte Programme weiterzuverbreiten. Die GPL, die bedeutendste aller Open-Source-Lizenzen, ist dabei so ausgestaltet, dass Weiterentwicklungen und sonstige Änderungen an einem Programm ebenfalls wieder freigegeben werden müssen, indem die modifizierte Software unter die gleiche Lizenz gestellt sein muss wie das ursprüngliche Programm. Die nichtausschließlichen Nutzungsrechte werden also von vorneherein nur unter der Bedingung eingeräumt, dass der Verwender die Pflichten aus der Lizenz erfüllt. Als nicht verhandelbare Formularverträge stellt die GPL Allgemeine Geschäftsbedingungen dar.

Trotz des enormen wirtschaftlichen Potenzials, das freie Software allen Beteiligten bietet, hält ihr Einsatz in der Praxis zahlreiche juristische Probleme bereit. Zwar hat das LG München I mit seinem Urteil vom 19. Mai 2004 (AZ: 21 O 6123/04) als weltweit erstes Gericht entschieden, dass freie Software wie jede andere Software urheberrechtlichen Schutz genießt und die GPL rechtlich wirksam ist. Dem sind zwischenzeitlich weitere Urteile gefolgt. Dennoch sind die mit der freien Software aufgeworfenen Rechtsfragen (zum Beispiel im Hinblick auf Gewährleistung und Haftung) noch nicht abschließend geklärt.

Die GPL bietet daher Vor- aber auch Nachteile, die der Nutzer, der eine Software weiterentwickeln will, im Einzelfall für sich abwägen muss.

246. Könnte ein Dualismus aus GNU Public Licenses und dem bestehenden Recht zum Schutze geistigen Eigentums nach Auffassung der Landesregierung bestehende Konfliktfälle mit Blick auf den Urheberrechtsschutz beheben? Falls ja: Welche und auf welche Weise?

Durch Mehrfachlizenzierung seitens der Anbieter von Software und die dementsprechend mögliche Lizenzauswahl durch den Anwender (sog. duales Lizenzsystem) kann ein Programm entweder unter einer Open-Source-Lizenz wie der General Public License (GPL) oder unter einer proprietären Lizenz genutzt werden. Eine zweifache Lizenzierung eines Projektes stellt damit sowohl für Mitglieder der GPL-Gemeinde als auch andere Entwickler oder Unternehmen, die GPL nicht nutzen können oder wollen, den Zugang zu innovativen Technologien bereit.

Als Vorteil dieses Systems ist zu nennen, dass auf der einen Seite Kunden eine kommerzielle Lizenz der Software erwerben können, um unabhängig von den teils sehr restriktiven Vorgaben zur Weitergabe von Software unter einer freien Lizenz eigene Anwendungen entwickeln zu können. Auf der anderen Seite bietet sich für den Anbieter die Möglichkeit, das [Open-Source-Modell](#) zur Entwicklung von Software zu fördern und gleichzeitig ein professionelles Geschäftsmodell zu etablieren, bei dem Softwarelizenzen ohne Einschränkungen verkauft werden können.

Es werden jedoch auch Bedenken gegen eine Mehrfachlizenzierung vorgebracht. Hierzu gehört unter anderem die Frage, ob dual lizenzierende Unternehmen Open-Source-Weiterentwicklungen ihrer Produkte in diese einfließen lassen können, um das verbesserte Produkt sodann ausschließlich proprietär zu vertreiben.

247. Wie verteilt sich in etwa das Nutzungsverhalten der nordrhein-westfälischen Bevölkerung auf die verschiedenen sozialen Netzwerke (bitte nach Name des Netzwerks und durchschnittlicher Nutzerzahl im Jahresmittel aufschlüsseln)?

Die am Markt relevanten sozialen Netzwerke geben in sehr unterschiedlicher Art und Weise sowie in verschiedenartigem Umfang Auskunft über die Anzahl ihrer Nutzerinnen und Nutzer. Daher ist die Vergleichbarkeit der Daten nicht gegeben.

Allgemein sind in Deutschland nach einer 2011 im Auftrag des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) durchgeführten repräsentativen Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet 76 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer in mindestens einem sozialen Netzwerk registriert; 73 Prozent sind aktive Mitglieder. Das aktuell in Deutschland am meisten genutzte Netzwerk ist Facebook. 40 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer geben im Rahmen der BITKOM-Untersuchung an, Facebook zu verwenden. An zweiter Stelle folgt Wer-kennt-wen, an dritter Stelle StayFriends.

Der BITKOM ist der Ansicht, dass sich die Verteilung nordrhein-westfälischer Nutzer auf die verschiedenen Netzwerkplattformen von der bundesweiten Verteilung nicht signifikant unterscheidet. Soweit dem BITKOM bekannt, ist das Nutzungsverhalten der Bundesbürger in sozialen Netzwerken bisher nicht in einer Art und Weise erhoben worden, die eine valide Aufschlüsselung nach Bundesländern erlaubt.

Das soziale Netzwerk Jappy gab an, 320.000 aktive Nutzerinnen und Nutzer in Nordrhein-Westfalen zu haben. Wer-kennt-wen erfasst nach eigener Aussage die Nutzungszahlen nicht nach Regionen und konnte daher keine Aussage tätigen. Von StayFriends liegen keine Zahlen vor. Das Business-Netzwerk Xing gab an, dass rund eine Million Menschen aus NRW dieses Portal nutzen. In den drei VZ-Netzwerken schülerVZ, studiVZ und meinVZ sind nach Angaben des Unternehmens insgesamt 4.475.276 Nutzerinnen und Nutzer aus Nordrhein-Westfalen registriert, davon entfallen 1.748.849 auf schülerVZ (39,1 Prozent), 1.345.184 auf studiVZ (30,1 Prozent) und 1.381.242 auf meinVZ (30,9 Prozent). Das größte Social Network Facebook kann nach eigener Aussage keine Angaben zur Fragestellung machen, da es keine regionalen Statistiken führe. Facebook hat lediglich für alle 16 Bundesländer insgesamt eine Angabe über die monatlich aktiven Mitglieder gemacht: Hierbei handelt es sich um ca. 20 Millionen Menschen (Stand aller Angaben: Oktober 2011).

248. In welchem Umfang nutzt die Landesregierung soziale Netzwerke? (bitte nach Netzwerkname- zum Beispiel „Facebook“, Art der Nutzung wie etwa „Facebookgruppe“ oder „Twitter-Account“, wesentlichem Inhalt der jeweiligen Nutzung wie beispielsweise „Forum Schulpolitik“ o. ä. und betroffenem Fachressort aufschlüsseln)

Die Landesregierung beziehungsweise ihre Mitglieder nutzen soziale Netzwerke in der folgenden Art:

Tab. 248.1: Art und Nutzung der sozialen Netzwerke seitens der Landesregierung Nordrhein-Westfalen

Ressort	Netzwerk	Art der Nutzung und Inhalt
Staatskanzlei	www.twitter.com/nrwpunktde	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen der Landesregierung (z.B. Pressemitteilungen, Neuigkeiten von NRW.de, Termine, Veranstaltungen, Dialogmaßnahmen)
	www.facebook.com/nrw	Seite: Verbreitung von Informationen z.B. über aktuelle Meldungen, Aktionen oder Termine der Landesregierung
	www.vimeo.com/nrwde	Vimeo-Kanal: Bewegtbildmaterial zu Terminen, Reden, Veranstaltungen, Dialogmaßnahmen etc.
	www.twitter.com/einewelt nrw	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Onlinekonsultation zur Eine-Welt-Strategie
	www.schuelervz.net/ ; www.twitter.com/medienpassNRW ; www.facebook.com/pages/Medienpass-NRW/219777091373639	Während der Onlinekonsultation zum Medienpass wurde auf SchülerVZ eine ergänzende Konsultation durchgeführt sowie über Facebook und Twitter auf die Konsultation aufmerksam gemacht
	www.facebook.com/MarcJan.Eumann	Facebook-Account: u.a. Verbreitung von Informationen rund um die Themen Medien und Europa
	www.twitter.com/bonn_2011	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit und zum Nordrhein-Westfalen-Tag 2011 in Bonn
	www.facebook.com/nrwtag2011	Seite: Verbreitung von Informationen rund um die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit und zum Nordrhein-Westfalen-Tag 2011 in Bonn
Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz	www.twitter.com/Minister_Remmel	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Themen Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucher
	www.xing.com/profile/Johannes_Remmel	Xing-Profil: Verbreitung von Informationen rund um die Themen Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucher
	www.twitter.com/EANRW (EnergieAgentur.NRW)	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Themen Energie und Energieeffizienz
	www.youtube.com/EnergieAgenturNRW (EnergieAgentur.NRW)	YouTube-Kanal: Bewegtbildmaterial rund um die Themen Energie und Energieeffizienz
	www.flickr.com (EnergieAgentur.NRW)	Foto-Stream: Fotomaterial zu Veranstaltungen der EnergieAgentur.NRW
	www.twitter.com/LANUVNRW (Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen)	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Themen Natur, Umwelt und Verbraucherschutz

Ressort	Netzwerk	Art der Nutzung und Inhalt
	www.twitter.com/MENSCHWALD (Landesbetrieb Wald und Holz NRW)	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Themen Wald und Holz
	www.facebook.com/menschwald (Landesbetrieb Wald und Holz NRW)	Seite: Informationen rund um die Themen Wald und Holz
	www.twitter.com/klimagesetznrw	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen zum Klimaschutzgesetz NRW und zum Klimaschutzplan
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung	www.twitter.com/miwfnrw	Twitter-Account: Verbreitung hauseigener Informationen (Pressemitteilungen, -einladungen, Neuigkeiten aus den verschiedenen Rubriken der Internetseite etc.)
	www.twitter.com/studinavigator	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um ein Studium in NRW
	www.facebook.com/studinavi.nrw	Seite und Profil: Auf beiden Accounts werden hochschulspezifische Themen und Informationen zum Studium in NRW kommuniziert
	www.youtube.com/studinavigator	YouTube-Kanal: Hier werden die multimedialen Inhalte des StudiNavis kommuniziert
	www.facebook.com/svenja.schulze	Seite: Kommunikation tagesaktueller Informationen zur Arbeit der Ministerin
	www.twitter.com/besserstudieren	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die Onlinekonsultation BesserStudieren.NRW
Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr	www.facebook.com/pages/Rauchmelder-sind-Lebensretter/347641502920	Seite: Informationen und Diskussionen rund zum Thema Brandschutz und Rauchmelder
Justizministerium	www.youtube.com/podknast	YouTube-Kanal: Bewegtbildmaterial über die Realitäten im Strafvollzug
Ministerium für Familien, Kinder, Jugend, Kultur und Sport	www.twitter.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Twitter-Account: Verbreitung von Informationen rund um die verschiedenen Themenbereiche der politischen Bildung
	www.facebook.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Seite: Verbreitung von Informationen rund um die verschiedenen Themenbereiche der politischen Bildung
	www.flickr.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Foto-Stream: Fotomaterial zu Veranstaltungen der Landeszentrale für politische Bildung
	www.youtube.com/lzpbnrw	YouTube-Kanal: Bewegtbildmaterial rund um die verschiedenen Themenbereiche der politischen Bildung
	www.facebook.com/kulturkenner.nrw www.twitter.com/kulturkenner	Seite: Verbreitung von Informationen rund um das Thema Kultur in NRW
	www.facebook.com/SezonKulturyTamTam	Seite: Verbreitung von Informationen rund um die Kultursaison Tam'Tam im Rahmen des Polen-NRW-Jahres

Ressort	Netzwerk	Art der Nutzung und Inhalt
	www.facebook.com/pages/Informations-und-Qualifizierungszentrum-f%C3%BCr-Kommunen/267488446598016	Das "Informations- und Qualifizierungszentrum für Kommunen" (IQZ) versteht sich als zentrale Anlaufstelle zum Thema "Kommunale Familienpolitik in Nordrhein-Westfalen".

Stand 11/2011

249. Sofern die Landesregierung soziale Netzwerke im weiteren Sinne unter Ein-schluss sämtlicher in der Vorbemerkung namentlich genannter Netzwerke nutzt: Welchen Nutzgewinn verspricht sich die Landesregierung hieraus? (bitte einzeln für das jeweilige Netzwerk aufschlüsseln, zum Beispiel „Twitter- Mitteilungen zur Landespolitik“)

Soziale Netzwerke wie zum Beispiel Twitter, Xing oder Facebook ermöglichen eine schnelle, dialogorientierte, effiziente und kostengünstige Information auf unterschiedlichen virtuellen und zielgruppenspezifischen Wegen. Dadurch kann kurz und schnell über die Arbeit eines Ministeriums und seiner nachgeordneten Bereiche berichtet werden. Soziale Netzwerke bieten somit die Möglichkeit, sehr aktuell zum Beispiel auf Publikationen und Pressemitteilungen, auf Presseartikel und TV-Beiträge hinzuweisen und – nicht zuletzt – kurze Stellungnahmen zu aktuellen politischen Debatten abzugeben. So können soziale Netzwerke dazu beitragen, dass viele Bürgerinnen und Bürger besser und aktueller durch und über ein Ministerium und seine nachgeordneten Bereiche informiert werden, und dass neue Zielgruppen und neue Kontakte entstehen.

Tab. 249.1: Nutzgewinn der Angebote der Landesregierung Nordrhein-Westfalen im Bereich der sozialen Netzwerke

Ressort	Netzwerk	Nutzgewinn
Staatskanzlei	www.twitter.com/nrwpunktde	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information z.B. zu aktuellen Meldungen, Themen oder Maßnahmen der Landesregierung
	www.facebook.com/nrw	
Staatskanzlei	www.vimeo.com/nrwde	Schnelle, effiziente und kostengünstige Verbreitung von Bewegtbildmaterial z.B. zu aktuellen Meldungen, Themen oder Maßnahmen der Landesregierung
	www.schuelervz.net/ ; www.twitter.com/medienpassNRW ; www.facebook.com/pages/Medienpass-NRW/219777091373639	Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an der Konzeption des Medienpasses im Rahmen einer Onlinekonsultation
	www.facebook.com/MarcJan.Eumann	Schnelle, effiziente und kostengünstige Verbreitung u.a. von Informationen rund um die Themen Medien und Europa
	www.twitter.com/eineweltNRW	Information über die Fortentwicklungen der Onlinekonsultation für registrierte Teilnehmer sowie netzaffine und an der Eine-Welt-Politik des Landes interessierte Zielgruppen

Ressort	Netzwerk	Nutzgewinn
	www.twitter.com/bonn_2011 www.facebook.com/nrwtag2011	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information rund um die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit und zum Nordrhein-Westfalen-Tag 2011 in Bonn
Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz	www.twitter.com/Minister_Rommel www.xing.com/profile/Johannes_Rommel	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information u.a. über die Arbeit des Ministers sowie des Ministeriums und seiner nachgeordneten Bereiche zu den o.g. Themenbereichen, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.twitter.com/EANRW (EnergieAgentur.NRW)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information u.a. über die Themen Klimaschutz, Energie und Energieeffizienz, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.flickr.com (EnergieAgentur.NRW)	Schnelle, effiziente und einfache Bereitstellung von Bildmaterial. Die EnergieAgentur.NRW nutzt seit 2008 das Bild-Netzwerk Flickr. Hier können Interessierte Fotos zu Veranstaltungsterminen einsehen, und für Journalistinnen und Journalisten steht über diesen Kanal reichhaltiges Bildmaterial zur Verfügung
	www.youtube.com/EnergieAgenturNRW (EnergieAgentur.NRW)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information u.a. über die Themen Klimaschutz, Energie und Energieeffizienz in Form von Bewegtbildmaterial, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen. Kurze Filme von rund 3 Minuten informieren die Zielgruppen (Kommunen, Unternehmen, Verbraucher) über neue Umwelt- und Naturschutzkenntnisse oder über neue Klimaschutzmaßnahmen und Energieeffizienz. Die Filme können von Dritten auf ihren Websites eingebunden werden, und sie werden sowohl vom MKULNV als auch von Dritten auf Veranstaltungen und Messen gezeigt
	www.twitter.com/LANUVNRW (Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über die Themen Natur, Umwelt und Verbraucherschutz, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen. Hier kommt hinzu, dass über Twitter „just-in-Time“ im Falle einer notwendigen Krisenkommunikation nahezu eine „Echtzeit“-Reaktion ermöglicht wird
	www.twitter.com/MENSCHWALD (Landesbetrieb Wald und Holz NRW) www.facebook.com/menschwald (Landesbetrieb Wald und Holz NRW)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über die Themen Wald und Holz, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
		www.twitter.com/klimagesetznrw

Ressort	Netzwerk	Nutzwinn
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung	www.twitter.com/miwnrw	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über die Themen des Ministeriums, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.twitter.com/studinavigator www.facebook.com/studinavi.nrw	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über das Thema Studienwahl, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.youtube.com/studinavigator	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information für das Thema Studienwahl in Form von Bewegtbildmaterial, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.facebook.com/svenja.schulze	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information u.a. über die Themen des Ministeriums, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.twitter.com/besserstudieren	Information über die Fortentwicklungen der Onlinekonsultation für registrierte Teilnehmer sowie netzaffine und am Studium interessierte Zielgruppen
Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr	www.facebook.com/pages/Rauchmelder-sind-Lebensretter/347641502920	Offene Diskussion über die Notwendigkeit von Rauchmeldern. Fans der Seite sind hauptsächlich Feuerwehrleute, die unmittelbar mit dem Schaden konfrontiert werden
Justizministerium	www.youtube.com/podknast	Kurze Videosequenzen, die über das Leben im Strafvollzug berichten und Einblicke in den Alltag der am Projekt beteiligten Justizvollzugsanstalten liefern. Die Idee ist, durch Videobilder noch mehr Authentizität zu vermitteln und dadurch für Jugendliche entscheidend aufklärend zu wirken
Ministerium für Familien, Kinder, Jugend, Kultur und Sport	www.twitter.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW) www.facebook.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über die verschiedenen Themenbereiche der politischen Bildung, insbesondere bei netzaffinen jüngeren Zielgruppen
	www.youtube.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Schnelle, effiziente und kostengünstige Information über die verschiedenen Themenbereiche der politischen Bildung in Form von Bewegtbildmaterial, insbesondere für netzaffine und jüngere Zielgruppen
	www.flickr.com (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Schnelle, effiziente und einfache Bereitstellung von Bildmaterial

Ressort	Netzwerk	Nutzgewinn
	www.facebook.com/kulturkenner.nrw www.facebook.com/SezonKulturyTamTam	Veranstaltungsinformation und Vernetzung der Kulturinteressierten
	www.facebook.com/pages/Informations-und-Qualifizierungszentrum-f%C3%BCr-Kommunen/267488446598016	Vermittlung von familienrelevanten Informationen und die Vernetzung familienpolitischer Akteure

Stand 11/2011

250. Sofern die Landesregierung soziale Netzwerke nutzt: Auf welche Art und Weise erfolgt die Betreuung der eigenen sozialen Netzwerkauftritte der Landesregierung genau? Welcher Personenkreis ist im jeweiligen Ressort für die Betreuung dieser Netzwerkaktivitäten zuständig, und wie viele Personen je Fachressort sind dadurch in etwa welchem Arbeitsumfang involviert?

Die Betreuung der sozialen Netzwerkauftritte der Landesregierung erfolgt auf die folgende Art und Weise:

Tab. 250.1: Betreuung und Pflege der sozialen Netzwerke der Landesregierung Nordrhein-Westfalen

Ressort	Netzwerk	Betreuung/Pflege
Staatskanzlei	www.twitter.com/nrwpunktde	Hausintern und regelmäßig durch Mitarbeiter des Referats „Kommunikationsplanung, elektronische Medien, vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“
	www.facebook.com/nrw	
	www.vimeo.com/nrwde	Hausintern und regelmäßig durch Mitarbeiter des Referats „Kommunikationsplanung, elektronische Medien, vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“
	www.twitter.com/bonn_2011	Hauptsächlich durch Mitarbeiter der Stadt Bonn (in Abstimmung mit Mitarbeitern des Referats „Kommunikationsplanung, elektronische Medien, vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“ des LPA)
	www.facebook.com/nrwtag2011	
	http://www.schuelervz.net/ ; www.twitter.com/medienpassNRW ; http://www.facebook.com/pages/Medienpass-NRW/219777091373639	Betreuung der Gruppe auf SchülerVZ durch zwei Schülerinnen; Betreuung der übrigen Angebote durch eine von der Landesanstalt für Medien (LfM) im Rahmen der Initiative Medienpass NRW beauftragten Agentur
	www.facebook.com/MarcJan.Eumann	Persönlich durch Staatssekretär Marc Jan Eumann
	www.twitter.com/einewelt nrw	Betreuung durch die mit der Durchführung der Onlinekonsultation beauftragte Agentur

Ressort	Netzwerk	Betreuung/Pflege
Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz	www.twitter.com/Minister_Rommel www.xing.com/profile/Johannes_Rommel	Hausintern und regelmäßig u. a. durch einen Mitarbeiter des Pressereferates.
	www.twitter.com/EANRW (EnergieAgentur.NRW) www.flickr.com (EnergieAgentur.NRW) www.youtube.com/EnergieAgenturNRW (EnergieAgentur.NRW)	Hauptsächlich durch Mitarbeiter der EnergieAgentur.NRW; zudem werden etwa drei Stunden (200 Euro) monatlich über eine externe Agentur hinzu gekauft
	www.twitter.com/LANUVNRW (Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen)	Durch Mitarbeiter des LANUV; die Redaktion erfolgt in der Pressestelle, die technische Betreuung im ADV-Bereich
	www.twitter.com/MENSCHWALD (Landesbetrieb Wald und Holz NRW) www.facebook.com/menschwald (Landesbetrieb Wald und Holz NRW)	Betreuung und Redaktion durch Mitarbeiter des Landesbetriebs Wald und Holz
	www.twitter.com/klimagesetznrw	Hausintern und regelmäßig u. a. durch einen Mitarbeiter des Pressereferates.
	Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung	www.twitter.com/miwfnrw
www.twitter.com/studinavigator www.facebook.com/studinavi.nrw www.youtube.com/studinavigator		Durch die für das o.g. Gesamtprojekt beauftragte Agentur
www.facebook.com/svenja.schulze		Persönlich durch Ministerin Svenja Schulze
www.twitter.com/besserstudieren		Betreuung durch die mit der Durchführung der Onlinekonsultation beauftragte Agentur
www.facebook.com/pages/Rauchmelder-sind-Lebensretter/347641502920		Betreuung der Facebook-Gruppe erfolgt durch eine Referentin des Referats Presse und Öffentlichkeitsarbeit in direkter Abstimmung mit dem Fachreferat
Justizministerium	www.youtube.com/podknast	Betreuung der Drehteams, die ausschließlich aus Gefangenen bestehen, übernehmen die hierfür fortgebildeten Angehörigen der jeweiligen Justizvollzugsanstalten

Ressort	Netzwerk	Betreuung/Pflege
Ministerium für Familien, Kinder, Jugend, Kultur und Sport	www.twitter.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	Hausintern durch Mitarbeiter der Landeszentrale für politische Bildung
	www.facebook.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	
	www.youtube.com/lzpbnrw (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	
	www.flickr.com (Landeszentrale für politische Bildung NRW)	
	www.facebook.com/kulturkenner.nrw	Hauptsächlich durch Mitarbeiter von Tourismus NRW
	www.facebook.com/SezonKulturyTamTam	Durch die Assistenz der Projektleitung „Kultursaison NRW in Polen ‚Tam‘Tam“
	www.facebook.com/pages/Informations-und-Qualifizierungszentrum-f%C3%BCr-Kommunen/267488446598016	Durch Mitarbeiter des Informations- und Qualifizierungszentrums

Stand 11/2011

251. Welche Mitglieder der Landesregierung betreuen auch in ihrer Eigenschaft als Regierungsangehörige persönlich ihre Profile bei sozialen Netzwerken?

Der Twitter-Account von Minister Rimmel wird zu Großteilen durch das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) betreut. Twitter-Meldungen des Ministers werden als solche gekennzeichnet.

Ministerin Svenja Schulze und Staatssekretär Marc Jan Eumann verfügten schon vor ihrer Regierungstätigkeit über eine eigene Facebook-Seite, die sie nun auch in ihrer Eigenschaft als Regierungsangehörige persönlich betreuen.

Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass sowohl Hannelore Kraft als auch Sylvia Löhrmann, Barbara Steffens, Thomas Kutschaty, Johannes Rimmel und Guntram Schneider über ein Profil beziehungsweise eine Seite bei Facebook verfügen, die jedoch nicht in Eigenschaft als Regierungsangehörige gepflegt werden. Das Ministerprofil von Johannes Rimmel bei „Xing“ wird durch das MKULNV (Pressestelle) betreut.

252. Falls soziale Netzwerke durch die Ministerpräsidentin oder einzelne Ressortminister genutzt werden: Welche einzelnen Nutzungen werden zu jeweils welchem Zweck vorgenommen?

Siehe hier die Antwort zu Frage 248.

253. Bewertet die Landesregierung soziale Netzwerke auch als taugliche Anknüpfungspunkte für sogenanntes eGovernment, also als mögliche Handlungs- und Mitteilungsform der Zukunft? Wenn ja: Aus welchen Gründen und in welchem Maße?

Durch sehr hohe Nutzerzahlen sind soziale Netzwerke zu einer interessanten Plattform für verschiedenste Organisationen und Institutionen geworden. Die Hauptfunktion sozialer Netzwerke liegt in der Vernetzung von verschiedenen Akteuren.

Die Landesregierung geht davon aus, dass es künftig auch für die Verwaltung unerlässlich sein wird, soziale Netzwerke als zusätzlichen Kommunikationskanal zu nutzen, um so dem modernen Kommunikationsverhalten und den -bedürfnissen von mehr und mehr Bürgerinnen und Bürgern in NRW gerecht zu werden. Der wesentliche Anknüpfungspunkt zum E-Government wird in einem weiteren Zugangskanal zu den Informationen und Leistungen der Verwaltung gesehen. Informationen werden dabei über soziale Netzwerke aktiv an die Nutzer herangetragen.

Auf Seiten der Verwaltung bedarf dies einer entsprechend sorgfältigen organisatorischen Vorsorge, um zum einen den Erwartungen an die Servicequalität (Servicezeiten, Kommunikationsinhalte und -geschwindigkeit, Datenschutz und -sicherheit), die mit der Nutzung sozialer Netzwerke verbunden werden, gerecht werden zu können und zum anderen eine ordnungsgemäße Integration solcher zusätzlichen Kommunikationswege in die Geschäftsprozesse und Verwaltungsabläufe zu gewährleisten.

Zu einem der weltweit wichtigsten Vernetzungs- und Informationsdienste im Internet ist Facebook geworden. Das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS) hat vor diesem Hintergrund für das Informations-Qualifizierungszentrum für Kommunen (IQZ), das einen starken Fokus auf die Vermittlung von familienrelevanten Informationen und die Vernetzung familienpolitischer Akteure auf unterschiedlicher Ebenen legt, auf Facebook eine Seite eingerichtet. In einer einjährigen Testphase soll geprüft werden, ob auf diese Weise zusätzliche Vernetzungs- und Verbreitungseffekte erzielt werden können.

254. In welchem Umfang nutzt die nordrhein-westfälische Bevölkerung Inhalte von Drittanbietern auf der Plattform Facebook?

Nach eigener Angabe kann Facebook zu dieser Frage keine Aussage tätigen, da das Netzwerk keine regionalen Statistiken führt und somit keine NRW-spezifischen Daten vorliegen. Es sei darauf verwiesen, dass der Umfang, in dem die nordrhein-westfälische Bevölkerung Inhalte von Drittanbietern auf Facebook nutzt, je nach Einstellung des Benutzerkontos der Nutzerin und des Nutzers einsehbar ist oder auch nicht, sodass die tatsächliche Nutzung von der angegebenen Nutzung abweichen kann. Weitere Informationen dazu liegen der Landesregierung nicht vor.

255. Nutzt die Landesregierung selbst Inhalte von Drittanbietern auf der Plattform Facebook? Falls ja: Für welche einzelnen Zwecke und Anwendungen?

Inhalte von Drittanbietern werden keine genutzt. Lediglich für den Auftritt facebook.com/nrw wurde in der Vergangenheit die Funktionen „Livestream“ und „vimeo“ genutzt.

256. Da ein großer Teil der Drittangebote aus Onlinespielen besteht: Wie beurteilt die Landesregierung das Suchtpotential derartiger Spiele, insbesondere von „Mafia Wars“ oder „Farmville“?

Mit Blick auf Onlinerollenspiele wird von einem Teil der Wissenschaftler, Psychologen und Pädagogen die Auffassung vertreten, dass Computerspiele Abhängigkeit erzeugen. Ein anderer Teil verweist als Ursache auf Erziehungsdefizite und anderweitige Persönlichkeitsstörungen. Im wissenschaftlichen Kontext wurde die Diskussion über die Einordnung des Phänomens „exzessives Spielen“ noch nicht abgeschlossen. Hinsichtlich der Ursachen beziehungsweise Auslöser herrscht Uneinigkeit. Darüber hinaus ist auch offen, ob beziehungsweise ab welcher Spieldauer vom Vorliegen des Phänomens des exzessiven Spielens gesprochen werden kann. Unbeschadet des unklaren Gesamtbildes kam die jüngste Studie des Hans-Bredow-Instituts zusammen mit der FH Köln zu dem Ergebnis, dass 0,5 Prozent der Computerspielerinnen und Computerspieler als abhängig betrachtet werden können (siehe Fritz, Jürgen/ Lampert, Claudia/ Schmidt, Jan-Hinrik/ Witting, Tanja: Kompetenzen und exzessive Nutzung bei Computerspielern: Gefordert, gefördert, gefährdet, Berlin, 2011. S. 273). Wissenschaftliche Erkenntnisse über das spezifische Suchtpotenzial von „Mafia Wars“ oder „Farmville“ liegen der Landesregierung nicht vor.

257. Nutzen Bedienstete der Landesregierung Inhalte von Facebook oder Drittanbietern auf Facebook während der Dienstzeit, und welchen einzelnen Nutzergruppen differenziert nach den verschiedenen Bereichen der Landesverwaltung ist jeweils der Gebrauch sozialer Netzwerke im Dienst gestattet?

Die Administration der Fanseite „facebook.com/NRW“ erfolgt durch das Referat „Kommunikationsplanung, elektronische Medien und vernetzte Öffentlichkeitsarbeit“ im Landespresse- und Informationsamt der Staatskanzlei und wird zu diesem Zwecke auch dienstlich betrieben. Inhalte von Drittanbietern werden – sofern sie nicht dem reinen Zweck der Administration dieser Fanseite dienen – nicht genutzt. Weitere Bedienstete der Staatskanzlei nutzen keine Inhalte von Facebook oder Drittanbietern auf Facebook während der Dienstzeit für dienstliche Zwecke.

Darüber hinaus nutzen Bedienstete nordrhein-westfälischer Sicherheitsbehörden im Rahmen ihrer dienstlichen Tätigkeit soziale Netzwerke (siehe Antwort zu Frage 326).

258. Wie groß ist beim Politikdialog dieser Landesregierung in etwa der Anteil der Nutzung von Onlinemedien, der speziell auf die Nutzung sozialer Netzwerke entfällt? (bitte aufschlüsseln nach Nutzungspriorität und -intensität der jeweiligen Netzwerke)

Onlinekommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil des Politikdialogs dieser Landesregierung, der jedoch auch offline – so etwa durch Veranstaltungen, persönliche Begegnungen oder durch das Servicecenter Nordrhein-Westfalen direkt – gepflegt und gelebt wird. Dabei wird sowohl auf inzwischen „klassische“ Onlineinstrumente wie Websites oder E-Mail-Kommunikation zurückgegriffen als auch auf soziale Netzwerke wie Facebook oder auch Twitter. Für die Abschätzung eines genauen Anteils bedarf es jedoch noch weitergehender praktischer Erfahrungen, um diesen Anteil künftig quantifizieren zu können.

259. Ist die Nutzung sozialer Netzwerke während der Dienstzeit aus Sicht der Landesregierung für den jeweiligen Arbeitgeber eher als günstig oder eher als ungünstig zu beurteilen (bitte unter Angabe der Gründe für diese Einschätzung beantworten)?

Wenn und soweit soziale Netzwerke zukünftig in die Kommunikationsstrukturen der Landesverwaltung eingebunden und für deren Nutzung organisatorische Regelungen getroffen sein werden (siehe Antwort zu Frage 253), ist deren Nutzung für dienstliche Zwecke mit dienstlich bereitgestellten Endgeräten aus Arbeitgebersicht gewünscht und zu begrüßen. Dabei ist die Personalvertretung einzubeziehen. Diese Voraussetzungen sind derzeit aber noch nicht geschaffen.

260. Ist die Nutzung sozialer Netzwerke während der Dienstzeit aus Sicht der Landesregierung für den jeweiligen Arbeitnehmer eher als günstig oder als ungünstig zu beurteilen (bitte unter Angabe der Gründe für diese Einschätzung beantworten)?

Bei der Nutzung sozialer Netzwerke während der Dienstzeit, sei es zu dienstlichen oder privaten Zwecken, haben Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer die jeweiligen dienst- und arbeitsrechtlichen Maßgaben zu beachten. Dabei sind dienstliche Interessen, Interessen des Arbeitsschutzes, des Gesundheitsschutzes, des Datenschutzes und der Datensicherheit mit persönlichen Interessen der und des einzelnen Beschäftigten abzuwägen.

261. Namentlich welche Unternehmen mit Sitz in Nordrhein-Westfalen, die im Rahmen ihrer Unternehmenskommunikation selbst ein soziales Netzwerk betreiben, sind der Landesregierung bekannt?

Nach einer Untersuchung der Software Initiative Deutschland e.V. nutzen bereits 58 Prozent aller Unternehmen Social Media geschäftlich. Namentlich sind die Unternehmen nicht bekannt und können in diesem Rahmen nicht mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden.

262. Welchen jeweiligen Jahresumsatz erzielten diese einzelnen Unternehmen (ggf. geschätzt) im Jahre 2010?

Jahresumsätze der Unternehmen, die Social Media nutzen, sind nicht bekannt und können in diesem Rahmen nicht mit vertretbarem Aufwand ermittelt werden.

263. Bezogen einzelne dieser Unternehmen öffentliche Fördermittel oder Subventionen? Falls ja: In welcher Höhe?

Die Landesregierung vergab keine Förderung an Unternehmen im Hinblick auf den Umstand, dass diese Social Media nutzen.

264. Aus welchen Gründen erachtet die Landesregierung Nordrhein-Westfalen (nicht) als geeigneten Standort zur Ansiedlung der Betreiber sozialer Netzwerke, und bietet Nordrhein-Westfalen Unternehmen, die ein soziales Netzwerk betreiben, spezifische Standortvorteile? Falls ja: Welche genau?

Die Landesregierung verweist darauf, dass das erfolgreiche, im Jahr 2006 gegründete soziale Netzwerk Wer-kennt-wen seinen Sitz in NRW hat. Wer-kennt-wen ist ein Beispiel dafür, dass der Standort NRW ein attraktives Umfeld für soziale Netzwerke bietet.

Die in der Fragestellung angesprochenen sozialen Netzwerke werden den Digitalen Medien (Digital Media) als Teilmarkt der Medienindustrie zugerechnet. Die Landesregierung erachtet dieses noch relativ junge Branchensegment als wichtiges Wachstumsfeld, das bereits in den wenigen Jahren des Bestehens in beachtlicher Weise valide Marktstrukturen sowie signifikante Größe und Bedeutsamkeit entwickelt hat. In Nordrhein-Westfalen sind im Bereich der Digital Media bereits viele führende Internetunternehmen und Start-ups in wachstumsstarken Märkten angesiedelt (Mobile Apps, Online & Mobile Games, Advertising Technologies, Web-Video-Portale etc.). Für den Bereich der Digital Media wird in Zukunft starkes und nachhaltiges Wachstum prognostiziert. Hierzu sei auch auf die Antworten zu den Fragen 2 und 6 verwiesen.

Aufgrund der Wachstumsaussichten und der damit verbundenen positiven Effekte, unter anderem auf dem Arbeitsmarkt wie auch im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Medienbranche, liegt es im Interesse des Landes Nordrhein-Westfalen, dass sich zusätzlich zu den bereits ansässigen Unternehmen weitere Marktakteure aus dem Bereich Digital Media in NRW ansiedeln. Die positiven Bedingungen am Medienstandort bilden dabei einen Anreiz für junge Unternehmen, sich in NRW niederzulassen. Zu diesen Bedingungen zählt zunächst die dichte, vielfältige Medienlandschaft des Landes Nordrhein-Westfalen über alle Medienteilmärkte hinweg. Zudem ist auch die Vernetzung von Unternehmen aus den verschiedenen Teilsegmenten weitreichend gegeben und wirkt sich positiv auf die Branchenentwicklung im Zeichen der zunehmenden Konvergenz der Medien aus. Und nicht zuletzt sind zahlreiche Fördermaßnahmen im Bereich der Digital Media gute Gründe für Start-ups und andere Internetunternehmen, sich in NRW anzusiedeln.

Im Sommer 2011 wurde von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft die Initiative „Digitales Medienland NRW“ ins Leben gerufen, für die in den Jahren 2011 bis 2013 insgesamt bis zu 10 Millionen Euro aus dem NRW-EU Ziel 2-Programm zur Verfügung gestellt werden. In diesem Rahmen entwickelt die Landesregierung gemeinsam mit der Film- und Medienstiftung NRW gezielte Fördermaßnahmen wie etwa unternehmensbezogene Innovationsförderungen für den Bereich Digital Media. Innovative Medienunternehmen in NRW werden gezielt in der Frühphase der Projektentwicklung unterstützt, um neuartige inhaltliche beziehungsweise technologische Vorhaben zu initiieren. Von dieser Initiative können auch soziale Netzwerke in NRW profitieren.

265. Soll die Ansiedlung von Betreibern sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen künftig forciert werden? Falls ja: Durch welche Maßnahmen unterstützt oder fördert das Land entsprechende Aktivitäten? (bitte mit Begründung)

Die Landesregierung setzt sich gezielt für die Weiterentwicklung des Medienstandorts Nordrhein-Westfalen ein. Die Unternehmen der digitalen Medienwirtschaft, darunter auch Betreiber sozialer Netzwerke, bieten vor diesem Hintergrund große Potenziale (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 264).

Sie finden in NRW ein attraktives Umfeld und professionelle Unterstützung vor. Unter anderem mit NRW.Invest, der Film- und Medienstiftung NRW, dem mittlerweile in die Film- und Medienstiftung integrierten Mediencluster NRW und dem IKT-Cluster engagieren sich zahlreiche Institutionen in Abstimmung mit der Landesregierung sowie mit regionalen und kommunalen Partnern für die Ansiedlung ambitionierter Medienunternehmen. Des Weiteren sind es zahlreiche Förderprogramme sowie die Nähe zu anderen Branchenakteuren in der in hohem Maße dichten und vielfältigen Medienlandschaft NRW, welche die Attraktivität des Standorts für die digitale Medienwirtschaft ausmachen. Dazu tragen auch Initiativen wie „Digitales Medienland NRW“ oder die mit Landesmitteln geförderte internationale Web- und Start-up-Konferenz Advance des Mediencluster NRW bei. Rund fünfhundert Teilnehmer aus aller Welt diskutierten im September 2011 in Köln über die Herausforderungen und Chancen junger Entrepreneurinnen und Entrepreneure bei der Unternehmensgründung und -finanzierung, nicht zuletzt auch im Bereich der sozialen Netzwerke.

266. *Wie viele Personen beschäftigen die Betreiber sozialer Netzwerke unmittelbar (sowohl mit Hauptsitz in Nordrhein-Westfalen als auch mit bloßer Zweigstelle) in Nordrhein-Westfalen, und welche mittelbaren Beschäftigungseffekte für unser Land resultieren daraus?*

Soziale Netzwerke werden in der aktuellen Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 08) nicht berücksichtigt. Daher liegen der Landesregierung keine Beschäftigungszahlen vor, die einen Gesamtüberblick ermöglichen würden.

267. *Wie bewertet die Landesregierung im Detail die Eignung der Nutzung sozialer Netzwerke als Mittel direktdemokratischer Beteiligung? (bitte begründen)*

268. *Erachtet die Landesregierung bestehende soziale Netzwerke in ihrer heutigen Form bereits als geeignet, direktdemokratische Beteiligung zu ermöglichen, und welche Weiterentwicklungen wären wünschenswert? (bitte begründen)*

Die Fragen 267 und 268 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammenfassend beantwortet.

Soziale Netzwerke ermöglichen die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern am [politischen](#) Entscheidungsprozess. Es handelt sich um ein [indirektdemokratisches](#) Element der [E-Democracy](#). Sie eröffnen die Möglichkeit, dass viele Teilnehmer sehr fokussierte Ergebnisse erarbeiten können und können daher eine Erweiterung klassischer Beteiligungsverfahren sein.

In diesem Punkt ist zwischen direktdemokratischer Beteiligung und politischer Meinungsbildung zu unterscheiden. Während Ersteres einen öffentlichen und formalen Prozess mit sehr direkten Konsequenzen darstellt, an den hohe Anforderungen in Bezug auf Transparenz, Chancengleichheit und Datenschutz geknüpft werden müssen, ist Zweites zwar ein ebenso wichtiger Teil der demokratischen Gesellschaft, jedoch ein informeller und vielfältiger Prozess.

Betrachtet man vor diesem Hintergrund die heute existierenden sozialen Netzwerke, ergeben sich zwei sehr unterschiedliche Bewertungen. Hinsichtlich direktdemokratischer Beteiligung sind erhebliche Bedenken in Bezug auf die oben genannten Kriterien angemessen – insbesondere unter Berücksichtigung der Tatsache, dass alle sozialen Netzwerke zurzeit von privaten Anbietern, teils ohne Geschäftssitz in Deutschland, bereitgestellt werden.

Als Mittel der politischen Meinungsbildung jedoch sind soziale Netzwerke schon heute ein wichtiger Teil des Meinungsaustausches der Bürger untereinander und werden zukünftig wohl noch eine stärkere Rolle einnehmen.

Im Idealfall können soziale Netzwerke also ein vorbereitendes Medium zur direktdemokratischen Beteiligung darstellen, basiert diese schließlich auf der Bündelung und gemeinsamen Vertretung von Interessen einzelner Bürgerinnen und Bürger.

269. Erachtet die Landesregierung bestehende soziale Netzwerke als geeignet, das Interesse der Bevölkerung an direktdemokratischer Beteiligung dauerhaft und über Einzelinteressen hinaus zu stärken? (bitte begründen)

Es ist denkbar, dass über die bestehenden sozialen Netzwerke das Interesse der Bevölkerung an direktdemokratischer Beteiligung gesteigert werden kann. Allerdings ist zu bedenken, dass soziale Netzwerke in der Regel nur von einem bestimmten Personenkreis genutzt werden, so dass folglich nur das Interesse eines Teils der Bevölkerung geweckt und gestärkt werden könnte.

270. In welchem Umfang können soziale Netzwerke in Nordrhein-Westfalen nach Auffassung der Landesregierung zukünftig als Mittel der Politik genutzt werden? (Information, Dialog, Befragungen, Abstimmungen, Recherchen etc.)

Soziale Netzwerke können zum Beispiel von Parteien, politischen Vereinigungen, Wählergruppen oder auch von behördlichen Einrichtungen als Plattform für Informationen, Dialoge, Befragungen, informelle Abstimmungen, Recherche etc. genutzt werden.

Die durch das Internet beziehungsweise die sozialen Netzwerke hergestellte Öffentlichkeit ist mit der Vergesellschaftlichung von Information, Wissen und Kreativität verbunden, und es besteht kein Zweifel daran, dass die neuen Kommunikationsmedien gute Möglichkeiten der Vernetzung von Information, Wissen und Handeln bieten, so zum Beispiel im Bereich des Verbraucherschutzes. Der Regierungspolitik eröffnen sie gute Möglichkeiten, Information und Wissen schnell und transparent in der Zivilgesellschaft zu verbreiten. Zudem bieten soziale Netzwerke Bürgerinnen und Bürgern sowie zivilgesellschaftlichen Institutionen vielfache Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion. Sie ermöglichen eine schnelle, effiziente und kostengünstige Information auf unterschiedlichen virtuellen und zielgruppenspezifischen Wegen mit der entsprechenden Möglichkeit auf diese Informationen auch zu reagieren. So kann kurz und schnell über die Arbeit eines Ministeriums und der nachgeordneten Bereiche berichtet werden. Mittels sozialer Netzwerke ergibt sich zudem die Möglichkeit, sehr aktuell auf Broschüren und Pressemitteilungen, auf Presseartikel und TV-Beiträge hinzuweisen und – nicht zuletzt – kurze Stellungnahmen zu aktuellen politischen Debatten abzugeben. So können soziale Netzwerke dazu beitragen, dass viele Bürgerinnen und Bürger besser und aktueller über Politik informiert werden, dass neue Zielgruppen und neue Kontakte entstehen und zugleich die Möglichkeiten zur Interaktion stärker genutzt werden.

Durch soziale Netzwerke ist das Internet zu einem virtuellen Raum der Begegnung geworden, in dem analog zur realen Welt interagiert wird. Diese Entwicklung macht es erforderlich, dass neue Informations- und Dialogangebote entwickelt werden. Ein Beispiel hierfür bietet neben der Facebook-Fanseite www.facebook.com/NRW etwa die Verbraucherschutzpolitik. Die Landesregierung will im Bereich der Verbraucherinformation und -bildung zukünftig stärker als bisher auf den direkten Dialog mit Verbraucherinnen und Verbrauchern im Internet setzen. Daher wurde in der Vereinbarung „Verbraucherschutz ausbauen und Verbraucher-

rechte stärken“ am 5. April 2011 zwischen der Landesregierung und der Verbraucherzentrale NRW die Einrichtung einer virtuellen Beratungsstelle der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen entschieden. Ziel ist es, das derzeitige unabhängige Beratungsangebot der Verbraucherzentrale in vergleichbarem thematischen Umfang und bewährter Qualität auch im Internet anzubieten. Mit der geplanten Einrichtung der bundesweit ersten virtuellen Beratungsstelle einer Verbraucherzentrale nimmt Nordrhein-Westfalen eine Vorreiterstellung ein und reagiert proaktiv auf die zu erwartende Intensivierung der Kommunikation im Internet.

271. Wie bewertet die Landesregierung die perspektivisch denkbare Durchführung von Wahlen und Abstimmungen unter Einbeziehung sozialer Netzwerke verfassungsrechtlich, insbesondere vor dem Hintergrund der Wahlrechtsgrundsätze allgemeiner, freier, gleicher, geheimer und unmittelbarer Wahl?

Nach den gegenwärtigen Erkenntnissen ist nicht ersichtlich und nicht dargelegt, wie bei einer Nutzung sozialer Netzwerke für politische Wahlen und Abstimmungen die verfassungsrechtlichen Wahlgrundsätze einer allgemeinen, freien, gleichen, geheimen und unmittelbaren Wahl gewährleistet sein könnten.

Zur Einhaltung der obenangeführten Wahlrechtsgrundsätze müsste unter anderem gesichert sein, dass

- das Stimmverhalten des Einzelnen durch Dritte weder beobachtet noch nachvollzogen werden kann,
- ausschließlich Wahlberechtigte nur einmal wählen beziehungsweise an der Abstimmung teilnehmen,
- ein nachprüfbares und nachzählbares Wahl- beziehungsweise Abstimmungsprotokoll erstellt wird,
- Manipulation und Betrug – soweit erforderlich und möglich – ausgeschlossen sind.

Im Übrigen wird auf die Antwort zur Frage 267 verwiesen.

272. Welche zukünftigen gesellschaftlichen Auswirkungen erwartet die Landesregierung im Einzelnen durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen?

Neue Technologien – von der E-Mail bis hin zu den sozialen Netzwerken – verändern die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren. Heute wird in sozialen Netzwerken verschriftlicht, was früher mündlich, am Telefon oder in einem Brief per Post ausgetauscht wurde. Dabei leben die sozialen Netzwerke davon, dass sich die vernetzten „Freunde“ meist persönlich kennen.

Der schriftliche Austausch von Daten ist eine Herausforderung für den Datenschutz. Ob und wie der Wandel der Kommunikation unser Verständnis von Privatsphäre verändert, lässt sich heute noch nicht abschließend beurteilen. Nur langfristige Studien und Untersuchungen werden Aufschluss über Veränderungen geben (siehe hierzu auch die Antwort zu Frage 274).

Die Landesregierung fördert die offene Debatte in der Gesellschaft über Pro und Contra sozialer Netzwerke. So hat sie 2010 zum Beispiel den Social Community Day gefördert, der im November 2011 zum zweiten Mal stattfand. Das Phänomen sozialer Netzwerke wird in der

vom renommierten Grimme-Institut organisierten Veranstaltung von unterschiedlichen Seiten beleuchtet.

273. Welche zukünftigen politischen Auswirkungen erwartet die Landesregierung im Einzelnen durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen?

Soziale Netzwerke sind durch ihre große Reichweite, eine hohe Nutzungsintensität und die anhaltende Durchsetzungsdynamik als neuartige Kommunikationsform aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Gekennzeichnet durch eine dezentrale Struktur, eine hohe Geschwindigkeit sowie den weitgehend unregelmäßigen Charakter der Kommunikation ihrer Mitglieder entfalten soziale Netzwerke ihre Wirkung in nahezu sämtlichen Bereichen gesellschaftlicher Kommunikation (vgl. dazu auch die Antwort zur Frage 280) – so auch in vielfältiger Weise im Bereich der Politik.

Soziale Netzwerke haben einen wachsenden Einfluss auf meinungsbildende Prozesse und können – wie die politischen Umstürze in der arabischen Welt zeigen – auch maßgeblichen Anteil bei der Organisation von politischen Protesten haben. Zudem bieten soziale Netzwerke die Möglichkeit, Politik für Bürgerinnen und Bürger erreichbarer und transparenter zu machen (siehe auch die Antwort zu Frage 272). Auf der anderen Seite macht es ihr unregelmäßiger Charakter schwierig, soziale Netzwerke als Mittel direktdemokratischer Beteiligung in die Politik einzubinden (siehe auch die Antworten zu den Fragen 267 und 274). Darüber hinaus lassen sich mit vertretbarem Aufwand in diesem Rahmen keine umfassenden Aussagen machen, wie sich die zunehmende Nutzung von sozialen Netzwerken zukünftig im Einzelnen politisch auswirken wird. Verwiesen sei in diesem Zusammenhang auf das DFG-Forschungsprojekt „Politische Kommunikation in der Onlinewelt“ an der Universität Düsseldorf, das sich seit April 2011 dieser Fragestellung umfassend widmet.

In Nordrhein-Westfalen werden soziale Netzwerke insofern politische Auswirkungen haben, als dass sie entsprechend ihrer Möglichkeiten und Potenziale eine Rolle in der Strategie der Landesregierung NRW spielen werden. Dies betrifft sowohl die Förderung innovativer Anwendungsformen sozialer Netzwerke, die Einbindung von Social Media in die Regierungsarbeit im Sinne einer zeitgemäßen Politikkommunikation und nicht zuletzt durch die Begleitung eines offenen und kritischen Diskurses über die politische Rolle sozialer Netzwerke - wie durch den Social Community Day (siehe auch Antwort auf Frage 272).

274. Welche zukünftigen rechtlichen Auswirkungen erwartet die Landesregierung im Einzelnen durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen?

Die Landesregierung erwartet rechtliche Auswirkungen sozialer Netzwerke in datenschutzrechtlicher, strafrechtlicher und urheberrechtlicher Hinsicht.

Es besteht ein Konsens, dass die Weiterentwicklung der Rechtsordnung im Sinne einer technikneutralen Anpassung des jeweiligen Datenschutz- und Medienrechts an die fortschreitende Entwicklung des Internets geboten ist, um der zunehmenden Bedeutung sozialer Netzwerke gerecht zu werden. Für die maßgeblichen gesetzlichen Regelungen liegt die Gesetzgebungskompetenz beim Bund (siehe dazu auch Antwort auf Frage 292).

Im Hinblick auf die rasante Entwicklung der digitalen Medien haben öffentliche und kriminalpolitische Diskussionen in den letzten Jahren vermehrt das Thema Internet- und Computer-

kriminalität in den Blick genommen. Diskutiert werden die Gefahren und Risiken neuer Medien. Hinsichtlich der Kriminalität kann das Internet in dreifacher Weise genutzt werden: Als Werkzeug oder Tatmittel (beispielsweise bei der Verbreitung von Material mit der Darstellung des sexuellen Missbrauchs von Kindern oder der Anbahnung von Kontakten), als Ziel (zum Beispiel durch Einschleusen von Schadsoftware) oder als Tatort krimineller Handlungen. Insoweit geht es um sexuelle Belästigung und sogenanntes Cybermobbing oder Cyberstalking in sozialen Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ. Aufmerksamkeit erlangen insbesondere die Risiken für junge Menschen, deren neue Freiheiten bei der Gestaltung sozialer Kontakte in der öffentlichen Wahrnehmung nun auch zunehmend Beschränkungen der persönlichen Selbstbestimmung erkennen lassen.

Die Entwicklungen und die Auswirkungen sozialer Netzwerke werden durch die Polizei kontinuierlich beobachtet und bewertet. Der am 12. Juli 2011 neu eingerichtete Landespräventionsrat des Landes Nordrhein-Westfalen hat am 12. Oktober 2011 die Einrichtung einer Arbeitsgruppe "Prävention der Internet- und Computerkriminalität" beschlossen. Diese federführend vom Ministerium für Inneres und Kommunales des Landes Nordrhein-Westfalen (MIK) organisierte Arbeitsgruppe wird sich auch mit Kriminalitätsgefahren bei der Nutzung sozialer Netzwerke und dem damit gegebenenfalls notwendigen kriminalrechtlichen Regelungsbedarf befassen.

Aus dem Blickwinkel der Kriminalprävention geht es im Vorfeld rechtlicher Reformen, wie dargelegt, natürlich auch um die empirische Analyse neuer sozialer Risiken. Am Rande solcher Betrachtungen spielen auch Aspekte kulturellen Wandels eine Rolle. Die betreffenden Kriminalitätsphänomene selbst ebenso wie Folgemaßnahmen verursachen auch volkswirtschaftliche Kosten, die nicht näher beziffert werden können. Schließlich sind die vorstehenden Zusammenhänge Gegenstand einer kriminalpolitischen Bewertung, die den kriminalrechtlichen Handlungsbedarf neben originär juristischen Erwägungen eben auch mit den weiteren Rahmenbedingungen in Einklang bringen muss.

Urheberrechtlich stellt sich die Frage des Verstoßes gegen geschützte Rechte Dritter beim „Hochladen“ von Fotos, Filmen, Texten oder Musikstücken ohne Erlaubnis auf die eigene Profilseite. Derzeit gibt es in diesem Bereich nur in vereinzelt Fällen Abmahnungen wegen Urheberrechtsverletzungen. Als Abhilfemaßnahme wird eine so genannte Kulturfltrate diskutiert, mit der durch eine monatliche Gebühr aller Haushalte die Urheberrechtsverletzungen abgegolten wären, oder eine vor allem im anglo-amerikanischen Raum verbreitete Fair-use-Regel, nach der Veröffentlichungen im Rahmen der eigenen Freunde keine Abmahnungen nach sich ziehen. Solche Lösungen sind dem deutschen Urheberrecht indes fremd und entsprechen auch nicht dem Grundverständnis des geistigen Eigentums.

Die öffentliche Kritik sowie mehrere Anzeigen von Facebook-Nutzern bei der irischen Datenschutzbehörde haben zu größerem Entgegenkommen von Facebook sowohl im Urheberrechtsschutz als auch im Datenschutz geführt. Facebook befindet sich in Verhandlung mit dem Hamburgischen Datenschutzbeauftragten. Die in Aussicht genommene Regelung könnte auf Nordrhein-Westfalen übertragen werden.

275. Welche zukünftigen volkswirtschaftlichen Auswirkungen erwartet die Landesregierung im Einzelnen durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen?

Die elektronische Vernetzung durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) ist aus dem beruflichen und privaten Leben nicht mehr wegzudenken. Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV) verweist in diesem

Zusammenhang auf Einschätzungen der Branche, dass Unternehmen durch den Einsatz sozialer Netzwerke im Kundenbeziehungsmanagement ihren Umsatz mittels Kampagnen im Netz im zweistelligen Bereich steigern können.

Gleichwohl ist aus Sicht des Verbraucherschutzes dabei die Sammlung und Verwertung von Nutzerdaten durch soziale Netzwerke kritisch zu begleiten. Daher setzt sich das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) für die Stärkung des Einwilligungsvorbehalts und der Widerspruchsrechte der Verbraucherinnen und Verbraucher gegen die Nutzung ihrer personenbezogenen Daten im Rahmen anstehender Neuregelungen des EU-Datenschutzes ein.

276. Welche zukünftigen kulturellen Auswirkungen erwartet die Landesregierung im Einzelnen durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen?

Laut der Onlinestudie von ARD und ZDF 2011 (www.ard-zdf-onlinestudie.de) nutzen nur noch drei von vier Onlinern einen PC für den Internetzugang. Jeder zweite surft mit dem Laptop und schon 16 Prozent der deutschen Onliner nutzen das Internet via Handys, Smartphones und anderer mobiler Endgeräte wie zum Beispiel Tablet Computer. 43 Prozent aller Deutschen haben ein eigenes Profil in einer Community (bei den unter 30jährigen sind es bereits 71 Prozent). Immer mehr Menschen gehen mobil ins Internet und nutzen Apps.

Diesen Entwicklungen werden auch die Anbieter von Kulturangeboten Rechnung tragen, beispielsweise durch ein verändertes Marketing, das viel stärker dialogisch aufgebaut sein wird. Über ihre Anbindung an soziale Netzwerke können heute theoretisch viel mehr Menschen Kunst und Kultur erleben. Darunter sind auch viele, die bislang wenig Verbindung zu diesem Feld hatten. Dieses neue Publikum über digitale Medien anzusprechen, ist eine spannende Herausforderung.

Gleichzeitig werden die Künste selbst neue Formen und Techniken der Gestaltung, Wahrnehmung und Reflexion kreieren. Dabei werden sie beispielsweise den veränderten Aufmerksamkeitsgewohnheiten der heute jungen Zuschauer Rechnung tragen. Aber auch eine Gegenbewegung ist denkbar: die Wiederentdeckung der Langsamkeit und des Rückzugs aus der allgegenwärtigen Kommunikation – etwa in Form von mehrstündigen Theatermarathons.

Insgesamt gilt, dass die sozialen Netzwerke die Entwicklung von „Usern“ fördern, also Menschen, die Angebote nicht mehr „konsumieren“ sondern „nutzen“. Auch im Kulturbereich muss die Frage nach eben diesem „Nutzen“ in Zukunft immer wieder neu beantwortet werden.

277. Welche empirisch belegbaren Anhaltspunkte bestehen bislang dafür, dass sich durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke das Sozial- und Freizeitverhalten der nordrhein-westfälischen Bürger ändert? Falls ja: Auf welche Weise und in welche Richtung?

Zu den nordrhein-westfälischen Bürgern generell liegen keine einzelnen empirischen Angaben vor.

Aus den Studien KIM (Kinder+Medien, Computer+Internet) und JIM (Jugend+Medien, Computer+Internet) des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) des Jahres 2010 lassen sich folgende Aussagen zu Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung von

Kindern und Jugendlichen treffen: Die liebste Freizeitbeschäftigung der Kinder (6- bis 13-Jährige) ist nach wie vor „Freunde treffen“ und steht deutlich an erster Stelle (43%). Knapp ein Drittel benennt das Fernsehen dicht gefolgt von Computer-, Konsolen- beziehungsweise Onlinespielen. Mit zunehmendem Alter verliert das Spielen, Fernsehen und Zusammensein mit Eltern und Familie an Bedeutung. Internet, Computer und Handy werden deutlich häufiger als eine der drei liebsten Freizeitaktivitäten benannt (siehe KIM 2010, S. 10 und 11). Ein Vergleich mit den Ergebnissen des Jahres 2008 zeigt keine Veränderung der TOP 3-Freizeitaktivitäten (Freunde treffen, Draußen spielen und Fernsehen). „Freunde treffen“ gewann sogar 6 Prozentpunkte hinzu.

Bei den Jugendlichen sind die nicht-medialen Freizeitaktivitäten über die vergangenen Jahre hin betrachtet relativ stabil. Die häufigste Tätigkeit „Freunde treffen“ ist im Vergleich zu den Zahlen aus dem Jahr 2005 lediglich mit einem Rückgang von drei Prozentpunkten immer noch auf Platz 1. Bei den non-medialen Freizeitaktivitäten stehen „Sport“ und „Ausruhen, nichts tun“ auf Platz 2 und 3. Medien spielen für Jugendliche eine sehr große Rolle: 91 Prozent nutzen regelmäßig (zumindest mehrmals pro Woche) ein Handy, 90 Prozent das Internet und 88 Prozent das Fernsehen (siehe JIM-Studie 2010, S. 10 und 11). Bezogen auf die Wichtigkeit der Mediennutzung wird Musik hören als die wichtigste Medienaktivität von den Jugendlichen benannt.

Diese Zahlen zeigen, dass sich das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen dem Grunde nach wenig verändert hat. Allerdings bringen die Möglichkeiten der neuen, portablen Medien neben neuen Chancen auch neue Problemstellungen mit sich, denen sich die medienpädagogischen Angebote stellen müssen (zum Beispiel Cybermobbing, Aufklärung zu Datenschutzfragen insbesondere hinsichtlich sozialer Netzwerke etc.).

278. Welche empirisch belegbaren Anhaltspunkte bestehen bislang dafür, dass sich durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke das Familienleben und partnerschaftliche Beziehungskulturen unter nordrhein-westfälischen Bürgern ändern? Falls ja: Auf welche Weise und in welche Richtung?

Das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung hat im April 2009 gemeinsam mit der Universität Salzburg eine Studie „Jugendliche und Web 2.0“ im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Dabei wurde der Stellenwert der Social-Media-Angebote im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen untersucht. Eine Studie zur Fragestellung, wie sich die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke auf das Familienleben und partnerschaftliche Beziehungskulturen auswirkt, zumal speziell in NRW, liegt jedoch nicht vor.

Allerdings gibt es einige Studien auf Bundesebene, in denen aufgrund von Befragungen Aussagen zum Nutzungsverhalten und zu den Vorteilen der Nutzung von sozialen Netzwerken in Deutschland getroffen werden können. Laut einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Aris im Auftrag des Berufsverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) vom Mai 2011 sollen mittlerweile etwa 40 Millionen Bundesbürger Mitglied in sozialen Netzwerken sein und dort im Schnitt insgesamt 133 Kontakte haben. Im Durchschnitt, so die Umfrageergebnisse, sind die Mitglieder in 2,4 Communities angemeldet. In der Altersgruppe unter 30 Jahren sind demzufolge 96 Prozent der User Mitglied in einem Netzwerk und 94 Prozent nutzen dieses aktiv. Bei den über 50-jährigen Nutzenden hätte demnach jeder zweite einen Netzwerkaccount. Dabei lägen Frauen in der Nutzung von sozialen Netzwerken mit 80 Prozent vor den Männern mit 74 Prozent. In der repräsentativen Umfrage wurden deutschlandweit 1.000 deutschsprachige Personen ab 14 Jahren befragt, darunter 714 Internetnutzer.

Die meisten Befragten (73 Prozent) gaben im Rahmen der BITKOM-Untersuchung an, über soziale Netzwerke Freundschaften zu pflegen und sich über Veranstaltungen und Treffen (50 Prozent) zu informieren. Ältere Nutzer (ab 65 Jahren) begnügen sich im Schnitt mit 30 Kontakten, wobei sie vor allem alte Bekanntschaften per Web aufrechterhalten (drei Viertel). Zwei Drittel hätten zudem alte Freunde wiedergefunden. Jeder dritte erklärte, über soziale Netzwerke neue Freunde gefunden zu haben, sechs Prozent hätten ihren Lebenspartner hierüber kennengelernt. Sieben Prozent der Nutzer gaben an, über soziale Netzwerke berufliche Kontakte geknüpft zu haben.

279. Welche empirisch belegbaren Anhaltspunkte bestehen bislang dafür, dass sich durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke das Arbeitsverhalten und Wirtschaftshandeln bei nordrhein-westfälischen Bürgern ändert? Falls ja: Auf welche Weise und in welche Richtung?

Der Landesregierung liegen keine empirisch belegbaren Anhaltspunkte dafür vor, dass sich durch die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke das Arbeitsverhalten und Wirtschaftshandeln der nordrhein-westfälischen Bürger ändert.

280. Wie wird sich voraussichtlich die zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke künftig auf die Nutzung „klassischer Medien“ auswirken? (bitte differenziert nach Art des Mediums wie beispielsweise Tageszeitung, Fernsehen, Hörfunk, Bücher etc. und der jeweils zu erwartenden Entwicklung angeben)

Durch ihre große Reichweite und hohe Nutzungsintensität wirken sich soziale Netzwerke in signifikanter Weise auf das Kommunikationsverhalten der Menschen aus – und damit auch auf die Nutzung klassischer Medien. Laut einer aktuellen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Aris im Auftrag des Berufsverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) vom Mai 2011 sollen mittlerweile etwa 40 Millionen Bundesbürger Mitglied in sozialen Netzwerken sein (siehe Antwort auf Frage 278).

Das aktuell in Deutschland am meisten genutzte soziale Netzwerk ist Facebook. 40 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer geben an, Facebook zu verwenden. An zweiter Stelle folgt nach Aussage des BITKOM Wer-kennt-wen, an dritter Stelle StayFriends. Die Hauptnutzungsmotive sozialer Netzwerke sind die Kommunikation mit Freunden und Bekannten sowie das Teilen von Medieninhalten und der Austausch über diese (weitere Informationen zur privaten Nutzung sozialer Netzwerke in den Antworten zu den Fragen 247 und 278). Nach einer Untersuchung der Software Initiative Deutschland e.V. nutzen zudem bereits 58 Prozent aller Unternehmen Social Media geschäftlich.

Der Einfluss sozialer Netzwerke auf „klassische Medien“ ist vielfältig und kann nicht in einem einseitigen Wirkungszusammenhang beschrieben werden: Im Werbemarkt ist generell eine Verschiebung der Werbeinnahmen von klassischen hin zu neuen Medien zu verzeichnen. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) verweist dazu auf die aktuellen Marktzahlen des Online-Vermarkter-Kreises (OVK) (Bruttowerbeausgaben für Internet 2011: 21,8 Prozent (im Vergleich 2006: 8,7 Prozent); TV an erster Stelle mit 37,9 Prozent (2006: 37,7 Prozent); Radio bei 4,8 Prozent (2006: 5,5 Prozent); Zeitung sinkt auf 17,8 Prozent (2006: 24,1 Prozent), ebenso die Zeitschriften auf 12,5 Prozent (2006: 18,9 Prozent) und Plakat 3,5 Prozent (2006: 3,1 Prozent). In diesem Kontext gewinnen Social-Media-Plattformen mit ihrem attraktiven Marketingumfeld zunehmend an Bedeutung: Zahlreiche Inszenierungsmöglichkeiten von Marken, direkte Rückkanalfähigkeit und genaue Zielgruppenansprache haben im Jahr 2010 zu einer starken Zunahme der Werbeinvestitionen im Bereich Social Media geführt.

Dennoch besteht nach Ansicht des BITKOM keine direkte Konkurrenzsituation zwischen Anbietern sozialer Netzwerke und „klassischen“ Medien. Demzufolge gehören diese Medienarten jeweils anderen Verwendungszusammenhängen an und erfüllen für die Nutzer verschiedene Zwecke. Vielmehr sieht der BITKOM hier eine Situation, in der sich beide Medienarten ergänzen, da immer mehr klassische Medien ihr Angebot im Umfeld sozialer Netzwerke ausbauen, um so die dort vertretenen Nutzer zu erreichen.

Die sogenannten klassischen Medien – zu dem Ergebnis kommt auch die Branchenstudie German Entertainment and Media Outlook: 2011-2015 – entdeckten zunehmend die sozialen Netzwerke: zum einen als Marketinginstrument und -umfeld und zum anderen als eine neue Vertriebsplattform. So gewannen die sozialen Netzwerke als Traffic-Lieferanten für Nachrichtenseiten mehr und mehr an Bedeutung. Führend in diesem Bereich sei nach wie vor der Onlinedienst Google News, doch habe auch Facebook beim Einfluss auf die Nachrichtenauswahl eine marktrelevante Dimension erreicht: Laut einer Untersuchung von Nielsen ist Facebook bereits für drei Prozent der Besuche auf den wichtigsten Nachrichtenseiten in den USA verantwortlich; in Deutschland kommt zum Beispiel „Bild.de“ auf beachtliche zehn Prozent dieser sogenannten Facebook-Referrer.

Auch der Verband privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) sieht laut Stellungnahme vom 18. Oktober 2011 in den neuen digitalen Medien weniger eine Konkurrenz für das herkömmliche Fernsehen, „sondern vielmehr einen unverzichtbaren, attraktiven Übertragungsweg, über den sich Reichweiten steigern und neue Services launchen lassen.“ So gehören die Portale der privaten Fernsehsender zu den erfolgreichsten Internet-Angeboten in Deutschland. Die Videonutzung auf diesen Portalen, so der VPRT, wachse kontinuierlich.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Initiativen, die professionelle Bewegtbildinhalte mit den Gratifikationen von Onlinewelt und sozialen Netzwerken zu verknüpfen versuchen, wie Putpat, das ARD/ZDF-Vorhaben Germany's Gold oder die geplante gemeinsame Onlinevideo-Plattform von RTL und ProSiebenSat.1. Hier ist der Markt jedoch noch sehr vom Testhandeln der Akteure bestimmt, sowohl im Hinblick auf Geschäftsmodelle, Technologie und Nutzerführung, als auch hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen. Das Gleiche gilt für die Musikindustrie. Innerhalb der digitalen Wertschöpfungskette sind zahlreiche Initiativen für neue Geschäftsmodelle zu verzeichnen, in denen auch die Mechanismen sozialer Netzwerke eine zentrale Rolle spielen.

Auch für den klassischen Hörfunk, so der Verband Lokaler Rundfunk NRW (VLR-NRW), gewinnen soziale Netzwerke wie Facebook zunehmend an Bedeutung - zur Verbreitung redaktioneller Inhalte sowie zur Kommunikation mit den Hörern mit dem Ziel einer intensiveren Hörerbindung. So habe sich Facebook sehr schnell zu einem festen Bestandteil der Kommunikation mit den Hörern entwickelt. Mit dazu beigetragen habe auch die positive Funktion sozialer Netzwerke für die journalistische und redaktionelle Arbeit – zum Beispiel als Recherche-Tool und in der Hörerkommunikation. Ziel der Social Media-Angebote sei es, so der VLR-NRW, die Nutzer immer wieder auf das eigentliche Programm des Senders zu führen. Der Verband weist allerdings darauf hin, dass für den zielgerichteten Einsatz von Social Media eine entsprechende Arbeitsorganisation und Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unerlässlich sei.

Auch Tageszeitungen nutzen bereits heute die sozialen Netzwerke, um auf ihre Inhalte aufmerksam zu machen sowie zur Kundenbindung. Soziale Netzwerke sind in vielfältiger Weise in die Onlineangebote der Verlage eingebunden und sorgen dort für einen nutzergenerierten Diskurs über aktuelle Themen. Gleichwohl geht der Zeitungsverlegerverband NRW (ZVNRW) davon aus, dass der evidente Erfolg der sozialen Netzwerke künftig auch den klassischen Zeitungen und ihren Kernwerten wieder zuspielden wird. Gerade durch die zu-

nehmend größere Unübersichtlichkeit medialer Angebote werde die Bedeutung der Lotsenfunktion der Zeitungen eher zunehmen. Sortieren, einordnen, gewichten und kommentieren, so der ZVNRW, sei demnach eine der zentralen Funktionen der Zeitungen, deren Bedeutung bei zunehmender Verfügbarkeit aller möglichen Informationen aus allen möglichen seriösen und unseriösen Quellen noch erheblich zunehmen werde. Dieser Bedeutungszuwachs der klassischen Zeitungsangebote bildet sich derzeit jedoch noch nicht im Gesamtmarkt ab. Von allen Mediensegmenten verzeichnen die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage bis dato die größten Umsatzeinbußen (s.o.).

Perspektivisch rechnet der German Entertainment and Media Outlook 2011-2015 mit einer anhaltend hohen Bedeutung von sozialen Netzwerken und prognostiziert für Deutschland leicht steigende Nutzerzahlen bei den derzeit etablierten Netzwerken wie Facebook. Entsprechend ist davon auszugehen, dass sich auch der Effekt sozialer Netzwerke auf die klassischen Medien noch verstärken wird. Doch während die Nutzerzahlen von Facebook und anderen in Deutschland noch stark ansteigen, sind diese auf dem Heimatmarkt USA und einer weiteren Reihe von Märkten bereits rückläufig. Allerdings müsse beachtet werden, so die Studie, dass in den USA mittlerweile fast die Hälfte der Bevölkerung ein Facebook-Profil hat. In Deutschland sind es dem Branchenbericht zufolge dagegen nur rund 24 Prozent der Bevölkerung (wegen unterschiedlicher Untersuchungsrahmen sind die Zahlen nicht kommensurabel mit den Ergebnissen der oben erwähnten BITKOM-Studie).

281. Welche Unternehmen mit Sitz in Nordrhein-Westfalen sind der Landesregierung bekannt, die bereits heute soziale Netzwerke personalwirtschaftlich nutzen? (bitte differenziert nach Einsatzfeldern wie einerseits Personalrekrutierung sowie Personalmarketing und andererseits zur Informationsbeschaffung über Bewerber)

Konkrete Zahlen liegen der Landesregierung nicht vor und können in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht ermittelt werden.

282. Wie hoch ist in etwa der Anteil jener Unternehmen an der Gesamtzahl der Unternehmen mit Sitz in Nordrhein-Westfalen?

Konkrete Zahlen liegen der Landesregierung nicht vor und können in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht ermittelt werden.

283. Wie haben sich Umsatz und Beschäftigung der soziale Netzwerke nutzenden nordrhein-westfälischen Unternehmen mit einer Beschäftigtenzahl von 2.500 oder mehr seit Einführung der Nutzung der sozialen Netzwerke im jeweiligen Unternehmen entwickelt?

Konkrete Zahlen liegen der Landesregierung nicht vor und können in diesem Rahmen mit vertretbarem Aufwand nicht ermittelt werden.

284. Welche einzelnen rechtlichen Restriktionen im Detail sind für Arbeitgeber in Nordrhein-Westfalen bei der Informationsbeschaffung über einerseits Beschäftigte und andererseits Bewerber auf dem Wege des Internets und durch soziale Netzwerke zu beachten, und welche rechtlichen Nachteile können Arbeitnehmern abhängig von ihrer Präsentation in den neuen Medien entstehen, wenn sie dort unbedacht bedenkliche Wort- und Bildinformationen über sich preisgeben? (bitte ausführliche Darstellung der Auswirkungen unterschiedlicher Sachverhaltsgestaltungen)

Der Schutz personenbezogener Daten von Arbeitnehmern ist der Landesregierung ein besonderes Anliegen. Eine umfassende Regelung für den Beschäftigtendatenschutz wird deshalb ausdrücklich begrüßt und angestrebt.

Nach derzeit geltendem Recht dürfen personenbezogene Daten von Beschäftigten für Zwecke des Beschäftigungsverhältnisses erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, wenn dies für die Entscheidung über die Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses oder nach Begründung des Beschäftigungsverhältnisses für dessen Durchführung oder Beendigung erforderlich ist (§ 32 Abs. 1 S. 1 Bundesdatenschutzgesetz).

Der Arbeitnehmerdatenschutz ist derzeit Gegenstand eines Gesetzgebungsverfahrens, in dessen Verlauf sich die Landesregierung dafür eingesetzt hat, klarstellende rechtliche Regelungen für den Umgang mit sensiblen Daten im Arbeitsverhältnis zu schaffen, die die Interessen von Beschäftigten und Arbeitgebern zu einem angemessenen Ausgleich bringen. Die Landesregierung tritt dafür ein, dass die Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung vor Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses sich auf objektiv fachliche, auf die Eignung für die vorgesehene Tätigkeit – auch im Vergleich zu anderen Bewerbern – bezogene Kriterien beschränken muss. Der datenschutzrechtliche Grundsatz der Direkterhebung bei den Betroffenen muss auch hier konsequent beachtet werden. Die Datenerhebung aus anderen Quellen darf allenfalls unter engen Voraussetzungen zugelassen werden. Dabei ist die eingeschränkte Aussagekraft anderweitig erhobener Daten im Hinblick auf deren nicht unmittelbar überprüfbarer Wahrheitsgehalt zu berücksichtigen.

Der aktuell diskutierte Gesetzesentwurf sieht vor, dass der Arbeitgeber für die Begründung des Arbeitsverhältnisses erforderliche Beschäftigtendaten auch aus allgemein zugänglichen Datenquellen wie zum Beispiel dem Internet erheben kann, wenn die schutzwürdigen Interessen des Arbeitnehmers nicht überwiegen und die Datenerhebung nicht unverhältnismäßig ist. Daten von Bewerberinnen und Bewerbern oder Beschäftigten, die aus sozialen Netzwerken stammen und der elektronischen Kommunikation dienen, sollen vom Arbeitgeber grundsätzlich nicht erhoben werden dürfen. Eine Ausnahme soll für die Datenerhebung aus sozialen Netzwerken gelten, die zur Darstellung der beruflichen Qualifikation ihrer Mitglieder bestimmt sind.

Die Zulässigkeit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Beschäftigtendaten aus dem Internet oder aus sozialen Netzwerken ist sowohl nach derzeitiger Rechtslage als auch nach Inkrafttreten eines neuen Beschäftigtendatenschutzgesetzes eine Frage des konkreten Einzelfalles. Die Vielzahl aller denkbaren Sachverhaltsgestaltungen ist deshalb hier nicht darstellbar. Die zukünftige gesetzliche Ausgestaltung des Arbeitnehmerdatenschutzes und die sich ggf. daraus ergebende Rechtsprechung bleibt abzuwarten.

285. Welche Chancen und Risiken erblickt die Landesregierung durch die Nutzung sozialer Netzwerke im Einzelnen differenziert nach den drei betroffenen Gruppen Bevölkerung, Unternehmen und staatliche Stellen?

Die Chancen und Risiken durch die Nutzung sozialer Netzwerke im Einzelnen differenziert nach den drei betroffenen Gruppen Bevölkerung, Unternehmen und staatliche Stellen sind immer abhängig vom jeweiligen Nutzungskontext und der jeweiligen Nutzungsintensität. Daher ist eine entsprechende Differenzierung seitens der Landesregierung ohne konkreten Bezug in der Fragestellung nicht möglich. Es wird jedoch verwiesen auf die Antworten auf Frage 247ff.

Allgemein kann jedoch an dieser Stelle festgestellt werden: Soziale Netzwerke bieten einerseits große Chancen, sowohl für die Bürgerinnen und Bürger, die durch die sozialen Netzwerke neue Kontakte, neue Sichtweisen und neue Ideen gewinnen und bestehende Kontakte pflegen können. Andererseits sind Risiken zum Beispiel im Hinblick auf Datenschutz und Privatsphäre zu nennen, da soziale Netzwerke als Geschäftsmodell in der Regel auf zielgruppenspezifischer Ansprache sowie direkter oder indirekter Vermarktung von Nutzerdaten, insbesondere von persönlichen Angaben und Interessen, basieren. Jeder Datenverlust, jede Datenpanne – ob selbstverschuldet oder durch eine Firma – kann zu Diebstahl und zur unauthorisierten Veröffentlichung von Daten führen. Vor diesem Hintergrund ist durch die jeweiligen Nutzer von sozialen Netzwerken, ob Privatperson, Wirtschaftsakteure oder öffentliche Stellen, eine individuelle, fortlaufende Chancen-Risiken-Abwägung hinsichtlich der eigenen Präsenz und Datenspeicherung in sozialen Internetnetzwerken empfehlenswert.

286. Wie bewertet die Landesregierung die jüngsten Entwicklungen im Bereich sogenannter Facebook-Partys, bei denen eine große Zahl meist junger Menschen sich aufgrund Onlineverabredung an einem beliebigen Ort versammelt? Welche Änderungen und Ergänzungen haben sich diesbezüglich seit entsprechender Erörterung in der Fragestunde des Landtags ergeben?

Zur Beantwortung des ersten Teils der Frage wird auf die Antwort zu Frage 287 verwiesen. Das Ministerium für Inneres und Kommunales (MIK) hat sich intensiv mit dem Phänomen der „Facebook-Partys“ befasst und hat diesbezüglich auch im Juli 2011 mit der Firma Facebook ein Gespräch geführt. Unter anderem wurde diskutiert, ob durch eine andere Seitengestaltung das (unbeabsichtigte) Versenden von Einladungen an einen unbestimmten Teilnehmerkreis verhindert werden könnte. Mittlerweile hat das Unternehmen auf die vielfache Kritik aus dem öffentlichen Raum reagiert und einen entsprechenden Warnhinweis in die Seitengestaltung mit aufgenommen, wenn Minderjährige eine öffentliche Veranstaltung erstellen wollen. Im Übrigen sind Ordnungs- und Polizeibehörden mittlerweile hinreichend sensibilisiert für entsprechende Aufrufe zu Facebook-Partys und können somit – soweit erforderlich – frühzeitig Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung treffen.

287. Wie beurteilt die Landesregierung verstärkte Überlegungen von Kommunen, Facebook-Partys im öffentlichen Raum präventiv zu untersagen (dies insbesondere vor dem Hintergrund der verfassungsrechtlich gewährleisteten Versammlungsfreiheit)?

Die in Artikel 8 Grundgesetz gewährleistete Versammlungsfreiheit wird durch ein Verbot sogenannter „Facebook-Partys“ grundsätzlich nicht berührt, weil diese Zusammenkünfte im Allgemeinen nicht dazu dienen, eine Meinung der Teilnehmer zu bilden oder kund zu tun. Zur generellen Zulässigkeit internetbasierter Spontanverabredungen hat sich die Landesre-

gierung bereits in der Antwort auf die Kleine Anfrage Nr. 837 des Abgeordneten Dr. Wilhelm Droste, CDU, vom 01. August 2011, LT-Drs. 15/2495, geäußert.

288. Welche Facebook-Partys haben bislang im Jahr 2011 zu jeweils welchem Datum an jeweils welchem Ort und mit jeweils welcher überschlägigen Teilnehmerzahl in Nordrhein-Westfalen stattgefunden, und welche angefragten oder angekündigten Facebook-Partys sind andererseits zuvor untersagt bzw. im Verlauf aufgelöst worden? (bitte detaillierte Sachverhaltsdarstellung)

Erkenntnisse über sogenannte „Facebook-Partys“ werden nicht zentral erhoben. Die folgende Auflistung gibt die Erkenntnisse wieder, die der Polizei Nordrhein-Westfalen im Jahr 2011 bekannt geworden sind:

- | | |
|------------|--|
| 12.06.2011 | Herne
von der Polizei aufgelöst, erteilte Platzverweise durchgesetzt, 250 Teilnehmende |
| 17.06.2011 | Aachen
Die Veranstaltung wurde im Vorfeld von der Stadt Aachen verboten; dennoch erschienen in der Spitze ca. 400-500 Teilnehmende; keine Störungen |
| 17.06.2011 | Wuppertal
von der Polizei aufgelöst; ca. 80 Teilnehmende |
| 18.06.2011 | Lünen
keine Störungen; ca. 90 Teilnehmende |
| 21.06.2011 | Oberhausen
nicht stattgefunden; nach der Intervention der Sicherheitsbehörden wurde die Einladung zurückgenommen |
| 24.06.2011 | Erfstadt
keine Störungen; 120 Teilnehmende |
| 24.06.2011 | Wuppertal
keine Störungen; in der Spitze ca. 50 Teilnehmende |
| 25.06.2011 | Wuppertal
keine Störungen; ca. 30 Teilnehmende |
| 01.07.2011 | Wuppertal
nicht stattgefunden; im Vorfeld wurde auf Betreiben der Sicherheitsbehörden der Aufruf zurückgenommen und die Veranstaltung durch Allgemeinverfügung der Stadt Wuppertal verboten |
| 02.07.2011 | Gronau
nicht stattgefunden; auf Betreiben der Sicherheitsbehörden wurde die Veranstaltung von der Einladenden im Vorfeld abgesagt |
| 02.07.2011 | Bad Sassendorf
nicht stattgefunden; Veranstaltung wurde vor Ort in Absprache mit dem Ordnungsamt untersagt |

- 07.07.2011 Lünen
keine Störungen; ca. 90 Teilnehmende hatten sich angekündigt; im Ergebnis jedoch nur mäßige Teilnehmerzahl
- 09.07.2011 Brilon
nicht stattgefunden; nach Intervention der Sicherheitsbehörden im Vorfeld durch den Einladenden abgesagt.
- 15.07.2011 Essen
nicht stattgefunden; vom Ordnungsamt der Stadt Essen durch Allgemeinverfügung verboten
- 15.07.2011 Wülfrath
nicht stattgefunden; vom Ordnungsamt der Stadt Wülfrath wurde die Veranstaltung im Vorfeld verboten. Vereinzelt erschienene Personen wurden sofort gezielt Platzverweise erteilt
- 15.07.2011 Duisburg
keine Störungen; ca. 40 Teilnehmende
- 15.07.2011 Hattingen
nicht stattgefunden; auf Betreiben der Stadt Hattingen wurde die Veranstaltung bei Facebook im Vorfeld gelöscht und von der Stadt Hattingen im Vorfeld per Allgemeinverfügung verboten
- 05.08.2011 Sprockhövel
nicht stattgefunden; auf Betreiben der Stadt Sprockhövel im Vorfeld bei Facebook gelöscht und durch Allgemeinverfügung von der Stadt verboten
- 06.08.2011 Bielefeld
nicht stattgefunden; auf Betreiben der Stadt Bielefeld im Vorfeld von den Veranstaltern abgesagt

289. In jeweils welchen Fällen ist es bislang im Jahr 2011 bei Facebook-Partys in Nordrhein-Westfalen zu Zwischenfällen gekommen, bei denen Vorschriften des StGB verletzt worden sind? (bitte Sachverhalte präzise nach Anzahl und Delikt aufschlüsseln)

Zu zweien der in Antwort zu Frage 288 genannten „Facebook-Partys“ aus dem Jahre 2011 liegen der Polizei Nordrhein-Westfalen Erkenntnisse vor, nach denen es zu Zwischenfällen unter Verletzung der Vorschriften des StGB kam.

Bei dem über Facebook organisierten Flashmob am 12. Juni 2011 in Herne mit ca. 250 jugendlichen Teilnehmenden, der von der Polizei aufgelöst wurde, kam es zu alkoholbedingten Körperverletzungsdelikten. Es kam zu Strafanzeigen wegen Körperverletzung in fünf Fällen. Eine weitere Strafanzeige erfolgte wegen Sachbeschädigung an einem Pkw.

Bei der Facebook-Party am 17. Juni 2011 in Wuppertal mit bis zu 800 Teilnehmenden, die durch die Polizei aufgelöst wurde, wurden insgesamt 16 Personen verletzt. Davon musste eine Person mit einer Kopfplatzwunde stationär in einem Krankenhaus aufgenommen werden. Außerdem wurden Polizeibeamte mit Flaschen und Pyrotechnik beworfen. Es wurden insgesamt 41 Personen wegen Widerstand gegen Vollstreckungsbeamte in Gewahrsam ge-

nommen. Drei weitere Personen wurden wegen Landfriedensbruch, Körperverletzung und Widerstand gegen die Staatsgewalt vorläufig festgenommen.

290. Welche Gefahren für die Gewährleistung der Ausübung des Grundrechts auf informationelle Selbstbestimmung sieht die Landesregierung in der Nutzung sozialer Netzwerke im Einzelnen begründet?

291. Wie beurteilt die Landesregierung Überlegungen, die Betreiber sozialer Netzwerke gesetzlich zur Gewährleistung eines möglichst hohen Datenschutzniveaus in den Standardprofileinstellungen sozialer Netzwerke zu verpflichten, und wie sollten entsprechende Regelungen ihres Erachtens aussehen?

292. Wie beurteilt die Landesregierung die praktischen Umsetzungsmöglichkeiten einer solchen Verpflichtung angesichts des Umstands, dass eine Vielzahl der Netzwerkbetreiber ihren Sitz im Ausland hat?

Die Fragen 290-292 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammenfassend beantwortet.

Die Betreiber sozialer Netzwerke beabsichtigen, das Nutzerverhalten im Internet aufzuzeichnen und zu analysieren. Diese Profilbildung ist aus Datenschutzsicht bedenklich, weil hierdurch die Möglichkeit zur anonymen Nutzung des Internets eingeschränkt wird, die zu den Kernbereichen des Schutzes der informationellen Selbstbestimmung wie auch zu den Grundbedingungen der freien und ungehinderten Mediennutzung gehört.

Die Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich („Düsseldorfer Kreis“) haben feststellen müssen, dass „das Schutzniveau sozialer Netzwerke wesentlich dadurch bestimmt wird, dass die Betreiber Standardeinstellungen vorgeben“ (Entschießung „Minderjährige in sozialen Netzwerken wirksamer schützen“ vom 24./25. November 2010).

Der Bundesrat hat mit Unterstützung der Landesregierung einen Entwurf zur Änderung des Telemediengesetzes auf den Weg gebracht (Beschluss vom 17. Juni 2011, BR-Drs. Nr. 156/11), der die Diensteanbieter unter anderem verpflichten soll, standardmäßig bei der Neuanmeldung eines Nutzers die höchste Sicherheitsstufe gemäß dem Stand der Technik sowie die Verhinderung der Auffindbarkeit und Auslesbarkeit personenbezogener Daten mittels externer Suchmaschinen in den Einstellungen vorzusehen.

Die praktische Umsetzung entsprechender Verpflichtungen bei Betreibern, die ihren Sitz im Ausland haben, erweist sich in der Praxis tatsächlich als problematisch. Denn für Unternehmen, die ihren Sitz beziehungsweise ihre Niederlassung in einem anderen EU-Mitgliedstaat haben, gilt in Umsetzung von Artikel 4 der Europäischen Datenschutzrichtlinie (RL 95/46/EG) das Datenschutzrecht des Landes, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat (§ 1 Absatz 5 Satz 1 BDSG). Lösungen sind demzufolge vornehmlich auf europäischer Ebene zu suchen. Die Landesregierung begrüßt daher das von der Europäischen Kommission – Mitteilung KOM(2010) 609 – verfolgte Anliegen, den Datenschutz in der EU unter Achtung des Grundrechts auf den Schutz personenbezogener Daten zu modernisieren und an die technischen Entwicklungen anzupassen.

293. Wie beurteilt die Landesregierung die Übertragung der Nutzungsrechte an von den Nutzern selbst eingestellten Inhalten auf die Netzbetreiber durch deren Geschäftsbedingungen im Einzelnen?

Überträgt ein Urheber die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte an eine andere Person, so darf grundsätzlich ausschließlich diese Person das Werk in der bestimmten Art und Weise nutzen (§ 31 Abs. 3 UrhG). Der Inhaber der ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte beziehungsweise der Urheber kann diese Rechte wiederum weiter übertragen, er kann zum Beispiel anderen Personen sogenannte einfache Nutzungsrechte an dem Werk einräumen.

294. Welche Spezifika gibt es bei der Nutzung sozialer Netzwerke durch die nordrhein-westfälische Bevölkerung im Vergleich zu Einwohnern anderer Bundesländer und dem Bundesdurchschnitt? (beispielsweise höhere Nutzerquote in bestimmten Bevölkerungsgruppen, Unterschiede in der einzelnen Anbieterwahl, Länge der wöchentlichen Nutzungsdauer aufgrund vielfältiger regionaler Angebote, oder andererseits größerer Zugriff im ländlichen Raum in Ermangelung eines großstädtischen Freizeitangebotes etc.)

Zum Nutzungsverhalten nordrhein-westfälischer Bürgerinnen und Bürger im Bereich sozialer Medien liegen keine einzelnen empirischen Angaben vor. In der Erhebung von IT.NRW zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien privater Haushalte (IKT-Haushalte) wird erst seit dem Erhebungsdurchgang 2011 eine Frage in direkterem Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Netzwerke gestellt. In vorherigen Erhebungsdurchgängen bezogen sich die Fragen lediglich auf Chatten, Besuchen von Foren oder die Nutzung von Blogs.

Die Antworten lassen sich nach wenigen soziodemographischen Merkmalen aufgegliedert darstellen. Danach lassen sich keine wesentlichen Unterschiede zwischen Männern und Frauen feststellen. Die Mehrzahl ist erwerbstätig, hat einen mittleren Bildungsstand und ist in der Altersgruppe zwischen 25 bis 44 Jahren:

Tab. 294.1: Nutzung des Internet in Nordrhein-Westfalen nach soziodemografischen Merkmalen 2010*

Nach Geschlecht

Personen insgesamt	männlich	weiblich
5.346	2.818	2.528

Nach sozialer Stellung

insgesamt (Personen ab 16 Jahren)	Erwerbstätige	Arbeitslose	Schüler/-innen und Studierende	Rentner/-innen und andere nicht erwerbstätige Personen
4.544	2.964	(382)	705	492

Nach Bildungsstand

insgesamt (Personen ab 16 Jahre)	niedrig	mittel	hoch
4.544	1.394	2.260	889

Nach Alter

Personen insgesamt	Davon im Alter von ... bis ... Jahren				
	10 - 15	16 - 24	25 - 44	45 - 64	65 u. älter
5.346	803	1.645	1.884	910	/

*Die Frage in der Erhebung lautete: Haben Sie in den letzten drei Monaten das Internet zu privaten Zwecken für folgende Aktivitäten genutzt? „Chatten / Einstellen von Mitteilungen in Onlinenetzwerken / Besuch von Foren / Nutzung von Blogs / Instant Messaging. Die Gesamtzahl bezieht sich hier auf alle Personen, die angegeben haben, das Internet in den 3 Monaten vor der Befragung genutzt zu haben.“

Ab dem Erhebungsdurchgang 2011 – diese Daten liegen allerdings noch nicht vor – werden konkretere Informationen zur Nutzung von Onlinenetzwerken vorliegen, neben der „Nutzung sozialer Netzwerke im Internet für die private Kommunikation (zum Beispiel in Netzwerken wie Facebook, SchülerVZ, Twitter, StayFriends, Partnerbörsen, etc.)“ wurde auch erfragt, wofür solche Netzwerke genutzt werden (Chatten, Meinungsäußerung, Arbeitsuche etc.).

Grobe vergleichende Rückschlüsse über die Nutzung sozialer Medien können außerdem aus Zahlen der generellen Internetnutzung (nicht speziell auf soziale Netzwerke bezogen) im Bundesländervergleich gezogen werden.

Der (N)Onliner Atlas der Initiative D21 beschreibt zumindest die Entwicklung der „Onliner“ (Anteil derer, die regelmäßig das Internet nutzen) regional differenziert. Hier nimmt Nordrhein-Westfalen einen mittleren Platz (9) ein und hat einen Zuwachs von zwei Prozent innerhalb des letzten Jahres zu verzeichnen. In der Studie wird weiter differenziert nach dem Anteil der Onliner (NRW: 74,4 Prozent, Bund 74,7 Prozent), der Nutzungsplaner (NRW: 3,1 Prozent, Bund 3,3 Prozent) und der Offliner (NRW: 22,4 Prozent, Bund 21,9 Prozent). Generell ist in städtischen Ballungsgebieten die Anzahl der Onliner größer als im ländlichen Raum. Für Nordrhein-Westfalen ist hier aber keine generelle „digitale Kluft“ zu erkennen. So konnte beispielsweise der Regierungsbezirk Münster dem Regierungsbezirk Köln in diesem Jahr die Spitzenposition abnehmen. Die Studie konstatiert: „Die Spannweite im Bundesland ist insgesamt mit 1,8 Prozentpunkten vernachlässigbar. Auch der Abstand zum Bundesdurchschnitt ist mit einem Prozentpunkt nur leicht unterdurchschnittlich.“

Tab. 294.2: Internetnutzung in Nordrhein-Westfalen nach Regierungsbezirken

Regierungsbezirk	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Düsseldorf	74,0%	3,2%	22,8%
Münster	75,5%	3,2%	21,3%
Detmold	73,7%	2,8%	23,5%
Arnsberg	74,0%	3,6%	22,2%
Köln	75,1%	2,6%	22,3%

Quelle: Initiative D21: (N)Onliner-Atlas 2011. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland.

295. Welcher überschlägige Anteil der Nutzer sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen lädt welche Art persönlicher Daten hoch (Beispiel: 23 % der Nutzer Name und Geburtsdatum; 10 % der Nutzer Name, Geburtsdatum, Rufnummer, E-Mailadresse)?

Diese Daten werden in der amtlichen Statistik nicht erhoben.

296. Welche Möglichkeiten sieht die Landesregierung, bedenkenlose User und darunter insbesondere viele junge Menschen über die langfristigen Konsequenzen eines unbedachten Uploads höchstpersönlicher Nutzerdaten und Fotos in sozialen Netzwerken wie im Internet aufzuklären und zu beraten, und welche diesbezüglichen Aktivitäten gibt es alle gegenwärtig bereits? (bitte ausführliche Darstellung)

Die Landesregierung nutzt mehrere Ansätze, über Chancen und Risiken der Internetnutzung inklusive Sozialer Netzwerke aufzuklären. Die Konzeption der einzelnen Ansätze ist abhängig vom Adressatenkreis. So fördert, initiiert oder beauftragt die Landesregierung Informationsbroschüren und Veranstaltungen, Angebote für Multiplikatoren und Initiativen im Schulbereich beziehungsweise der Jugendarbeit.

Beispielhaft seien folgende Projekte genannt:

„mekonet – Medienkompetenznetzwerk NRW“: mekonet informiert online wie offline Multiplikatoren der Medienbildung über neue Entwicklungen aus dem Medienbereich und bietet Fachtagungen und Seminare an (siehe ausführlicher die Antworten zu den Fragen 331ff). So wurde zum Beispiel im Oktober 2011 das Seminar „Alles was Recht ist: Wie funktioniert Jugendmedienschutz im Internet?“ in der Medienwerkstatt Minden-Lübbecke angeboten.

Mit der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle NRW e.V. (AJS) verfügt Nordrhein-Westfalen über eine Servicestelle für Eltern, Kinder und Jugendliche, pädagogische, soziale und psychologische Fachkräfte. Sie ist zudem als Servicestelle auch für Anfragen von Bildungs- oder Beratungsinstitutionen, von Polizei, Jugendämter, Schulen, Kindergärten tätig. Die eingerichtete Auskunftsstelle/Hotline kann gezielt über Datenschutzfragen informieren und aufklären. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der AJS führen ebenfalls gezielt Aufklärungsarbeit in Einrichtungen der Jugendhilfe und Schulen durch.

Die Landesregierung fördert die Erstellung von Broschüren. So leistet beispielsweise die Broschüre „Freie Musik“ der LAG Lokale Medienarbeit einen Beitrag zur Aufklärung. Sie gibt Hinweise, wie man kreativ mit den Möglichkeiten des Web 2.0 umgehen kann, ohne dabei Urheberrechte zu verletzen. Sie informiert Kinder, Jugendliche, ihre Eltern und vor allem Multiplikatoren über rechtliche Hintergründe und alternative Verfahrensweisen. Sie zeigt zudem Quellen kostenfreier Musik. Darüber hinaus finden sich Informationsmaterialien im Broschürenservice unter www.nrwdirekt.de.

297. Wie beurteilt die Landesregierung Überlegungen von Jugendschutzexperten, hochgeladenen Nutzerdaten in sozialen Netzwerken ein technisches „Verfallsdatum“ beizumessen mit der Folge, dass sich diese nach Ablauf einer bestimmten Frist gleichsam selbst wieder löschen, und forciert die Landesregierung derlei Bestrebungen?

Einmal ins Internet gestellte Daten bleiben dauerhaft abrufbar. Gerade in sozialen Netzwerken werden sehr persönliche Daten wie Bilder oder Informationen aus dem privaten Lebens-

bereich eingestellt. Aber auch Meinungsbeiträge in Foren oder Kommentare bleiben verfügbar. Alle von Internetnutzern geschaffenen Inhalte sind betroffen. Das Problem entsteht dadurch, dass die Daten trotz Entfernens von der Ursprungsseite zum Beispiel in Internetarchiven, im Cache von Suchmaschinen und durch den erneuten Upload durch Dritte abrufbar bleiben.

Derzeit wird als eine mögliche Lösung der sogenannte „digitale Radiergummi“ diskutiert. Daten sollen ein Verfallsdatum erhalten, nach dessen Ablauf sie nicht mehr abrufbar sind. Es wurden bereits verschiedene Softwareprogramme vorgestellt (zum Beispiel Vanish, X-Pire), die jedoch nach Ansicht von Kritikern einige Schwachstellen aufweisen. Zum Beispiel können die Daten vor Ablauf des Verfallsdatums kopiert und ohne Verfallsdatum weiter verwendet werden. Es handelt sich nach Auffassung der Landesregierung um einen interessanten Ansatz. Die weiteren Entwicklungen im Hinblick auf die technische Umsetzung bleiben jedoch abzuwarten.

Neben der Suche nach technischen Lösungen muss genauso im Vordergrund stehen, das Bewusstsein für den Umgang mit den eigenen und fremden Daten zu schärfen. Es muss auf die Gefahren für Daten im Internet aufmerksam gemacht werden. Insbesondere Kindern und Jugendlichen müssen hier Wissen und Handlungsoptionen vermittelt werden. Das Thema ist integraler Bestandteil der verschiedenen Medienkompetenzprojekte der Landesregierung und anderer Träger (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 296 und Abschnitt E zur Medienkompetenz). Sie richten sich sowohl an Kinder und Jugendliche als auch an Eltern und Medienpädagogen.

298. *Wie bewertet die Landesregierung politisch wie rechtlich die dauerhafte Speicherung der Nutzerdaten durch Nicht-EU-Unternehmen als Betreiber sozialer Netzwerke unter dem Gesichtspunkt des darin begründeten Risikos für die drei betroffenen Gruppen einheimische Endnutzer, nordrhein-westfälische Unternehmen und staatliche Stellen des Landes? (bitte differenzierte Antwort für jede dieser drei Nutzergruppen)*

Die Landesregierung vertritt den Standpunkt, dass die Datenerhebung in sozialen Netzwerken nicht dazu führen darf, dass das Recht auf informationelle Selbstbestimmung eingeschränkt werden kann.

Die Gewährleistung der Löschung und Sperrung von Daten und das Direkterhebungsgebot sind Grundlagen des europäischen Datenschutzrechts, unabhängig davon, dass nationale Regelungen auf soziale Netzwerke mit Sitz im Ausland keine Anwendung finden (Richtlinie 95/46/EG). Die 82. Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder („Düsseldorfer Kreis“) hat daher am 28./29. September 2011 zu Recht den Appell an die Anbieter sozialer Netzwerke gerichtet, ihre Dienste an den europäischen Datenschutzstandards auszurichten und den Bundesgesetzgeber an die überfällige Modernisierung des Datenschutzrechts erinnert.

Die Voreinstellung der höchsten Sicherheitsstufe gemäß dem Stand der Technik sowie die Verhinderung der Auffindbarkeit und Auslesbarkeit mittels externer Suchmaschinen, wie sie der Bundesrat mit Unterstützung der Landesregierung in einem Entwurf zur Änderung des Telemediengesetzes auf den Weg gebracht hat (Beschluss vom 17. Juni 2011, BR.-Drs. Nr. 156/11), ist ein erster richtiger Schritt. Unabhängig von den vorstehenden Ausführungen bleibt die Eigenverantwortlichkeit eines jeden Nutzers sozialer Netzwerke bei der Veröffentlichung personenbezogener Daten im Internet bestehen.

Die Verarbeitung und Speicherung personenbezogener Daten im Nicht-EU-Ausland wird als besonderes Risiko für den Schutz der informationellen Selbstbestimmung bewertet. Nicht-EU-Unternehmen, die soziale Netzwerke in Deutschland anbieten, erheben personenbezogene Daten im Inland. Diese Unternehmen unterliegen deshalb gegenüber ihren deutschen Nutzern den hierzulande geltenden datenschutzrechtlichen Vorschriften, die insbesondere auch dem Schutz der Endnutzer dienen. Soweit Unternehmen und Verwaltungen sich an sozialen Netzwerken beteiligen, haben sie für den Schutz der personenbezogenen Daten Dritter zu sorgen.

299. *Wie bewertet die Landesregierung politisch wie rechtlich den Umstand, dass sich das nicht in der EU ansässige Unternehmen Facebook ausschließliche Nutzungsrechte an von Nutzern eingestelltem und hochgeladenem Material einräumt, unter dem Gesichtspunkt des darin begründeten Risikos für die drei betroffenen Gruppen einheimische Endnutzer, nordrhein-westfälische Unternehmen und staatliche Stellen des Landes? (bitte differenzierte Antwort für jede dieser drei Nutzergruppen)*

Nach Ziffer 2.1 der Nutzungsbedingungen von Facebook räumt der Nutzer dem Unternehmen keine ausschließlichen Nutzungsrechte an von ihm eingestelltem und hochgeladenem Material ein, sondern erteilt dem Unternehmen eine nicht-exklusive Lizenz, die jederzeit durch das Löschen des hochgeladenen Materials oder durch das Löschen des gesamten Kontos beendet werden kann. Nichtsdestotrotz sind Selbstbeschränkungen der Diensteanbieter nicht hinreichend. Die Landesregierung drängt darauf, dass die immer zahlreicher werdenden Nutzerinnen und Nutzer durch weitreichende Informationspflichten der Diensteanbieter effektiv geschützt werden. Dies ist das Ziel des Gesetzentwurfs des Bundesrates zur Änderung des Telemediengesetzes (BT-Drucks. 17/6765), der sich derzeit im parlamentarischen Verfahren befindet. Die Landesregierung unterstützt darüber hinaus das Anliegen der Europäischen Kommission, den Datenschutz in der EU unter Achtung der Grundrechte auf den Schutz personenbezogener Daten zu modernisieren und den technischen Entwicklungen anzupassen (Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Gesamtkonzept für den Datenschutz in der Europäischen Kommission – KOM (2010) 609 endg.).

300. *Wie kann nach Auffassung der Landesregierung im Rahmen unserer bestehenden Rechtsordnung dem aus der Speicherung und der Einräumung der Nutzungsrechte an hochgeladenem Datenmaterial resultierenden Risiko für nordrhein-westfälische Endverbraucher, Unternehmen und staatliche Stellen wirksam begegnet werden?*

Die Landesregierung setzt sich dafür ein, dass die Integrität und Vertraulichkeit der Verarbeitung von Daten aus Nordrhein-Westfalen geschützt werden. Es wird darauf hingewirkt, dass eine Speicherung und eine Einräumung von Nutzungsrechten an hochgeladenem Datenmaterial im Einklang mit den geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfolgen. Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit NRW unterstützt Bestrebungen zur Entwicklung von technischen Lösungen zur datenschutzkonformen Gestaltung von Webangeboten.

301. Für welche einzelnen Anwendungen und Nutzergruppen ist die von der Plattform Facebook eingeführte Gesichtserkennungssoftware in Nordrhein-Westfalen rechtlich zulässig?

Die Zulässigkeit der von der Plattform Facebook eingeführten Gesichtserkennungssoftware setzt voraus, dass die abgebildete Person zuvor in die Verknüpfung ihres Bildes und ihres Namens einwilligt. Dies gilt auch für Personen, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit für ein Unternehmen oder eine staatliche Stelle abgelichtet worden sind. Die Einwilligung ist nur wirksam, wenn die betroffene Person vorher auf den vorgesehenen Zweck der Gesichtserkennung hingewiesen wurde. Insoweit sind die Nutzer auch über die Verwendung der Daten durch die Anwendungen aufzuklären. Bei privaten Endnutzern, die keine Personen der Zeitgeschichte sind, ist zudem eine Einwilligung in die Veröffentlichung und Verbreitung des Bildmaterials erforderlich.

Derzeit wird jeder mit einem durch einen Dritten hochgeladenen Foto verknüpfte („markierte“) Nutzer in der Datenbank von Facebook erfasst, der der Speicherung dieser Verknüpfung nicht ausdrücklich widerspricht. Facebook zufolge werden täglich über 250 Millionen Fotos hochgeladen (<http://blog.facebook.com/blog.php?post=10150262684247131>, Stand: Oktober 2011).

Die Gesichtserkennungssoftware dient der Erleichterung dieser Verknüpfung. Es erscheint bedenklich, dass Facebook für die Gesichtserkennung eine Datenbank mit biometrischen Daten von Millionen Usern aufbaut. Personenbezogenen Daten sind beim Betroffenen zu erheben (Direkterhebungsgebot). Die Verknüpfung des Fotos durch Dritte mit dem Profil einer Nutzerin beziehungsweise eines Nutzers lässt sich mit dem Direkterhebungsgebot und dem Einwilligungsvorbehalt schwer vereinbaren.

302. Wer ist für die Kontrolle der weiteren Verwendung der von Facebook in Nordrhein-Westfalen erhobenen Daten zuständig, und welche genauen Kompetenzen bestehen diesbezüglich für das Land?

303. Unter welchen genauen Voraussetzungen darf Facebook in Nordrhein-Westfalen erhobene Daten an irgendwelche Dritte weitergeben, und welche faktischen wie rechtlichen Konsequenzen haben diesbezüglich unerlaubte Handlungen?

304. Unter welchen Voraussetzungen darf Facebook in Nordrhein-Westfalen erhobene Daten an US-amerikanische staatliche Stellen weitergeben, und welche faktischen wie rechtlichen Konsequenzen haben diesbezüglich unerlaubte Handlungen?

Die Fragen 302 bis 304 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammengefasst beantwortet.

Für die Zuständigkeit ist maßgeblich, im Bezirk welcher Aufsichtsbehörde für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich das Unternehmen seinen Sitz beziehungsweise seine Niederlassung hat. Bei Facebook handelt es sich um ein amerikanisches Unternehmen, das in Irland ansässig ist und in Hamburg ein Vermarktungsbüro beziehungsweise eine Niederlassung unterhält. Gegenwärtig ist noch nicht abschließend geklärt, welches nationale Recht beziehungsweise welches Datenschutzrecht auf Facebook Anwendung findet.

305. *Besitzt die Landesregierung Erkenntnisse darüber, ob die Gesichtserkennungssoftware von Facebook in den USA auch zum Zwecke der Terrorismusbekämpfung oder andere staatliche Ziele genutzt wird?*

Hierzu liegen der Landesregierung keine Erkenntnisse vor.

306. *Wie bewertet die Landesregierung im Einzelnen die Nutzung sozialer Netzwerke in Nordrhein-Westfalen unter dem Gesichtspunkt der verfassungsrechtlich gewährleisteten Informationsfreiheit?*

Die Zielrichtung der Fragestellung ist nicht eindeutig. Die Landesregierung stellt grundsätzlich fest, dass soziale Netzwerke auf den unterschiedlichsten Ebenen als neue Form der Kommunikation mit der Möglichkeit der Interaktivität und des Dialogs und allen damit verbundenen Chancen genutzt werden. Vor diesem Hintergrund ist zum Beispiel auch die Fanseite von NRW.de auf Facebook ein Beitrag zu diesem modernen Kommunikationsverhalten. Die Landesregierung begrüßt jedoch auch die hiermit verbundene Diskussion über die Fragen des Datenschutzes.

307. *In welcher Weise und aus welchen Gesichtspunkten heraus begünstigt die Verbreitung von Informationskanälen wie gegenwärtig in erster Linie Twitter, perspektivisch ggf. auch Google+, nach Auffassung der Landesregierung die Meinungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen (nicht)?*

Der Einfluss von Twitter oder sozialen Netzwerken wie Facebook oder Google+ auf die Meinungsvielfalt in Nordrhein-Westfalen ließe sich nur auf Basis wissenschaftlicher Untersuchungen beurteilen. Derartige Forschungsergebnisse liegen der Landesregierung nicht vor.

308. *Wie beurteilt die Landesregierung die von dem Netzwerk Facebook verwendete Funktion, Nutzerinteressen mit Hilfe mathematischer Muster zu identifizieren und dadurch das Spektrum der im Netzwerk mitgeteilten Fremdmeinungen einseitig zu verengen?*

309. *Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung darüber vor, ob und in welchem Maße auch andere in Nordrhein-Westfalen zugängliche Netzwerke Nutzerinteressen und Meinungen mittels Algorithmen ermitteln?*

Die Fragen 308 und 309 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammen beantwortet.

Die Landesregierung kann aufgrund der Fragestellung nicht beurteilen, ob das soziale Netzwerk Facebook Funktionen verwendet, um Nutzerinteressen mit Hilfe mathematischer Muster zu identifizieren, und dadurch „das Spektrum der im Netzwerk mitgeteilten Fremdmeinungen einseitig verengt“.

Facebook hat gegenüber der Landesregierung keine Angabe zur Identifikation von Interessen der Nutzerinnen und Nutzer mithilfe mathematischer Muster gemacht. Facebook gibt lediglich an, von Facebook-Nicht-Nutzern keine sogenannten „pseudonymen Profile“ zu erstellen und keine Daten über Nicht-Nutzer mittels Cookies zu sammeln.

Nach Auskunft von Facebook werden Nutzerinteressen nicht mittels Algorithmen ermittelt.

310. Aus welcher Erwägung heraus teilt die Landesregierung die Auffassung des www-Begründers Sir Timothy John Berners-Lee (nicht), wonach soziale Netzwerke die Entstehung von Informationsmonopolen im Internet begünstigen?

Tim Berners-Lee kritisiert insbesondere die Abschottung der großen Plattformen. Plattformen wie Facebook verfügten über riesige Datenmengen, die wie eine Insel vom Rest des World Wide Web abgeschirmt seien. Die Entwicklung der großen sozialen Netzwerke muss aufmerksam verfolgt werden. Die Landesregierung setzt sich für den Erhalt der Freiheit des Netzes ein und spricht sich, falls notwendig, auch für gesetzliche Regelungen aus.

311. Wie wirkt sich bejahendenfalls ein durch soziale Netzwerke geschaffenes Informationsmonopol auf die Struktur des in Nordrhein-Westfalen verfügbaren Internetangebotes aus?

Hierzu liegt der Landesregierung kein belastbares Datenmaterial vor.

312. Wie bewertet die Landesregierung das Gebot der Netzneutralität beim Transport von Datenpaketen?

Für den Erhalt des Internets als freies und offenes Medium ist es von zentraler Bedeutung, dass alle Datenpakete unabhängig von Inhalt, Dienst, Anwendung, Herkunft oder Ziel grundsätzlich gleich behandelt werden. Das Verlangsamen, Benachteiligen oder Blockieren von Diensten oder Diensteanbietern muss verhindert werden. Nur so kann die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft sichergestellt werden. Das Best-Effort Prinzip, nach dem ein Datenpaket nach dem anderen weitergeleitet wird, muss erhalten bleiben und darf nicht durch eine Priorisierung von Diensten schrittweise verdrängt werden. Aus Sicht der Landesregierung muss dafür Sorge getragen werden, dass die Netzneutralität als Wesenskern des Internets auch in Zukunft gewährleistet ist.

313. Welche Vorkehrungen zur Vermeidung von über soziale Netzwerke vermittelter und begangener Kriminalität trifft die Landesregierung, und welche strafbaren Handlungen sind dem Land bislang in welchem Umfang bekanntgeworden?

Präventionsveranstaltungen zum Verhalten in sozialen Netzwerken werden auf Ebene der Kreispolizeibehörden durchgeführt. Die Präventionskonzeption und die einzelnen Präventionshinweise werden durch das Landeskriminalamt NRW erarbeitet.

Bezüglich des messbaren Straftatenaufkommens unter Verwendung des Internets wird auf die einschlägigen Delikte in der Polizeilichen Kriminalstatistik der Polizei NRW verwiesen (siehe dazu die Antwort zu Frage 394). Soweit mit der Frage auch einschlägige, von den Staatsanwaltschaften in Nordrhein-Westfalen geführte Ermittlungsverfahren angesprochen sind, stehen der Landesregierung hierzu belastbare Erkenntnisse nicht zur Verfügung. Die verwendete Formulierung „... über soziale Netzwerke vermittelter und begangener Kriminalität...“ ist als Differenzierungskriterium nicht hinreichend bestimmt genug, um eine tragfähige Zuordnung beziehungsweise Ausfilterung entsprechender Ermittlungsverfahren zu ermöglichen und hierüber Auskunft zu geben.

314. *Wie viele Fälle sogenannten Identitätsdiebstahls zu Lasten von Bürgern in Nordrhein-Westfalen sind bei Landesbehörden bislang bekanntgeworden?*

Bei einer Vielzahl von Fällen des Waren- und Warenkreditbetrugs, Datenausspähungen mit anschließenden Verwertungstaten, Hacking-Fällen, missbräuchlichen Kreditkartendatenverfügungen im Internet und missbräuchlichen Account-Eröffnungen kann auf einen Identitätsdiebstahl im Vorfeld geschlossen werden. Eine Auswertung dieses Phänomens über einzelne Ermittlungsverfahren hinaus ist bei der Polizei NRW bisher nicht erfolgt.

Soweit mit der Frage auch nach einschlägigen, von den Staatsanwaltschaften in Nordrhein-Westfalen geführten Ermittlungsverfahren gefragt ist, liegen der Landesregierung hierzu belastbare Erkenntnisse nicht vor. Auf die – insoweit entsprechend geltenden – Ausführungen in der Antwort zur Frage 313 wird Bezug genommen.

315. *Welche Straftatbestände existieren in unserem Land zur Bekämpfung des Identitätsdiebstahls insbesondere innerhalb sozialer Netzwerke?*

Unter den – schlagwortartigen – Begriffen des „Identitätsdiebstahls“ oder auch „Identitätsbetrugs“ werden gemeinhin ganz verschiedene Handlungen zusammengefasst, die jeweils durch die missbräuchliche Erlangung und/oder Verwendung von Identitätsdaten im Rahmen des Onlinedatenverkehrs gekennzeichnet sind.

Einschlägige Angriffe richten sich insbesondere gegen alle Arten von Nutzer-Accounts mit dem Ziel, Zugangsdaten zu Onlinevertriebsportalen, Social-Networking-Plattformen, Bankkonten und Ähnliches zu erlangen. Auch Kreditkarten sind Bestandteil der digitalen Identität. Ein prominenter Anwendungsfall des Identitätsdiebstahls beziehungsweise -missbrauchs ist das "Phishing" im Bereich des Onlinebankings.

So vielgestaltig die unter dem Begriff des Identitätsdiebstahls zusammengefassten Lebenssachverhalte sind, so verschieden und zahlreich sind die hierauf anzuwendenden Strafvorschriften. Als maßgebliche, im Phänomenbereich des Identitätsdiebstahls in Betracht kommende Strafnormen sind die §§ 202a (Ausspähen von Daten), 202b (Abfangen von Daten), 202c (Vorbereiten des Ausspähens und Abfangens von Daten), 263 (Betrug), 263a (Computerbetrug), 269 (Fälschung beweiserheblicher Daten), 303a (Datenveränderung), 303b (Computersabotage) und § 44 BDSG zu nennen. Ob diese – oder andere – Straftatbestände im Einzelfall erfüllt sind, hängt von den näheren Umständen ab.

316. *Bedarf es mit Blick auf den Problembereich des Identitätsdiebstahls nach Auffassung der Landesregierung einer Veränderung der bestehenden gesetzlichen Rahmenbedingungen? Fall ja: Welche konkreten Änderungen strebt die Landesregierung an?*

Die Landesregierung sieht mit Blick auf das mit der Frage angesprochene Kriminalitätsphänomen des Identitätsdiebstahls für Änderungen des bestehenden Rechtsrahmens, der durch das 41. Strafrechtsänderungsgesetz (41. StrÄndG) zur Bekämpfung der Computerkriminalität vom 7. August 2007 (BGBl. I S. 1786) eine substantielle Aktualisierung erfahren hat, keinen Anlass. Die Landesregierung verfolgt die aktuellen Entwicklungen in diesem Bereich jedoch sehr aufmerksam und wird – falls sich neue Erkenntnisse ergeben – ihre Einschätzung überprüfen.

317. Welche detaillierten Erkenntnisse liegen der Landesregierung zu Verbreitung und Erscheinungsformen des Cybermobbings in unserem Land vor? (bitte ausführliche Darstellungen zu Häufigkeit nach betroffenen Altersgruppen, Ausmaße der Intensität, Folgen für die Opfer, betroffener Rechtsrahmen, besonders frequentierte Sites und Portale für Cybermobbingaktivitäten, Aussagekraft der polizeilichen Kriminalitätsstatistik für dieses Phänomen, Entwicklungstrends etc.)

Die Forschungslage hinsichtlich des relativ jungen Phänomens „Cyber-Mobbing“ ist unzureichend. Die wenigen Studien in Deutschland und im Ausland sind durch uneinheitliche Definitionen und Kriterien (Schwere, Dauer und Häufigkeit) gekennzeichnet und geben daher ein eher diffuses Bild. Entsprechend heterogen sind die genannten Prävalenzraten, die zwischen 6 und 25 Prozent schwanken, je nachdem ob man weichere oder härtere Kriterien anlegt. Demzufolge machen offenbar viele Jugendliche negative Erfahrungen, schwere Viktimisierungen sind seltener anzutreffen.

Aus den Erfahrungen der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) lässt sich festhalten, dass die meisten Cyber-Attacken in sozialen Netzwerken und über Videoportale stattfinden, die bei den Kindern und Jugendlichen besonders beliebt sind.

Beim Cyber-Mobbing kommen strukturelle Besonderheiten hinzu, die die problematischen Auswirkungen auf die Opfer verstärken können:

- die häufig anzutreffende Anonymität des „Mobbbers“ vergrößert Angst und Unsicherheit,
- die rufschädigenden Inhalte sind in der Regel nicht mehr zu beseitigen,
- die Bedrohungen können rund um die Uhr wirksam sein, demnach auch in der sonstigen Schutzzone des Zuhauses.

Detaillierte Erkenntnisse zum Phänomen „Cyber-Mobbing“ liegen nicht vor. Die in Frage kommenden straf- wie auch zivilrechtlichen Normverletzungen fallen unter die allgemeinen Straftatbestände wie Beleidigung, üble Nachrede oder Verleumdung sowie Nötigung oder Bedrohung und unterliegen darüber hinaus keiner gesonderten Meldeverpflichtung im Rahmen des kriminalpolizeilichen Nachrichtenaustauschs. Außerdem gibt es die Aufnahme- und Verbreitungsverbote (§ 201 und 201a Abs. 1 StGB) und das Recht am eigenen Bild (gemäß Kunsturhebergesetz).

318. In welchem Umfang und auf welchen Gebieten bestimmen neue Medien und soziale Netzwerke den heutigen Schulalltag? (bitte ausführliche Darstellung)

Grundlage für die Beantwortung der Frage ist die Studie „Medienkompetenz in der Schule“, die das Institut für Informationsmanagement Bremen unter Leitung von Prof. Dr. Andreas Breiter im Auftrag der Landesanstalt für Medien (LfM) in NRW durchführte. Der Fokus der Betrachtung lag im Übergang von Primar- in die Sekundarstufe (hier Klasse 5 und 6). Die Erhebungen erfolgten im Zeitraum Mai bis August 2009 (Stichprobe) beziehungsweise September bis Dezember 2009 (Fallstudien).

Zur Beantwortung der o.g. Frage 318 wird im Folgenden aus der Kurzfassung der Studie zitiert:

„Über die Hälfte der Lehrkräfte in Nordrhein-Westfalen setzt die digitalen Medien mindestens gelegentlich im Rahmen ihres Unterrichts ein. Damit ist ihnen ansatzweise eine Integration der digitalen Medien in ihren Unterricht gelungen, auch wenn sich über die Qualität des Un-

terrichts oder zu den Kompetenzen der Schülerinnen und Schüler im Rahmen dieser Untersuchung nur eine begrenzte Aussage treffen lässt. Auf der anderen Seite gibt es eine ähnlich große Gruppe von Lehrkräften, die diese Medien nur selten (23 Prozent), d.h. maximal einmal pro Monat beziehungsweise sehr selten (19 Prozent), d.h. maximal zweimal im Schulhalbjahr oder auch gar nicht (5 Prozent) einsetzen. Im Zentrum ihrer Praxis stehen nach wie vor insbesondere der Lehrervortrag (nunmehr mit Hilfe von Laptop, Präsentationssoftware und Beamer) und die Verwendung von Unterrichtsmaterialien in digitalisierter Form. Der Vergleich mit anderen Untersuchungen zum gleichen Thema zeigt, dass tendenziell im zeitlichen Verlauf eine Zunahme der Mediennutzung bei Lehrkräften auszumachen ist. Die Nutzung der digitalen Medien in der Hand der Schülerinnen und Schüler (aus Sicht der Lehrkräfte) bleibt in der vorliegenden Untersuchung jedoch in allen Punkten hinter der Nutzung durch die Lehrkräfte zurück. Hier gaben nur 40 Prozent der befragten Lehrkräfte eine mindestens gelegentliche Nutzung an. Nicht wenige Lehrkräfte scheinen aber gerade in der 5. und 6. Klasse bewusst auf den Einsatz der digitalen Medien zu verzichten. Da heute aber auch Kinderwelten Medienwelten sind, stellt sich für die Heranwachsenden immer früher die Frage nach der für das Leben in diesen Welten erforderlichen Medienkompetenz. Die Lehrkräfte bewerten die Medienkompetenzen der Schülerinnen und Schüler sehr differenziert. So seien aufgrund der Heterogenität der neuen Schülerinnen und Schüler erhebliche Aufbauleistungen erforderlich, weshalb nicht nahtlos an das bisherige Medienhandeln der Kinder und ihre Methodenkompetenz angeknüpft werden könne. Allerdings scheint eine systematische und frühe Heranführung der Schülerinnen und Schüler an die Arbeit mit digitalen Medien in der Klassenstufe 5 nicht die Regel zu sein, was auch darauf zurückzuführen ist, dass andere ebenfalls übergangsrelevante Aufgaben häufig mehr Priorität genießen. Die Mediennutzung erfolgt eher spontan und aus dem jeweiligen Unterrichtsbezug heraus. Eine differenzierte Analyse der Medien- und Unterrichtspraxis bringt je nach Themenfeld Unterschiede zwischen den Schulformen, aber auch zwischen Fächern und Altersgruppen (Dienstalter der Lehrkräfte) zu Tage. Allerdings lässt sich zwischen den Altersgruppen kein linearer Zusammenhang errechnen, was darauf hinweist, dass mit steigendem Alter nicht notwendigerweise die Bereitschaft zur Mediennutzung sinkt. Besonders auffällig ist einerseits die deutlich höhere Einschätzung der eigenen Mediennutzung durch die Lehrkräfte an Förderschulen in einigen Bereichen und andererseits die durchgehend schlechtere Bewertung durch Lehrkräfte an Gesamtschulen.

Um Rückschlüsse auf die konkreten Formen und die Inhalte der Medien und Unterrichtspraxis ziehen zu können, wurden in Anlehnung an die fünf Lerntätigkeiten der Medienberatung NRW, die im Auftrag des Schulministeriums entwickelt wurden, spezifische Medienpraxen untersucht. Diese werden von der Internetrecherche dominiert (über 20 Prozent der Lehrkräfte setzen diese gelegentlich oder regelmäßig ein). Die anderen Lerntätigkeiten wie Strukturieren, Gestalten und Kooperieren sind mit etwa zehn Prozent der Antworten (gelegentlich oder regelmäßig) deutlich geringer ausgeprägt. Das gilt auch für Präsentationen durch Schülerinnen und Schüler. Somit erfüllen sich die Erwartungen an einen schülerzentrierten, selbstgesteuerten Lernprozess mit Unterstützung digitaler Medien bisher offensichtlich nur in ausgewählten Fällen, auch wenn sich viele Lehrkräfte über das Potenzial der digitalen Medien diesbezüglich im Klaren sind. Somit sind auch neuere Entwicklungen, die sich unter dem Oberbegriff Social Web subsumieren lassen, bisher nur selten in der Unterrichtspraxis angekommen. Blogs, eigene Wikis oder auch Lernmanagementsysteme sind bei 80 Prozent der befragten Lehrkräfte im Unterricht bisher noch nicht zum Einsatz gekommen. Dazu passt, dass bei der Thematisierung von Medien im Unterricht nach wie vor die Zeitung und das Fernsehen als Leitmedien fungieren. Allerdings hat sich eine gewisse Verschiebung hin zu digitalen Medien ergeben. Nicht nur Wikipedia hat innerhalb kürzester Zeit einen erheblichen Stellenwert in der Schule gewonnen, sondern auch über Videoportale wie YouTube veröffentlichte Filme werden von einem Drittel der befragten Lehrkräfte im Unterricht thematisiert. Diese Entwicklung verdeutlicht, mit welcher Macht der Medienwandel auf die Schule und die

unterrichtliche Praxis einwirkt. Dennoch arbeitet über die Hälfte der Lehrkräfte nach wie vor lieber mit traditionellen Medien. Dies hängt eng mit ihren berufsbiografischen Orientierungen zusammen, die vor dem Hintergrund schulischer Mediatisierungsprozesse einem erheblichen Veränderungsdruck ausgesetzt sind. Der Bekanntheitsgrad der zentral über die Medienzentren angebotenen elektronischen Medien (EDMOND) bei den Lehrkräften vor Ort ist noch relativ niedrig. Aus Sicht der Lehrkräfte haben die verfügbaren Angebote oftmals den Nachteil, dass sie aufwendig zu erschließen, qualitativ zweifelhaft und kompliziert zu integrieren sind und darüber hinaus häufig keinen Mehrwert bieten, der sich nicht auch mit konventionellen Medien realisieren ließe. Dieser Mehrwert, und das gilt auch für alle anderen Medienpraxen, ist regelmäßig an die mit den digitalen Medien realisierbaren positiven Rationalisierungspotenziale gebunden, die sich primär in Effizienz- und Effektivitätskalkülen niederschlagen. Die Entscheidung fällt den Lehrkräften zum Beispiel leichter, wenn sich dadurch existierende Praxen mit weniger Zeit- und Arbeitsaufwand umsetzen lassen. Andersherum verzichten sie mitunter auf die Mediennutzung, wenn der umgekehrte Fall zu erwarten ist. Auch die scheinbar nicht seltene Überstrapazierung des den digitalen Medien inhärenten Rationalisierungspotenzials durch Schülerinnen und Schüler (zum Beispiel bei der Nutzung des Internets als Informationsquelle) ist geeignet, die Wahrnehmung der digitalen Medien im unterrichtlichen Kontext negativ zu färben. Anders sieht die Situation aus, wenn die digitalen Medien neue unterrichtliche Möglichkeiten beziehungsweise Einsichten der Schülerinnen und Schüler eröffnen, wie der Einsatz von Lernprogrammen mit automatisierten Rückmeldefunktionen, dynamischen Geometrieprogrammen oder Simulations- und Visualisierungssoftware“ (siehe Breiter, Andreas et al. (2010): Medienkompetenz in der Schule. Integration von Medien in den weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen - Kurzfassung der Untersuchung, Düsseldorf).

Aufgrund der Studienergebnisse hat die Landesregierung Ansatzpunkte für eine weiterreichende Unterstützung von Lehrerinnen und Lehrern identifiziert und setzt diese bereits um: Mit dem Medienpass NRW wird eine systematische Medienkompetenzvermittlung angestrebt; im Rahmen des Medienpasses NRW und der damit verbundenen Vereinbarungen sind zudem Qualifizierungs- und Fortbildungsangebote verabredet.

Die Medienberatung NRW bietet Lehrerinnen und Lehrer sowie Referendarinnen und Referendaren Unterstützungsangebote in unterschiedlichen Bereichen (unter anderem learn:line NRW, Fortbildungssuchmaschine, Ed On).

Hinsichtlich der Teilfrage, ob und in welchem Umfang soziale Netzwerke den heutigen Schulalltag bestimmen, sind keine wissenschaftlichen Untersuchungen oder Erhebungen bekannt.

319. Welche einzelnen konkreten Empfehlungen gibt der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit jeweils im Umgang mit den einzelnen neuen Medien, und auf welche Aspekte bei Anwendungen und Nutzerverhalten weist er hin, um präventiv spätere Konflikte im Bereich von Datenschutz und Persönlichkeitsrechten zu reduzieren?

Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (LDI) ist eine Landesbehörde eigener Art und unterliegt nicht mehr der Rechts- oder Fachaufsicht des Ministeriums für Inneres und Kommunales (MIK). Er ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen. Auf Ersuchen des Landtages hat der LDI zu aktuellen Entwicklungen von besonderer datenschutzrechtlicher Bedeutung zu berichten. Schriftliche Äußerungen gegenüber dem Landtag sind gleichzeitig der Landesregierung zu übersenden.

In Kenntnis der Großen Anfrage hat der LDI eine Stellungnahme zu dieser Frage allerdings nicht dem Landtag, sondern ausschließlich der Landesregierung übersandt. Unter Berücksichtigung des Informationswunsches der Abgeordneten ist diese Stellungnahme als Anlage zu der Antwort der Landesregierung auf die vorliegende Große Anfrage beigefügt. Sie gibt die Auffassung des LDI wieder, dessen Unabhängigkeit von der Landesregierung durch die Beifügung nicht in Frage gestellt wird. Im Übrigen wird anheim gestellt, den LDI zu aktuellen Entwicklungen von besonderer datenschutzrechtlicher Bedeutung unmittelbar berichten zu lassen.

320. Welche einzelnen konkreten Empfehlungen geben die Verbraucherschützer des Landes jeweils im Umgang mit den einzelnen neuen Medien, und auf welche Aspekte bei Anwendungen und Nutzerverhalten weisen sie hin, um präventiv spätere Konflikte bei der Nutzung zu reduzieren?

Das Land gibt Hilfestellungen zu einem verantwortungsvollen, kritischen Umgang mit den neuen Medien unter anderem durch die von der Landesregierung anteilig finanziell geförderte Beratungs- und Informationsarbeit der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen. In den 57 Beratungsstellen der Verbraucherzentrale NRW und im Rahmen der Internetpräsenz wird man schnell über die Angebote der neuen Medien informiert sowie kompetent und unabhängig beraten. Die Verbraucherzentrale NRW bietet weiterführende Informationen zu diesem Thema sowohl in Form eines eigenständigen Leitfadens, als auch einen Verweis auf das bundesweite Portal "Surfer haben Rechte".

Die Empfehlungen der Verbraucherzentrale NRW zum Umgang mit einzelnen „neuen Medien“ zielen darauf ab, potenzielle Gefahren zwar erkennbar zu machen, aber doch einen sinnvollen, kompetenten und reflektierten Gebrauch zu unterstützen und im Ernstfall rechtlichen Rat zur Schadensabwehr zu geben. Die betreffenden Empfehlungen nehmen dabei auch typische Verhaltensweisen der Verbraucherinnen und Verbraucher konkret in den Blick. Die Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten somit neben Tipps und Regeln auch wichtige Fragen an die Hand (zum Beispiel Check-Listen), die an mediale Angebote und Produkte zu stellen sind.

Wichtigstes Anliegen der Verbraucherschützer im Hinblick auf soziale Netzwerke ist nach wie vor ein angemessener Datenschutz. Internetnutzer müssen stärker für dieses Thema sensibilisiert werden. Nur wer die Gefahren kennt, geht vorsichtiger mit persönlichen Angaben um. Die erste Regel hierbei: Vertrauliche Informationen wie Adresse, Handy- und Kreditkartennummer haben auf veröffentlichten Webseiten nichts zu suchen. Nutzer sollten auch darauf achten, dass nichts von ihnen oder über sie ins Netz gestellt wird, was ihnen persönlich oder beruflich schaden könnte. Die individuelle Privatsphäre lässt sich in den Profileinstellungen eines Dienstes durch einen Klick auf den "Privacy-Button" schützen. Auf diese Weise haben User es selbst in der Hand, welche Informationen freigeschaltet werden und wer persönliche Seiten einsehen darf. Ist dies nicht möglich, wird seitens der Verbraucherschützer empfohlen, das Netzwerk zu wechseln.

Ein zunehmend an Bedeutung gewinnendes Thema ist die Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte durch die Nutzer sozialer Netzwerke. Durch die steigenden Möglichkeiten eigene Inhalte (Texte, Lieder, Fotos, Videos) zu veröffentlichen, geraten Verbraucher häufiger in urheberrechtliche Konflikte.

Wird eine Rechtsverletzung festgestellt oder vermutet, gehen immer mehr Rechteinhaber – vorneweg der Musik- und Filmindustrie – juristisch dagegen vor und fordern, dass ihre Inhalte aus dem Netz entfernt werden und eine künftige Nutzung unterbleibt.

Um den Verbraucher in seinem eigenen Interesse vor juristischen Konsequenzen zu schützen, empfiehlt die Verbraucherzentrale NRW sich vor dem Veröffentlichen von Inhalten über mögliche Urheberrechtsansprüche zu informieren.

321. Welche Auswirkungen erwartet die Landesregierung auf das Nutzungsverhalten der nordrhein-westfälischen Bevölkerung im Hinblick auf soziale Netzwerke durch die zunehmende Verbreitung mobiler internetfähiger Endgeräte wie Tablets oder Smartphones?

Durch verlässliche Netzabdeckung mit schnellen Übertragungsraten, verbesserte Usability und sinkende Kosten sind Nutzungsbarrieren überwunden. Damit wird sich die Art, wie wir kommunizieren, konsumieren und interagieren, drastisch verändern.

In der Studie „Mobile Life: Die Zukunft der Mobilkommunikation in Deutschland“ kommt TNS Infratest im Mai 2011 zu dem Ergebnis, dass die Verfügbarkeit des breitbandigen mobilen Internets in Kombination mit einer immer höheren Verbreitung von Smartphones die Nutzung sozialer Netzwerke beflügelt habe. International besuchten 2011 bereits 45 Prozent der mobilen Internetnutzer soziale Netzwerkseiten mit ihrem Handy. Auch wenn Deutschland noch deutlich hinterherhinkt – 13 Prozent der Deutschen surfen im Jahr 2010 mobil in ihren sozialen Netzwerken, 2011 sind es 20 Prozent – sei auch hier ein deutlicher Zuwachs erkennbar. Bereits 21 Prozent dieser mobilen Nutzer in Deutschland laden auch mobil Fotos oder Videos hoch, weitere 28 Prozent wünschen sich, dies bald tun zu können. Für mobile Uploads von Fotos und Videos sind flächendeckende leistungsfähige Breitband-Mobilfunknetze nötig. Das mobile Internet macht das Mobiltelefon für seine Nutzer immer unverzichtbarer und wird die Mobilfunkwelt in den nächsten Jahren deutlich verändern.

322. Welche gesellschaftlichen, politischen, rechtlichen und volkswirtschaftlichen Chancen und Risiken erblickt die Landesregierung in der zunehmenden Nutzung und Verbreitung mobiler internetfähiger Endgeräte?

Der Markt mobiler internetfähiger Endgeräte (Smartphones, Tablet-PC) wächst zurzeit rasant, ebenso die Palette der Programme (Apps), mit denen die Nutzerinnen und Nutzer die Funktionalität des Mobiltelefons deutlich erweitern können, was über reine Kommunikation weit hinausgeht. Das Angebot der Apps reicht von Navigationssoftware bis hin zu Nachrichtenprogrammen, wobei die Kostenpflichtigkeit unterschiedlich ausgeprägt ist.

Dies macht für die Verbraucherinnen und Verbraucher auch gerade den Reiz aus, da sie losgelöst vom Computer am Arbeitsplatz oder dem heimischen PC jederzeit unterwegs in der Lage sind, über die mobilen Endgeräte das Internet zu nutzen. Marktforschungsunternehmen (zum Beispiel Gartner Inc. Studie 2009/2010) prognostizieren, dass sich das Verhältnis von stationärer zu mobiler Internetnutzung verschieben wird. Spätestens 2013/2014 werden mehr Menschen mobil online sein als von einem PC ausgehend. Die Übertragungsraten zum mobilen Zugang sind jetzt schon eine konkurrenzfähige Alternative zum Breitbandanschluss.

Diese Entwicklung bringt aus Verbraucherschutzsicht auch Risiken mit sich. Ständig eingeschaltete Bluetooth- und WLAN-Funktionen erhöhen die Möglichkeit, das Ziel eines Datendiebstahls über die Funktionsschnittstellen zu werden. Werbefbanner in Applikationen können durch Anwahl durch den Nutzer zur Weiterleitung auf kostenpflichtige Inhaltsseiten führen (vergleichbar mit der Problematik von Internet-Abofallen). Nicht zuletzt erlauben GPS-Systeme zum Teil auch Dritten, Standortdaten des Besitzers des mobilen Endgerätes auszulesen und mit anderen gesammelten Daten Zeit, Häufigkeit und Art der Programmnutzung zu

kombinieren, wodurch sich auch Bewegungs- und Nutzerprofile erstellen lassen, die ohne direkte Einwilligung zum Beispiel des Smartphone-Besitzers von den Apps an Hersteller weitergeleitet werden.

So wird insbesondere der Datenschutz ein wichtiges, weil komplexes, Thema bleiben. Wobei zu beachten ist, dass gerade mobile Endgeräte neue Risiken für das Recht auf informationelle Selbstbestimmung bergen (zum Beispiel Ortung durch Dritte). Ebenfalls ein nicht originär "mobiles" Problem wird weiterhin die Regelung von Urheberrechten darstellen, geht der mobile Netzzugang häufig mit einer erhöhten Nutzung und Bereitstellung von nutzergenerierten Inhalten einher, steigt erfahrungsgemäß auch die Zahl von Verstößen gegen das geltende Urheberrecht, mit zum Teil empfindlichen Konsequenzen.

Für die anbietende Wirtschaft ergibt sich dadurch die Chance, das Marketing und den Vertrieb gezielter im Mobile Commerce einzusetzen, doch gilt es auch die Rahmenbedingungen für einen fairen Wettbewerb einzuhalten. Daher appelliert die Landesregierung an die Hersteller der mobilen internetfähigen Endgeräte, diese Geräte und ihre genutzte Software so zu konzipieren, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Datenschutzrechte technisch leicht wahrnehmen können („Privacy by design“) und dass heimliche Datenerhebungen ausgeschlossen werden. Die Entscheidung über die Preisgabe der eigenen Daten müssen die Nutzerinnen und Nutzer selbst treffen können.

Die zunehmende Nutzung und Verbreitung mobiler internetfähiger Endgeräte kann bei sinnvoller Integration in schuleigene Lehrpläne zu einer Steigerung des aktiven und selbstgesteuerten Lernens und somit auch zu einer Verbesserung von Lernerfolgen beitragen. Sie findet daher innerhalb der Medienberatung NRW in verschiedensten Handlungsfeldern Beachtung. Im Handlungsfeld „Leben mit Medien“ werden die Auswirkungen der Entwicklungen auf Kinder und Jugendliche beleuchtet und vielfältige Unterstützungsangebote für Schulen und für Bildungspartner gegeben. Dabei werden die aktuellen technischen Entwicklungen stets berücksichtigt. Im Handlungsfeld „Lernen mit Medien“ werden den Schulen Angebote gemacht, mobile internetfähige Endgeräte in den Unterricht zu integrieren. Insbesondere die folgenden Themen werden in den Fortbildungsangeboten für die Medienberaterinnen und Medienberater berücksichtigt: Laptop-Klassen, Handynutzung im Unterricht sowie die systematische Verwendung von Lernplattformen. In dem weiteren Handlungsfeld „Lern-IT“ organisiert die Medienberatung NRW durch die Schulträgetagung einen stetigen Informationsaustausch zwischen dem Land und den Kommunen als Schulträgern, bei dem auch die Nutzung von Endgeräten fortlaufend thematisiert wird.

Darüber hinaus wird verwiesen auf die Antwort der Landesregierung (Drucksache 15/2248) zur Kleinen Anfrage des Abgeordneten Arne Moritz, CDU, Drucksache 15/2111 „Smartphones als Gefahr für die Privatsphäre der Endverbraucher.“

323. Welche Risiken erblickt die Landesregierung in der Ortungsfähigkeit derartiger Endgeräte mittels Global Positioning System (GPS) für den Endverbraucher und nordrhein-westfälische Unternehmen?

Die mündigen Nutzerinnen und Nutzer können selbst entscheiden, wie und ob sie die Möglichkeiten ortungsfähiger Endgeräte nutzen wollen.

Das besondere Risiko in der GPS-Ortungsfähigkeit von Endgeräten liegt nicht primär in der Erhebung von Ortungsdaten, sondern in der weiteren Nutzung. Für viele sinnvolle Dienste ist eine exakte Ortung notwendig (etwa Navigationsdienste). Aber aus datenschutzrechtlicher Sicht muss für den Kunden immer transparent gemacht werden, welche Daten wann und zu welchem Zweck erhoben, wie lange sie gespeichert und an wen sie möglicherweise weiter-

gegeben werden. Es muss dem Nutzer technisch ermöglicht werden, selbst darüber entscheiden zu können, welche Daten er preisgeben will.

324. *Wie beurteilt die Landesregierung die mit der GPS-Ortung verbundenen Möglichkeiten der Überwachung Privater durch Private in rechtlicher und tatsächlicher Hinsicht?*

Bei der GPS-Überwachung von Privaten durch Private handelt es sich um eine unerlaubte Datenverarbeitung, die nach dem Bundesdatenschutzgesetz unter Strafe steht.

Die Ortung mobiler Endgeräte durch GPS ist im Gegensatz zur herkömmlichen Funkzellenortung nur durch die Installation von Drittprogrammen auf dem Endgerät möglich. Insofern ist eine unbemerkte Überwachung einer Einzelperson unwahrscheinlich. Problematisch ist jedoch die Tatsache, dass viele Programme standardmäßig die Freigabe der Ortsdaten verlangen und der Nutzer kaum Einfluss auf die weitere Verwendung dieser Daten hat. Die bedenkliche Entwicklung betrifft also nicht die Überwachung Einzelner durch Einzelne sondern die massenhafte Anfertigung von Bewegungsprofilen zu Werbe- und sonstigen Zwecken.

325. *Welche Vorkehrungen trifft das Land zur Vermeidung einer ungewollten Überwachung Privater durch Private?*

Hierzu gibt es keine Planungen der Landesregierung. Neben der Durchsetzung der geltenden Datenschutzbestimmungen ist vor allem die Sensibilisierung der Verbraucher entscheidend. Ein ganz überwiegender Teil der erstellten Bewegungsprofile erfolgt mit Einverständnis des "Überwachten". Erklärtes Ziel muss also sein, dem Verbraucher die Risiken und Folgen der Freigabe seiner Positionsdaten zu vermitteln.

Auf gesetzgeberischer Ebene liegt die Kompetenz für die Regelung der GPS-Ortung jedoch beim Bund, so dass in diesem Fall die Bundesregierung gefordert ist entsprechende Datenschutzrichtlinien zu novellieren.

Sofern den Strafverfolgungsbehörden Informationen über strafrechtlich relevante Vorfälle vorliegen, gehen sie diesen konsequent nach. Im Übrigen setzt die Landesregierung vor allem auf Prävention durch Aufklärung über die Risiken der modernen Kommunikationsmittel und appelliert an die Eigenverantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher (siehe unter anderem die Antwort zu Frage 333).

326. *In welchem Umfang bedienen sich nordrhein-westfälische Sicherheitsbehörden mit sozialen Netzwerken verbundenen Aufklärungs- und Ermittlungsmöglichkeiten?*

Die Zentrale Internetrecherche (ZIR) des Landeskriminalamtes NRW recherchiert im Internet und in sozialen Netzwerken nach Hinweisen auf Straftaten und Gefährdungslagen. Die Zentrale Auswertungs- und Sammelstelle Kinderpornografie (ZASt) des Landeskriminalamtes NRW nutzt anlassbezogen soziale Netzwerke zur Aufklärung von Straftaten und zur Identifizierung von Tatverdächtigen. Die polizeiliche Kriminalprävention prüft die Funktionalitäten sozialer Netzwerke, um über Gefahren im Umgang mit diesen Medien informieren zu können. In der Internetwache des Landeskriminalamtes NRW werden – nach entsprechenden zur Kenntnis gebrachten Meldungen im Hinweisportal – Recherchen in öffentlich zugängli-

chen Quellen des Internet durchgeführt, um beispielsweise IP-Adressen und E-Mail-Anschriften oder den Aufenthaltsort von möglichen Suizidgefährdeten zu ermitteln.

Der Verfassungsschutz NRW beobachtet extremistische Bestrebungen auch dann, wenn sie sich sozialer Netzwerke bedienen. Eine Nutzung sozialer Netzwerke zum Zwecke der Information über extremistische Bestrebungen (im Sinne der politischen Bildung) erfolgt nicht.

327. Auf welcher rechtlichen Grundlage dürfen die mit sozialen Netzwerken verbundenen Aufklärungs- und Ermittlungsmöglichkeiten in Nordrhein-Westfalen genutzt werden? (bitte unter Nennung der jeweiligen Rechtsgrundlage nach Art der jeweiligen Maßnahme aufschlüsseln)

Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 27. Februar 2008 (1 BvR 370/07) aufgeführt, welche Maßnahmen staatlicher Stellen zu welchem Zweck im Internet rechtmäßig sind. Demnach ist es für die Polizei NRW unter anderem zulässig,

- sich zur Aufgabenerfüllung der allgemein zugänglichen Quellen im Netz zu bedienen,
- sich unter Angabe eines Pseudonyms anzumelden, ohne dafür die wahre Identität preisgeben zu müssen,
- sich der von Kommunikationsbeteiligten (beispielsweise Hinweisgebern/Geschädigten) überlassenen Zugangsdaten zu bedienen, um damit beispielsweise an geschlossenen Benutzergruppen teilnehmen zu können,
- auch über einen längeren Zeitraum an Kommunikationsbeziehungen (zum Beispiel in Foren) teilzunehmen.

Die Rechtsgrundlagen für solche Ermittlungen zum Zwecke der Strafverfolgung und zur Gefahrenabwehr ergeben sich aus § 163 Abs.1 Satz 2 Strafprozessordnung (StPO) und aus § 8 Abs. 1 i. V. m. § 1 Abs. 1 Polizeigesetz (PolG) NRW.

Die Aufklärung extremistischer Bestrebungen im Internet erfolgt gem. §§ 1, 3 i.V.m. 5 Verfassungsschutzgesetz NRW unter Beachtung der Richtlinien, die das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung vom 27. Februar 2008 (B – 1 BvR 370/07; 1 BvR 595/07 –) aufgestellt hat. In Randziffer 304 hat das Bundesverfassungsgericht ausgeführt, dass der Behörde Maßnahmen der Internetaufklärung grundsätzlich nicht verwehrt sind, soweit diese nicht in Grundrechte eingreifen. Die reine Internetaufklärung, die sich darauf beschränkt, Daten, die der Inhaber für die Internetkommunikation selbst auf einen Webserver zum Zwecke der Internetkommunikation gestellt hat, auf dem technisch dafür vorgesehenen Weg ggf. unter Legende zu erheben, ist in der Regel kein Grundrechtseingriff und daher ein zulässiges Mittel im Rahmen der Aufgabenerledigung des Verfassungsschutzes (vgl. Rz.311).

328. Welcher Stellenwert für das politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben in Nordrhein-Westfalen wird sozialen Netzwerken nach Prognose der Landesregierung im Jahre 2020 zukommen?

Wie kaum ein anderes Feld ist die Medienlandschaft von einer extrem hohen Dynamik geprägt. So haben sich die Zyklen, in denen sich neue Medientechnologien beziehungsweise mediengetriebene Kulturtechniken in der Breite der Bevölkerung durchsetzen und in mitunter tiefgreifender Weise auf gesellschaftliche Prozesse auswirken, in den vergangenen Jahren enorm verkürzt. Dies zeigt sich nicht zuletzt anhand der sozialen Netzwerke und des weltweiten Erfolgs von Plattformen wie Facebook innerhalb der letzten Jahre. Prognosen bezüg-

lich des Stellenwerts neuer Kommunikationstechniken für das politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben im Jahre 2020 sind daher in hohem Maße spekulativ und nicht in seriöser Weise anzustellen.

329. *Wie beurteilt die Landesregierung die Thesen von Gunter Dueck, die dieser auf der re:publica 2011 zum Internet als „Gesellschaftsbetriebssystem“ im Hinblick auf die Entbehrlichkeit bestimmter Berufsbilder aufgestellt hat, unter dem Gesichtspunkt ihrer Validität für die künftige Gesellschaftsentwicklung in Nordrhein-Westfalen?*

Herr Dueck hat auch beim Medienforum NRW 2011 eine Keynote gehalten. Ob und in wie weit die von Herrn Dueck bei der re:publica 2011 aufgestellten Hypothesen eintreffen werden, und welche Folgen für die Gesellschaftsentwicklung in Nordrhein-Westfalen zu erwarten sind, lässt sich zum heutigen Zeitpunkt nicht absehen.

330. *Wie bewertet die Landesregierung im Einzelnen die Auffassung Duecks, wonach die traditionelle Parteienlandschaft aufgrund der Verschiebung des gesellschaftlichen Profils hin zu internetorientierter Dienstleistung den Problemen des 21. Jahrhunderts nicht mehr gerecht wird?*

Dass sich die traditionelle Parteienlandschaft in einem Wandlungsprozess befindet, ist unstrittig. Ob dies allerdings allein auf die internetorientierte Dienstleistung zurückzuführen ist, ist zu bezweifeln.

E. Medienkompetenzförderung in Nordrhein-Westfalen: Angebote, Träger, Zielgruppen, Kooperation, Innovationen und zukünftiger Bedarf

331. *Wie definiert die Landesregierung den Begriff der Medienkompetenz, und welche Einzelaspekte sowie Teilbereiche sollte diese bei ganzheitlicher Betrachtung umfassen?*

Medienkompetenz ist in der heutigen Informations-, Dienstleistungs- und Arbeitsgesellschaft unabdingbar und gehört mittlerweile zur Schlüsselkompetenz junger Menschen. Medienkompetenz zu fördern, ist eine gesellschaftliche Aufgabe. Medienkompetenz wirkt in alle Lebensfelder herein. In Fachkreisen gibt es zwar keine allseits anerkannte, abschließende Definition (zur Vielfalt der Begründungen und Definitionen siehe auch McGonagle, Tarlach: Medienkompetenz. Nicht mehr das Mauerblümchen der europäischen Medienregulierung. In: IRIS plus 2011-3, Medienkompetenz (Susanne Nikoltchev (Hrsg.) Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg 2011), allerdings ein gemeinsames Verständnis von Bedeutung, Inhalten und Umfang von Medienkompetenzförderung.

Aus Sicht der Landesregierung hat die Europäische Kommission 2007 in ihrer Mitteilung „Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz im digitalen Umfeld“ (KOM (2007) 833) eine treffende Formulierung geprägt. Medienkompetenz wird definiert als „Fähigkeit, die Medien zu nutzen, die verschiedenen Aspekte der Medien und Medieninhalte zu verstehen und kritisch zu bewerten sowie selbst in vielfältigen Kontexten zu kommunizieren“.

Diese Definition impliziert folgende Teilkompetenzen, nämlich die Fähigkeit

1. Medien zu kennen, zu bedienen oder anzuwenden,
2. Informationen zu recherchieren und zu bewerten,
3. adressatengerecht, verantwortungsbewusst und sicher zu kommunizieren,
4. selbst kreativ Medien einzusetzen beziehungsweise ein Medienprodukt zu erstellen,
5. Medien, Medieninhalte und ihre Wirkung zu analysieren und kritisch zu bewerten.

Medienkompetenz steht immer in enger Beziehung zu andern Kompetenzen. So ist die kompetente Nutzung von Computer und Internet ohne eine grundlegende Lesekompetenz nicht denkbar. Das Lesen im Kontext der digitalen Mediennutzung beschränkt sich allerdings nicht auf die Schrift, sondern umfasst immer auch Bildinformationen (visuelle Kompetenz) sowie Verständnis für Funktionen (zum Beispiel Links). Ziel jeglicher Förderung von Medienkompetenz und Medienkompetenzentwicklung ist die selbstbestimmte, kritische und effektive Nutzung von Medien.

332. Welche Funktion hat Medienkompetenz in der heutigen Gesellschaft Nordrhein-Westfalens?

Die Landesregierung teilt die Einschätzung, dass Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) in alle Lebensbereiche Einzug gehalten hat und damit eine entscheidende Rolle spielt. „Der Staat hat im Rahmen seines Bildungsauftrags vielfältige Möglichkeiten, gute Voraussetzungen für den breiten Erwerb von Medienkompetenz für alle Altersgruppen und Bevölkerungsteile zu schaffen. Ziel aller Angebote sollte immer der selbstbestimmte, unabhängige, verantwortungsbewusste Umgang mit den unterschiedlichen Medien sein, um eine Fremdbestimmung und Manipulation des Nutzers und Verbrauchers unbedingt zu verhindern“ (siehe Seite 10, Abschnitt V der Großen Anfrage).

Die Bedeutung von Medienkompetenz hat angesichts der breiten Verfügbarkeit von vielfältigen Medienformen und -angeboten zugenommen. Insbesondere die sogenannten „Digital Natives“, also diejenigen jungen Menschen, die in die Welt der digitalen Medien hinein geboren wurden und mit ihnen vertraut sind, entwickeln unter den Bedingungen einer medialen Vollversorgung mit Handy, Computer und Internetzugang neue Nutzungs- und Kommunikationsformen und veränderte Wertmaßstäbe (siehe ergänzend die im Rahmen des NRW-Medienkompetenznetzwerks Mekonet herausgegebene Handreichung der Reihe Mekonet kompakt „Medienkompetenz auf einen Blick“, zuletzt aktualisiert im Jahr 2010, http://www.mekonet.de/t3/uploads/media/farbe_kompakt_medienkompetenz.pdf).

333. Welche einzelnen inhaltlichen und methodischen Konzepte verfolgt die Landesregierung zur Stärkung der Medienkompetenz, und welche Haushaltsmittel des Landes werden dafür jährlich verwandt?

Die Landesregierung sieht in der Förderung von Medienkompetenz eine der wichtigsten Bildungsaufgaben unserer Zeit. Nur wer selbstbewusst, kritisch und kreativ mit den Möglichkeiten unserer Medienwelt umgehen kann, ist in der Lage, Chancen zu nutzen und Risiken einzuschätzen. Die neue Medienwelt stellt Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen vor neue Herausforderungen.

Die Landesregierung sieht ihre Aufgabe sowohl in der direkten Unterstützung von Medienbildung, sei es als Projekt, Einrichtung oder Initiative, als auch darin, die Kommunikation über Medienkompetenz und die damit verbundenen Themen durch Tagungen und Kongresse, Informationsbroschüren und Materialien anzuregen und zu unterstützen. Sie initiiert, fördert und unterstützt eine Vielzahl von Projekten und Initiativen, die sich an einen breiten Adressa-

tenkreis richten. Die inhaltlichen und methodischen Konzepte richten sich nach der jeweiligen Zielgruppe. Übergreifendes Ziel der Landesregierung ist die strukturelle Eingliederung der Förderung von Medienbildung und Medienkompetenz in Ausbildung, Fort- und Weiterbildung, Kindergarten und Schule.

Die Projekte und Initiativen der Landesregierung im Einzelnen:

Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM):

Der Haushaltsansatz für die Titelgruppe 60 „Aus- und Fortbildung im Medienbereich, Medienkompetenz“ im Jahr 2011 beträgt 1,88 Millionen Euro. Die Mittel werden wie folgt verwendet:

Die Landesregierung unterstützt und fördert Projekte und Initiativen des Grimme-Instituts – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur in Marl, die im Bereich der Medienkompetenz zum kleinen Kreis renommierter Forschungs- und Dienstleistungseinrichtungen in Europa zählt. Aufgaben des Grimme-Instituts sind die Beobachtung, Analyse und Bewertung von Medienentwicklungen sowie die Förderung der Medienbildung. Das Grimme-Institut führt die Qualitätswettbewerbe „Grimme Online Award“ und „Grimme Preis“ sowie Veranstaltungen wie den „Social Community Day“ oder „Medienfrauen NRW“ durch. Zudem ist es Projektträger von Mekonet, dem „Medienkompetenznetzwerk NRW“, und gibt Publikationen zum Thema Medienkompetenz heraus.

Daneben wird die DW-Akademie (Deutschen Welle-Akademie) gefördert, die Journalistinnen und Journalisten, Technikerinnen und Techniker sowie Managerinnen und Manager aus Entwicklungs- und Transformationsländern fortbildet.

Darüber hinaus hat die Landesregierung mit dem „Medienpass NRW“ eine Initiative zur Förderung von Medienkompetenz an Schulen ins Leben gerufen.

Für 2012 ist ein Medienkompetenztag in Kooperation mit dem Landtag geplant. Dieser soll vor der Sommerpause realisiert werden.

Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS):

Der neue Kinder- und Jugendförderplan (2011 bis 2015) legt einen Schwerpunkt unter dem Titel „Fit für die mediale Zukunft“. Das Fördervolumen zu diesem Bereich wurde mehr als verdoppelt (von 560.000 Euro auf 1,2 Millionen Euro). Durch die Bereitstellung dieser zusätzlichen Mittel soll der Zugang zu medienpädagogischen Angeboten ausgebaut werden. Dabei gilt es auch, Angebote und Fortbildungen für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in der Jugendarbeit anzubieten, damit diese bei ihrer medienpädagogischen Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen, aber auch in der Beratungsarbeit mit den Eltern unterstützt werden (siehe auch Antwort auf Frage 45).

Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW)

Siehe dazu die Antwort zu Frage 361.

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV):

In der Verbraucherinformation und Verbraucherbildung kommen verschiedene methodische Konzepte und inhaltliche Formate zum Einsatz. Folgende Maßnahmen und Aktivitäten wurden in den letzten zwei Jahren ergriffen beziehungsweise werden zurzeit durchgeführt:

- Erstellung von Informationsmaterialien und des Ratgebers („Ihr Recht“) unter anderem auch zur Stärkung der Verbraucherkompetenzen im Umgang mit digitalen Medien.

- Planung und Umsetzung von Tagungen, zuletzt 2009 der Fachkongress „Mausklick mit Durchblick – Verbraucherschutz im Web 2.0 für junge Menschen“, gerichtet an Medienpädagoginnen und -pädagogen, Lehrerinnen und Lehrer und außerschulische Bildungsakteure, die für Verbraucherprobleme jugendlicher Netznutzung zum Beispiel in sozialen Netzwerken oder in Browser-Games sensibilisierte.
- Finanzierung, Koordination und fachliche Begleitung von zehn Regionalseminaren/ Verbraucherkonferenzen mit dem Titel „Forum 60plus – Ins Internet mit Sicherheit“ für ehrenamtliche Mitglieder der Seniorenvertretungen und Multiplikatoren der Zielgruppe. Im Anschluss wird ein Veranstaltungskoffer entwickelt, der Seniorenvertretungen die Durchführung von eigenen Veranstaltungen zum Umgang mit digitalen Medien im Alter ermöglichen soll.

Für diese Angebote zur Stärkung der Medienkompetenz werden jährlich circa 65.000 Euro bereitgestellt.

Medienkompetenz ist auch im Rahmen der nordrhein-westfälischen Umsetzung der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ein Thema für alle Bildungsbereiche. NRW-Landesministerien, die Natur- und Umweltschutz-Akademie des Landes (NUA) und diverse andere Bildungseinrichtungen des Landes haben an dieser professionellen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit großen Anteil. Gesonderte Haushaltsmittel werden hierfür nicht bereitgestellt beziehungsweise können nicht differenziert beziffert werden.

Ministerium für Inneres und Kommunales (MIK)

Die Stärkung der Medienkompetenz ist eine Teilaufgabe der allgemeinen Fortbildung als auch der IT-Fortbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die dafür aufgewendeten Haushaltsmittel können deshalb nicht gesondert ausgewiesen werden (siehe auch die Antwort zu Frage 335).

Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA)

Medienkompetenz geht einher mit Bildungskompetenz. Um diese insbesondere bei älteren Menschen mit Migrationshintergrund gezielt zu entwickeln und zu stärken, fördert das MGEPA die Bildungsbeteiligung von älteren Migrantinnen und Migranten durch beteiligungsorientierte und niedrigschwellige Bildungsangebote im unmittelbaren Lebensumfeld.

334. Wie beurteilt die Landesregierung die sogenannte „Internet Literacy“ (Schlüsselqualifikation Informationskompetenz) unter dem Gesichtspunkt, dass der Erwerb von Kenntnissen und Fertigkeiten über das Internet in der Bevölkerung nicht gleichmäßig verteilt ist? Welche politischen Handlungen gibt es diesbezüglich?

Recherche- und Informationskompetenz ist eine Schlüsselkompetenz, die auch die sinnvolle, zielgerichtete und kritische Nutzung von Internetangeboten, Suchmaschinen, Onlinekatalogen und Datenbanken umfasst. Nur wer in der Lage ist, sicher im Netz zu recherchieren und Informationen kritisch zu bewerten, kann die Möglichkeiten des Internets nutzen.

Studien zeigen, dass die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen unterschiedlich ausgeprägt ist. Wie souverän Kinder und Jugendliche mit Medien umgehen, hängt insbesondere von ihrem Elternhaus und ihrem Freundeskreis ab. Um den notwendigen Kompetenzerwerb allen Bürgerinnen und Bürgern gleichermaßen zu ermöglichen, ist eine Verankerung im schulischen Unterricht unumgänglich. Bereits jetzt ist der Erwerb von Recherchekompetenz in den Lehrplänen, insbesondere des Faches Deutsch, enthalten. Im Rahmen des Medienpasses NRW und in den durch die Medienberatung NRW initiierten Bildungspartner-

schaften zwischen Schulen und Bibliotheken liegt auf der verstärkten Vermittlung von Informationskompetenz ein besonderer Schwerpunkt (siehe Antwort zu Frage 338). Um auch Erwachsenen Orientierungshilfen zu geben, fördert die Landesregierung Informationsmaterial und -veranstaltungen für Bürgerinnen und Bürger (siehe Antwort zu Frage 343).

Zudem ist die Vermittlung und Förderung von Informationskompetenz ein zentrales Anliegen der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags, Medienkompetenz zu fördern. Der LfM wurde daher Gelegenheit gegeben, hierzu Stellung zu nehmen. Die Stellungnahme lautet wie folgt:

„Noch nie war es so einfach, an Informationen zu gelangen – aber noch nie so schwer, ihre Relevanz und ihre Wahrheit zu bewerten. Besonders, wenn man auf eigene Faust Informationen sucht und bewertet, ist Orientierung notwendig. Angesichts dieser Entwicklung wird Informationskompetenz als die Fähigkeit, mit Informationen selbstbestimmt, souverän und verantwortlich umzugehen, zu einem Schlüsselbegriff unserer Gesellschaft. Die Vermittlung und Förderung von Informationskompetenz ist ein zentrales Anliegen der LfM im Kontext ihres Auftrags, Medienkompetenz zu fördern. Die Aktivitäten der LfM zur Förderung von Informationskompetenz unterscheiden sich in ihrer spezifischen Ausrichtung und den jeweiligen Zielgruppen. Den Kern dieser Aktivitäten bilden Projekte und Maßnahmen, die sich mit dem Thema „Informationskompetenz“ unter folgenden Perspektiven befassen:

1. Fundierter und umfassender Überblick zum Thema Informationskompetenz

Die 2009 online publizierte Expertise „Informationskompetenz in Deutschland“ (Dr. Harald Gapski, Thomas Tekster) gibt einen Überblick zum Stand der Fachdiskussion, stellt relevante Literatur zusammen und beschreibt Definitionen, Modelle und Standards im Bereich der Informationskompetenz. Zudem werden Projekte und Materialien für einzelne Zielgruppen vorgestellt. Über diese umfassende Bestandsaufnahme hinaus zeigt die Expertise auch konkrete Entwicklungsfelder auf, in denen Informationskompetenz gefördert werden sollte.

2. Aufgreifen des Informationsbedarfs von erwachsenen Bürgerinnen und Bürgern

Um den kompetenten Umgang erwachsener Mediennutzer mit Informationen zu fördern und Orientierungshilfen zu geben, arbeitet die LfM mit der Deutschen UNESCO-Kommission zusammen. Im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung werden gemeinsame Projekte geplant und umgesetzt, mit denen der einzelne Nutzer informiert, beraten und qualifiziert werden soll. In diese Kooperation ordnen sich die folgenden beiden Projekte ein:

- a. Die Ausgabe drei der LfM-Flyer-Reihe „Mit Medien leben: gewusst wie!“ mit dem Titel „Recherchieren und Informieren – aber richtig!“ bietet anhand exemplarischer Fragestellungen in verständlicher Form Hilfestellungen und konkrete Tipps, wie man sich richtig informiert. Dabei werden Fragen wie etwa „Was ist beim Recherchieren und Informieren grundsätzlich wichtig?“ oder: „Worauf sollte man bei der Nutzung von Suchmaschinen wie Google und Onlineenzyklopädien wie Wikipedia achten?“ aufgegriffen und kurz, kompakt und alltagsnah beantwortet.
- b. Ein Ratgeber für Erwachsene, mit dem das Thema Informationskompetenz allgemein verständlich vermittelt und die damit verbundenen Herausforderungen transparent gemacht werden sollen, ist derzeit in der Phase der inhaltlichen Konzeptionierung. Das Qualifizierungsmodul wird von einem Auftragnehmer aus dem universitären Bereich umgesetzt. Neben Modulen zu Recherche- und Suchstrategien, der Bewertung von Glaubwürdigkeit und Relevanz von Informationen sowie der Informationsverwendung sollen dabei insbesondere auch Aspekte der Demokratiekompetenz sowie der

Prozess der politischen Meinungsbildung eingebracht werden. Der Ratgeber greift die in der 2005 erstmals erschienenen LfM-Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“ behandelte Suchmaschinenproblematik auf, bettet diese allerdings in den heute relevanten, umfassenderen Kontext einer allgemeinen Informationskompetenz ein.

3. Adressieren von Schülerinnen und Schülern des Grundschulbereichs

Wie und wo können Schüler ins World Wide Web einsteigen, um schnell und vor allem sicher ans Ziel zu gelangen? Im Rahmen des Projekts „Internet-ABC“ wurde der Rechercheratgeber „Suchen und Finden was gut ist! – Recherchieren lernen mit dem Internet“ entwickelt. In kompakter Form bekommen Schülerinnen und Schüler des Grundschulbereichs Tipps zum Umgang mit dem Web als Recherchewerkzeug.

4. Materialien für Schülerinnen und Schüler im Bereich der weiterführenden Schulen

Mit dem EU-Projekt „klicksafe“ wird seit 2004 in Deutschland der Auftrag der Europäischen Kommission umgesetzt, Internetnutzern die kompetente und kritische Nutzung von Internet und Neuen Medien zu vermitteln, und ein Bewusstsein für problematische Bereiche dieser Angebote zu schaffen. Im Rahmen von klicksafe werden derzeit Unterrichtsmodule zum Thema Informationskompetenz für den Einsatz im Bereich der weiterführenden Schule konzipiert und umgesetzt.

5. Vernetzung

Mit Blick auf die Frage der Erreichbarkeit der adressierten Zielgruppen macht die LfM im Kontext ihrer Netzwerkarbeit sehr gute Erfahrungen. Netzwerke und Plattformen, die nicht vorrangig auf die Förderung und Vermittlung von Medienkompetenz ausgerichtet sind, haben enge und gewachsene Strukturen und damit auch Zugang zu teilweise schwer erreichbaren Zielgruppen. Mit dem Einspeisen von Medienkompetenzthemen in solche Netzwerke wird es möglich, die avisierten Zielgruppen tatsächlich zu erreichen. Damit können auch Menschen einbezogen werden, die etwa aufgrund von sozialer Benachteiligung über herkömmliche Wege nur sehr schwer erreicht werden können. Insofern werden damit auch soziale Schief-lagen mitgedacht. Im Rahmen der Netzwerkarbeit ist geplant, mit Blick auf das Thema Informationskompetenz Kooperationsmöglichkeiten beispielsweise mit dem Verband der Bibliotheken des Landes NRW zu prüfen.“

335. Wie genau stellt die Landesregierung die sogenannte „Internet Literacy“ ihrer eigenen Landesbediensteten im Einzelnen für die jeweiligen Beschäftigungsgruppe sicher?

Die Anforderungen an die „Internet Literacy“ (Schlüsselqualifikation Informationskompetenz) der Landesbediensteten sind einem kontinuierlichen Wandel unterworfen – unter anderem durch neue technische Möglichkeiten sowie neue gesellschaftliche Entwicklungen und Adaptionen der Informationskompetenz. Die Landesregierung berücksichtigt diese Entwicklungen in Fortbildungsangeboten für die Beschäftigten der Landesverwaltung

- der technischen Art sowie
- der darüber hinausgehenden Art, das heißt zum Beispiel Seminare zu den Einsatzmöglichkeiten und zur Nutzung des Web 2.0, Seminare zur Methodik beziehungsweise zum Medieneinsatz, Seminare zum Zeitmanagement und andere.

Technische Qualifizierungsmöglichkeiten sind dem IT-Fortbildungsprogramm (www.it-prog.lids.nrw.de) zu entnehmen, das vom Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-

Westfalen (IT.NRW) im Auftrag des Ministeriums für Inneres und Kommunales (MIK) angeboten wird.

Qualifizierungsmöglichkeiten zur praktischen Anwendung sowie zur weitergehenden Befassung mit neuen Medien im weiteren Sinne sind unter anderem dem Angebot der Fortbildungsakademie (www.fah.nrw.de) des MIK in Herne zu entnehmen. Des Weiteren können behördenspezifische Fortbildungen zu dieser Thematik angeboten werden.

Weiterbildungen im Bereich Internet Literacy erfolgen häufig im fachlichen Kontext. So wird den Beschäftigten der Finanzverwaltung beispielsweise Informationskompetenz im Rahmen der Schulungen „PC-Führerschein“ vermittelt. Hierbei ist auch der Teilaspekt Internet Literacy berücksichtigt.

Für den Polizeibereich werden Grundfertigkeiten im Umgang mit dem Computer – wie im heutigen Berufsalltag allgemein üblich – bei der Einstellung vorausgesetzt. Darauf aufbauend werden Kenntnisse im Computerbereich für den Polizeiberuf in der Ausbildung vermittelt. Darüber hinaus können im Bereich der zentralen und örtlichen Fortbildung der Polizei NRW diese Kenntnisse arbeitsplatzbezogen erweitert werden. Jährlich wird der Fortbildungsbedarf erhoben und den Erfordernissen entsprechend aktualisiert und angeboten. Insbesondere spezifische Angebote im Fortbildungsprogramm sind zur Unterstützung der Wahrnehmung von Kernaufgaben im Verkehrs- wie im Ermittlungsbereich vorgesehen. Werden im Bereich der Polizei NRW neue computergestützte Verfahren implementiert, so erfolgt dies in der Regel im Rahmen eines Projektes. Im Projekt werden unter anderem auch die Erfordernisse von Schulungen für Multiplikatoren wie auch Endanwendern erhoben und beschrieben. Vor dem jeweiligen Rollout erfolgen die entsprechenden Schulungen für die spezifischen Zielgruppen auf zentraler und örtlicher Ebene.

Lehrerinnen und Lehrer können zudem über ihr regionales Kompetenzteam und deren Medienberaterinnen und Medienberater Fortbildungsangebote wahrnehmen. Die Medienberatung NRW unterstützt im Auftrag des Schulministeriums die Moderatorinnen und Moderatoren der Kompetenzteams mit Qualifikationsangeboten.

336. Aus welchen Gesichtspunkten heraus teilt die Landesregierung die Einschätzung (nicht), dass der Erwerb von Kenntnissen und Fertigkeiten in Bezug auf das Internet künftig ebenso wichtig sein wird wie der Erwerb der Fähigkeiten, lesen und schreiben zu können?

Die Landesregierung ist der Auffassung, dass Medienkompetenz generell eine Schlüsselkompetenz darstellt, deren Vermittlung ganzheitlich erfolgen muss. Das Internet spielt im heutigen Alltag von Kindern und Jugendlichen eine zentrale Rolle. Jeder vierte Sechs- bis Siebenjährige und 90 Prozent aller Zwölf bis 13-Jährigen zählen zu den Internetnutzern (siehe Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.): Studienreihe KIM 2010 (Kinder + Medien, Computer + Internet), Stuttgart 2011, S. 30). Kinder und Jugendliche erhalten durch das Internet einen einfachen Zugang zu Wissen und Bildung, zu Unterhaltung, zum Austausch mit anderen. In Ausbildung und Beruf wird der souveräne Umgang mit dem Internet vorausgesetzt. Andererseits sind Kinder und Jugendliche mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Sie müssen lernen, Chancen des Internets zu nutzen und Risiken zu vermeiden.

337. Inwieweit arbeitet die Landesregierung an jeweils welchen Stellen und bei welchen Projekten ressortübergreifend bei der Entwicklung und Umsetzung von Konzepten zur Stärkung der Medienkompetenz? (Vorhaben bitte einzeln auflisten)

Grundsätzlich erfolgt eine ressortübergreifende Zusammenarbeit anlassbezogen. Derzeit erfolgt die ressortübergreifende Zusammenarbeit bei folgenden Initiativen beziehungsweise Projekten:

1. „Medienpass NRW“ (siehe Antworten zu den Fragen 338-340)
2. „ZeitungsZeit Nordrhein-Westfalen – Selbständigkeit macht Schule“ (siehe dazu die Antwort zu Frage 147)
3. „Grundsätze zur Bildungsförderung für Kinder von 0 bis 10 Jahren“ (Ministerium für Schule und Weiterbildung und Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport, siehe Antwort zu Frage 348)
4. Im Rahmen eines ressortübergreifend gestalteten „Tag der Medienkompetenz“ 2012 soll die Auseinandersetzung mit Medienthemen angeregt und die Vielfalt der Projekte und Initiativen im „Medienkompetenzland NRW“ präsentiert werden. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit dem Landtag organisiert.
5. Das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) wird zusammen mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz (MKULNV) und der Verbraucherzentrale NRW ein „Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW“ mit einer Geschäftsstelle bei der Verbraucherzentrale NRW aufbauen. Bestandteil dieses Kompetenzzentrums ist auch ein Netzwerk von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die in Nordrhein-Westfalen auf dem Gebiet der Verbraucherforschung tätig sind. Ziel ist es, die Forschungsaktivitäten zu verstärken und bestehende Forschungsstrukturen zu vernetzen. Im ersten Quartal 2012 nimmt das Kompetenzzentrum seine Arbeit auf. In geringem Umfang sollen Fördermittel zur Verfügung stehen, um Forschungsvorhaben in der Verbraucherforschung anzuschließen. Auch Forschungsvorhaben zur Stärkung der Medienkompetenz gehören zu den möglichen Forschungsprojekten, die vom Kompetenzzentrum gefördert werden können.
6. Im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung (UN-Weltdekade) kommt Medienkompetenz ebenfalls Bedeutung zu (Federführung liegt beim Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz, beteiligt sind das Ministerium für Schule und Weiterbildung und die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien).

338. Welche detaillierten Einzelüberlegungen und Ziele liegen dem Konzept für das sogenannte Projekt „Medienpass NRW“ zugrunde?

Medien, insbesondere digitale Medien, gehören zum Alltag von Kindern und Jugendlichen. Schneller als Erwachsene greifen sie Trends auf, nutzen pragmatisch neue Medienangebote und unterstützen mit ihrem technischen Sachverstand Eltern oder Großeltern. Zugleich stehen sie vor neuen Herausforderungen – Herausforderungen, die die Fähigkeit, Informationen zu bewerten und einzuordnen, die Kenntnis von Recht und Gesetzen im Internet oder auch Wissen um politische und wirtschaftliche Zusammenhänge erfordern. Deshalb ist Medienkompetenz heutzutage eine Schlüsselqualifikation und gehört, genauso wie Rechnen, Schreiben und Lesen, zur Bildung.

Ziel der Initiative „Medienpass NRW“ ist, die Förderung der Medienkompetenz systematisch in den Schulen zu verankern. Im Zusammenwirken mit Angeboten der offenen Jugendarbeit wird die Medienkompetenz auch über den schulischen Rahmen hinaus gefördert und weiterentwickelt. Der Medienpass NRW besteht aus drei Bausteinen:

1. Kompetenzrahmen „Medienkompetenz“: In einem Kompetenzrahmen wird beschrieben, über welche Medienkompetenzen Kinder und Jugendliche eines bestimmten Alters verfügen sollten, das heißt welche Fähigkeiten sie benötigen, um einerseits die medialen Möglichkeiten zu nutzen und andererseits mit potenziellen Risiken angemessen umgehen zu können. Neben analogen Medien werden insbesondere die digitalen Medien berücksichtigt. Die Untergliederung des Kompetenzrahmens erfolgt kompetenzorientiert sowie nach Altersstufen.

2. Lehrplankompass: Lehrerinnen und Lehrer erhalten praxisbezogene Hilfestellungen für die Vermittlung der entsprechenden Kompetenzen im Unterricht. Die im Kompetenzrahmen aufgeführten Kompetenzen werden in Abstimmung mit den Kernlehrplänen an die unterschiedlichen Fächer angebunden. Unterrichtsmaterialien, die zum Kompetenzerwerb dienen können, werden empfohlen.

3. Zertifizierung: Der jeweilige Kompetenzerwerb soll durch den Medienpass NRW zertifiziert werden.

Die Initiative „Medienpass NRW“ wird getragen von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM), dem Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW), dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS), der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) sowie der Medienberatung NRW.

339. *Wie viele und welche Personenzielgruppen speziell sollen mit dem Projekt jährlich erreicht werden? Wie erfolgt die diesbezügliche Bekanntmachung?*

Ziel der Initiative „Medienpass NRW“ ist, die Förderung der Medienkompetenz systematisch in den Schulen zu verankern. Im Zusammenwirken mit Angeboten der offenen Jugendarbeit wird die Medienkompetenz auch über den schulischen Rahmen hinaus gefördert und weiterentwickelt. Der Medienpass NRW richtet sich damit an Kinder, Jugendliche, Lehrerinnen und Lehrer sowie pädagogische Fachkräfte der Kinder- und Jugendhilfe – eine breite und heterogene Zielgruppe.

Der Zeitplan sieht wie folgt aus:

2011 wurde mit einer Onlinekonsultation unter www.medienpass.nrw.de die Öffentlichkeit an der Diskussion um Inhalte einer Medienkompetenzvermittlung beteiligt. Parallel dazu fand eine Diskussion im sozialen Netzwerk SchülerVZ statt. Einerseits wurde ein Meinungsbild erhoben, andererseits eine ausführliche Stellungnahme und Diskussion ermöglicht. Die Onlinekonsultation ist abgeschlossen, der Auswertungsbericht liegt vor, erreichbar unter www.medienpass.nrw.de und www.mbem.nrw.de. Die Ergebnisse sind – soweit möglich – in die Konzeption beziehungsweise in die Inhalte des Medienpasses eingegangen.

Kompetenzrahmen und Lehrplankompass werden ab Februar 2012 zunächst in den 3./4. Klassen an 68 Grundschulen erprobt. Prozessbegleitend finden für diese Schulen Fachtagungen statt. Im Anschluss an die Erprobungsphase werden die gewonnenen Erkenntnisse evaluiert und in den Kompetenzrahmen sowie den Lehrplankompass integriert.

Zum Schuljahr 2012/2013 wird der Medienpass allen Grundschulen zur Verfügung stehen. Eine Umsetzung für die Sekundarstufe I wird angestrebt.

Die Bekanntmachung erfolgt über die klassischen Medien, Newsletter und Publikationen, soziale Netzwerke und Veranstaltungen im Medienbereich sowie über die Homepage www.medienpass.nrw.de.

340. Aus welchen einzelnen fachlichen Erwägungen heraus ist es zur Umbenennung des ursprünglichen „Medienkompetenzführerscheins“ in den neuen „Medienpass“ gekommen, und wer genau hat diese Umbenennung entschieden?

Der Koalitionsvertrag von SPD und Bündnis 90/Die Grünen sieht die Einführung eines altersgemäßen Medienkompetenzangebots an allen Schulformen vor. Dafür wird der Arbeitstitel „Medienkompetenzführerschein“ gebraucht. Die Träger der Initiative „Medienpass NRW“ – die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM), das Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW), das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS) des Landes Nordrhein-Westfalen, die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) sowie die Medienberatung NRW – haben entschieden, diese Initiative „Medienpass NRW“ zu nennen.

Der Name verdeutlicht zwei wesentliche Ziele der Initiative: Medienkompetenz ganzheitlich, kontinuierlich und strukturiert Kindern und Jugendlichen zu vermitteln, und gleichzeitig ihre Medienkompetenz zu dokumentieren.

341. Wie setzt sich die Finanzierung der Förderung von Medienkompetenz in all ihren Facetten und Einzelprogrammen sowie Projekten in Nordrhein-Westfalen differenziert nach öffentlichen Haushaltsmitteln und Zuwendungen von Dritten (wie Unternehmen, Stiftungen etc.) zusammen?

342. Welche einzelnen Angebote zur Vermittlung von Medienkompetenz durch Private gibt es derzeit in Nordrhein-Westfalen, und wie bewertet die Landesregierung deren Arbeit jeweils pro Angebot?

343. Wie viele und welche Projekte laufen zur Förderung der Medienkompetenz derzeit in Nordrhein-Westfalen insgesamt, und wie werden diese jeweils finanziert?

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 341, 342 und 343 gemeinsam beantwortet.

Eine eigene, fortlaufende Erhebung zu einzelnen Angeboten zur Vermittlung von Medienkompetenz und ihrer Finanzierung durch Private in Nordrhein-Westfalen führt die Landesregierung nicht. Einen allgemeinen Überblick über Einrichtungen, Projekte und Netzwerke gibt der Medienpädagogische Atlas (MPA) der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Die LfM wurde daher um Stellungnahme gebeten. Diese lautet:

„Nordrhein-Westfalen verfügt zur Vermittlung von Medienkompetenz über eine Vielzahl von Ansprechpartnern, Projekten und Netzwerken. Und es werden beständig mehr. Deshalb bietet der Medienpädagogische Atlas NRW (MPA) eine verlässliche Orientierungshilfe, die umfassend über medienpädagogische Aktivitäten in NRW informiert. So enthält der MPA Informationen zu Einrichtungen, Initiativen/Projekten und Netzwerken, die in Nordrhein-Westfalen medienpädagogisch arbeiten und mit ihren Angeboten und Aktivitäten medientheoretische

und -praktische Kompetenz vermitteln. Zurzeit werden in der Onlinedatenbank rund 600 Einrichtungen sowie rund 2100 Projekte zur Förderung von Medienkompetenz in NRW vorgestellt.

Die Nutzer des Atlas können anhand detaillierter Such- und Eintragsformulare Adressen, Aufgaben und Angebote in NRW eintragen, recherchieren und für die Planung und Vernetzung eigener Projekte einsetzen. So wird der MPA zu einem wertvollen Instrument für mögliche Kooperationen oder ausgedehnten Erfahrungs- und Wissensaustausch und kann dazu beitragen, existierende Projekte noch nachhaltiger zu machen. Zusätzlich präsentiert der Medienpädagogische Atlas im monatlichen Wechsel Einrichtungen, Projekte oder Netzwerke, die sich durch ihre beispielhafte medienpädagogische Arbeit auszeichnen. Vier Wochen lang stellt der MPA die „Empfehlung des Monats“ mit einer ausführlicheren Darstellung an prominenter Stelle vor. Ergänzt wird das Angebot des Medienpädagogischen Atlas NRW um eine Praktikumsbörse, die Schülern und Studierenden, aber auch Erwachsenen einen Überblick über medienpädagogische Praktikumsplätze in NRW gibt und die Kontaktaufnahme erleichtert. Die Daten des Medienpädagogischen Atlas NRW werden im Auftrag der (LfM) kontinuierlich durch die Grimme-Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH aktualisiert.“

Bei der Vielzahl der privaten Medienkompetenzangebote ist eine vergleichende Bewertung jedes Angebots im Rahmen dieser Großen Anfrage nicht möglich. Grundsätzlich begrüßt die Landesregierung Aktivitäten Privater zur Förderung von Medienkompetenz und geht von ihrem Mehrwert aus. Gerade Medienkompetenz lebt vom lokalen Engagement, von Akteurinnen und Akteuren und Vereinen, die nah an den Menschen sind. Die Vielfalt an Projekten und Initiativen ist Ausdruck der Einsatzbereitschaft und Kreativität der Menschen in NRW.

Ein Überblick über die Finanzierung von Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz durch die Landesregierung im Haushaltsjahr 2011 ergibt sich aus folgender Auflistung und aus der Antwort auf Frage 333:

Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien (MBEM):
 Siehe dazu die Antwort zu Frage 333.

Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (MFKJKS):
 Im Kinder- und Jugendförderplan des Landes Nordrhein-Westfalen stehen zur Förderung medienpädagogischer Angebote insgesamt 1,2 Millionen Euro zur Verfügung. Die Förderung erfolgt nach den Richtlinien zum Kinder- und Jugendförderplan. Folgende Projekte werden im Jahr 2011 gefördert:

Tab. 343.1: Geförderte Projekte im Rahmen des Kinder- und Jugendförderplans Nordrhein-Westfalen in 2011

Institution	Ort	Projekt
Akademie Remscheid	Remscheid	Deutscher Jugendfotopreis 2011
Jugendamt Köln	Köln	Jugendforum 2011
Filmothek der Jugend NRW e.V.	Duisburg	Mobilstreifen - Filmwettbewerb
Filmothek der Jugend NRW e.V.	Duisburg	Filmbuch
Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V.	Duisburg	Soziale Netzwerke
Girlsplace e.V.	Köln	Dance – Tanzprojekt für Mädchen und junge Frauen

Institution	Ort	Projekt
Atlant e.V.	Köln	Wir in Köln – Jugendmagazin für Kinder und Jugendliche
jfc Medienzentrum	Köln	Medienpädagogische Börse 2011
Sozialdienst Katholischer Männer e.V.	Köln	Medienarbeit
Sozialistische Jugend Deutschlands – Die Falken, Kreisverband Oberhausen	Oberhausen	Podcasting – Wir haben was zu sagen/Wir spielen Theater
Jugendheimbau Essen e.V.	Essen	Computerwerkstatt
Haus der Offenen Tür e.V. BAUHAUS	Troisdorf	Video-Projekt BAUHAUS – Mein Leben und ich
Alte Feuerwache e.V.	Köln	Rundum fit – bei Medien mach ich mit
Jugendzentren Köln gGmbH	Köln	Dreh ab! ... Medienworkshop für Jugendliche
Jugendzentren Köln gGmbH	Köln	Wie klickst Du? Aktionstage zur Förderung der kritischen Auseinandersetzung und Reflexion des eigenen Medienverhaltens
Kath. Pfarrgemeinde Sankt Willebrord	Bedburg	Erstellung eines Films „3 Engel für`s CAPO
Evangelische Jugend Weigle-Haus e.V.	Essen	Hörspielproduktion zum Thema Weihnachten
KinderKino Bonn e.V.	Bonn	Workshopreihe „Blick hinter die Kulissen“
Evangelisches Jugendhaus Café Nova	Essen	Medienprojekt für benachteiligte Mädchen
Offene Jugendarbeit Neumühl e.V.	Duisburg	Cyber-Mobbing
Medienprojekt Wuppertal e.V.	Wuppertal	Videoprojekt „Außenseiter“
Katholische Kirchengemeinde Sankt Augustinus	Sankt Augustin	Neue Medien - außerschulisches Lernen
Sozialistische Jugend Deutschlands, Kreisverband Duisburg	Duisburg	Sicheres Bewegen im Internet
Arbeiter-Samariter-Bund Regionalverband Erft / Düren e.V.	Erftstadt	Filmprojekt in der mobilen Jugendarbeit
Jugendfarm Bonn e.V.	Bonn	Integratives Medienprojekt „Lizenz zum Surfen“
Kleiner Muck e.V.	Bonn	Hörspielprojekt
Hubert-Vootz-Haus e.V.	Viersen	Erwerb von Computer- und Internetkompetenz
Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V.	Duisburg	11. Wettbewerb „Jugend macht Radio“
jfc Medienzentrum	Köln	Strukturförderung
Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V.	Duisburg	Strukturförderung
ComputerProjekt Köln e.V.	Köln	Strukturförderung
Jugendamt Düsseldorf	Düsseldorf	Mobile School Düsseldorf – Medienkompetenz auf Rädern
Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V.	Duisburg	Modellprojekt zur Umsetzung einer inklusiven Medienpädagogik in Nordrhein-Westfalen
Duisburger Werkkiste gemeinnützige GmbH	Duisburg	Radioprojekt
Internationaler Bund Freier Träger der Jugend-, Sozial und Bildungsarbeit	Dormagen	IT-Fitness von sozial benachteiligten Jugendlichen

Institution	Ort	Projekt
e.V. Verbund NRW-Mitte		
jfc Medienzentrum	Köln	Video 2.0 in der Jugendarbeit – ein Lernprojekt für Fachkräfte
Girlsplace e.V.	Köln	Medium Fotografie
Jugendzentren Köln gGmbH	Köln	Cyber Jugz – Erwerb von Schlüsselqualifikationen
Katholische Jugendwerke im Kreisdekanat Mettmann e.V.	Mettmann	Förderung der Medienkompetenz
Netzwerk e.V. Soziale Dienste und Ökologische Bildungsarbeit	Köln	In 5 Tagen um die Medienwelt
Jugendverbände der Gemeinschaften Christlichen Lebens Diözesanverband Aachen	Aachen	Web to go – innovative Strategien der Medienarbeit
Trägerverein des Jugendringes Düsseldorf e.V.	Düsseldorf	Düsseldorfer Jugendmedientage
jfc Medienzentrum	Köln	Kinderfotofenster und Kinderfotopreis NRW
Katholischer Kirchengemeindeverband Hellenthal Schleiden	Schleiden	Installation Lokales Netzwerk Hellenthal
Coach e.V.	Köln	Wir machen Medien
ComputerProjekt Köln e.V.	Köln	Kulturelle Bildung auf dem Next-Level-Kongress
Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) Landesstelle Nordrhein-Westfalen e.V.	Köln	GamesCamp
Bauverein Falkenjugend Gelsenkirchen e.V.	Gelsenkirchen	„Comp@ss Gelsenkirchen
Arbeitskreis Ostviertel e.V.	Münster	„MILE – Medien im Leben erfahren“
Jugendwerk für die Stadt Gescher e.V., Kinder- und Jugendtreff „JUCA“	Gescher-Hochmoor	Medienwerkstatt: Vermittlung von Medienkompetenz und Medienbildung im Kinder und Jugendtreff "JuCa"
Jugend- und Familiendienst e.V.	Rheine	„Licht aus – Film ab „Kinderkino & mehr“
Kgv (keiner geht verloren) e.V.	Ahlen	„Filmprojekt EastSideStory
Die Falken Bielefeld	Bielefeld	Media Masters - Ein Reiseführer für Jugendliche durch die Medienwelt 2.0"
Bielefelder Jugendring e.V.	Bielefeld	"Hört auf die Kinder - denn sie haben was zu sagen" Drei mobile Medienredaktionen (Radio, TV, Internet) im Rahmen des Spielfestes zum Weltkindertag in der Bielefelder Innenstadt - Medienkompetenz im Gesamtprofil der offenen Kinder- und Jugendarbeit
LAG Spiel und Theater NRW e.V.	Herford	Das medienspezifische Projekt - CLIP II
Stadtjugendring Herford e.V.	Herford	Willkommen im Cyberspace - Fit für Social Media
Interkulturelles Begegnungszentrum Juxbude (IBZ) Minden e.V.	Minden	"Sicher & Selbstbewusst ins Internet
SJD – Die Falken Bochum Kinder- und Jugendverband	Bochum	Medienpädagogische Computerführerschein Junior-comp@ss

Institution	Ort	Projekt
Dobeq Dortmund	Dortmund	Integrative multimediale Interaktion
Sportjugend im SSB Dortmund e.V.	Dortmund	Fit in die mediale Zukunft
Arbeiterwohlfahrt Unterbezirk Hagen-Märkischer Kreis	Hagen	Twitter, Facebook, Skype - verstrickt im Netz oder neue Chancen für benachteiligte Jugendliche?
Caritasverband Iserlohn e.V.	Iserlohn	Standort: Iserlohn IT - Fit am Computer, Computerschulungen für Jugendliche
Forum jugendarbeit e. V	Warstein	Medienwochen
Ev. Kirchengemeinde Lippstadt Jugendtreff Shalom	Lippstadt	Bewerbungstraining - Orientieren, Bewerben, Vorstellen
Sozialdienst katholischer Männer e.V.	Lippstadt	Medien öffnen Grenzen - Medienprojekt zur gesellschaftlichen und kulturellen Partizipation von Kindern und Jugendlichen
Stadt Witten, Amt für Jugendhilfe und Schule	Witten	Revierhelden - die Chance deines Lebens
Bauverein Falkenjugend Gelsenkirchen e.V.	Gelsenkirchen	„Comp@ss Gelsenkirchen
SJD – Die Falken Bochum	Bochum	Medienpädagogischer Computer – Führerschein Net-Comp@ss
Kolpingjugendwerk Diözesanverband Münster	Coesfeld	Vernetzt – Das Mitmach-Internet
Kath. Jugendsozialarbeit Gelsenkirchen gGmbH	Gelsenkirchen	Blickwinkel
Kath. Studierende Jugend (KSJ) Diözesanverband Münster e.V.	Münster	Lenz24.info – Politische Jugendbildung in der offenen Jugendarbeit unter Einbeziehung neuer Medien
Arbeitskreis Ostviertel e.V./Bürgerhaus Bennohaus	Münster	Jugend spricht!
Arbeitskreis Jugendzentrum Nord e.V.	Herten	Medien – Chancen und Risiken/ Ein Projekt zur Förderung des sicheren Umgangs mit dem Internet
Initiative für Kinder und Jugendliche in Laer und Holthausen e.V	Laer	Verloren in der Welt der neuen Medien?!?!
Jugend- und Familiendienst e.V.	Rheine	Medien – Dein Leben heute und im Jahr 2100
GMK – Gesellschaft für Medienpädagogische Entwicklung und Beratung	Ostwestfalen-Lippe	Medienaktiv OWL
Mädchentreff Bielefeld e.V.	Bielefeld	Blogspot@maedchentreff
LUNA – Sportfreunde Sennestadt e. V	Bielefeld	Beats & Bytes - Musikproduktion
Ponte Courage e.V.	Bochum	Med und Com
Schulw-lesbischer Arbeitskreis Dortmund e.V.	Dortmund	Fernsehwerkstatt für schwule, lesbische, bisexuelle und transidente Jugendliche
Ev. Jugend im Kirchenkreis Hagen	Hagen	Cyberking and cyberqueen – Medien- und Bildungsprojekt für Kinder und Jugendliche
FBF Hagen/EN e.V.	Hagen	Sozial Networks, Cyber Mobbing und Happy Slapping: Erzähl facebook nur das, was jeder wissen darf ...
Medienwerkstatt Minden	Minden-Lübecke	Strukturförderung

Institution	Ort	Projekt
Stadtjugendring Siegen e.V. Blue Box	Siegen	Excerpt – Kleine Realitäten – Das Musiktheater
Amt für Jugendarbeit der Ev. Kirche von Westfalen	Schwerte	Kinder- und Jugendradio
Kreis Herford, Der Landrat – Amt für Jugend, Schule und Kultur	Herford	Safe More – Stark im Netz
Stadt Borken – FB Jugend und Familie	Borken	Computerspiele – Neuer Spielraum oder Spiel- und Phantasiekiller
Jugendwerk für die Stadt Gescher e.V. Kinder- und Jugendtreff „JUCA“	Gescher-Hochmoor	Medienwerkstatt: Vermittlung von Medienkompetenz und Medienbildung im Kinder und Jugendtreff "JuCa"

Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS):

Das Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS) fördert und unterstützt Projekte zur Förderung von Medienkompetenz in der Mehrzahl über den Träger RAA, Regionale Arbeitsstellen zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien. Da die Projekte mehrjährig sind, wurden die Förderbeträge dem Projekt zugeordnet.

Tab. 343.2: Geförderte Projekte des Ministeriums für Arbeit, Integration und Soziales (MAIS) im Bereich Medienkompetenz

Projekt	Förderart	Summe in €
Go4Job – European Gateway to career and success Entwicklung eines Berufsorientierungsportals für Jugendliche mit Zuwanderungsgeschichte im Übergang Schule/Beruf	Leonardo da Vinci – Lebenslanges Lernen / Transfer of innovation Laufzeit 2 Jahre: 01.10.2010 bis 30.09.2012	Gesamt: ca. € 300.000 2010: 37.500 2011: 150.000 2012: 112.500
Train Nutrition Serious: Einführung von neuen Medien in die berufliche Bildung am Beispiel der Ernährungsbildung	Leonardo da Vinci – Lebenslanges Lernen / Transfer of innovation Laufzeit 2 Jahre: 01.10.2011 bis 30.09.2013	Gesamt: ca. € 300.000 2011: 37.500 2012: 150.000 2013: 112.500
Mine- MAZ (Film- u. Fernsehmagazinprojekt): Medien Interkulturell Nutzen & Entdecken Projekt für junge Frauen mit Zuwanderungsgeschichte, denen der Umgang mit modernen Kommunikationsmedien näher gebracht wird	Stärken vor Ort	2011 Minimalumsetzung mit Eigenmitteln, Fördermöglichkeiten für die Zukunft werden gesucht
Sommercamp „Sonne, Sonne, Video“ im Rahmen des Projektes „Vielfalt der Chancen nutzen lernen – Modellprojekt“ (CDV) medienpädagogisch ausgerichtetes Feriencamp in Kooperation mit AKKI e.V. (Aktion und Kultur mit Kindern) und der Fachhochschule Düsseldorf, 25.-29.07.2011	EIF, Landesmittel, Stadt Düsseldorf	2011 € 6.460

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV):

Regionale Verbraucherkonferenzen/-seminare unter dem Titel „Forum 60plus“ zur Sicherheit im Internet (Zielgruppe sind ältere Verbraucherinnen und Verbraucher) fanden bis Ende Oktober 2011 statt. Vorgesehen ist die Fortführung einer Serie von Informationsveranstaltungen vor Ort für Seniorenbeiräte und interessierte Seniorinnen und Senioren in 2012. Das MKULNV fördert diese Maßnahme der Verbraucher Initiative (Bundesverband) e.V. im Wege der Projektförderung.

Folgende Publikationen zur Stärkung von Medienkompetenz werden von der Verbraucherzentrale NRW e.V. angeboten:

- Der „Medienkompass“, 3. Auflage, September 2011, ein Ratgeber rund um digitales Fernsehen, Internet und Telekommunikation, zusammen mit der Landesanstalt für Medien NRW (Projektförderung).
- „Vorsicht Abzocke!“, 2. Auflage, Februar 2010, herausgegeben von der VZ NRW. Thematisiert werden Abzockfallen per Internet und Telefon, zum Beispiel Cold-Calling, Datenklau und Phishing etc. (Bestandteil der entgeltpflichtigen Ratgeberreihe des Verbraucherzentralen Bundesverbandes).

Justizministerium (JM)

Das Justizministerium des Landes Nordrhein-Westfalen führt das Audio- und Videoprojekt Podknastr durch. Finanziell gefördert wird das Projekt durch die Landesanstalt für Medien NRW (LfM). In 2010 und 2011 wurde das Projekt mit Mitteln der LfM von rund 30.000 Euro ausgestattet.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF)

Das „Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW“ (siehe Antwort zu Frage 337) wird von 2012 bis 2014 Fördermittel in Höhe von bis zu 110.000 Euro jährlich vergeben können. Diese Mittel stellt das MIWF zur Verfügung, das MKULNV finanziert die Geschäftsstelle des Kompetenzzentrums mit bis zu 110.000 Euro jährlich. Zu den Forschungsprojekten, die dort möglicherweise gefördert werden beziehungsweise eine Anschubfinanzierung erhalten könnten, gehören – neben anderen – Projekte zur Erforschung der Medienkompetenz sowie Forschungsprojekte, in denen untersucht wird, wie sich die Medienkompetenz stärken lässt. Detaillierte Ausschreibungen wird es erst nach Einrichtung der Geschäftsstelle im ersten Quartal 2012 geben.

344. Wie unterscheidet sich die Medienkompetenzförderung in Nordrhein-Westfalen hinsichtlich ihrer Finanzierung, ihrer beteiligter Akteure und ihrer Strukturen von der in den anderen fünfzehn Bundesländern?

Ein Vergleich würde eine detaillierte wissenschaftliche Studie voraussetzen, die im Rahmen dieser Großen Anfrage mit vertretbarem Aufwand nicht geleistet werden kann.

Nordrhein-Westfalen zeichnet sich durch eine vielfältige Medienkompetenzlandschaft aus, historisch gewachsen und in der Fläche verteilt. Die Einrichtungen und Institutionen, die sich auch um Medienkompetenz verdient machen, reichen vom Grimme-Institut bis hin zur Polizei, von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) bis hin zur Landesanstalt für Medien NRW (LfM), die den gesetzlichen Auftrag hat, Medienkompetenz zu fördern.

Die Stärke von NRW liegt in der hohen Anzahl von Projekten, Akteurinnen und Akteuren und in der thematischen Vielfalt beziehungsweise dem Spektrum der Zielgruppen.

345. Welche regionalen Unterschiede in der Verbreitung und Wahrnehmung von Angeboten im Bereich der Medienkompetenzförderung gibt es?

Quantitative Aussagen liegen der Landesregierung aus eigenen Erhebungen nicht vor.

Aus dem Medienpädagogischen Atlas, den das Grimme-Institut im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW aktualisiert, ergibt sich folgendes Bild:

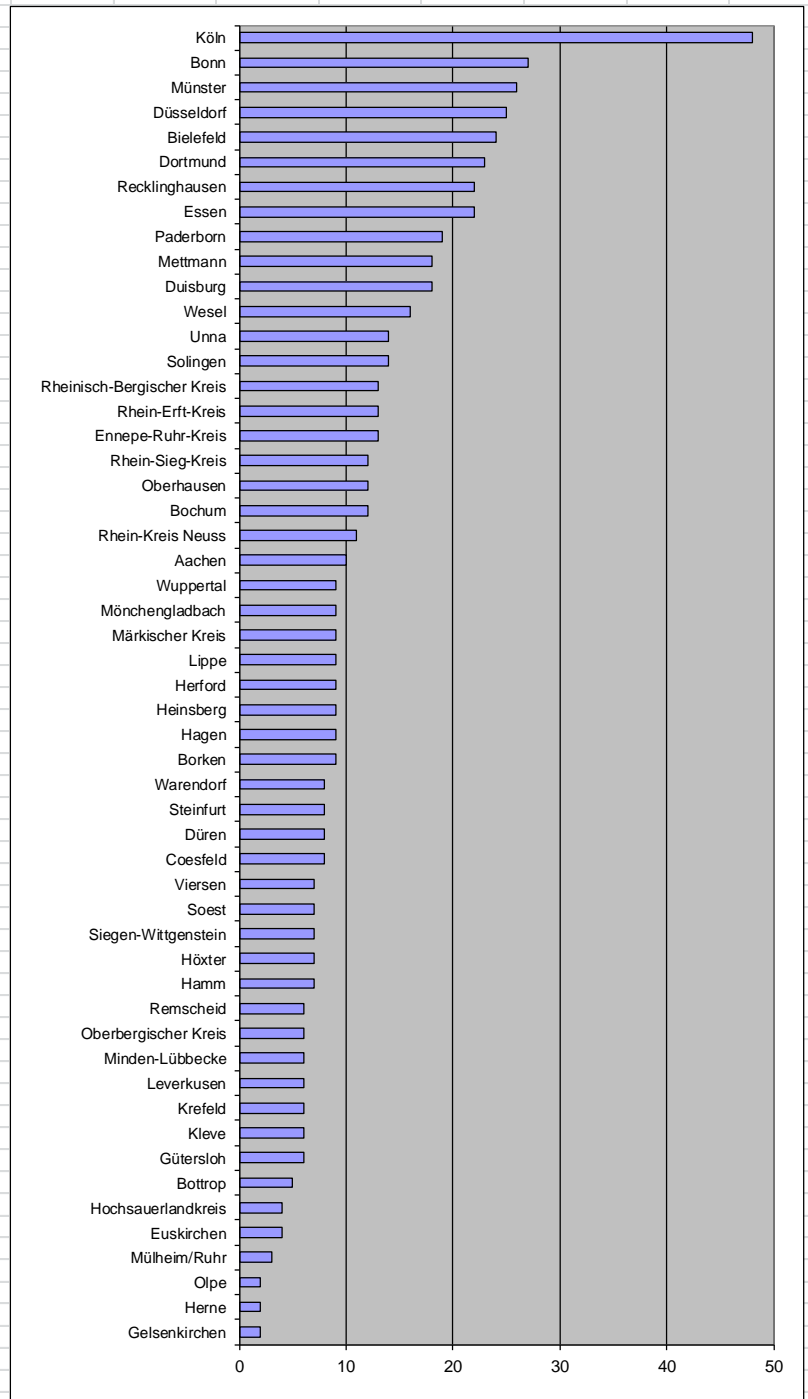
Tabelle 345.1: Medienpädagogischer Atlas (Auswertung nach Landkreisen):

Im Medienpädagogischen Atlas NRW verzeichnete Einrichtungen

Stand: 23.09.2011

Auswertung nach Landkreisen

Kreis	Anzahl
Aachen	10
Bielefeld	24
Bochum	12
Bonn	27
Borken	9
Bottrop	5
Coesfeld	8
Dortmund	23
Düren	8
Düsseldorf	25
Duisburg	18
Ennepe-Ruhr-Kreis	13
Essen	22
Euskirchen	4
Gelsenkirchen	2
Gütersloh	6
Hagen	9
Hamm	7
Heinsberg	9
Herford	9
Herne	2
Hochsauerlandkreis	4
Höxter	7
Kleve	6
Köln	48
Krefeld	6
Leverkusen	6
Lippe	9
Märkischer Kreis	9
Mettmann	18
Minden-Lübbecke	6
Mönchengladbach	9
Mülheim/Ruhr	3
Münster	26
Oberbergischer Kreis	6
Oberhausen	12
Olpe	2
Paderborn	19
Recklinghausen	22
Remscheid	6
Rhein-Erft-Kreis	13
Rhein-Kreis Neuss	11
Rhein-Sieg-Kreis	12
Rheinisch-Bergischer Kreis	13
Siegen-Wittgenstein	7
Soest	7
Solingen	14
Steinfurt	8
Unna	14
Viersen	7
Warendorf	8
Wesel	16
Wuppertal	9



Quelle: Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

346. Wie werden in Nordrhein-Westfalen auch Medienunternehmen in die Förderung der Medienkompetenz aktuell und zukünftig eingebunden?

Die Förderung von Medienkompetenz ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die auch von Medienunternehmen in eigener Verantwortung wahrgenommen wird. Die Einbindung erfolgt anlassbezogen und unterschiedlich. So sind Unternehmen auf Veranstaltungen vertreten, engagieren sich als Sponsoren oder sind institutionell in die Förderung von Medienkompetenz eingebunden. Beispiele für die Förderung von Medienkompetenz durch Unternehmen sind:

Der WDR ist Gesellschafter des Grimme-Instituts in Marl, zu dessen Aufgaben die Medienbildung beziehungsweise Medienkompetenzförderung gehört (zum Engagement des WDR im Bereich „Medienkompetenzförderung“ siehe auch die Antwort auf Frage 361).

Die Stiftung „Partner für Schule“ wurde gegründet, um dauerhaft und systematisch die Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft zu fördern. Sie versteht sich dabei als Partner für die Schulen in NRW, denn mit der Stiftung können Schulen durch die Unterstützung von Unternehmen gemeinsame Projekte zusätzlich zum normalen Lehrbetrieb der Schule realisieren. Die Stiftung ist unter anderem mit der Durchführung des Projektes „ZeitungsZeit Nordrhein-Westfalen – Selbständigkeit macht Schule“, einer Initiative der Landesregierung in Zusammenarbeit mit dem Zeitungsverlegerverband NRW, den nordrhein-westfälischen Zeitungsverlagen, der Landesanstalt für Medien NRW, der ZeusMedienwelten/WAZ Mediengruppe und allen weiterführenden Schulen beauftragt.

Das Institut „Spielraum“ an der Fachhochschule Köln wird von den Unternehmen Electronic Arts Deutschland und Nintendo Deutschland finanziell unterstützt. Das Institut arbeitet eng mit Trägern der Jugendhilfe zusammen und engagiert sich insbesondere in der Entwicklung von Angeboten für die Stärkung der Medienkompetenz von Pädagoginnen und Pädagogen sowie von Eltern.

347. Welche weiteren Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz differenziert nach Zielgruppen plant die Landesregierung für den weiteren Verlauf dieser Legislaturperiode?Zielgruppe Kinder und Jugendliche:

- Der Medienpass NRW, der sich derzeit in der Erarbeitungs- und Erprobungsphase befindet, wird flächendeckend allen Grundschulen zur Verfügung gestellt. Anschließend ist eine Ausweitung des Angebots auf die weiterführenden Schulen geplant.
- Mit der Erhöhung der Förderposition der medienpädagogischen außerschulischen Jugendarbeit im Kinder- und Jugendförderplan ermöglicht die Landesregierung den Trägern der Jugendarbeit, Projekte für die von ihnen festgestellten Bedarfe durchzuführen. Die Durchführung von Projekten liegt in der Verantwortung der Träger der Jugendarbeit.
- Im Bereich der Frühen Bildung ist die Landesregierung bestrebt, nach der Evaluation der „Grundsätze zur Bildungsförderung“ diese in einer überarbeiteten Fassung in die Praxis der Kindertageseinrichtungen und Schulen im Primarbereich zu implementieren.

- Für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen plant die Landesregierung, die Vermittlung von Medienkompetenz stärker mit Verbraucherbildung zu verbinden und dies deutlicher in die schulische Bildung einfließen zu lassen. Ziel ist es, die Verbraucherbildung in den Kernlehrplänen zu verankern und sie damit verbindlicher als bisher zu machen. Nach Auffassung des Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) soll der breit angelegte Rahmentext „Alltagskompetenzen“ künftig auch die Verbraucherbildung einschließen.

Zielgruppe: Bürgerinnen und Bürger:

Im Rahmen eines Tages der Medienkompetenz soll die Auseinandersetzung mit Medienthemen angeregt und die Vielfalt der Projekte und Initiativen im Medienkompetenzland NRW präsentiert werden. Darüber hinaus wird die Landesregierung weiterhin auf Informationsmaterialien für Bürgerinnen und Bürger und medienpädagogische Veranstaltungen (wie zum Beispiel den Social Community Day) setzen.

Regionale Verbraucherkonferenzen/-seminare unter dem Titel „Forum 60plus“ zur Sicherheit im Internet (Zielgruppe sind ältere Verbraucherinnen und Verbraucher) fanden bis Ende Oktober 2011 statt. Vorgesehen ist die Fortführung einer Serie von Informationsveranstaltungen vor Ort für Seniorenbeiräte und interessierte Seniorinnen und Senioren, denn hier gibt es sehr positive Resonanz und eine hohe Nachfrage. Planungszeitraum ist das Frühjahr 2012. Das MKULNV fördert diese Maßnahme der Verbraucher Initiative (Bundesverband) e.V. auf dem Wege der Projektförderung.

Multiplikatoren:

Vernetzungsangebote für Multiplikatoren (Mekonet) sollen weiterhin gefördert werden. Siehe auch Antworten zu den Fragen 333, 338 und 371.

348. Welche konkreten einzelnen Maßnahmen praktiziert oder plant die Landesregierung, um die Medienkompetenz von Kindern bereits vor dem Schuleintritt zu stärken, und mit welchem Erfolg geschieht dies?

Die Grundsätze zur Bildungsförderung für Kinder von null bis zehn Jahren in Kindertageseinrichtungen und Schulen im Primarbereich wurden in 2010 als Entwurfsversion vorgelegt und werden derzeit in der Praxis erprobt. In den Bildungsgrundsätzen werden „Medien“ als ein eigener Bildungsbereich beschrieben. Für Fach- und Lehrkräfte bieten die Grundsätze zur Bildungsförderung Materialien für die praktische Arbeit vor Ort. Auch werden die besondere Bedeutung der Medien in der frühkindlichen Bildung von heute und ein bewusster Umgang mit dem Konsum digitaler Medien beschrieben.

In 2012 wird eine Evaluation der Entwurfsfassung auf Basis einer wissenschaftlichen Begleitung und der Erprobung in der Praxis angestrebt. Anschließend ist eine flächendeckende Implementierung von Bildungsgrundsätzen für alle Kindertageseinrichtungen in Nordrhein-Westfalen geplant.

349. Welche konkreten einzelnen Maßnahmen praktiziert oder plant die Landesregierung, um die Medienkompetenz in den unterschiedlichen Schulstufen (Primarstufe, Sekundarstufe I, Sekundarstufe II) zu stärken?

Leitlinie der Landespolitik ist die Verankerung der Vermittlung von Medienkompetenz in allen Fächern. Der Einsatz von Medien zur Förderung von Lernprozessen und die Förderung von Medienkompetenz sind Querschnittsaufgaben, die in den Unterricht in allen Fächern inte-

griert werden müssen. Kollegien sind aufgefordert, in Anlehnung an die Lehrpläne und Richtlinien in ihren schuleigenen Curricula und Medienkonzepten festzulegen, welche Kompetenzen an der jeweiligen Schule in welcher Jahrgangsstufe und in welchem Fach erworben werden sollen.

Eine Maßnahme zur strukturierten Förderung der Medienkompetenz ist der Medienpass NRW (siehe dazu ausführlich Antwort auf Frage 338 und 339).

Im Rahmen der Lehrerfortbildung bietet die Medienberatung NRW Lehrerinnen und Lehrern aller Schulformen über die Medienberaterinnen und Medienberater in den Kompetenzteams NRW vielfältige Unterstützungs- und Beratungsangebote zur Medienkompetenzvermittlung und -entwicklung. Hinweise zu nützlichen Materialien bieten die Webseite der Medienberatung NRW und die Suchmaschine „learn:line NRW“, externe Fortbildungsangebote können über die Suchmaschine Lehrerfortbildung erschlossen werden.

350. *Wie ist die Vermittlung von Medienkompetenz in die Lehrpläne der unterschiedlichen Schulformen gegenwärtig zufriedenstellend eingebettet, und besteht diesbezüglich nach Auffassung der Landesregierung zukünftiger Handlungsbedarf?*

Die Entwicklung von Medienkompetenz ist ein zentrales Anliegen der Landesregierung; Medien sind in ihren unterschiedlichen Formen und Funktionen seit langem Gegenstand von Fach- und Lernbereichslehrplänen.

Bei der Frage nach der Vermittlung von Medienkompetenz ist allerdings zu berücksichtigen, dass das Land Nordrhein-Westfalen seit 2004 einen grundlegenden Wechsel von der Vorgabe enger Stoff- und Inhaltspläne (Inputsteuerung), die in vielfältiger Weise Inhaltsaspekte von Medienerziehung aufgriffen, zu Kernlehrplänen mit der Vorgabe der im Fachunterricht zu erreichenden Ergebnisse vollzogen hat.

Kernlehrpläne weisen nun landesweit verbindlich die zu erfüllenden Kompetenzerwartungen (Was müssen Schülerinnen und Schüler am Ende eines Bildungsabschnittes tatsächlich können?) sowie bestimmte inhaltliche Schwerpunkte aus. Die Umsetzung und damit die Frage, wie die Vermittlung beziehungsweise Kompetenzentwicklung gestaltet wird, ist Aufgabe der Schulen, die sowohl die didaktisch-methodischen Entscheidungen treffen als auch die inhaltlich-thematische Ausgestaltung verantworten. Somit macht das Land den Schulen keine Vorgaben für die Gestaltung und die Inhalte von schulischen Unterrichtsvorhaben und Projekten – dies gilt auch für das Thema Medien und die Entwicklung von Medienkompetenz.

Ein Leitziel kompetenzorientierter Kernlehrpläne ist die Entwicklung von Handlungskompetenz auf der Grundlage entwickelter Sach-, Methoden- und Urteilskompetenz, in die auch die Medienkompetenz eingebunden ist. Sowohl in den verbindlichen Kompetenzerwartungen als auch in ausgewiesenen inhaltlichen Schwerpunkten spielen Kenntnisse, Fähigkeiten und Bereitschaft zur Nutzung und Reflexion digitaler und nicht digitaler Medien im Hinblick auf die Rezeption und Produktion sowie die Einordnung in soziale, ökonomische und gesellschaftspolitische Kontexte eine bedeutende Rolle.

Auszug aus dem Kernlehrplan Deutsch, Hauptschule (S. 22):Kompetenzbereich Rezeption

Die Schülerinnen und Schüler können

- grundlegende Besonderheiten virtueller Welten (zum Beispiel Fernsehserien, PC-Spiele) einordnen und Bezüge zu Elementen der Wirklichkeit herstellen.
- in Ansätzen Strategien in medialen Produktionen identifizieren und beurteilen.
- Internetkommunikation als potenziell öffentliche Kommunikation (Zugriff, Verfügbarkeit, Aufhebung von Privatheit, Langfristigkeit) identifizieren und daraus resultierende grundlegende Konsequenzen für sich einschätzen.
- zentrale Anliegen einer Website einordnen und bewerten.
- angeleitet die Qualität von Informationen aus verschiedenen Quellen identifizieren (zum Beispiel Fiktionalität, Seriosität; durch Verlinkung entstehende Änderungen der Informationsqualität).
- grundlegende Spezifika von Printmedien und Onlinemedien voneinander abgrenzen.
- Veränderung und Wandel (zum Beispiel größere Toleranz bei Sprachnormen, Erreichbarkeit) von Kommunikation an ausgewählten Beispielen erklären.

Kompetenzbereich Produktion

Die Schülerinnen und Schüler können

- mediale Produktionen konzipieren und in mindestens einer einfachen Form umsetzen (zum Beispiel beim szenischen Spiel).
- angeleitet grundlegende Recherchestrategien (zum Beispiel Datenquelle überprüfen, Darstellungsziel ermitteln, Glaubwürdigkeit einschätzen) bei unterschiedlichen Medien anwenden und die Ergebnisse beurteilen.
- angeleitet Arbeitsergebnisse in Form von kontinuierlichen und diskontinuierlichen Texten mit Hilfe von Software (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation) darstellen.
- angeleitet medial gestützte Präsentationen erarbeiten (zum Beispiel Plakat, Tafelbild).
- selbst erstellte digitale und nicht digitale Briefe hinsichtlich zuvor erarbeiteter Kriterien prüfen (zum Beispiel persönlicher Brief).
- zu Produkten und Präsentationen kriteriengeleitet Stellung nehmen.

Auszug aus dem Kernlehrplan Lernbereich Naturwissenschaft, Gesamtschule (S. 36, 38, 91)

Die Schülerinnen und Schüler können

- Texte mit naturwissenschaftlichen Inhalten in Schulbüchern, in altersgemäßen populärwissenschaftlichen Schriften und in vorgegebenen Internetquellen Sinn entnehmend lesen und zusammenfassen.
- Informationen (unter anderem zu Wärme- und Wetterphänomenen, zu Überwinterungsstrategien) vorgegebenen Internetquellen und anderen Materialien entnehmen und erläutern.
- im Internet mit einer vorgegebenen altersgerechten Suchmaschine eingegrenzte Informationen finden (zum Beispiel Beispiele für optische Täuschungen).

- grundlegende Ergebnisse neuerer Forschung (unter anderem die Entstehung von Elementen in Sternen) recherchieren und unter Verwendung geeigneter Medien adressatengerecht und verständlich darstellen.

Auszug aus dem Kernlehrplan Lernbereich Gesellschaftslehre, Politik, Gesamtschule (S. 130)

Inhaltsfeld 5: Die Rolle der Medien in Politik und Gesellschaft

Die Schülerinnen und Schüler

- beschreiben Regeln zum Umgang mit persönlichen Daten im Internet.
- beschreiben an Beispielen Formen der Werbung in den Medien sowie ihre gesellschaftliche Auswirkungen.
- beschreiben den Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien am Beispiel des Fernsehens.
- beschreiben den Einfluss der Medien auf Individuum, Familie und Gesellschaft.
- beurteilen Chancen und Gefahren digitaler sozialer Netzwerke sowie ihre Auswirkungen auf den Einzelnen und die Gesellschaft.
- beurteilen an Beispielen die gesellschaftlichen Folgen von politischer Zensur und Verboten im Internet.
- beurteilen die Einflussmöglichkeiten öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsendungen auf die politische Sozialisation.

Auszug aus dem Kernlehrplan Politik, Realschule (S. 15, 17, 23)

Inhaltsfeld „Die Rolle der Medien in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft“:

Das Inhaltsfeld ermöglicht die Betrachtung der Medien als Informations- und Kommunikationsmittel, wobei auch deren Wirkungen auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in den Blick genommen werden. Durch das Abwägen von Chancen und Risiken beim Umgang mit Medien wird den Schülerinnen und Schülern die Notwendigkeit einer bewussten Mediennutzung nahe gelegt. Insbesondere vor dem Hintergrund der weltweiten Vernetzung geht es um eine kritische Reflexion des eigenen Medienverhaltens.

Die Schülerinnen und Schüler

- stellen einfache Sachverhalte korrekt und adressatengerecht mithilfe verschiedener Präsentationsformen dar.
- arbeiten zielgerichtet aus unterschiedlichen – auch digitalen – Medien gesellschaftliche, politische und ökonomische Sachverhalte heraus und untersuchen diese.
- präsentieren im unterrichtlichen Rahmen in Inhalt und Struktur klar vorgegebene Medienprodukte (unter anderem Plakat) zu konkreten, anschaulich aufbereiteten gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Sachverhalten sowie Problemlagen.
- recherchieren intentional und reflektiert in verschiedenen – digitalen und analogen – Medien, indem sie die Informationsangebote gleichermaßen kritisch wie begründet auswählen.
- präsentieren Ergebnisse von Lernvorhaben und Projekten – auch unter Zuhilfenahme digitaler Medien – strukturiert sowie zielgruppenorientiert.

- präsentieren im unterrichtlichen oder außerunterrichtlichen Rahmen Medienprodukte (unter anderem computergestützte Präsentationen) zu gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Sachverhalten und Problemlagen.

Für geltende Lehrpläne aus den vergangenen Legislaturperioden (Inkraftsetzungen 2004 und 2007 in der Sekundarstufe I; 2008 in der Grundschule) stehen folgende Beispiele:

Sekundarstufe I

- Mathematik, Realschule:
Sie setzen situationsangemessen den Taschenrechner ein und nutzen Geometriesoftware, Tabellenkalkulation und Funktionsplotter zum Erkunden inner- und außermathematischer Zusammenhänge, S. 14
- Deutsch, Gymnasium
Kompetenzbereich „Lesen – Umgang mit Texten und Medien“; Kompetenzerwartungen zu: Schwerpunkt 2: Lesetechniken und -strategien (Klasse 7/8), S. 37, Schwerpunkt 4: Umgang mit Sachtexten und Medien (Klasse 7/8+9), S. 38, Schwerpunkt 5: Umgang mit Sachtexten und Medien (Klasse 5/6+7/8), S. 39
- Politik/Wirtschaft
Inhaltsfeld 6: Die Rolle der Medien in Politik und Gesellschaft (Klasse 5/6), S. 27
Inhaltsfeld 13: Die Rolle der Medien in Politik und Gesellschaft (Klasse 7-9), S. 32

Sekundarstufe II:

- Deutsch, Gymnasium/Gesamtschule
Sach- und Medientexte analysieren und interpretieren, S. 12, Umgang mit Texten und Medien, S. 17, Texte der Massenmedien und der Informations- und Kommunikationstechnologien, S. 19f.
- Sozialwissenschaften, Gymnasium/Gesamtschule
Schwerpunkt „Arbeits- und Medienmärkte“ im Inhaltsfeld V, S. 25

Grundschule:

- Deutsch
Kompetenzbereich „Lesen – mit Texten und Medien umgehen“; Kompetenzerwartungen zu: Schwerpunkt 5: Mit Medien umgehen (Schuleingangsphase und Klasse 4), S. 33

351. In welcher Form, in welchem Umfang und mit welchen Facetten wird das Thema „Medien“ an den Schulen in Nordrhein-Westfalen im Unterricht und außerunterrichtlich behandelt?

Ungeachtet der zahlreichen curricularen und projektbezogenen Maßnahmen und Angebote der Landesregierung bleibt es gesetzlich verbriefte Aufgabe der Fachkonferenzen (§ 70 Abs. 3 und 4 SchulG) sowie der Einzellehrkraft (§ 29 Abs. 3 SchulG), staatliche Vorgaben und Hilfestellungen in schulinterne Lehrpläne sowie in konkreten, auf die Lerngruppen angepassten Unterricht zu überführen. Verbindlich durchzuführende Projekte, Zeitvorgaben und Aussagen zu konkreten Unterrichtskonzepten, die von staatlicher Seite die didaktisch-

methodischen Freiheiten der Lehrkräfte einschränken würden, sieht das Konzept ergebnis- und kompetenzorientierter Kernlehrpläne nicht vor.

In den von den Schulen zu erarbeitenden Medienkonzepten und in den schulinternen Lehrplänen beziehungsweise Arbeitsplänen wird jedoch deutlich, dass vielfach der Medieneinsatz für die Fächer verbindlich festgelegt wird, und dass zahlreiche Projekte und unterrichtliche wie außerunterrichtliche Aktivitäten – häufig auch im Ganzttag verankert und in Kooperation mit außerschulischen Partnern – die fachunterrichtliche Arbeit im Bereich Medien ergänzen.

Vom Umfang her spielen Medienangebote im außerunterrichtlichen Bereich von Schulen seit der Einführung der offenen Ganzttagsschule im Primarbereich (OGS) im Schuljahr 2003/04 eine bedeutende Rolle. Befragungen der Schulleitungen von OGS ergaben, dass im Jahr 2008 an 33 Prozent der Schulen „Medienerziehung“ einen „wichtigen“ oder „sehr wichtigen“ Schwerpunkt darstellt. Dieser Wert lag im Folgejahr fünf Prozentpunkte höher. Das Angebotselement Neue Medien wurde im Jahr 2008 an 79 Prozent, im Jahr 2009 an 86 Prozent der befragten Schulen im außerunterrichtlichen Bereich durchgeführt. Es kann zudem davon ausgegangen werden, dass (Neue) Medien in weiteren außerunterrichtlichen Angebotsbereichen als Methode zum Einsatz kommen, ohne dass sie dabei reflexiv im Vordergrund stehen.

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Medien nimmt im außerunterrichtlichen Bereich vor Ort vielgestaltige Formen an. An Ganzttagsschulen mit außerunterrichtlichen Angeboten rückt selbstorganisiertes Lernen von Kindern und Jugendlichen an freien Lernorten in den Vordergrund. Lernateliers, Selbstlernzentren, Medieninseln oder Schülerbibliotheken erfahren dabei neue und erweiterte Nutzungsformen.

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Medien orientiert sich im außerunterrichtlichen Bereich aber auch an den Interessen und Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen – sowie weiterhin am lokal verfügbaren Angebot und Know-how. Dies findet in verschiedenen Arbeitsgemeinschaften seinen Ausdruck: TV- und Radio-AGs, PC-Führerschein, Gestaltung der Schul-Homepage, Umgang mit dem Internet und sozialen Netzwerken etc. Im außerunterrichtlichen Bereich kommen weiterhin computergestützte Lern- und Übungsprogramme zur Vertiefung Unterrichts- oder Interesse geleiteter Themen zum Einsatz, wie auch Spielsoftware, die spielerischen und Freizeit orientierten Charakter hat.

352. *Wie bewertet die Landesregierung im Einzelnen den aktuell landesweiten Ausstattungsstand der Schulen mit Medien und Multimedia, und gibt es diesbezüglich regionale Unterschiede und Differenzierungen abhängig von Schulträgern sowie Schulformen?*

Gemäß §79 des Schulgesetzes NRW sind die Schulträger für die sich am allgemeinen Stand der Technik orientierende Ausstattung der Schulen zuständig. Seitens des Landes NRW gibt es keine zentralen Erhebungen, die den Ausstattungsgrad der einzelnen Schulen beziehungsweise der Schulträger abfragen.

Rückmeldungen zu dem häufig durch die Medienberatung NRW beziehungsweise durch die Medienberaterinnen und Medienberater der Kompetenzteams initiierten und begleiteten Dialog zwischen Schulen, Schulträgern und IT-Dienstleistern lassen erkennen, dass die Mehrheit der Beteiligten in der Regel mit dem Hardware-Ausstattungsstand der Schulen zufrieden ist. Angesichts des lernförderlichen Potenzials digitaler Medien und der stetig fortschreitenden Technik bleiben Investitionen in die Ausstattung zukünftig weiterhin unumgänglich.

Zu möglichen regionalen Unterschieden bei der sächlichen Ausstattung kann keine Bewertung abgegeben werden, da es keine Datenbasis gibt, die Aussagen zulassen würde. Mit EDMOND (Elektronische Distribution von Bildungsmedien on demand) stehen nahezu allen Lehrerinnen und Lehrern an allgemein- und berufsbildenden Schulen mehr als 4000 qualitativ hochwertige Bildungsmedien zum Download oder zum Streaming bereit. Mit Hilfe der neuen Plattform learn:line NRW können alle Lehrerinnen und Lehrer einfach und schnell nach kostenfreien Bildungsmedien suchen.

353. Durch welche einzelnen konkreten Maßnahmen will die Landesregierung sicherstellen, dass Medienangebote in ausreichendem Maße Einzug in alle Bildungseinrichtungen, Bildungsgänge und -bereiche halten?

Etablierte Angebote des Landes für die Schulen wie die Plattformen learn:line NRW, EDMOND NRW, aber auch Angebote der Medienzentren stehen in den Schulen zur Verfügung. Diese werden stetig ausgebaut. Neben diesen Angeboten sind die Lehrerfortbildung und die Qualifizierung der Medienberaterinnen und Medienberater in den Kompetenzteams ein weiterer Baustein.

Die Landeszentrale für politische Bildung NRW stellt durch ihre vielfältige Mediendistribution sicher, dass alle Bildungseinrichtungen Zugang zu den von ihr zur Verfügung gestellten Videomedien erhalten. Neben der traditionellen mediengebundenen Distribution zum Beispiel auf DVDs, die über Medienzentren und Bibliotheken erfolgt, tritt zunehmend die Onlinedistribution. Diese erfolgt zum einen über offene, allen Interessierten zugängliche Internetplattformen wie die Website der Landeszentrale www.politische-bildung.nrw.de oder den YouTube-Kanal der Landeszentrale unter www.youtube.com/lzpbnrw. Zum anderen gibt es das exklusiv für den Bildungsbereich zugängliche Distributionssystem EDMOND (www.edmond.nrw.de), in dem ein deutlich erweiterter Medienumfang aus dem Angebot der Landeszentrale zur Verfügung gestellt wird. Alle seit 2005 von der Landeszentrale erworbenen und produzierten Medien wurden mit den notwendigen Rechten für die Distribution über EDMOND ausgestattet, weshalb alle aktuellen Medien auf dieser Plattform allen Schulen in Nordrhein-Westfalen für den digitalen Direktabruf zur Verfügung stehen.

Für den Kinder- und Jugendbereich siehe ergänzend die Antworten zu den Fragen 347 bis 351.

354. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen praktiziert und plant die Landesregierung zur Stärkung der Medienkompetenz der Eltern?

Die von der Landesregierung geförderte Broschürenreihe „Im Blickpunkt“ greift verschiedene Themen der Wissensgesellschaft auf. Neue Medien und die Chancen und Herausforderungen, die sie für die Bürgerinnen und Bürger in NRW mit sich bringen stehen dabei im Fokus. Die Reihe erklärt Begriffe aus der Medienwelt und zu den neuen Technologien, greift aktuelle Trends auf, benennt Anlaufstellen und gibt Literaturhinweise. Sie wendet sich an alle Bürgerinnen und Bürger, also auch an Eltern. Beispiele aus der Informationsreihe sind Kommunikation im Netz, Bild im Netz oder Games/Computerspiele und Social Communities. Ausgaben kommen stetig neu hinzu und werden aufgrund der dynamischen Entwicklungen regelmäßig überarbeitet.

Das Integrationsministerium hat 2009 und 2010 ein Projekt unterstützt, in dem zugewanderte Eltern für den erzieherischen Umgang mit Medien sensibilisiert werden. Im größeren Kontext von Gewaltprävention in Familien hat der interkulturelle Elternverein mit Sitz in Bielefeld in

Zusammenarbeit betroffener Eltern einen Film erstellt, der auf anschauliche Weise Chancen und Probleme von Mediennutzung im Familienalltag darstellt. Dieser Film ist später in medienpädagogischen Elternseminaren als Gesprächsanlass gezeigt worden.

Die Initiative "NRW Netzwerk Eltern-Medien-Jugendschutz" beschäftigt sich mit der Zielgruppe der Multiplikatoren im Bereich Medienkompetenzvermittlung (an Kinder, Jugendliche aber auch insbesondere Eltern). Dieses Projekt, das im Auftrag des Jugendministeriums durch die Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle Nordrhein-Westfalen e.V. (AJS) durchgeführt wird, richtet sich gezielt an schulische und außerschulische Multiplikatoren (Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Jugendämtern, Verbänden, der Familienbildung, Familienzentren, Polizeidienststellen und Schulen). Die Weiterbildung Eltern-Medien-Jugendschutz qualifiziert dabei diese Fachkräfte, Elternabende durchzuführen, Mütter und Väter im pädagogischen Alltag zu beraten, „Tür-und-Angel“-Gespräche zu führen und Projekte anzuschließen. Das alles ist eingebunden in ein nordrhein-westfälisches Netzwerk, in dem man sich austauschen und voneinander lernen kann, aktuelle Informationen bekommt und auf den neuesten fachlichen Stand gebracht wird.

Die Familienbildung verfolgt unter Berücksichtigung des demografischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Wandels gesellschaftliche und individuell stärkende Ziele für alle Familienmitglieder. Sie befähigt die Menschen zur Mitgestaltung und Teilhabe an gesellschaftlichen und demokratischen Prozessen und schafft Orientierung in der Wissensgesellschaft. Die Stärkung der Medienkompetenz ist somit ein Bestandteil des Bildungsangebots der von der Landesregierung nach dem Weiterbildungsgesetz geförderten Familienbildungsstätten (siehe dazu auch Antwort zu Frage 369).

Die von der Medienberatung NRW erstellten Konzepte und Dokumentationen sind öffentlich zugänglich und in Teilen auch an die Elternschaft gerichtet. Fortbildungsangebote für Lehrerinnen und Lehrer verfolgen auch immer das Ziel, die Elternschaft in den Prozess der Medienkompetenzbildung einzubeziehen.

Der Medienpass NRW richtet sich ebenfalls auch an Eltern (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 338).

355. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen praktiziert und plant die Landesregierung zur Stärkung der Medienkompetenz der Lehrerschaft und von Erziehungs Kräften in Kindertageseinrichtungen?

Lehrerschaft

NRW kann auf deutlich positive Entwicklungen verweisen: Mehr als die Hälfte der Lehrerinnen und Lehrer in NRW sind bereits mit Fortbildungsangeboten erreicht worden und nutzen zur Vorbereitung ihres Unterrichts die digitalen Medien. Eines der vier Schwerpunktthemen der Lehrerfortbildung ist die Medienberatung, in die auch jeweils neue politische Schwerpunkte einbezogen werden wie zum Beispiel der Medienpass. Im Rahmen der Fortbildungsoffensive des Ministeriums für Schule und Weiterbildung (MSW) sind entsprechende weitere Schwerpunktsetzungen im Kontext der Unterrichtsentwicklung verabredet. Nordrhein-Westfalen verfügt über ein beispielhaftes dezentrales Unterstützungssystem, das im Dialog mit den Schulträgern vor Ort effektive und schulnahe Hilfestellungen anbietet: In den Kompetenzteams und den kommunalen Bildungseinrichtungen (Medienzentren, Bibliotheken und andere) werden Qualifizierungsangeboten erarbeitet und durchgeführt. Der Lehrerschaft und den Schulen steht damit ein umfangreiches Angebot an Unterstützung zur Verfügung.

Kindertageseinrichtungen

Die Landesregierung NRW arbeitet über die Medienberatung NRW eng mit den kommunalen Medienzentren von Landschaftsverband Rheinland (LVR) und Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) zusammen. Das LWL-Medienzentrum bietet für die aktive Medienarbeit mit Kindern den "Baukasten Medienkompetenz" an. Die Bausteine sind für die medienpädagogische Qualifizierung von Erzieherinnen und Erziehern in Kindertageseinrichtungen beziehungsweise im Ganztagsbereich der Grundschulen konzipiert. Die Module sind aber auch im Rahmen der Erzieherausbildung in Berufskollegs und Fachschulen für Sozialpädagogik einsetzbar. Die jeweils halb- oder eintägigen Fortbildungsveranstaltungen vermitteln praxisnah, wie schon mit wenig Aufwand kleinere (oder auch größere) Medienprojekte in die alltägliche Arbeit mit den Kindern integriert werden können. Sie führen in die Handhabung der Technik ein und informieren auch über aktuelle medienpädagogische Fragen.

Darüber hinaus sollte medienpädagogische Arbeit in den Alltag von Kindertageseinrichtungen integriert werden. Die Grundsätze zur Bildungsförderung für Kinder von 0 bis 10 Jahren in Kindertageseinrichtungen und Schulen im Primarbereich bieten vielfältige Anregungen in Form von Materialien/Settings zum Umgang mit Medien für Fach- und Lehrkräfte in der Praxis (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 348).

356. Welche einzelnen konkreten Fortbildungsangebote von jeweils welchen Veranstaltern gibt es derzeit für die einzelnen Adressatengruppen Lehrer, Sozialpädagogen und Erziehungskräfte, um sicherzustellen, dass Medienkompetenz jungen Menschen sachgerecht vermittelt werden kann?

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Landesverwaltung stehen die Fortbildungsangebote des IT-Fortbildungsprogramms des Ministeriums für Inneres und Kommunales (www.it-prog.lids.nrw.de) und das Angebot der Fortbildungsakademie Herne (www.fah.nrw.de) mit einer Vielzahl von Lehrgängen zur Verfügung, die auch die Vermittlung von Medienkompetenz beinhalten. Unter den 247 Lehrgängen des IT-Fortbildungsprogramms gibt es unter anderem Lehrgänge, die Medienkompetenz für die Gestaltung von Internetauftritten vermitteln (beispielsweise „Barrierefreie Webseiten - Technik und Lösungen“ oder „Internet – Präsentation, Design und Technik“, „HTML und CSS“) sowie Lehrgänge, die Medienkompetenz in einem abstrakteren Sinne vermitteln (beispielsweise „E-Government in NRW“).

Dedizierte Angebote zu Fortbildungen und Veranstaltungen gibt es bei den Bezirksregierungen im Rahmen ihrer Aufgabenerledigung. Exemplarisch sei dieses anhand der Aktivitäten bei der Bezirksregierung Arnsberg dargestellt:

Angebote der Bezirksregierung:

Konzeptentwicklung und Schulung der Moderatoren der zwölf Kompetenzteams sowie der Medienberater zu allen unten angegebenen Themenstellungen; halbjährliche Koordinierungs- und Qualifizierungstagungen bei der Bezirksregierung, um eine landesweit abgestimmte Umsetzung zu gewährleisten.

Angebote der Medienberatung NRW

Verschiedene Ansätze zur Medienkompetenzentwicklung werden als Querschnittsaufgabe der Medienberatung NRW gesehen und fließen in Fortbildungsmaßnahmen zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten ein. So wurde im Fortbildungsschwerpunkt „Werteerziehung“ ein eigenes Modul „Medien und Werte“ entwickelt, das Fragestellungen zu „Medien zur Kommunikation“, „Medien zur Information“ und „Medien zur Unterhaltung“ beinhaltet und dabei unter anderem die Chancen und Risiken von sozialen Netzwerken und die Wertevermittlung durch Unterhaltungsangebote thematisiert.

In alle Fachfortbildungen, insbesondere aber für die Kernfächer Deutsch, Englisch und Mathematik, werden Aspekte einer sinnvollen und strukturierten Mediennutzung zur Förderung selbstständiger und schülerorientierter Lernprozesse, behandelt. Hier sind zum Beispiel die Nutzung der Potenziale von Web 2.0-Angeboten wie Wikis, Blogs und Podcasts für den Sprachunterricht, als auch die sinnvolle Nutzung von Software-Programmen wie Tabellenkalkulations- oder dynamischer Geometriesoftware für den Mathematikunterricht zu nennen.

Fortbildungsangebote der Kompetenzteams im Bezirk Arnsberg für die Adressatengruppe Lehrer/innen mit dem inhaltlichen Schwerpunkt Medienkompetenz

- Unterrichtsentwicklung in den Fächern mit Medieneinsatz
 - Mathematik: Dynamische Geometriesoftware, Tabellenkalkulation und Computer-Algebra-Systeme
 - Deutsch: Leseförderung mit dem Onlineangebot „Antolin“, Computergestützter kompetenzorientierter und individualisierter Rechtschreibunterricht, Einsatz neuer Medien nach Kernlehrplan, Literaturverfilmungen im Zentralabitur
 - Naturwissenschaft: Nutzung von Medienangeboten im Netz (Planet Schule, EDMOND)
 - Erdkunde: Einsatz von EDMOND-Medien und Google Earth
 - Kunst: Medienproduktion mit der Trickbox, Einsatz digitaler Bildbearbeitung und weiterer technisch-visueller Medien
 - Englisch: Einsatz von Onlinemedien (Internet, EDMOND, Planet-Schule usw.), Computereinsatz zur Recherche, Strukturierung, Kooperation, Präsentation
- Fächerübergreifender Medieneinsatz in der Schule:
 - Individuelle Förderung mit der Lernwerkstatt
 - Mediengestützte Diagnostik
 - Strukturieren von Unterrichtsinhalten mit digitalen Mindmaps
 - Neue Chancen für den Unterricht durch die Medienbereitstellung in dem Projekt EDMOND
- Leben mit Medien – Jugendmedienschutz (Kooperationspartner Polizei)
 - Soziale Netzwerke und Cyber-Mobbing
 - Chancen und Gefahren im Internet
 - Kostenfalle Handy
 - Computerspiele
- Unterstützende Angebote zu Medienkonzepterstellung und Medieninfrastruktur in der Schule
 - Einsatz von Lernplattformen, aufgezeigt an Unterrichtsbeispielen verschiedener Fächer
 - Einsatz von interaktiven Tafeln, aufgezeigt an Unterrichtsbeispielen verschiedener Fächer
 - Das Handy als Medium im Unterricht

Fortbildungsangebote aus dem Bereich Schulsozialarbeit

Im Rahmen des "Fortbildungstages der Schulsozialarbeit an Hauptschulen 2011 im Regierungsbezirk Arnsberg" am 22. November 2011 in Holzwickede gab es ein Workshopangebot des Landesmedienzentrums zum "Leben und Lernen mit neuen Medien".

Innerhalb des lokalen Netzwerkes der Schulsozialarbeit in Olpe gab es zu Beginn des Jahres 2011 am 11. Februar eine ganztägige Veranstaltung "Inklusive Internet" (www.inklusive-internet.de). Die Fortbildungsveranstaltung qualifiziert Mitarbeitende der sozialen Arbeit, um ihren Zielgruppen den kompetenten Umgang mit dem Internet und dem Web 2.0 zu vermitteln.

Großer Bedarf wird innerhalb der Gruppe der Schulsozialarbeiter auch nach Angeboten zum Themenkomplex "Cyber-Mobbing" gesehen. Hierzu gab es zuletzt im Regierungsbezirk einige lokale Veranstaltungen, die vornehmlich durch die örtlichen Polizeikommissariate begleitet wurden.

Darüber hinaus gibt es weitere Angebote, die unter anderem auch von den genannten Adressatengruppen genutzt werden:

Das von Land NRW und der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) gemeinsam getragene Medienkompetenz-Netzwerk NRW (Mekonet) bietet Serviceangebote für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Nordrhein-Westfalen, die über Medien informieren, qualifizieren, Zugang anbieten und Medienkompetenz vermitteln. Mekonet bietet diesen Akteurinnen und Akteuren Orientierung, Beratung und thematische Impulse zum weiten Feld der Medienkompetenz. Die genannten Adressatengruppen werden in diesem Projekt nicht differenziert angesprochen. Mekonet hat den Anspruch, unterschiedliche Berufsgruppen zu vernetzen. Neu angeboten werden Seminare und sogenannte „Webinare“. Damit soll über die Fachtagungen hinaus ein bedarfsgerechtes Fortbildungsangebot entstehen. Nähere Informationen unter www.mekonet.de.

Die Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V. ist das zentrale Institut für kulturelle Jugendbildung der Bundesrepublik Deutschland und des Landes Nordrhein-Westfalen. Sie bietet unter anderem für Fachkräfte der Jugendarbeit Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Medienkompetenz an.

Im Bereich der frühkindlichen Bildung ist Fortbildung vorrangig Aufgabe der Träger von Kindertageseinrichtungen.

Diverse Bildungsangebote und Projekte der Natur- und Umweltschutz-Akademie des Landes (NUA, www.nua.nrw.de) bieten Lehrkräften und pädagogischem Personal aus dem Ganztag auch die Qualifizierung zur Vermittlung von Medienkompetenz an. So wird Medienkompetenz im Rahmen der Landeskampagne „Schule der Zukunft – Bildung für Nachhaltigkeit“ vermittelt - in Form von Informationen zum Urheberrecht oder zur Prävention und Intervention bei Cyber-Mobbing. Mit Hilfe dieser Landeskampagne soll die Medienkompetenz zu einem Querschnittsthema in der Bildung für nachhaltige Entwicklung werden. Nach einer NUA-Erhebung setzen von den in der Kampagne mitarbeitenden 511 Schulen insgesamt 91 Schulen einen Projektschwerpunkt im Bereich Medienkompetenz. Darüber hinaus ist „WeTube - Unsere Projekte auf YouTube“ ein spezielles Angebot für Schulen, um ihre Arbeit mit eigenen Videos auf YouTube dokumentieren zu können (www.schule-der-zukunft.nrw.de/page/content/aktuelles/wettbewerb-video-auf-youtube_2011.html).

Begleitend dazu bietet die NUA ein Internetportal zum Bildungsaustausch an. Wie an Schulen das Internet für die Unterrichtsarbeit und den Erfahrungsaustausch mit anderen Schulen eingesetzt werden kann, das zeigt das NUA-Projekt „Flussnetzwerke NRW“, an dem inzwischen über 200 Schulen mitarbeiten (www.flussnetzwerke.nrw.de).

Staatliche Fortbildungsangebote und Fortbildungsangebote anderer Träger für Lehrerinnen und Lehrer können über die Fortbildungssuchmaschine recherchiert werden:
www.suche.lehrerfortbildung.schulministerium.nrw.de/search/start

357. *Wie beurteilt die Landesregierung das heutige Fachwissen der Lehrerschaft im Umgang mit den neuen Medien, und gibt es hier aus Sicht der Landesregierung zukünftig wachsenden Qualifizierungsbedarf?*

Grundsätzlich ist die Fortbildung ein wichtiges Element des Lehrerberufs, es gibt daher natürlicherweise einen stetigen Fortbildungsbedarf. Hinsichtlich zu erwartender neuer technischer und digitaler Entwicklungen wird der Qualifizierungsbedarf zum Umgang mit digitalen Medien und deren sinnvoller Verankerung im Unterricht gleichbleibend notwendig bleiben (siehe auch die Antwort zur Frage 318, insbesondere die dort zitierte Studie „Medienkompetenz in der Schule“).

358. *Welche einzelnen konkreten Maßnahmen plant die Landesregierung für die Zukunft, um jeweils welchen Zielgruppen innerhalb der Lehrerschaft in diesem Bereich weitergehende Hilfe und Fachwissen zuteil werden zu lassen?*

Im Rahmen einer Fortbildungsoffensive des Ministeriums für Schule und Weiterbildung (MSW) sind entsprechende weitere Schwerpunktsetzungen im Kontext der Unterrichtsentwicklung unter Einbezug digitaler Medien verabredet. Fachbezogene und überfachliche Qualifizierungen und Fortbildungen für die (erweiterte) Schulleitung, Fachkonferenz-Vorsitzende, Fachlehrerinnen und Fachlehrer, Koordinatorinnen und Koordinatoren, Lehrergruppen spezifischer Schulformen, Fachleiterinnen und Fachleiter, Referendarinnen und Referendare sind vorgesehen.

359. *Welche Möglichkeiten bestehen schon heute in der Lehrerausbildung an den einzelnen nordrhein-westfälischen Hochschulen, auch die Vermittlung von Medienkompetenz zu erlernen? Wird dabei für daran interessierte angehende Lehrer auch eine spezielle Zusatzqualifikation angeboten? Wenn ja: Wie heißt diese, und was genau umfasst sie?*

Die universitäre Lehrerausbildung wird nach den Beschlüssen der Kultusministerkonferenz (KMK) kompetenz- und standardorientiert gesteuert. Auf eine detaillierte Inhaltssteuerung durch die Bildungsadministration wird auch mit Bezug auf die Hochschulautonomie verzichtet.

Die KMK-Standards für die Bildungswissenschaften in der Lehrerausbildung aus dem Jahr 2004 enthalten im Kompetenzfeld Unterrichten die folgende Vorgabe: „Die Absolventinnen und Absolventen integrieren moderne Informations- und Kommunikationstechnologien didaktisch sinnvoll und reflektieren den eigenen Medieneinsatz“.

In den ländergemeinsamen inhaltlichen Anforderungen der KMK für die Fachwissenschaften und deren Didaktik aus dem Jahr 2008 werden entsprechende Vorgaben für die einzelnen Fächer und ihre Fachdidaktik gemacht.

Die Standards für die Bildungswissenschaften und die Anforderungen für die Fachwissenschaften und Fachdidaktiken sind Grundlage für die Akkreditierung und Evaluierung von lehramtsbezogenen Studiengängen.

Der landesweite Wettbewerb „ExaMedia NRW – Erfolgsrezepte für den digitalen Unterricht“ fordert Lehramtsstudierende sowie Lehramtsanwärterinnen und Lehramtsanwärter auf, Examensarbeiten einzureichen, die sich mit den Chancen und Herausforderungen der neuen Werkzeuge auseinandersetzen, und die mit „Gut“ oder „Sehr gut“ bewertet wurden. Dieser landesweite Wettbewerb geht unter Beteiligung einiger Universitäten 2012 in das zehnte Jahr.

360. *Wie hoch sind die öffentlichen finanziellen Mittel, welche das Land gegenwärtig jährlich speziell zur Stärkung der Medienkompetenz von Eltern einsetzt?*

Das Familienministerium fördert nach dem Weiterbildungsgesetz (WbG) die Angebote der Familienbildung der freien und kommunalen Träger mit rund 15,5 Millionen Euro jährlich. Förderempfänger sind die rund 150 nach dem WbG anerkannten Familienbildungsstätten. Hinzu kommen in 2011 rund 2,5 Millionen Euro als freiwillige Förderung als Gebührennachlass für einkommensschwache Familien und rund 1,8 Millionen Euro für die Kooperation der Familienbildungsstätten mit Familienzentren.

Die Stärkung der Medienkompetenz ist ein Bestandteil des Bildungsangebots der Familienbildung. Der darauf fallende finanzielle Anteil lässt sich nicht genau beziffern.

Die Initiative NRW Netzwerk Eltern-Medien-Jugendschutz wird aus der Strukturförderung der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) aus Mitteln des Kinder- und Jugendförderplans (Strukturförderung AJS insgesamt = 535.000 Euro) finanziert. Es handelt sich dabei um ein breit angelegtes Projekt zur Medienkompetenzvermittlung und zur Netzwerkbildung im Bereich Medienkompetenzförderung. Workshops, Fortbildungen und weitere Tagungen sollen zu einem besseren Informations- und Erfahrungsaustausch führen und somit zu einer Plattform für die Fachkräfte werden (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 354).

Darüber hinaus finden eine Vielzahl von Projekten und Angeboten statt, die unter anderem auch die Eltern von Kindern und Jugendlichen ansprechen. Die hierauf entfallenden Mittel lassen sich nicht beziffern (siehe Antwort zu Frage 354).

361. *Wie hoch sind die öffentlichen finanziellen Mittel, welche das Land gegenwärtig jährlich speziell zur Stärkung der Medienkompetenz von Lehrern, Sozialpädagogen und Erziehungskräften einsetzt?*

Eine Aufschlüsselung öffentlicher finanzieller Mittel speziell zur Stärkung der Medienkompetenz von Lehrern, Sozialpädagogen und Erziehungskräften ist nicht möglich, da der Landeshaushalt einer anderen Systematik folgt (siehe auch die Antwort zu Frage 356).

Die Stärkung der Medienkompetenz von Lehrerinnen und Lehrern ist Teilaufgabe fast aller Maßnahmen der Lehrerfortbildung. Die Höhe der eingesetzten öffentlichen Mittel kann deshalb nicht gesondert beziffert werden.

Für die Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V. werden derzeit Mittel in Höhe von 850.000 Euro aus dem Kinder- und Jugendförderplan zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wird auf die Fortbildungen im Rahmen des NRW-Netzwerkprojektes Eltern-Medien-Jugendschutz verwiesen – siehe dazu die Antwort zu Frage 360.

Die Förderung der Bildung, Erziehung und Betreuung in nordrhein-westfälischen Kindertageseinrichtungen erfolgt auf der Basis von Kindpauschalen. Die Kindpauschalen beinhalten Personalkosten sowie Sachkosten. Eine Bezifferung des auf den Bereich Medienbildung entfallenden Betrages ist vor diesem Hintergrund nicht möglich.

Das Projekt Mekonet richtet sich an die Zielgruppe der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, es wird jedoch nicht nach den genannten Berufsgruppen differenziert. Auch Veranstaltungen und Broschüren im Rahmen der Maßnahme „Medienkompetenz in der Öffentlichkeitsarbeit“ können von Multiplikatoren genutzt werden (zu den Förderbeträgen siehe die Antwort zu Frage 343).

Neu wurde in dieser Legislaturperiode die Initiative „Medienpass NRW“ ins Leben gerufen, die auch Lehrerinnen und Lehrer, Sozialpädagoginnen und Sozialpädagogen und Erziehungskräfte bei der Vermittlung von Medienkompetenz unterstützt (siehe hierzu die Antwort zu Frage 343).

Für die Kampagne „Schule der Zukunft“, für die Bildungsangebote der Natur- und Umweltschutz-Akademie (NUA) zur Stärkung der Medienkompetenz und für das Projekt „Flussnetzwerke NRW“ werden zusammen rund 80.000 Euro jährlich eingesetzt (Sachmittel). Hinzu kommen die Personalkosten für 4,5 Stellen des höheren und gehobenen Dienstes. Der Anteil, der davon ausschließlich oder hauptsächlich für die Stärkung der Medienkompetenz anzusetzen ist, lässt sich nicht beziffern.

Siehe ergänzend dazu auch die Antwort zu Frage 341.

362. In welchem konkreten Umfang, für jeweils welche und wie viele Teilnehmer und mit welchen einzelnen Programmen, genauen Angeboten und Initiativen hat der WDR in den letzten zehn Jahren einerseits einen eigenen Beitrag zur Stärkung der Medienkompetenz erbracht oder sich andererseits an bestehenden Projekten der Medienkompetenzförderung beteiligt?

Zu dieser Frage hat der Westdeutsche Rundfunk (WDR) Folgendes mitgeteilt:

„Im Zuge der rasanten Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie wird der verantwortungsbewusste Umgang mit Medien immer wichtiger. Diejenigen, die die Fähigkeit besitzen, neue Medien zu nutzen und richtig einzusetzen, haben viele Vorteile. Die Steigerung der Medienkompetenz ist damit ein bedeutendes gesellschafts- und bildungspolitisches Ziel. Vor diesem Hintergrund gehört die Stärkung der Medienkompetenz an Schulen, aber auch der Eltern, und das Engagement in der Medienerziehung seit Jahren zu den unternehmenspolitischen Aufgaben des WDR.

Seit Jahren engagiert sich der WDR auf diesem Gebiet mit Führungen in Köln wie auch in den Regionalstudios. Die jährlichen Besucherzahlen sind relativ konstant. Anfang 2010 wurde zusätzlich zu den Kinderführungen das Kinderstudio in den Arkaden in Betrieb genommen, um das Angebot für Grundschulkinder zu verbessern und um die Wartezeiten zu verringern (siehe hierzu auch weiter unten). Hierdurch konnten die Kapazitäten auf diesem Gebiet etwa verdreifacht werden.

Tab. 362.1: Teilnehmerzahl an den Führungen in Köln und den NRW-Studios 2009 *

	<i>Köln</i>	<i>Düsseldorf</i>	<i>Münster</i>	<i>Bielefeld</i>	<i>Dortmund</i>	<i>Duisburg</i>	<i>Siegen</i>	<i>Summe</i>
Januar	2.708	575	84	45	84	38	80	3.614
Februar	2.482	306	112	87	58	10	45	3.100
März	4.709	1.206	140	140	115	62	62	6.434
April	4.815	498	114	207	58	75	140	5.907
Mai	4.545	538	120	73	64	33	101	5.474
Juni	6.088	494	135	137	86	37	62	7.039
Juli	5.057	602	117	128	130	23	68	6.125
August	2.614	112	121	33	54	28	39	3.001
September	5.036	1.128	140	93	60	58	69	6.584
Oktober	3.708	699	117	233	58	67	79	4.961
November	4.217	863	108	85	215	67	107	5.662
Dezember	2.190	355	77	148	52	40	44	2.906
Summe	48.169	7.376	1.385	1.409	1.034	538	896	60.807

Quelle: WDR

* Grundsätzlich bieten alle Studios Führungen an, die nicht genannten Studios werden allerdings nicht zentral ausgewertet

Tabelle 362.2: Teilnehmer an den Studioführungen in Köln 2009 *

	<i>Innenstadt</i>	<i>Bocklemünd</i>	<i>1LIVE</i>	<i>Kinder</i>	<i>div.</i>	<i>Summe</i>
Januar	2.030	160	58	460		2.708
Februar	1.585	98	193	606		2.482
März	2.607	844	164	1.094	Lit. CGN	4.709
April	2.752	747	223	1.093		4.815
Mai	2.612	601	182	1.150		4.545
Juni	3.351	885	350	1.502		6.088
Juli	3.190	382	315	1.170	Technik-Nacht	5.057
August	1.800	406	122	286		2.614
September	2.790	1.010	116	1.120	WDR 5 + 3	5.036
Oktober	2.281	657	122	648		3.708
November	2.586	410	263	958		4.217
Dezember	1.460	67	160	503		2.190
Summe	29.044	6.267	2.268	10.590	0	48.169

Quelle: WDR

* aufgeteilt in Produktionsstudios Innenstadt, Produktionsgelände Bocklemünd, 1LIVE im MediaPark und Kinderführungen):

Im Rahmen des Bildungsauftrags ist die Stärkung der Medienkompetenz im neuen WDR-Gesetz in der Fassung vom Dezember 2009 erstmalig als Aufgabe verankert.

2007 hat die damalige WDR-Öffentlichkeitsarbeit diesen Bereich mit einer eigenen Planstelle „Schul- und Jugendmarketing/Medienpädagogik“ verstärkt. Vorher hat sie sich bereits mit Kinderführungen und der Herausgabe des Handbuchs Medienkompetenz auf diesem Gebiet engagiert. Im Frühjahr 2007 ist das Arbeitsbuch Medienkompetenz über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk für die Sekundarstufe II erschienen: „Radio, Fernsehen, Internet und was dahintersteckt“, das erste seiner Art für den Schulunterricht. Herausgegeben wurde es vom Westdeutschen Rundfunk Köln in Kooperation mit dem Medienzentrum Rheinland. Das

Paket besteht aus einem 252-seitigen Arbeitsbuch, einer editierbaren CD-ROM, einer DVD und einer CD.

Das „Schul- und Jugendmarketing/Medienpädagogik“ bündelt das vielfältige Angebot des WDR für Schulen und Kindergärten in einem Faltblatt, das sich insbesondere an Pädagoginnen und Pädagogen in NRW wendet. Zusätzlich informiert es mit der Webseite www.schlauer.WDR.de über Termine und Aktivitäten. Hier können auch unterschiedliche medienpädagogische Arbeitspakete heruntergeladen und bestellt werden. Darüber hinaus gibt es einen Newsletter, der zwei- bis dreimal pro Jahr an circa 2.000 Pädagoginnen und Pädagogen geschickt wird.

In den letzten zwei Jahren hat sich das Schul- und Jugendmarketing verstärkt um Aktivitäten für Kindergärten und Grundschulen gekümmert. Mit den „Medienpädagogischen Tagen“ für Erzieherinnen und Erzieher, dem „WDR Kinderstudio“ und der „WDR Abenteuerreise“, den Arbeitspaketen für Kindergärten und Grundschulen sowie Kooperationsprojekten mit Radio- und Fernsehredaktionen, zum Beispiel „Bärenbude Klassenzauber“, ist der WDR in diesem Bereich bereits sehr gut aufgestellt. Was bisher fehlt, ist ein adäquates Angebot für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Deshalb hat das „Schul- und Jugendmarketing/Medienpädagogik“ ein Angebot für jugendliche Besucherinnen und Besucher konzipiert, um die bereits jetzt sehr stark angefragten Schülerführungen quantitativ und qualitativ weiter auszubauen. Ziel ist – neben dem schon erwähnten WDR-Kinderstudio – die Einrichtung eines WDR-Jugendstudios, das jugendliche Besucherinnen und Besucher mit den Angeboten und Programmen des WDR vertraut macht und ihnen gleichzeitig ermöglicht, das Fernseh- und Radiomachen einmal selbst auszuprobieren.

Zum zweiten Mal nach 2010 unterstützte der WDR das von der Jungen Presse e.V. veranstaltete „JugendMedienEvent“ als größter Medienpartner. Gut 200 Jugendliche aus ganz Deutschland besuchten an zwei Tagen im Juli 2011 unterschiedliche Redaktionen und Abteilungen im WDR, nahmen an Führungen und ganztägigen Workshops teil.

Im Einzelnen:

WDR Kinderwelt (seit 2010)

- „WDR Kinderstudio“ (Schulklassen produzieren ein kleines Hörspiel oder eine eigene Nachrichtensendung)
- „WDR Abenteuerreise“ (mit Landkarte, Kompass und Themenkoffern bewegen sich Schulklassen durch den WDR in Köln)
- für die Klassen 3 bis 5, täglich jeweils 10.30 und 14.00 Uhr (2010 insgesamt circa 11.000 Besucherinnen und Besucher, 2011 voraussichtlich auch wieder 11.000 Besucherinnen und Besucher)

Medienpädagogische Tage

- Der Fernsehfilm „WUT“
8 Fortbildungen von 2007 bis September 2009
mit insgesamt circa 400 Lehrerinnen und Lehrer aller Schulformen der Sekundarstufe I und II aus NRW

Radio- und Fernsehprojekte für den Kindergarten

- 10 Fortbildungen von November 2008 bis Ende 2011 (Fortsetzung in 2012) mit insgesamt circa 1.000 Erzieherinnen und Erzieher und Lehrerinnen und Lehrer in der Erzieherausbildung aus NRW

Bärenbude Klassenzauber

- Wöchentliches medienpädagogisches Projekt für Vorschulkinder und Grundschulklassen
Seit 2007 circa 30 Veranstaltungen pro Jahr in ganz NRW
Umfangreiches medienpädagogisches Material (für Lehrerinnen und Lehrer, Eltern, Kinder) und Aufführung des Bärentheaters in der Schule.
Erreicht werden pro Jahr circa 4.200 Kinder

Medienpädagogische Arbeitspakete

- „Radio, Fernsehen, Internet und was dahinter steckt“, Medienpaket mit CD, CD-ROM und DVD für die Sekundarstufe II, aus 2007
Auflage 15.000; Versand über die Medienzentren NRW an alle Schulen mit Sekundarstufe II in NRW. Bestell- u. Downloadmöglichkeit unter www.schlauer.wdr.de
- „Der Fernsehfilm WUT“, Medienpaket mit DVD aus 2007
Auflage: 2.500 (vergriffen); Downloadmöglichkeit unter www.schlauer.wdr.de
- „Grundwissen Fernsehen – Was Kinder über ihr liebstes Medium wissen sollten“, Medienpaket mit DVD aus 2009
Auflage: 4.000; Bestell- und Downloadmöglichkeit unter www.schlauer.wdr.de
- „Radio- und Fernsehprojekte für den Kindergarten. Die Medienwelt erkunden mit der Bärenbude (WDR 5) und der Sendung mit dem Elefanten (WDR Fernsehen und KI.KA)“, Medienpaket mit CD und DVD aus 2010
Auflage: 3.000; Bestell- und Downloadmöglichkeit unter www.schlauer.wdr.de

Darüber hinaus betreibt die WDR Direktion Produktion und Technik seit Sommer 2007 eine so genannte „Digitale Wohnung“. In diesem Showroom wird die jeweils aktuell lieferbare Unterhaltungs- und Computerelektronik für Privathaushalte in Szenarien, wie sie der Lebenswirklichkeit entsprechen, betriebsbereit aufgebaut. Dies dient einerseits internen Testzwecken sowie der Fort- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des WDR. Andererseits finden dort Führungen und Seminare primär für Multiplikatoren aus Politik und Gesellschaft oder für Mitglieder der WDR-Gremien statt. Ziel ist es, ein realistisches Bild von den schon derzeitigen und von den potenziell kurzfristig möglichen Umwälzungen im Medien-Nutzungsverhalten zu vermitteln und auch auf treibende Entwicklungen außerhalb des klassischen Medienbereichs (Spielkonsolen, soziale Netzwerke usw.) hinzuweisen. Im Jahr 2010 wurde die „Digitale Wohnung“ auch deshalb um ein realitätsnahes Jugendzimmer erweitert.

Die „Digitale Wohnung“ des WDR hatte bisher rund 3.000 Besucherinnen und Besucher. Im Rahmen der Möglichkeiten soll sie künftig behutsam für weitere Besuchergruppen erweitert werden.

Vorträge, Präsentationen und Messebeteiligungen mit einer jeweils angepassten mobilen Form der Ausstellungsgegenstände der „Digitalen Wohnung“ runden die Aktivitäten des WDR in diesem Feld der Förderung von Medienkompetenz ab. Derartige Präsentationen fanden bereits in verschiedenen Landtagen, auf dem NRW-Medienforum sowie bei Studientagen von politischen Parteien oder von Verbänden wie beispielsweise dem Deutschen Kulturrat oder dem Landesfrauenrat statt.“

363. *Wie beurteilt die Landesregierung in diesem Feld die Zusammenarbeit des WDR mit der Landesanstalt für Medien (LfM) in den letzten Jahren, und welche konkreten Ansätze haben sich daraus wann ergeben?*

Die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und der Westdeutsche Rundfunk (WDR) kooperieren in unterschiedlichen Projekten. So ist der WDR (WDR 3) Kooperationspartner des Projektes „Auditorix“ (www.auditorix.de), einem Gemeinschaftsprojekt der Initiative Hören und der LfM. Die verschiedenen Fachausschüsse der Gremien beider Institutionen treffen sich regelmäßig zum Austausch. Auch medienkompetenzbezogene Themen werden in diesem Kontext thematisiert. Ferner verweist die LfM im Rahmen ihres Vernetzungsauftrages auf die medienpädagogischen Angebote des WDR in Datenbanken und auf themenspezifischen Websites (Medienkompetenzportal NRW, Projektdatenbank, Mekonet).

364. *Wie sieht die Ausstattung der Bibliotheken in Nordrhein-Westfalen hinsichtlich des Bestandteils an internetfähigen PCs sowie anderer moderner, multimedialer Recherchemöglichkeiten aus? (bitte unterscheiden zwischen kommunalen Bibliotheken und Landesbibliotheken)*

94 Prozent der kommunalen Bibliotheken bieten ihren Nutzerinnen und Nutzern Internet-PCs und/oder andere moderne Recherchemöglichkeiten an, nur 16 Prozent bieten aber auch einen W-LAN-Zugang an. Die Landesbibliotheksaufgaben werden von den drei Universitätsbibliotheken in Bonn, Düsseldorf und Münster wahrgenommen. Wie alle Hochschulbibliotheken in NRW stellt jede von ihnen zahlreiche Internet-PCs zur Verfügung.

365. *Welche einzelnen konkreten Maßnahmen plant die Landesregierung zur Verbesserung des medialen Angebotes sowie der Multimediaausstattung der Bibliotheken in Nordrhein-Westfalen?*

Die Landesregierung hat bereits 1999 ein landesweites Programm zur Ausstattung der kommunalen Bibliotheken mit Internetzugängen gefördert und gleichzeitig Fortbildungen zur Mitarbeiterqualifizierung angeboten. Seither werden regelmäßig sowohl Einzelprojekte in den Bibliotheken (auf Antrag) gefördert sowie landesweite Programme durchgeführt. Dazu gehört zum Beispiel die Anpassung der Digitalen Bibliothek (DigiBib), die ursprünglich für die wissenschaftlichen Bibliotheken entwickelt wurde, an die Bedarfe der kommunalen Bibliotheken (2003). Damit wurden die öffentlichen Bibliotheken erstmals in die Lage versetzt, ein qualifiziertes Wissensportal für ihre Nutzer anzubieten. Mittlerweile ist ein Großteil der kommunalen Bibliotheken ebenso wie alle Hochschulbibliotheken Anbieter der DigiBib. Seit 2010 fördert das Land für die öffentlichen Bibliotheken eine Landeslizenz des Brockhaus online und der Munzinger-Archive, einer Reihe von Datenbanken mit Informationen zu Personen, zu Ereignissen, zu Ländern und zu vielen anderen Bereichen. Damit können alle Bibliotheken, die diese Lizenz in Anspruch nehmen, ihren Nutzern neben Büchern auch die Recherche in elektronischen Datenbanken ermöglichen. 2009 hat das Land das Projekt „Lernort Bibliothek“ initiiert, an dem zunächst acht, mittlerweile fast 30 öffentliche Bibliotheken teilnehmen. Ziel ist es, die Bibliotheken fit zu machen für die moderne Informationswelt und die Veränderungen, die das Social Web bedeuten. Das Projekt wird bundesweit beachtet und gilt in der Bibliotheksfachwelt als sehr innovativ.

366. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen zur Verbesserung der Medienkompetenz bieten jeweils welche der Bibliotheken gegenwärtig in Nordrhein-Westfalen an? (bitte unterscheiden zwischen kommunalen Bibliotheken und Landesbibliotheken)

47 Prozent der öffentlichen Bibliotheken haben elektronische Dienste im Bestand, vor allem Datenbanken wie das Munzinger-Archiv und Brockhaus online, elektronische Bücher und den Anschluss an die Digitale Bibliothek (DigiBib). 65 Prozent der Bibliotheken führen regelmäßig Schulungen durch, um die Nutzung dieser Angebote zu vermitteln. Das Angebot ist äußerst vielfältig und reicht von Recherchetrainings für Schulen über Internetkurse für spezielle Zielgruppen (Einsteiger, Senioren, Eltern) bis zum Training für die Nutzung des Social Web. Neben den regelmäßigen Kursen gibt es vor allem für Schulen speziell aufbereitete Recherchetrainings, die immer die elektronischen Medien einbeziehen oder sogar in den Mittelpunkt stellen, und die Medienkompetenz über mehrere Jahre systematisch entwickeln.

Die Landesbibliotheken bieten im Rahmen ihrer Einführungsveranstaltungen Recherchetraing und speziell auf das Studium ausgerichtete Kurse an.

367. Wie sieht die Nachfrage nach derlei Angeboten aus, und wie wird diese durch ein hinreichendes Angebot gegenwärtig befriedigt?

Da es zu dieser Frage keine Erhebung gibt, kann sie nicht beantwortet werden. Es ist bekannt, dass in einigen Städten die Nachfrage eher gering ist und Angebote daher eingestellt oder reduziert wurden. In anderen Städten ist die Nachfrage dagegen sehr groß und kann mit den vorhandenen Ressourcen (vor allem Personal) kaum angemessen befriedigt werden. Das gilt auch für die Zusammenarbeit mit Schulen, von denen einige die notwendigen Kompetenzen durch Lehrkräfte vermitteln, andere gern die Angebote der Bibliothek noch mehr nutzen würden als dies derzeit möglich ist.

368. Welche einzelnen Angebote zur Förderung der Medienkompetenz für jeweils welche Teilnehmerzahl haben bei jeweils einzelner standortspezifischer Betrachtung die einzelnen Volkshochschulen im Land Nordrhein-Westfalen aktuell in ihrem Programm? (bitte detaillierte Übersicht über die einzelnen Maßnahmen und Kurse mit deren Titel, beispielsweise „Handytraining für Senioren“ oder „Schüler kompetent unterwegs im Web 2.0“, von jeder Volkshochschule landesweit)

Mit der Novellierung des Weiterbildungsgesetzes NRW im Jahr 2000, die mit den Stimmen aller im Landtag vertretenen Parteien erfolgte, ist jegliche Berichtspflicht für geförderte Weiterbildungseinrichtungen entfallen. Daher kann das Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW) auf keine validen Daten zurückgreifen.

Nach Auskunft des Landesverbandes Volkshochschulen haben die Volkshochschulen im Jahr 2010 zahlreiche Kurse im Umfeld des Themas „Medienkompetenz“ sowohl für Schülerinnen und Schüler wie auch für Seniorinnen und Senioren durchgeführt.

369. Welche einzelnen Angebote zur Förderung der Medienkompetenz bieten jeweils die weiteren öffentlich geförderten (Weiter)Bildungseinrichtungen im Land Nordrhein-Westfalen in ihrem aktuellen Programm an?

Mit der Novellierung des Weiterbildungsgesetzes NRW (WbG) im Jahr 2000, die mit den Stimmen aller im Landtag vertretenen Parteien erfolgte, ist jegliche Berichtspflicht für geförderte Weiterbildungseinrichtungen entfallen. Daher kann das Ministerium für Schule und Weiterbildung (MSW) auf keine eigenen Daten zurück greifen.

Die vom MSW befragten und im Gesprächskreis für Landesorganisationen der Weiterbildung zusammengeschlossenen Einrichtungen der Weiterbildung und Familienbildung sehen in den Angeboten zur Medienkompetenz eine wichtige Aufgabe ihrer gemeinwohlorientierten Bildungsangebote. Da in der aktuellen, seit 2000 gültigen Fassung des WbG keine Berichtspflichten vorgesehen sind, verfügen die Weiterbildungseinrichtungen nur über ihre einrichtungsspezifischen Statistiken. Da eine Vergleichbarkeit solcher einrichtungsbezogener Daten nur eingeschränkt möglich ist, können nur thematische Trends aufgezeigt werden:

- Großer Angebotsblock zur IT-Qualifikation, Zertifikatskurse, zum Beispiel Xpert
- Umgang mit neuen Medienformaten
- Präsentationen gestalten, Vorträge halten - Angebote in Schulen
- Angebote zur Medienkritik
- Angebote zum Bürgerfunk, Radiotraining in Schulen
- Gewalt in den Medien als Thema für Eltern, Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer
- Intergenerative Angebote zur Medienkompetenzsteigerung (Schülerinnen und Schüler als Kursleitende für Seniorinnen und Senioren im Umgang mit PC und Handy)
- Buch, Bilderbuch als Medium – Qualifizierung zum Vorlesepaten

Die Stärkung der Medienkompetenz ist ein Bestandteil des Bildungsangebots der von der Landesregierung nach dem Weiterbildungsgesetz geförderten Familienbildungsstätten. Hierzu zählen insbesondere Angebote zu folgenden Themen:

- EDV Grundlagen und Aufbau, Textbearbeitung Word, Excel, E-Mails, Internet, Homepage
- Kleines Medien ABC
- Die Rolle der Medien in unserem Alltag
- Mit Computer und Internet fit für den Alltag
- Stellenrecherche im Internet
- PC, E-Mail, Internet für Großmütter und Großväter
- Natur und Multimedia – Natur erkunden mit GPS und Geocoaching
- TV, PC, Spielkonsole, Handy & Co. – Die neue Medienwelt unserer Kinder
- Sprache ohne Worte - Unterstützte Kommunikation als Verständigungsbrücke für nicht sprechende Kinder
- Digitale Fotos – erstellen – ablegen – wiederfinden, Digitale Bildbearbeitung

- Erfolgreich lernen trotz Multimedia
- Bildschirmmedien und ihre Folgen
- Wege durch den Mediendschungel – Kinder und Jugendliche sicher in der Medienwelt begleiten
- Medienerziehung – Wieviel Fernsehen und Computer
- Frühkindliche Mediennutzung
- Welche Regeln brauchen Kinder im Umgang mit Medien?
- Die Rolle der Medien - was Eltern wissen sollten
- Der Umgang mit Medien in der Familie
- Medien- und kulturelle Kompetenz
- Medienerziehung im Rahmen der Tageselternqualifizierung
- "Social Communities und Instant Messenger" - Faszination und Risiken moderner Kommunikation
- Praktische Tipps zur familiären Medienerziehung für Eltern mit Kindern in Kindergarten- und Grundschulalter
- Kinder und Medien, Medienerziehung beginnt in der Familie
- Kinder in ihren Medienwelten begleiten
- Internetsicherheit für Kinder
- Pädagogische Verantwortung in der Medienkompetenz
- Medienkompetenz/Umgang mit Medien als Modul im Rahmen aller Vater-Kind-Angebote der Männerarbeit

370. Welche weiteren Einrichtungen und Bildungsstätten außerhalb der WbG-Förderung sind dem Land bekannt, die entsprechende Qualifizierungsangebote für Mediennutzung anbieten, wie sieht deren Angebot aus, und wie bewertet die Landesregierung dieses in quantitativer und qualitativer Hinsicht?

Medienarbeit und Medienkompetenzförderung wird vor Ort, lokal gemacht und umgesetzt. Einen Überblick über die vielfach regional und lokal aktiven Akteurinnen und Akteure bietet der Medienpädagogischen Atlas der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) (siehe <http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/medienpaedagogischer-atlas-nrw/datenbank-suche>); Institutionen finden sich auf der Webseite www.medienkompetenzportal-nrw.de/medienkompetenz/institutionen-in-nrw.html). Die Landesregierung begrüßt diese breite Verankerung. Gerade die Vermittlung von Medienkompetenz lebt vom lokalen Engagement, von Akteurinnen und Akteuren sowie Vereinen, die nah am Menschen sind (siehe dazu auch die Antwort zu Frage 361).

371. Welche Innovationen hat es bei Angeboten zur Medienkompetenzförderung und Mediennutzung in den letzten Jahren in Nordrhein-Westfalen gegeben?

Die Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren rasant gewandelt – und damit die Themen der Medienkompetenzförderung. So stehen heute die digitalen Medien mit ihren Herausfor-

derungen – soziale Netzwerke, Computerspiele oder Internetsicherheit – im Mittelpunkt der Medienkompetenzförderung. Mit den neuen digitalen Möglichkeiten hat im Laufe der Jahre zudem ein Perspektivwechsel stattgefunden. Wurden früher einseitig die Risiken betont, werden heute auch die Potenziale und Chancen der Neuen Medien berücksichtigt.

Der technologische Fortschritt eröffnet zugleich neue Chancen bei der Medienkompetenzvermittlung selbst. So ist es heute einfacher als früher, Medienprodukte herzustellen und über Medien zu kommunizieren (Film, Handy, Internet, Print, Radio). Die Medienkompetenzprojekte beziehen diese neuen Möglichkeiten mit ein.

Auch die Landesregierung selbst stellt sich mit ihrem Open Government-Ansatz den neuen Anforderungen, welche die Veränderungen in der Medienwelt mit sich bringen. So hat sie 2011 offensiv die Bürgerinnen und Bürger in die Konzeption von politischen Projekten durch Onlinekonsultationen einbezogen.

F. Medienaufsicht und Mediennutzerschutz in Nordrhein-Westfalen: Jugendgefährdung, Persönlichkeitsrechte und Verbraucherschutz

372. Welche genauen Erkenntnisse liegen der Landesregierung vor zur Aufgabewahrnehmung der nordrhein-westfälischen Medienaufsicht in den letzten zehn Jahren, und welchen zukünftigen Veränderungsbedarf gibt es diesbezüglich in unserer Informationsgesellschaft?

Die Aufsicht über private Medienanbieter ist Aufgabe der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Der Landesregierung obliegt die Rechtsaufsicht. Aus der Aufsicht der letzten Jahre ergeben sich für die LfM folgende Erkenntnisse:

„Die zurückliegenden zehn Jahre haben eine grundlegende Modifikation und Erweiterung des Aufgabenbereiches der aufsichtlichen Tätigkeiten der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen mit sich gebracht.

Durch das Inkrafttreten des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages zum 1. April 2003 wurden die Landesmedienanstalten – neben den bereits zuvor auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrages bestehenden Aufgaben im Jugendmedienschutz – umfassend mit Zuständigkeiten im Bereich der Telemedien beziehungsweise des Internets ausgestattet. Unter anderem wurde dadurch die LfM in die Lage versetzt, gegen jugendgefährdende Internetangebote, die in Nordrhein-Westfalen betrieben werden, vorzugehen. Ein maßgeblicher Einschnitt kann auch in dem Umstand gesehen werden, dass neben der Terminologie der „Jugendgefährdung“ dabei auch der Tatbestand der Entwicklungsbeeinträchtigung für Minderjährige geschaffen wurde – der über die bloße Jugendgefährdung hinaus die Wirkung von Medienangeboten auf Heranwachsende aufzugreifen versucht.

Vor diesen Hintergründen wurden auch die Verfahrensabläufe bei der Prüfung und inhaltlichen Bewertung von Rundfunk- und Telemedieninhalten neu gefasst. Die LfM wirkt seitdem nicht lediglich bei nordrhein-westfälischen Angeboten bei der Prüfung der Angebote mit, sondern ist neben der Durchsetzung von Maßnahmen auch [Anmerkung der Landesregierung: über die Arbeit der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)] bundesweit bei zahlreichen speziellen und allgemeinen Prüfungsvorgängen beteiligt.

Ähnliches gilt für sonstige nach dem Rundfunkstaatsvertrag zu führende Verfahren und aufsichtlichen Maßnahmen. Bei Fällen überregionaler Veranstalter werden die Prüfverfahren

(etwa wegen Werbeverstößen oder Verletzungen von Programmgrundsätzen) in Prüfgruppen vorbereitet und zentral durch die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten entschieden, während die Vorbereitung und Durchsetzung der Maßnahmen durch die Landesmedienanstalten erfolgt und zwischen ihnen abgestimmt wird. Auch in diesen Fällen wird großen Wert auf Transparenz gelegt: die Landesmedienanstalten informieren regelmäßig die Öffentlichkeit über von ihnen diskutierte Grundsatzangelegenheiten oder getroffene Einzelfallentscheidungen:

<http://www.die-medienanstalten.de/pressecenter/pressemitteilungen.html>.

Diese auch strukturellen Veränderungen haben die Landesmedienanstalten in den zurückliegenden Jahren insgesamt in die Lage versetzt, den aktuellen Anforderungen der sich wandelnden Medienlandschaft zu genügen.

Ein aus Sicht der LfM perspektivisch unabdingbarer Veränderungsbedarf liegt indes in der Vereinheitlichung der Telemedienaufsicht. Während die Landesmedienanstalt in Nordrhein-Westfalen Jugendschutzverstöße bei Internetangeboten ahnden kann, muss sie bei einer Verletzung der Impressumspflicht oder anderen allgemeinen Rechtsverstößen nach geltender Rechtslage die Bezirksregierung Düsseldorf entsprechend befassen. In bestimmten Fällen ist die LfM jedoch für mögliche Ordnungswidrigkeitsverfahren wiederum selbst zuständig. Diese Struktur steht einer effektiven Telemedienaufsicht entgegen, weshalb aus Sicht der LfM eine Bündelung der Zuständigkeiten dringend geboten ist.“

373. Welche genauen Erkenntnisse liegen der Landesregierung vor zur Aufgabewahrnehmung der LfM in Nordrhein-Westfalen bei den einzelnen Lizenzierungsverfahren und Entscheidungen über die Zulassung von Medienanbietern in den letzten zehn Jahren, und gibt es diesbezüglich oder zu den Rechtsgrundlagen zukünftigen Veränderungsbedarf?

Die Landesregierung verweist zunächst auf die Darstellung des Lizenzierungsverfahrens in der Antwort zu Frage 49.

Die Landesregierung hat nur Kenntnisse aus den Unterlagen der Sitzungen der Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Darüber hinausgehende Details entziehen sich der Kenntnis der Landesregierung.

Die LfM weist im Übrigen darauf hin, dass zwar eine systematische Aufstellung und Auswertung der Lizenzierungsverfahren über den genannten Zeitraum nicht existiert, ihre Entscheidungen beziehungsweise die Entscheidungen ihrer Organe jedoch über die Homepage der LfM beziehungsweise die Pressemitteilungen der LfM öffentlich zugänglich sind.

Aufgrund der bereits in der Antwort zu Frage 49 erwähnten bewährten Ausbalancierung von verfassungsrechtlichen Anforderungen einerseits und Praktikabilitätsgesichtspunkten andererseits sieht die Landesregierung in diesem Bereich keinen Veränderungsbedarf.

374. In jeweils welchen Fällen im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre ist aus jeweils welchem Grunde die nordrhein-westfälische Medienaufsicht aufgrund jeweils welcher konkreten Sachverhalte eingeschritten? (bitte vollständig Sachverhalte dokumentieren)

Zunächst wird auf die Beantwortung der Frage 372 verwiesen.

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) teilt zu diesem Thema mit, dass alleine im Jahre 2010 annähernd 900 Eingaben und Beschwerden durch die LfM bearbeitet wurden.

Statistiken über die Häufigkeit und Art von Einzelmaßnahmen werden, so die LfM, unter anderem aus Gründen der Heterogenität der einzelnen Maßnahmen, aber auch aufgrund der durch die überregionalen Strukturen erschwerten Zuordnung von Fallzahlen beziehungsweise Arbeitsanteilen nicht geführt.

Die Aufsicht über private Medienanbieter ist Aufgabe der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Der Landesregierung obliegt die Rechtsaufsicht. Aus der Aufsicht der letzten Jahre ergeben sich für die LfM folgende Erkenntnisse:

„Insgesamt lässt sich jedoch feststellen, dass die Schwerpunkte aufsichtlichen Handelns der LfM bei Verstößen gegen den Jugendmedienschutzstaatsvertrag, Verstößen gegen Werberegelungen (insbesondere Verletzungen der Kennzeichnungs- und Trennungsgebote) und bei der Umsetzung der auf § 8a des Rundfunk-Staatsvertrags basierenden Satzung zu Gewinnspielen lag. Aber auch im lokalen Hörfunk gab es immer wieder Handlungsbedarf, etwa bezogen auf Verletzungen von Mitteilungspflichten und Vorgaben an die Zusammensetzung der Veranstaltergemeinschaften.

Die LfM ist jedoch seit jeher bemüht, ihre Arbeit und ihre konkreten Maßnahmen transparent darzustellen. So veröffentlicht sie ihrer gesetzlichen Verpflichtung entsprechend jährlich einen Bericht, in dem unter anderem auch die wesentlichen aufsichtlichen Maßnahmen dargestellt werden. Bezogen auf die Jahre 2010 und 2009 steht dieser Bericht digital zum Download zur Verfügung und ist unter dem folgenden Hyperlink abrufbar:

<http://www.lfm-nrw.de/lfm/jahresbericht.html>.

Bezogen auf die Jahre zuvor sind die entsprechenden Berichte in gedruckter Form bei der Landesanstalt für Medien NRW verfügbar.

Bei den Maßnahmen, die aufgrund des Jugendmedienschutzstaatsvertrages durchgeführt werden, gilt Ähnliches. Auch hier sind die Landesmedienanstalten bemüht, größtmögliche Transparenz zu zeigen – was aufgrund der Vermeidung von ‚Werbung‘ für unzulässige Angebote und der involvierten personenbezogenen Daten (gerade bei Internetadressen) durchaus auf Schwierigkeiten stößt. Die Kommission für Jugendmedienschutz veröffentlicht aber regelmäßig eine Übersicht über wesentliche durchgeführte Verfahren und grundsätzliche Angelegenheiten. So finden sich auf der Internetpräsenz der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten quartalsweise Mitteilungen über konkrete Fälle, wie z.B.: http://www.kjm-online.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen_2011/pm_112011.cfm“.

Gleiches gilt im Übrigen für die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK), siehe Frage 372.

375. Wie beurteilt die Landesregierung die derzeitigen Abstimmungsprozesse und die Kooperation zwischen der auftragsgemäß staatsfernen Medienaufsicht der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien (LfM), gemeinsamer Stellen der Landesmedienanstalten auf Bundesebene und der Staatskanzlei als Rechtsaufsicht im Medienbereich?

Die Abstimmungsprozesse und die Koordination sind gut.

Die Landesregierung erhält alle Unterlagen, die auch der Medienkommission der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) vorgelegt werden. Ein Vertreter der Landesregierung nimmt regelmäßig an den Sitzungen der Medienkommission teil. Auch bei der Vorbereitung von Änderungen des Landesmedienrechts wird die Sachkunde der LfM von der Landesregierung gerne in Anspruch genommen.

Die Ministerpräsidentin führt die Rechtsaufsicht über die LfM, aber nicht über die gemeinsamen Stellen der Landesmedienanstalten. Diese unterliegen der Rechtsaufsicht der Landesregierungen indirekt über die beschlussausführende Tätigkeit der einzelnen Landesmedienanstalten.

Anlassbezogen arbeitet die Rechtsaufsicht auch mit diesen gemeinsamen Stellen in der Regel auf Fachebene zusammen.

376. Welche einzelnen Unterschiede bei der Struktur der Medienaufsicht des Landes und der praktizierten Aufgabenwahrnehmung in Nordrhein-Westfalen gibt es jeweils im Vergleich mit einer Einzelbetrachtung der fünfzehn anderen Bundesländer? Welche anderen Zuständigkeiten, Behörden, Einrichtungen, Verfahrenswege oder Beurteilungsgrundsätze haben diese? (Kenntlichmachung der jeweiligen Unterschiede genügt)

Die Aufsichtsstrukturen in den einzelnen Ländern sind grundsätzlich relativ einheitlich organisiert. Für die Aufsicht über den privaten Rundfunk und den Jugendmedienschutz sind im Wesentlichen die jeweiligen Landesmedienanstalten zuständig, diese arbeiten hierbei eng zusammen. Unterschiede gibt es jedoch für den Onlinebereich für die Aufsicht über privat angebotene Telemedien:

Tab. 376.1: Aufsicht über private Telemedien

	Privater Rundfunk	Onlinebereich, insb. § 59 II RStV
Nordrhein-Westfalen	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen	Bezirksregierung Düsseldorf
Baden-Württemberg	Landesanstalt für Kommunikation	Landesanstalt für Kommunikation
Bayern	Bayerische Landeszentrale für Medien	Regierung von Mittelfranken
Berlin und Brandenburg	Medienanstalt Berlin-Brandenburg	Medienanstalt Berlin-Brandenburg
Bremen	Bremische Landesmedienanstalt	Bremische Landesmedienanstalt
Hamburg und Schleswig-Holstein	Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein	Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein
Hessen	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
Mecklenburg-Vorpommern	Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern	Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen	Niedersächsische Landesmedienanstalt	Niedersächsisches Landesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit
Rheinland-Pfalz	Landeszentrale für Medien und Kommunikation	Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Trier

Saarland	Landesmedienanstalt Saarland	Landesmedienanstalt Saarland
Sachsen	Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien	Landesdirektion Dresden
Sachsen-Anhalt	Medienanstalt Sachsen-Anhalt	Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringen	Thüringer Landesmedienanstalt	Thüringer Landesmedienanstalt

Im Bereich des Jugendmedienschutzes ist die jeweilige Landesmedienanstalt zuständige Aufsichtsbehörde. Bei länderübergreifenden Angeboten erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit den anderen Landesmedienanstalten: Hier dient die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) der jeweilig zuständigen Landesmedienanstalt als Organ. Im Onlinebereich wird die KJM durch die ebenfalls länderübergreifende Stelle „jugendschutz.net“ unterstützt. Ähnliches gilt für die Aufsicht über private Rundfunkveranstalter für die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) sowie für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK).

377. Wie beurteilt die Landesregierung auf Basis der ihr vorliegenden Erkenntnisse gegenwärtig Umfang und Intensität der in Nordrhein-Westfalen praktizierten Verbreitung menschenwürdeverletzender Darstellungen differenziert nach ihrem Vorkommen in Printmedien, Rundfunk und Internet, CDs/DVDs und sonstigen Medien bzw. Verbreitungswegen?

Die Landesregierung verurteilt jede Form von menschenwürdeverletzenden Darstellungen sowie deren Verbreitung. Für die Verbreitung menschenwürdeverletzender Darstellungen existiert kein spezieller Straftatbestand. Durch die Verbreitung können jedoch im Einzelfall anderweitige Straftatbestände verwirklicht werden, beispielsweise Beleidigungsdelikte, Nachstellung oder Propagandadelikte. Nur diese werden in der Polizeilichen Kriminalstatistik erfasst. Mangels spezifischer Erfassung können insoweit aus polizeilicher Sicht keine differenzierten Aussagen zur praktizierten Verbreitung menschenwürdeverletzender Darstellungen in Printmedien, Rundfunk und Internet, CDs/DVDs und sonstigen Medien getroffen werden.

378. Wie beurteilt die Landesregierung auf Basis der ihr vorliegenden Erkenntnisse gegenwärtig Umfang und Intensität der in Nordrhein-Westfalen praktizierten Verbreitung pornographischer Inhalte differenziert nach ihrem Vorkommen in Printmedien, Rundfunk und Internet, CDs/DVDs und sonstigen Medien bzw. Verbreitungswegen?

Die Landesregierung verurteilt jede Form der strafbewehrten Verbreitung von Pornographie. Die Verbreitung pornographischer Inhalte ist unter den Tatbestandsvoraussetzungen der §§ 184, 184a, 184b, 184c sowie § 184d StGB strafbar. Den Polizeibehörden des Landes NRW bekannt gewordene Straftaten werden in der Polizeilichen Kriminalstatistik entsprechend abgebildet. Im Jahre 2010 wurden insgesamt 1.988 (2009: 2.195) Straftaten der Verbreitung pornographischer Schriften, davon 57 Fälle (2009: 72) der Verbreitung pornographischer Darbietungen durch Rundfunk, Medien- oder Teledienste statistisch erfasst. Eine weitergehende Differenzierung der Verbreitungswege ist der Polizeilichen Kriminalstatistik nicht zu entnehmen.

379. Wie beurteilt die Landesregierung auf Basis der ihr vorliegenden Erkenntnisse gegenwärtig Umfang und Intensität der in Nordrhein-Westfalen praktizierten Verbreitung von Agitationen des politischen Links- und Rechtsextremismus differenziert nach ihrem Vorkommen in Printmedien, Rundfunk und Internet, CDs/DVDs und sonstigen Medien bzw. Verbreitungswegen?

Links- und Rechtsextremistinnen und -Extremisten nutzen wie alle anderen gesellschaftlichen Gruppen und Personen die Möglichkeiten der Verbreitung von Agitation über das Internet, seine sozialen Netzwerke und sonstige Medien. Das belegt einmal mehr die sogenannte Bekenner-DVD der Zwickauer Terrorzelle.

Die Inhalte links- beziehungsweise rechtsextremistisch beeinflusster Internetseiten dienen der Information (unter anderem durch Internetradio und Videoportale) und der Kommunikation. Parallel zu solchen Aufrufen werden in letzter Zeit vermehrt auch gewaltaffine Mobilisierungsvideos ins Internet gestellt. Entsprechende musikalische Untermalung und die schnelle Abfolge von Szenen wie Gewaltausbrüche bei Demonstrationen, brennende Fahrzeuge oder beschädigte Gebäude dienen dem Aufbau von Drohkulissen und der Emotionalisierung der Szeneaktivisten.

Das Internet wird aufgrund seiner allgemeinen Zugänglichkeit aber nicht nur zu Mobilisierungs- und Meinungsbildungszwecken genutzt, sondern auch zur Propaganda und Agitation. Links- und rechtsextremistische Theorien oder auch Stellungnahmen zu tagespolitischen Fragestellungen können einem viel größeren Personenkreis zur Verfügung gestellt werden. Ein eigener Internetauftritt ist mittlerweile bei jeder Partei, Organisation oder örtlichen Antifa-beziehungsweise Neonazigruppe eine Selbstverständlichkeit.

Die Internettechnologie wird beiderseits aber auch für „Outings“ von tatsächlichen oder vermeintlichen politischen Gegnern oder zum „Hacking“ der Internetseiten genutzt, um z.B. die Mobilisierungen für Demonstrationen zu erschweren.

Das Internet ist ein schnelllebiges Medium, Internetpräsenzen ändern sich kontinuierlich. Daher können zu der Anzahl der Internetpräsenzen nur Schätzungen abgegeben werden. Bundesweit wurden im Jahr 2010 etwa 1.000 deutschsprachige Internetseiten mit rechtsextremistischen Inhalten und 1.200 mit linksextremistischen Inhalten festgestellt. Aufgrund der dezentralen Struktur des Internets sind dessen Inhalte weltweit – und somit auch in NRW – abrufbar. Eine exakte Ausweisung der Anzahl der von links- beziehungsweise rechtsextremistischen Bestrebungen aus NRW eingestellten Internetseiten kann nicht vorgenommen werden. Extremistische Bestrebungen legen ihre Internetpräsenzen vielfach anonym auf ausländischen Servern ab und verschleiern ihre Identität. Ferner sind nur selten valide Impressumsangaben und Kontaktanschriften vorhanden. Eine regionale Zuordnung des Urhebers einer Internetseite ist daher oft nicht möglich.

Das Phänomen der linksextremistischen beziehungsweise rechtsextremistischen Verlage und Publikationen ist so alt wie der Links- beziehungsweise Rechtsextremismus selbst. Schon immer wurde versucht, links- beziehungsweise rechtsextremistische Ideen, Theorien und Aktionen mit Hilfe von Büchern und Periodika in von extremistisch beeinflussten Verlagen drucken zu lassen und so einer breiten Leserschaft zugänglich zu machen. Während früher Druckerzeugnisse die wichtigsten Medien darstellten, ist derzeit eine eindeutige Tendenz zur Kommunikation über das Internet erkennbar. Diese gesellschaftliche Entwicklung stürzte viele Periodika in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Trotz dieser allgegenwärtigen Internetpräsenz sind periodische Publikationen in niedrigen Auflagen für Extremisten auch heute noch dann von Bedeutung, wenn es darum geht, Informations- und Diskussionsprozesse auf eine breitere Basis zu stellen, sei es bei der Herausbildung organisatorischer Grundlagen, bei Standortbestimmungen oder bei Selbstfindungsprozessen.

Die Musik fördert nicht nur das Gemeinschaftserlebnis in den links- und rechtsextremistischen Szenen. Sie dient zudem der Stabilisierung der Gruppen, bewirkt eine Identifikation und kann zur Kontaktaufnahme und Anhängerengewinnung dienen. Über Songtexte werden politische Wertvorstellungen an die meist jugendlichen Zuhörer weitergegeben. Musik dient jedoch nicht nur als – im Bereich politischer Extreme bedenklicher – Integrations- sondern auch als Aggressionsfaktor.

„Hassmusik“ mit links- beziehungsweise rechtsextremistischen Bezügen kann man an keinem Musikstil festmachen, die Stilrichtungen bewegen sich von aggressivem Punk über Ska bis hin zu Reggae oder Hip Hop. Ausschlaggebend ist weniger der Stil, sondern der Inhalt. Die Songtexte sind im Hinblick auf ihren extremistischen Gehalt zu bewerten. Hauptthemen links- wie rechtsextremistischer beziehungsweise gewaltverherrlichender „Hassmusik“ sind der Staat und seine Repräsentanten (insbesondere die Polizei). Über die Thematisierung des politischen Gegners hinaus wendet sich rechtsextremistische Musik insbesondere auch gegen Migranten und Juden.

Es ist davon auszugehen, dass sämtliche Produkte wie CDs oder DVDs etc. mit links- oder rechtsextremistischen Inhalten, die in Deutschland auf dem Markt sind, auch in NRW vertrieben werden. Bisher ist allerdings nicht bekannt geworden, dass solche Erzeugnisse in NRW in größerem Umfang hergestellt werden. Nach vorliegenden Erkenntnissen werden solche Produkte vornehmlich im europäischen Ausland hergestellt.

380. Welche Fallzahlen von Vorkommnissen hat es jeweils einzeln für die in den zuvor genannten drei Fragen erwähnten Probleme jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre in Nordrhein-Westfalen gegeben, und wie ist vor diesem Hintergrund die Entwicklung zu bewerten?

Die Landesregierung hat zu dieser Frage die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), die Selbstkontrollenrichtungen Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) und den Deutschen Presserat um Stellungnahme gebeten sowie die Polizeiliche Kriminalstatistik und die Statistiken zur politisch motivierten Kriminalität ausgewertet.

Die Verbreitung von die Menschenwürde verletzenden Darstellungen und pornografischer Inhalte ist in vielfältiger Ausprägung denkbar. Sofern entsprechende Darstellungen im Rahmen polizeilicher Ermittlungsverfahren als strafbare Handlungen unter eine Strafrechtsnorm zu subsumieren sind, werden sie nach Verfahrensabschluss in der Polizeilichen Kriminalstatistik (PKS) erfasst. Seit 2005 werden ausgewählte Delikte, zu deren Tatbestandsverwirklichung das Internet als Tatmittel verwendet wurde, in der PKS entsprechend gekennzeichnet. Eine weitergehende, nach Medien differenzierte Erfassung von Tatmitteln erfolgt nicht.

Seit 2008 werden zur differenzierteren Darstellung der Kriminalität nunmehr sechsstellige anstatt der früheren vierstelligen Deliktschlüssel verwandt. In den ersten beiden Tabellen werden Fallzahlen zu beiden Varianten aufgeführt.

Über Sachverhalte der vorgenannten Art, die nicht den Verdacht einer Straftat begründen, liegen polizeilich keine Informationen vor. Ausgewertet wurden im Hinblick auf die Verbreitung von der Menschenwürde verletzenden Darstellungen und pornografischer Inhalte folgende Delikte:

Tab. 380.1: Straftaten nach Deliktschlüssel

Deliktschl.	Straftat
143000*	Verbreitung pornografischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß §§ 184, 184a, 184b, 184c, 184d StGB (ohne die nicht zu betrachtenden Schlüssel 143300 [Besitz/Verschaffung von Kinderpornografie gem. § 184b Abs. 2 und 4 StGB] und 143600 [Besitz/ Verschaffung von Jugendpornografie gemäß § 184c Abs. 2 und 4 StGB])
143010	Sonstige Verbreitung pornografischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß § 184 StGB
143020	Verbreitung gewalt- oder tierpornografischer Schriften gemäß § 184a StGB
143030	Verbreitung pornografischer Darbietungen durch Rundfunk, Medien- oder Teledienste gemäß § 184d StGB
143100	Verbreitung pornografischer Schriften (Erzeugnisse) an Personen unter 18 Jahren gemäß § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2, 5 StGB
143200	Verbreitung kinderpornografischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184b Abs. 3 StGB
143400	Verbreitung von Kinderpornografie gemäß § 184b Abs. 1 StGB
143500	Verbreitung jugendpornografischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184c Abs. 3 StGB
143700	Verbreitung von Jugendpornografie gemäß § 184c Abs. 1 StGB
626000**	Gewaltdarstellung gemäß § 131 StGB
626079	Sonstige Gewaltdarstellung gemäß § 131 Abs. 1 Nr. 1, 2, 4, Abs. 2 StGB
626100	Gewaltdarstellung - Schriften an Personen unter 18 Jahren gemäß § 131 Abs. 1 Nr. 3 StGB

* Summenschlüssel für alle Delikte mit einem mit 143 beginnenden Deliktschlüssel

** Summenschlüssel für alle Delikte mit einem mit 626 beginnenden Deliktschlüssel

Unter den Summenschlüsseln werden die ihnen nachgeordneten Deliktschlüssel zusammengefasst. Die zu den Summenschlüsseln ausgewiesenen Fallzahlen bilden die Summe der Fallzahlen, die unter den nachgeordneten Schlüsseln erfasst wurden.

Die Entwicklung der Fallzahlen der genannten Delikte verlief in den Jahren 2001 bis 2010 uneinheitlich. So wurden der Polizei im Jahr 2010 insgesamt 1.293 Fälle der auswertungsrelevanten Delikte bekannt. Das sind 697 Fälle mehr als im Jahr 2001 (596 Fälle). Allerdings ist die Anzahl seit dem Jahr 2008, in dem 2.229 Fälle bekannt wurden, rückläufig. Die Fallzahlen sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt:

Tab. 380.2: Fallzahlen nach Deliktschlüssel

Schlüssel		Straftat	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
6stellig	4stellig											
143000*	143.**	Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß §§ 184, 184a, 184b, 184c StGB	533	502	552	792	1.161	846	1.108	2.161	1.487	1.262
143010		Sonstige Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß § 184 StGB								1.038	338	214
143020		Verbreitung gewalt- oder tierpornographischer Schriften gemäß § 184a StGB								50	25	37
143030		Verbreitung pornographischer Darbietungen durch Rundfunk, Medien- oder Teledienste gemäß § 184d StGB								260	72	57
143100	1431	Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) an Personen unter 18 Jahren gemäß § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2, 5 StGB	121	93	98	131	146	209	262	287	142	73
143200	1432	Verbreitung kinderpornographischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184b Abs. 3 StGB	21	21	18	28	51	27	271	29	17	20
143400	1434	Verbreitung von Kinderpornographie gemäß § 184b Abs. 1 StGB	391	388	436	633	964	610	575	497	854	815
143500		Verbreitung jugendpornografischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184c Abs. 3 StGB									2	2
143700		Verbreitung von Jugendpornografie gemäß § 184c Abs. 1 StGB									37	44
626000	626.	Gewaltdarstellung gemäß § 131 StGB	63	42	24	22	48	68	284	68	54	31
626079		Sonstige Gewaltdarstellung								60	44	26
626100	6261	Gewaltdarstellung - Schriften an Personen < 18 Jahren (§ 131 StGB)	19	10	5	4	13	31	16	8	10	5

* ohne Schlüssel 143300 und 143600

** ohne Schlüssel 1433

Die Entwicklung der Delikte mit dem Tatmittel Internet unterliegt seit dem Beginn der Erfassung 2005 Schwankungen und ist insgesamt rückläufig. So ging die Zahl der für diese Anfrage relevanten Delikte von 907 Fällen im Jahr 2005 auf 688 Fälle im Jahr 2010 um 219 Fälle zurück. Im Jahr 2007 erreichte die Zahl mit 1.060 bekannt gewordenen Fällen den bisherigen Höchststand.

Die Fallzahlen sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt:

Tab. 380.3: Fallzahlen nach Deliktschlüsseln

Schlüssel		Straftat	2005	2006	2007	2008	2009	2010
6stellig	4stellig							
143000*	143.**	Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß §§ 184, 184a, 184b, 184c StGB	895	579	816	705	730	687
143010		Sonstige Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) gemäß § 184 StGB				341	107	82
143020		Verbreitung gewalt- oder tierpornographischer Schriften gemäß § 184a StGB				16	10	14
143030		Verbreitung pornographischer Darbietungen durch Rundfunk, Medien- oder Teledienste gemäß § 184d StGB				100	26	35
143100	1431	Verbreitung pornographischer Schriften (Erzeugnisse) an Personen unter 18 Jahren gemäß § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2, 5 StGB	31	54	85	50	34	18
143200	1432	Verbreitung kinderpornographischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184b Abs. 3 StGB	44	24	260	12	11	18
143400	1434	Verbreitung von Kinderpornographie gemäß § 184b Abs. 1 StGB	820	501	471	186	524	501
143500		Verbreitung jugendpornografischer Schriften (Erzeugnisse) durch gewerbs-/bandenmäßiges Handeln gemäß § 184c Abs. 3 StGB						1
143700		Verbreitung von Jugendpornografie gemäß § 184c Abs. 1 StGB					18	18
626000	626.	Gewaltdarstellung gemäß § 131 StGB	12	9	244	6	6	1
626079		Sonstige Gewaltdarstellung				6	6	1
626100	6261	Gewaltdarstellung - Schriften an Personen < 18 Jahren (§ 131 StGB)	3	2	4			

* ohne Schlüssel 143300 und 143600

** ohne Schlüssel 1433

Die statistische Erfassung politisch motivierter Kriminalität (PMK) erfolgt bundesweit einheitlich auf der Grundlage des im Jahr 2001 von der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder beschlossenen Definitionssystems „Politisch motivierte Kriminalität“. Seit 2005 werden Delikte, zu deren Tatbestandsverwirklichung das Internet als Tatmittel verwendet wurde, in der Statistik entsprechend gekennzeichnet. Eine weitergehende, nach Medien differenzierte Erfassung von Tatmitteln erfolgt nicht.

Einschlägige Straftatbestände im Zusammenhang mit der Verbreitung von Agitationen des politischen Links- und Rechtsextremismus sind § 86 StGB (Verbreiten von Propagandamit-

teln verfassungswidriger Organisationen), § 86a StGB (Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen) sowie § 130 StGB (Volksverhetzung). Agitationen im Sinne von Meinungsäußerungen unterhalb der Strafbarkeitsschwelle werden nicht statistisch erfasst.

Das Landeskriminalamt NRW hat für den Zeitraum 2001 bis 2010 in NRW insgesamt 17.286 Propagandadelikte (§§ 86, 86a StGB) sowie 3.758 Volksverhetzungen (§ 130 StGB) aus dem rechts- und linksextremistischen Bereich erfasst. Das Tatmittel Internet ist dabei insbesondere bei den Propagandadelikten statistisch von nachrangiger Bedeutung. Eine detaillierte Darstellung ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Tab. 380.4: Propagandadelikte/Volksverhetzungen

	Propagandadelikte				Volksverhetzungen			
	PMK-Rechts		PMK-Links		PMK-Rechts		PMK-Links	
	Gesamt	davon Tatmittel Internet	Gesamt	davon Tatmittel Internet	Gesamt	davon Tatmittel Internet	Gesamt	davon Tatmittel Internet
2001	937		7		360		3	
2002	1.150		16		326		3	
2003	1.247		9		293		2	
2004	1.489		5		382		1	
2005	1.805	69	7	0	373	107	2	0
2006	2.091	90	25	2	503	101	3	1
2007	2.092	83	24	0	435	108	1	0
2008	2.220	94	26	2	406	81	0	0
2009	2.126	66	34	0	343	81	3	1
2010	1.955	64	21	0	316	65	3	2

Die BPjM weist darauf hin, dass indizierte (jugendgefährdende) Medien keinem generellen Herstellungs- und Verbreitungsverbot unterliegen. Diese Medien dürften Erwachsenen zugänglich gemacht werden. „Vorkommnisse“ seien in diesem Sinne zu verstehen als Zugänglichmachen für Kinder und Jugendliche entgegen der Vorschriften des Jugendschutzgesetzes (JuSchG). Dazu lägen der BPjM keine Statistiken vor, da sie nicht für die Kontrolle der Rechtsfolgen des JuSchG zuständig sei.

Die LfM teilt Folgendes mit:

„Wenn mit ‚Vorkommnissen‘ die Beschwerdeaufkommen gemeint sind, dann kann bezogen auf die letzten drei Jahre seitens der LfM kein großer Unterschied hinsichtlich eines potenziellen Verstoßes gegen die Menschenwürde gesehen werden. Jedes Jahr hatte „sein Format“ mit zahlreichen Beschwerden (2009: Frauentausch, DSDS, Eltern auf Probe; 2010: Big Brother, Berichterstattung zur Loveparade, Mitten im Leben; 2011: Dschungelcamp, Schwie-

gertochter gesucht, Super Nanny). Dabei handelt es sich meist um Realityformate von nicht in NRW lizenzierten Rundfunkveranstaltern (siehe Frage 386).

Ein Überblick über die von der KJM festgestellten Verstöße gegen die Menschenwürde findet sich unter http://www.kjm-online.de/files/pdf1/Verste_Menschenwrde2.pdf.

Die Schwierigkeit der tatsächlichen Feststellung eines Menschenwürdeverstößes wird im LfM-Gutachten „Unterhaltung ohne Grenzen? Der Schutzbereich der Menschenwürde in den Programmgrundsätzen der Medienstaatsverträge“ (Nadine Klass, Vistas, Berlin 2011. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien (LfM), Band 69) deutlich. Pornografie ist für die LfM ein großes Arbeitsfeld innerhalb der Internetaufsicht, da einfache Pornografie unter bestimmten Voraussetzungen (geschlossene Benutzergruppe) im Internet verbreitet werden darf. Die Fallzahlen nehmen hier ab, machen jedoch weiterhin den größten Teil der Arbeit der LfM hinsichtlich der Kontrolle über die Einhaltung der jugendmedienschutzrechtlichen Bestimmungen im Internet aus. Fälle im Bereich des politischen Extremismus nehmen aufgrund der Fallzahl für die LfM eher eine nachgeordnete Stellung ein.

Insgesamt ist für den Internetbereich anzumerken, dass bei der LfM lediglich die Fälle auflaufen, die auch nach einem Hinweis an den Anbieter durch jugendschutz.net einen Verstoß aufweisen. In ca. 80% der ursprünglichen Fälle erfolgt bereits nach diesem Hinweis eine rechtskonforme Gestaltung des Angebots durch den Anbieter.“
Bei der FSM werden keine Statistiken nur für NRW geführt.

Im USK-Arbeitsbereich „Alterskennzeichnung bei Computer- und Videospiele“ gab es nach Angaben der USK keine Vorkommnisse.
Die FSF bezieht sich in ihrer Stellungnahme auf rechts- oder linksextremistische Vorkommnisse. Hier seien ihr im Bereich Fernsehen keine Vorkommnisse bekannt.

Die FSK gibt an, dass keine Statistiken nur für NRW vorlägen.

Auch der Deutsche Presserat führt keine Statistik nur für NRW und nennt deshalb die Zahlen für Gesamtdeutschland. Dabei weist er darauf hin, dass er nur auf Beschwerden von Leserinnen und Lesern und seit 2009 auch von Internetusern tätig werde, sofern sich diese Beschwerden auf journalistisch-redaktionelle Inhalte beziehen. Die Beschwerdezahlen zu Ziffer 1 des Pressekodex (Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde) hätten zwar leicht zugenommen, jedoch sei die Anzahl der für begründet erklärten Beschwerden konstant klein (ausgesprochene Sanktionen: 21 öffentliche Rügen, eine nicht-öffentliche Rüge, 59 Missbilligungen und 26 Hinweise). Die Zunahme der Beschwerdezahlen wird damit begründet, dass eine Tendenz zur vermehrten Darstellung von Toten oder schwer verletzten Menschen zu beobachten sei. Aufgrund des Berichterstattungsprivilegs dürften aber nach Abwägung der betroffenen Rechtsgüter auch vermeintlich angreifbare Inhalte im Einzelfall veröffentlicht werden. Beschwerden über pornografische Inhalte in den Printmedien und verlagsbezogenen Internetseiten gäbe es so gut wie nie (ausgesprochene Sanktionen: drei Rügen). Zur Verbreitung von Agitationen des politischen Links- und Rechtsextremismus lägen keine Beschwerden vor.

381. Welche jugendgefährdenden Darstellungen sind nordrhein-westfälischen Landesbehörden jeweils jährlich im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre bekanntgeworden, und von jeweils welchem Medium sind diese ausgegangen?

Folgende Indizierungsverfahren sind in den letzten zehn Jahren aufgrund des Antrags beziehungsweise der Anregung einer Landesbehörde aus Nordrhein-Westfalen bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien eingeleitet worden:

Tab. 381.1: Indizierungsverfahren

2011	1 (= Anregung des Landeskriminalamts NRW – 1 Internetangebot – laufendes Verfahren)
2005 - 2010	keine
2004	2 Anträge des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder (= 2 Internetangebote: eines indiziert, das andere Verfahren eingestellt, da das Angebot zum Zeitpunkt der Sichtung im Gremium nicht mehr abrufbar war).
2003	3 Anträge des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder (= 2 Internetangebote: eines indiziert, das andere Verfahren eingestellt, da das Angebot zum Zeitpunkt der Sichtung im Gremium nicht mehr abrufbar war. Ein Buch, indiziert und in Listenteil B eingetragen (vermuteter Verstoß gegen § 131 StGB).
2002	11 Anträge des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder (=11 Internetangebote: 8 indiziert, die anderen 3 Verfahren eingestellt, da diese Angebote zum Zeitpunkt der Sichtung im Gremium nicht mehr abrufbar waren).
2001	2 Anträge des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder (= 2 Internetangebote: eines indiziert, das andere Verfahren eingestellt, da das Angebot zum Zeitpunkt der Sichtung im Gremium nicht mehr abrufbar war).

Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass auch die örtlichen Jugendämter entsprechende Anträge stellen und dass die gemeinsame Stelle der Länder – jugendschutz.net – in dieser Frage aktiv ist.

382. Wie beurteilt die Landesregierung das übliche Nutzerverhalten bei sogenannten Call-In-Shows?

Weder der Landesregierung noch der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) liegen Erkenntnisse über das übliche Nutzerverhalten bei sogenannten Call-In-Shows vor. Die LfM weist darauf hin, dass in der Vergangenheit diese Angebote im Bereich der Gewinnspielsendungen deutlich abgenommen haben. Insbesondere seit der Einstellung des Senders 9Live bietet lediglich ein Fernsehsender (Sport1) ein solches Format an. Weitere Call-In-Formate bestehen im Bereich der sog. Lebensberatungsangebote wie z.B. AstroTV. Erkenntnisse über das Nutzerverhalten in diesem Bereich liegen der LfM ebenfalls nicht vor.

383. In der aktuellen Diskussion stehen immer wieder Vorwürfe im Raum, bei den Call-In-Shows würden insofern vermehrt Anrufe generiert, indem die Produzenten mit Scheinanrufern und -gewinnern arbeiten würden. In welchem Umfang wird dies nach dem Kenntnisstand der Landesregierung tatsächlich so praktiziert?

Welche „schwarzen Schafe“ sind diesbezüglich den Landesbehörden bekannt?

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hält den Vorwurf, bei den Call-In-Shows würden insofern vermehrt Anrufe generiert, indem die Produzenten mit Scheinanrufern und -gewinnern arbeiten würden, lediglich für eine Vermutung. Ein Beweis konnte bislang nicht geführt werden. Insofern sind der LfM diesbezüglich keine „schwarzen Schafe“ bekannt.

384. Was unternimmt die Landesregierung konkret (auch unter Verbraucherschutzgesichtspunkten) gegen unseriöse kommerzielle Angebote in unterschiedlichen Medien?

Im Internet müssen Verbraucherinnen und Verbraucher wirksam vor unseriösen Angeboten geschützt werden, die den Eindruck von Gratisangeboten und einer kostenfreien Nutzung der Inhalte der Website erwecken, um sich dann später als untergeschobenes kostenpflichtiges Abonnement für die Betroffenen zu entpuppen. Nach wie vor sind solche Kostenfallen im Internet der Anlass für zahlreiche Verbraucherbeschwerden, die von der Landesregierung sehr ernst genommen werden. Daher zielen die Aktivitäten der Landesregierung darauf ab, den „Abzockfirmen“ von vorneherein die wirtschaftliche Grundlage ihres Handelns zu entziehen.

Zur Verbesserung der Verbraucherinformation und -beratung unterstützt die Landesregierung die auf diesem Gebiet sehr wichtige Arbeit der mit öffentlichen Mitteln geförderten Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (VZ NRW). Auf den Internetseiten der VZ NRW werden Hilfestellungen angeboten, zum Beispiel dazu, wie man ungewollte Vertragsabschlüsse im Internet widerrufen beziehungsweise anfechten kann. Das aktuelle Informationsmaterial bietet einen umfangreichen Überblick zum Themenkreis „Abzocke im Internet“. Darüber hinaus besteht das Angebot einer individuellen Rechtsberatung in den 57 örtlichen Beratungsstellen in Nordrhein-Westfalen.

Neben der umfangreichen Verbraucherinformation sieht die Landesregierung dringenden gesetzgeberischen Nachbesserungsbedarf. Eine Ursache mit für den „Erfolg“ von Kostenfallen im Internet ist die komplizierte Rechtslage, auf der die Wirksamkeit des Vertragschlusses beruht. Um diese Rechtslage zu vereinfachen und den Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor Kostenfallen im Internet zu erhöhen, setzt sich die Landesregierung für eine sogenannte „Button“-Lösung ein. Das heißt: Verträge im Internet sollen nur dann wirksam werden, wenn sie ausdrücklich mit einem gesonderten grafisch dargestellten Hinweis („button“) versehen sind, der die Kostenpflichtigkeit des Angebotes deutlich hervorhebt, und wenn von der Verbraucherin oder dem Verbraucher eine gesonderte Bestätigung („klick“) verlangt wird.

Ähnlich ist der Ansatz der Landesregierung auch beim Verbraucherschutz vor untergeschobenen Verträgen am Telefon. Dort setzt sich die Landesregierung für die Umsetzung der sogenannten „Bestätigungs“-Lösung ein. Das heißt, wer bei einem unerlaubten Werbeanruf einem Vertrag zustimmt, muss ihn innerhalb von zwei Wochen nach dem Telefongespräch in Textform nochmals bestätigen. Damit wird unseriösen Unternehmen, die Verbraucherinnen und Verbraucher mit überraschenden Werbeanrufen überrumpeln wollen, ebenfalls die Geschäftsgrundlage entzogen.

Der Bundesrat ist am 27. Mai 2011 einer Gesetzesinitiative von Nordrhein-Westfalen zur Einführung der „Bestätigungs“-Lösung gefolgt. Es bleibt nun abzuwarten, wie der Bundestag die Vorschläge des Bundesrates aufgreifen und ob er entsprechende gesetzliche Regelungen im Sinne einer Verbesserung der Rechtsposition des Verbrauchers schaffen wird.

385. Welche Fälle von nicht wahrheitsgemäß ausgewiesener Insertionen, also offenkundiger Schleichwerbung in Medienproduktionen, hat es jeweils jährlich seit dem Jahr 2000 von in Nordrhein-Westfalen ansässigen Medienproduzenten gegeben? (Vorfälle bitte im Einzelnen namentlich und tatbestandsmäßig auflisten)

386. Welches Ausmaß an versteckter Werbung (wie Product Placement) hat es jeweils jährlich in den letzten zehn Jahren bei nordrhein-westfälischen Medienproduktionen gegeben, um offizielle Werbebeschränkungen zu umgehen, und wo liegen bei versteckter Werbung die rechtlichen Grenzziehungen? (Vorfälle bitte im Einzelnen namentlich und tatbestandsmäßig auflisten)

Aus Gründen des Sachzusammenhangs werden Fragen 385 und 386 gemeinsam beantwortet.

Die rechtlichen Grenzziehungen bei versteckter Werbung sind dem Rundfunkstaatsvertrag entnehmbar. Einschlägig sind hier die §§ 7, 15 und 44 RStV.

Ergänzend gelten für den privaten Bereich die von den Landesmedienanstalten gemeinsam beschlossenen

- Werberichtlinien Fernsehen
(abrufbar unter http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Richtlinien/10-05-12_RS_Werberichtlinien_FERNSEHEN-23_2_10-Fliesstext_final.pdf) und
- Werberichtlinien Hörfunk
(abrufbar unter http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Richtlinien/10-05-12_RS_Werberichtlinien_HOERFUNK-23_2_10-Fliesstext_final.pdf),

sowie für den Westdeutschen Rundfunk (WDR) die

- ARD-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfe
(abrufbar unter <http://www.ard.de/intern/abc/-/id=1794740/property=download/nid=1643802/14g8mzr/ARD-Werberichtlinien+%C3%BCr+Werbung+und+Sponsoring+vom+M%C3%A4rz+2010.pdf>).

Entsprechend der unterschiedlichen Zuständigkeit für die Aufsicht über den Rundfunk ist in der Beantwortung der oben genannten Fragen nach dem öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk zu differenzieren.

Erkenntnisquellen sind bezüglich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

- die Vierteljahresberichte der Intendantin des WDR
(abrufbar bei der Publikumsstelle des WDR unter <http://www.wdr.de/unternehmen/service/publikumsstelle/vierteljahresberichte.jsp>) und

- die Eingabenberichte der Vorsitzenden des Rundfunkrats (abrufbar unter <http://www.wdr.de/unternehmen/senderprofil/gremien/rundfunkrat/eingabenberichte.jsp>).

Aufgrund der zur Wahrung der Rechte der Betroffenen weitgehenden Anonymisierung dieser Berichte ist eine Einzelfallaufstellung über die vom WDR auf Anfrage mitgeteilten Fälle hinaus nicht möglich.

Die Stellungnahme des WDR lautet:

„ARD-Morgenmagazin/2008:

Anonyme Vorwürfe im Internet im Sommer 2008 behaupteten Schleichwerbung für ein Unternehmen. Ein freier Journalist, der regelmäßig als Ernährungsberater im ARD-Morgenmagazin auftrat, hatte in der Sendung über die heilsame Wirkung einer Pflanze gesprochen, dem Hauptwirkstoff eines Produktes. Der Anschein von Schleichwerbung konnte nicht ausgeschlossen werden. Erkenntnisse über einen Vertrag zwischen dem freien Journalisten und dem Unternehmen wertete die Redaktion als schweren Vertrauensbruch. Konsequenz war die sofortige Beendigung der Zusammenarbeit. Schleichwerbung konnte nicht nachgewiesen werden, es entstand aber mehrfach der Verdacht auf Themen-Placement.

Servicezeit: Mobil/2008

Nach Anschuldigungen gegen die Sendung "Servicezeit: Mobil" prüfte die WDR-Revision 2008 die betreffenden Sendungen zum Verdacht auf Schleichwerbung und Product-Placement im Zusammenhang mit Beiträgen, die als Auftragsproduktion geliefert worden waren.

Nach dem Ergebnis der Prüfung waren die Vorwürfe ganz überwiegend unbegründet. Zahlungen an WDR-Mitarbeiter konnten nicht festgestellt werden. Allerdings konnte nicht ausgeschlossen werden, dass die Produktionsfirma bei drei Fernsehbeiträgen einen werblichen Effekt zugunsten einer Autofirma möglicherweise in Kauf genommen hatte. Der auslaufende Vertrag mit dem Produzenten wurde nicht erneuert.

Orden wider den tierischen Ernst/2007

Bei der live übertragenen Aachener Karnevalsveranstaltung "Orden wider den tierischen Ernst" wurde in einer Laudatio ein bestimmtes Unternehmen auffallend häufig genannt. Als Konsequenz wird die Veranstaltung seitdem nicht mehr live übertragen, sondern aufgezeichnet, um die Möglichkeit der Bearbeitung zu haben. Zahlungen an WDR-Mitarbeiter konnten nicht festgestellt werden.

Reihe Tatort/2005

Nachdem im Jahr 2005 durch die WDR-Revision bei 5 Auftragsproduktionen zur Reihe „Tatort“ Produktplatzierungen oder Zahlungen an den Produzenten nachgewiesen werden konnten, hat der WDR rückwirkend alle Produktionen der betroffenen Firma bis 1994 sperren und kontrollieren lassen. Als Konsequenz wurde eine zentrale ARD-Clearingstelle für Auftragsproduktionen installiert und beim WDR Maßnahmen zur verschärften Prüfung von Übernahmen getroffen.

Reihe Marienhof/2004

Nach Hinweisen auf verdecktes Product-Placement beziehungsweise Themen-Placement prüfte die Revision des WDR die über die Bavaria-Gruppe durch Auftragsproduzenten produzierten „Marienhof“-Folgen. Dabei haben sich mehrere Fälle unzulässigen Product-Placements und Themen-Placements bestätigt. Die Produkt- beziehungsweise Themendarstellungen waren nicht allein redaktionell veranlasst. Die Feststellungen haben unmittelbar arbeitsrechtliche Konsequenzen und vertragsrechtliche Konsequenzen ausgelöst. Im Übr-

gen hatten auch diese Feststellungen die Konsequenz der Installierung einer zentralen ARD-Clearingstelle für Auftragsproduktionen.

Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass die Hauptabteilung Revision jedes Jahr ihren Revisionsbericht mit einer umfangreichen Darstellung ihrer Prüfungsvorgänge erstellt. Dieser wird auch dem Verwaltungsrat des WDR vorgelegt.“

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) teilte auf Anfrage zusammenfassend mit:

„Die aufsichtsrechtliche Zuständigkeit der LfM im Rahmen ihrer gesetzlich bestimmten Aufgaben bezieht sich ausschließlich auf die von ihr lizenzierten privaten Rundfunkveranstalter (TV und Lokalfunk), nicht jedoch auf den WDR als öffentlich-rechtlichen Veranstalter von Fernsehen und Hörfunk. Die Zuständigkeit der LfM erstreckt sich zudem weder auf in NRW ansässige Produktionsfirmen noch auf in NRW ansässige, von der LfM jedoch nicht lizenzierte Medienunternehmen (wie die RTL Television GmbH).

Soweit es sich um mögliche Verstöße gegen § 7 Abs. 6 RStV handelt (Schleichwerbung; seit dem 01. April 2010 § 7 Abs. 7 Satz 1 RStV) sind von der LfM seit 2000 nach Abstimmung auf der Ebene der Landesmedienanstalten im Arbeitskreis Werbung (bis 2003), in der Gemeinsamen Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (bis 2009) und in der ZAK – Programm und Werbung jeweils Anhörungsverfahren gegen folgende von der LfM lizenzierte bundesweit verbreitete TV-Veranstalter eingeleitet worden: VIVA Media GmbH, RTL Disney Fernsehen GmbH & Co.KG, VOX Television GmbH, DCTP Entwicklungsprogramm für TV-Programm mbH, tv.gusto GmbH, Kanal Avrupa Media GmbH, Help TV und Das Vierte GmbH.

Im Bereich der von der LfM lizenzierten landesweiten beziehungsweise regionalen und lokalen TV-Programme sowie Regionalfensterprogramme wurden Anhörungsverfahren gegen NRW.TV GmbH & Co. KG, RTL West GmbH, wm.tv GmbH, Studio 47 Stadtfernsehen Duisburg GmbH & Co.KG und center.tv Düsseldorf eingeleitet.

Inhaltlich ging es im Einzelnen um die werbliche Einbindung diverser Produkte wie Zeitschriften, Kochutensilien, Esswaren und Getränke sowie um die Darstellung von Immobilienanbietern, Nahrungsmittelherstellern und Freizeitparks innerhalb redaktionell gestalteter Sendungen.

Im Bereich des Lokalfunks wurden von der LfM wegen möglicher Verstöße gegen das Verbot der Schleichwerbung Beanstandungsverfahren gegen die Veranstaltergemeinschaften Mönchengladbach, Aachen, Neuss, Unna und Coesfeld eingeleitet.“

Verstöße bei den Produktionen nordrhein-westfälischer Produktionsfirmen, die nicht über den WDR oder einen durch die LfM lizenzierten Veranstalter ausgestrahlt wurden, entziehen sich der Kenntnis der Landesregierung.

Gleiches gilt für Verstöße in den Programmen von Veranstaltern, die zwar ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen haben, jedoch nicht durch die LfM lizenziert sind.

387. In jeweils welchem Maße sind die in den beiden zuvor genannten Fragen jeweils benannten Fallkonstellationen im Einzelfall sanktioniert worden, und welche konkreten Auswirkungen hat dies jeweils für den Produzenten gehabt?

Zu den einzelnen Maßnahmen, die bei den beiden zuvor genannten Fragen, genannt wurden, liegen der Landesregierung keine darüber hinausgehenden Kenntnisse vor.

Bezüglich der durch die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) verfügten Sanktionen teilt diese mit:

„Die von der LfM eingeleiteten Anhörungen sind im Verwaltungsverfahren teils formal durch einen Beanstandungsbescheid gem. § 118 LMG NRW teils durch einen rechtlichen Hinweis an den Veranstalter, in einem Fall mit einem Ordnungswidrigkeitenverfahren gem. § 125 LMG NRW abgeschlossen worden.

Im Rahmen eines formalen Beanstandungsbescheides wird der Rechtsverstoß gegenüber dem Veranstalter festgestellt. Der Verwaltungsakt ist mit einer Gebühr verbunden, deren Höhe sich nach Art und Schwere des Rechtsverstoßes richtet. Mit einem rechtlichen Hinweis nimmt die LfM das Zugeständnis des Veranstalters auf, den möglichen Rechtsverstoß sofort abzustellen. Die Durchführung des Ordnungswidrigkeitenverfahrens war für den Veranstalter im konkreten Fall mit der Zahlung eines Bußgeldes in Höhe von 25.000 Euro verbunden. In einem weiteren Fall hat der Veranstalter gegen den Beanstandungsbescheid der LfM wegen des Vorwurfs der Schleichwerbung Rechtsmittel eingelegt und das Verfahren vor dem VG Düsseldorf zu seinen Gunsten entschieden.“

Die Konsequenzen der Fälle beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) sind der Auflistung zu Frage 386 zu entnehmen. Zu den Sanktionsmöglichkeiten und dem Verfahren teilt der WDR mit:

„Je nach Schwere des Vorwurfs und unter Berücksichtigung des Einzelfalles kommen in den Fällen von Schleichwerbung/Product-Placement arbeitsrechtliche Disziplinarmaßnahmen (Ermahnung, Abmahnung, Kündigung/Beendigung) oder bei Auftragsproduktionen vertragliche Ansprüche wie Beendigung der Zusammenarbeit in Betracht.

Im Übrigen stehen dem Rundfunkrat im Rahmen seiner Überwachungskompetenz hinsichtlich der Trennung von Werbung und Programm gesetzlich ausgestaltete Einwirkungsmöglichkeiten zu (z. B. Hinweis auf Verstöße, Beantragung der Veröffentlichung der Beanstandung, vgl. § 16 Abs. 5 WDR-Gesetz).“

388. Welche einzelnen konkreten Maßnahmen des Mediennutzerschutzes ergreift das Land in den genannten Sachzusammenhängen, um die schutzwürdigen Belange der Bürger in Nordrhein-Westfalen zu wahren und zukünftig besser zu sichern?

Die Landesregierung ist der Überzeugung, dass die gesetzlichen Regelungen zu den angesprochenen Problembereichen ausreichend sind. Sie entfalten zusammen mit den jeweiligen Aufsichtsbehörden zur Verfügung stehenden Maßnahmen der Ermittlung und ggf. auch Sanktion von Verstößen ausreichende Abschreckungseffekte.

Neben der Aufsicht über die Medienanbieter ist es ein Ziel der Landesregierung, Mediennutzerinnen und Mediennutzer auf die Risiken insbesondere bei der Nutzung des Internets aufmerksam zu machen und bei einer bewussten Mediennutzung behilflich zu sein.

389. Welche einzelnen rechtlichen und praktischen Möglichkeiten bestehen für die Bürger in Nordrhein-Westfalen, sich gegen die Verletzung von Mediennutzerrechten bei jeweils welchen zuständigen Stellen zur Wehr zu setzen? Welche Empfehlungen gibt diesbezüglich die Landesregierung den Betroffenen?

Hinsichtlich der Durchsetzung von Mediennutzerrechten ist zwischen Rundfunk und Telemedien zu unterscheiden.

Im Bereich des Rundfunks steht den Mediennutzern zunächst das Instrument der Programmbeschwerde zur Verfügung.

Jede Verletzung von Mediennutzerrechten in Sendungen des privaten Rundfunks kann, unabhängig von eigener Betroffenheit, innerhalb von drei Monaten ab Ausstrahlung bei dem für die Ausstrahlung der Sendung verantwortlichen Veranstalter im Rahmen der Programmbeschwerde gerügt werden (vgl. § 42 Abs. 1 LMG NRW). Wird der Beschwerde nicht abgeholfen, kann die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) angerufen werden (vgl. § 42 Abs. 3 LMG NRW).

Für Beschwerden über die Verletzung von Mediennutzerrechten durch Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten steht ebenfalls das Instrument der Programmbeschwerde (oder je nach Anstalt ein ähnliches, lediglich in der Bezeichnung abweichendes Mittel) zur Verfügung. Im Falle des Westdeutschen Rundfunks (WDR) ist die Beschwerde innerhalb von drei Monaten nach Ausstrahlung an die Intendantin oder den Intendanten des WDR zu richten (§ 10 Abs. 1 WDR-G). Wird der Beschwerde nicht abgeholfen, so kann der Rundfunkrat des WDR angerufen werden.

Bezüglich der übrigen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird auf die jeweiligen Internetauftritte, zusammenfassend auf www.programmbeschwerde.de hingewiesen.

Bei Fragen oder Hinweisen zum Datenschutz können sich Nutzer des privaten Rundfunks an die zuständige LfM wenden (§ 47 Abs. 3 Satz 1 RStV i.V.m. § 46 Abs. 2 LMG NRW). Für die Überwachung der Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorschriften in den journalistisch-redaktionellen Telemedien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind gem. § 59 Abs. 1 S. 2 RStV die Datenschutzbeauftragten der jeweiligen Rundfunkanstalt zuständig. Außerhalb dieses Bereichs liegt die Aufsichtskompetenz über die Telemedien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei den Datenschutzbeauftragten der Länder.

Für die Beanstandung von Verstößen gegen Mediennutzerrechte in Telemedien von sonstigen öffentlichen wie nicht-öffentlichen Stellen steht als allgemeine Aufsichtsbehörde in Nordrhein-Westfalen die Bezirksregierung Düsseldorf zur Verfügung.

Daneben ist für die Belange des Datenschutzes in Telemedien der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen zuständig (Ausnahme für Telemedien von Presseunternehmen: Soweit das anbietende Unternehmen der Selbstregulierung des Deutschen Presserats unterliegt übt dieser die datenschutzrechtliche Aufsicht aus.).

Bei Verstößen gegen Jugendschutzvorschriften existiert medienübergreifend eine gestufte Zuständigkeit. Erste Anlaufstelle für Nutzerbeschwerden kann, so vorhanden, der jeweilige Jugendschutzbeauftragte des Anbieters oder im Falle des Anschlusses an eine Einrichtung der freiwilligen Selbstkontrolle (beispielsweise die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstleister (FSM), www.fsm.de, oder die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK), www.usk.de) diese sein (§ 7 Abs. 3 JMStV).

Die Einhaltung der Vorschriften des JMStV überwacht grundsätzlich nachgeordnet die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) als gemeinsames Organ der Landesmedienanstalten, das (über die angegliederte Stelle jugendschutz.net) ebenfalls Nutzerbeschwerden entgegennimmt. Eine Ausnahme gilt beim Jugendschutz für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Hier ist der oder die jeweilige Beauftragte für den Jugendschutz der richtige Ansprechpartner.

Bei individuellen Persönlichkeitsrechtsverletzungen des Einzelnen stehen unabhängig vom Medium gegen den jeweils Verantwortlichen zivilrechtliche Ansprüche (beispielsweise auf Gegendarstellung, Berichtigung, Unterlassung und/oder Schadensersatz) zur Verfügung. Diese müssen im Streitfall vor den Zivilgerichten geltend gemacht werden.

Die Landesregierung empfiehlt Mediennutzerinnen und Mediennutzern über diese skizzierten Möglichkeiten hinaus grundsätzlich, beispielsweise im Falle einer bereits abgelaufenen Frist zu Programmbeschwerden oder bei unklarer Zuständigkeit, die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen formlos auf fragliche Inhalte hinzuweisen. Diese leitet den Hinweis gegebenenfalls an die zuständige Stelle weiter.

Eine für Mediennutzerinnen und Mediennutzer aufbereitete Übersicht über den Mediennutzerschutz und die jeweiligen Beschwerderechte gibt die von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen herausgegebene Informationsbroschüre „Mediennutzerschutz“, die über die Homepage der LfM kostenfrei bezogen werden kann.

390. Welche das Land Nordrhein-Westfalen als Produktionsort, Firmensitz oder Präsentationsplattform betreffende Medienproduktion, Medienverbreitung oder Werbung hat in puncto Mediennutzerschutz in den letzten zehn Jahren zu Erörterungen bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien oder bei Gremien der Freiwilligen Selbstkontrolle (beispielsweise der Werbewirtschaft) geführt, mit jeweils welchem Ergebnis und jeweils welcher Konsequenz? (bitte differenzierte Auflistung der vollständigen Prüf- und Beanstandungssachverhalte nach Jahren)

Die Landesregierung hat hierzu die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), die Selbstkontrollenrichtungen und den Werberat angeschrieben.

Die BPjM gibt an, dass in den Prüfregistern nur der Firmensitz, nicht hingegen das Land verzeichnet werde. Angaben für Nordrhein-Westfalen seien aufgrund des hohen Arbeitsaufwandes für eine manuelle Zuordnung nicht möglich. Da die Indizierungen von Trägermedien im Bundesanzeiger veröffentlicht würden, könnten einzelne Fälle dort eingesehen werden.

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF) gibt an, dass Diskussionen im Bereich des Jugendschutzes im Hinblick auf konkrete Sendungen bei den in NRW ansässigen Fernsehsendern RTL und VOX letztlich immer im Konsens gelöst wurden.

Seitens der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) können die gewünschten Daten nicht länderspezifisch ermittelt werden.

Die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) hat im Jahr 2010 zwölf Fälle an die LfM weitergeleitet.

Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) hat nachfolgende Auflistung von abgeschlossenen Prüfungsvorgängen, die von Firmen mit Sitz in NRW zur Alterskennzeichnung bean-

trägt wurden, bereitgestellt (nicht enthalten sind die Verfahren, die zusätzlich im Vorfeld der jährlich in Köln stattfindenden Messe gamescom durchgeführt wurden):

Tab. 390.1: Prüfungsvorgänge USK 2010

Jahr	Anzahl
2001	376
2002	478
2003	721
2004	580
2005	669
2006	582
2007	644
2008	699
2009	696
2010	589

Laut Auskunft des Deutschen Werberates würden dort keine Daten über Produktionsstandort oder Firmensitz erhoben, sodass keine Angaben möglich seien.

391. Wie viele Programmbeschwerden lagen dem WDR seit dem Jahre 2000 jeweils jährlich vor, und was war jeweils der Hintergrund der Einwendung?

Der Westdeutsche Rundfunk hat hierzu mitgeteilt:

„Der WDR hat jährlich über folgende Anzahl von Programmbeschwerden beschieden:

2000:	4 Programmbeschwerden
2001:	7 Programmbeschwerden
2002:	4 Programmbeschwerden
2003:	1 Programmbeschwerde
2004:	3 Programmbeschwerden
2005:	9 Programmbeschwerden
2006:	3 Programmbeschwerden
2007:	3 Programmbeschwerden
2008:	5 Programmbeschwerden
2009:	10 Programmbeschwerden
2010:	11 Programmbeschwerden
2011:	7 Programmbeschwerden (Stand 26.09.2011)

Hintergrund der Programmbeschwerden war gemäß § 10 Absatz 2 WDR-Gesetz (Neufassung in Kraft: 08.12.2009) jeweils die Behauptung einer Verletzung von Programmgrundsätzen nach § 5 WDR-Gesetz (Änderung: 15.12.2009), der Jugendschutzbestimmungen nach

§ 6 WDR-Gesetz oder der Werbevorschriften nach § 6a WDR-Gesetz (Neufassung: 18.12.2004; Änderung: 08.12.2009).

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2000	"Gesucht wird...Biedermanns Reich - Der Internat. Suchdienst und die NS vom 23.09.1999 (Das Erste) und 13.07.2000 (PHOENIX)	§ 5 Absatz 3, § 5 Absatz 5 (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 1 (persönliche Ehre), § 5 Absatz 4 Sätze 3, 4, § 5 Absatz 5 Satz 2 (journalistische Sorgfaltspflichten)	Teilw. Abhilfe	
2000	Wiglaf Droste im kritischen Tagebuch vom 13.09.2000	§ 5 Absatz 1 (Rundfunk- und Meinungsäußerungsfreiheit), § 5 Absatz 2 (Menschenwürde)	nein	nein
2000	"Boulevard Bio" vom 08.02. und 11.04.2000	§ 5 Absatz 1 Satz 2 i.V.m. § 166 StGB (Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen), § 5 Absatz 2 Satz 1 und 3 (Achtung der religiösen Überzeugung)	nein	nein
2000	"Boulevard Bio - Ich will frei sein" vom 28.05.2000 (MDR)	§ 5 Absatz 1 Satz 2 i.V.m. § 130 StGB (Volksverhetzung), § 5 Absatz 4 (Ausgewogenheitsgebot)	nein	
2001	Kommentar von Klaus Bednarz in den Tagesthemen vom 23.08.2000	u.a. § 5 Absatz 3 (Wahrheitsgebot), journalistische Fairness, Menschenwürde, persönliche Ehre	nein	
2001	"Kampf der Bauern - Großdemo in Münster" vom 06.02.2001	§ 5 Absatz 3 (Förderung eines diskriminierungsfreien Miteinanders, wahrheitsgemäße Berichterstattung, journalistische Fairness, Sorgfaltsgebot)	nein	nein
2001	"Frau TV" vom 03.05.2001	§ 5 Absatz 4 Satz 4 (umfassende Info), § 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness), § 5 Absatz 5 (Sachlichkeitsgebot bei der Nachrichtengebung)	nein	
2001	"Kirche in Eins Live" vom 11.06.2001	§ 5 Absatz 1 (verfassungsmäßige Ordnung) i.V.m Art 4 GG (negative Glaubensfreiheit, Ungleichbehandlung der verschiedenen Religions- und Weltanschauungsgemeinschaften)	nein	
2001	"Monitor - Berufliche Fortbildung: Abzocke von Steuergeldern" vom 05.07.2001	insbesondere § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Wahrheitsprüfungspflicht und Einhaltung des Sachlichkeitsgebots bei der Nachrichtengebung),	nein	Teilabhilfe bzgl. journ. Fairness

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2001	"Monitor - Berufliche Fortbildung: Abzocke von Steuergeldern" vom 05.07.2001	§ 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 3 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Sachlichkeitsgebot bei der Nachrichtengebung),	nein	Teilabhilfe bzgl. journ. Fairness
2001	"Monitor - Berufliche Fortbildung: Abzocke von Steuergeldern" vom 05.07.2001	insbesondere § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 4 Satz 4 WDR-Gesetz (umfassende Information), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Wahrheitsprüfungspflicht und Einhaltung des Sachlichkeitsgebots bei der Nachrichtengebung),	nein	Teilabhilfe bzgl. journ. Fairness
2002	"Sport im Westen" vom 21.10.2001	§ 5 Absatz 1 i.V.m. § 6a Absatz 5 a.F. (Schleichwerbung)	nein	nein
2002	"Sport im Westen" vom 13.01.2002	§ 5 Absatz 1 i.V.m. § 6a Absatz 5 a.F. (Schleichwerbung)	nein	nein
2002	Beitrag über die Arbeiterwohlfahrt Westliches Westfalen im ARD-Moma vom 07.12.2001	§ 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness)	nein	
2002	"Nightwash" vom 14.04.2002	insbesondere § 5 Absatz 2 Satz 1 und 3 (Achtung der Menschenwürde und der sittlichen und religiösen Überzeugungen)	nein	
2003	"Hart aber Fair" vom 01.10.2003	§ 5 Absatz 3 (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 4 Satz 3 (insbesondere journalistische Fairness)	nein	nein
2004	"Zugabe" vom 21.08.2004	§ 5 Absatz 2 (Achtung der Menschenwürde und der sittlichen Überzeugungen der Bevölkerung)	nein	
2004	"Cosmo TV/Studiogast Günter Wallraff" vom 19.06.2004	insbesondere § 5 Absatz 3 (Wahrheitspflicht), § 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness)	nein	
2004	"Rund um Gesund" vom 20.09.2004 und 21.09.2004 (WH)	§ 5 Absatz 1 Satz 1 und 2 (Einhaltung der allgemeinen Gesetze und Vorschriften zum Schutze der Jugend), § 5 Absatz 2 (Achtung der Menschenwürde)	nein	nein
2005	"Monitor-EADS" vom 07.04.2005	§ 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness)	nein	nein
2005	"Menschen bei Maischberger/Dagobert" am 01.02.2005	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (Vorschriften zum Schutz der Jugend)	nein	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2005	"Liebesalarm"	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (Vorschriften zum Schutze der Jugend), § 6 Absatz 1 i.V.m. § 5 JMSchStV (Jugendschutz)	nein	
2005	"Menschen hautnah" vom 26.10.2005	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (allgemeine Gesetze, insbesondere Persönlichkeitsrechte), § 5 Absatz 2 Satz 1 (Achtung der Menschenwürde)	nein	
2005	"Aktuelle Stunde"- Berichterstattung über Mordfall Lohmar vom 24.10.2004	§ 5 Absatz 2 Satz 2 (Achtung von Leben und körperlicher Unversehrtheit), § 5 Absatz (Wahrheitsprüfungspflicht bei der Nachrichtengebung)	nein	
2005	"Cosmo TV" vom 26.11.2005	§ 5 Absatz 2 Satz 3 (Achtung der sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung), § 5 Absatz 3 Satz 1 (Förderung internationaler Verständigung)	nein	
2005	Namens- und Bildberichterstattungen über ehem. WPEG-Geschäftsführer	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (Persönlichkeitsrechte), § 5 Absatz 2 Satz 1 (Achtung der Menschenwürde), § 5 Absatz 4 Satz 3 und 4 (journalistische Fairness), § 5 Absatz 5 Satz 2 (inhaltliche Prüfungspflicht bei der Nachrichtengebung)	nein	nein
2005	"Cosmo TV" vom 10.09.2005 (WH 11.09.2005)	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (Persönlichkeitsrechte)	nein	nein
2005	"Der große Partnerschaftstest" vom 22.10.2005 (ARD)	§ 5 Absatz 3 (Gleichstellung von Frauen und Männern, Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 2 Satz 1 (Achtung der Menschenwürde), § 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 3 (Einseitigkeitsverbot)	nein	nein
2006	"WDR 2 - Stichtag" vom 13.11.2011	§ 5 Abs. 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Abs. 4 Satz 1 Nr. 1 WDR-Gesetz (Ausgewogenheitsgebot), § 5 Abs. 4 Satz 2 WDR-Gesetz (Auftrag, angemessene Zeit für die Behandlung kontroverser Themen von allgemeiner Bedeutung vorzusehen) und § 5 Abs. 4 Satz 4 WDR-Gesetz (Auftrag zur umfassenden Berichterstattung)	nein	
2006	"Tag 7-Der Teufel heißt Darwin" vom 08.10.2006	§ 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness), § 5 Absatz 1 Satz 2 (Recht am eigenen Bild), § 5 Absatz 1 Satz 2 (persönliche Ehre), § 5 Absatz 3 (Wahrheitsgebot)	Teilw. Abhilfe	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2006	"Lokalzeit Bergisches Land" vom 11.12.2006	§ 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness)	nein	
2007	"Quarks & Co" vom 19.06.2007	§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 1, 3 (Ausgewogenheits- und Einseitigkeitsverbot), § 5 Absatz 2 Satz 1, 2 (Achtung der Menschenwürde; Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit), § 5 Absatz 5 Satz 2 (Wahrheitsprüfungspflicht), § 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Abs. 1 RfStV (Werbevorschriften)	nein	nein
2007	"west.art-Kreationismus in NRW" vom 09.08.2007	§ 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (persönliche Ehre), § 5 Absatz 3 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot) sowie § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness)	nein	
2007	"Der Geheimdienstschatz" vom 13.12.2007	5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (Recht der persönlichen Ehre)	nein	nein
2008	"Kopfball" vom 20.04.2008	§ 5 Absatz 2 Sätze 1 und 2 WDR-Gesetz (Achtung der Menschenwürde; Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit), § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz i. V. m. § 3 Nr. 6 TierSchutzG, § 6 Absatz 1 WDR-Gesetz i. V. m. § 5 Absatz 1 JMStV	nein	
2008	"die story: Amok in Köln" vom 15.01.2008	§ 5 Absatz 3 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 4 Satz 4 WDR-Gesetz (Gebot zur umfassenden Berichterstattung), § 5 Absatz 1 Satz 2 (persönliche Ehre)	nein	nein
2008	"Der Geheimdienstschatz" vom 13.12.2007	§ 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (Recht der persönlichen Ehre)	nein	nein
2008	"Politikum" vom 06.10.2008	insbesondere § 5 Absatz 3 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (persönliche Ehre) sowie § 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (journalistische Fairness)	nein	nein

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2008	"WDR 5-Lebenszeichen - Das Prinzip Partnerschaft - Die Entstehung eines kooperativen Weltbilds" vom 31.08.2008	§ 5 Absatz 3 (Wahrheitsgebot)	nein	
2009	"1LIVE-Plan B" (Hamster) vom 26.05.2009	§ 6 Absatz 1 WDR-Gesetz i. V. m. § 5 JMStV (Jugendschutzbestimmungen)	nein	
2009	"WDR 2-Quintessenz" vom 04.06.2009	§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 1 WDR-Gesetz (Ausgewogenheitsgebot) und § 5 Absatz 4 Satz 3 (journalistische Fairness)	nein	
2009	"Lokalzeit Köln" vom 04.05.2009	§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 3 WDR-Gesetz (Einseitigkeitsverbot), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung) und § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness)	nein	nein
2009	"Lokalzeit Köln" vom 19.06.2009	§ 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 3 WDR-Gesetz (Einseitigkeitsverbot), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung) und § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness)	nein	nein
2009	"die story: Maria Laach - Schmutzige Geheimnisse hinter Klostermauern" vom 29.06.2009	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (persönliche Ehre), § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistischen Fairness), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	
2009	"die story: Heilung unerwünscht" vom 19.10.2009	§ 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 1 (Verbot der irreführenden Werbung) und § 7 Absatz 6 RfStV (Schleichwerbeverbot), § 5 Absatz 1 Satz 2 i.V.m. § 3 HWG (Verbot der irreführenden Werbung) sowie § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistischen Fairness)	nein	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2009	"die story: Heilung unerwünscht" vom 19.10.2009	§ 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung), § 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 3 (Verstoß gegen das Gebot Trennung Werbung und Programm), i.V.m. § 7 Absatz 6 RfStV (Schleichwerbeverbot) sowie i.V.m. § 58 RfStV (Gebot der Trennung von Werbung und Telemedieninhalten)	Teilw. Abhilfe	Teilab- hilfe bzgl. journ. Fairness
2009	"hart aber fair: Testfall Schweinegrippe – sind wir Versuchskaninchen der Pharmaindustrie?" vom 21.10.2009	§ 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 5 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung), § 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 3 (Verstoß gegen das Gebot Trennung Werbung und Programm), i.V.m. § 7 Absatz 6 RfStV (Schleichwerbeverbot) sowie i.V.m. § 58 RfStV (Gebot der Trennung von Werbung und Telemedieninhalten)	nein	
2009	"hart aber fair: Testfall Schweinegrippe – sind wir Versuchskaninchen der Pharmaindustrie? "	§ 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 1 (Verbot der irreführenden Werbung) und § 7 Absatz 6 RfStV (Schleichwerbeverbot), § 5 Absatz 1 Satz 2 i.V.m. § 3 HWG (Verbot der irreführenden Werbung) sowie § 5 Absatz 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness)	nein	nein
2009	"Hier und heute - Nur keine Schwäche zeigen" vom 12.12.2009	§ 5 Absatz 1 Satz 2 (Beachtung der allgemeinen Gesetze), § 6 Absatz 1 WDR-Gesetz i. V. m. § 5 Absatz 1 JMStV (Beachtung des Jugendschutzes), § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz i. V. m. § 242 StGB und § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz i. V. m. § 17 TierSchG	nein	
2010	"Monitor" vom 07.01.2010	§ 5 Absatz 5 Satz 1 Nr. 3 WDR-Gesetz (Einseitigkeitsverbot), § 5 Absatz 5 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 6 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2010	"Morgenmagazin" vom 01.02.2010 (gekürzter Beitrag aus markt Beitrag "Pharmakonzerne verhindern Generika")	§ 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 5 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 6 Satz 1 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	
2010	"markt" vom 01.02.2010, (Beitrag "Pharmakonzerne verhindern Generika")	§ 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 5 Absatz 5 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 6 Satz 1 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	
2010	"die story: Karstadt – Der große Schlussverkauf" 24.02.2010 im Ersten	§ 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (allgemeine Gesetze) i. V. m. §§ 186, 267 StGB	nein	
2010	"Neugier genügt-Service DVD: Starke Gefühle" vom 21.06.2010 auf WDR 5	§ 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot)	nein	
2010	"Lokalzeit Ruhr-Lokalzeit: bitte kommen!" vom 29.04.2010	§ 5 Absatz 5 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistische Fairness), § 5 Absatz 1 Satz 2 (persönliche Ehre) sowie § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (allgemeine Gesetze) i.V.m. § 187 StGB (Verleumdung)	nein	nein
2010	"Servicezeit: Gesundheit-Schüßler-Salze" vom 07.06.2010	§ 6 a WDR-Gesetz i. V. m. § 7 Absatz 3 RfStV (Gebot Trennung Werbung und Programm), § 6a WDR-Gesetz i. V. m. § 7 Absatz 7 RfStV (Schleichwerbeverbot), § 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot), § 6a WDR-Gesetz i. V. m. y§ 58 RfStV (Verletzung des Gebots der Trennung von Werbung und Telemedieninhalten) und gemäß § 6a WDR-Gesetz i. V. m. § 58, § 7 Absatz 7 RfStV (Schleichwerbeverbot in Telemedieninhalten).	nein	
2010	"WDR 2 Sonntagsfragen" vom 05.09.2010	§ 6 a WDR-Gesetz i. V. m. § 7 Absatz 7, § 2 Absatz 2 Nr. 8 RfStV (Verletzung der Werbevorschriften)	nein	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2010	"Mitternachtsspitzen" vom 18.12.2010	§ 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz, (persönlichen Ehre) , § 5 Absatz 2 Satz 3 WDR-Gesetz (Achtung der sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung), § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (Einhaltung der allgemeinen Gesetze) i. V. m. §§ 185 StGB (Beleidigung), 166 StGB (Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen)	nein	
2010	"Hart aber fair: Rechthaber oder Rechtsausleger: Deutschland streitet über Sarrazin" vom 01.09.2010	§ 5 Absatz 5 Nr. 1 und 2 WDR-Gesetz (Ausgewogenheitsgebot) und § 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot).	nein	
2010	„ARD-Morgenmagazin: Lobbyismus“ vom 30.09.2010	§ 5 Absatz 5 Satz 1 Nr. 1 (Ausgewogenheitsgebot), § 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (persönliche Ehre), § 5 Absatz 2 WDR-Gesetz (Achtung der Menschenwürde).	nein	
2011	"internationaler Frühschoppen"	§ 5 Absatz 1 Satz 2 WDR-Gesetz (persönliche Ehre), § 5 Absatz 2 WDR-Gesetz (Achtung der Menschenwürde), § 5 Absatz 4 (Gleichstellung von Frauen und Männer)	nein	
2011	"Aktuelle Stunde" 17.03.2011	§ 5 Abs. 4 WDR-Gesetz (Förderung der internationalen Verständigung), § 5 Abs. 6 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)		
2011	Sendebegleitender Internetttext zur "Servicezeit: Gesundheit" vom 11.10.2010 und "Servicezeit: Gesundheit" vom 07.12.2010	§ 5 Abs. 4 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistischen Fairness), § 5 Abs. 1 Satz 2 WDR-Gesetz (Ehrschutz), § 5 Abs. 6 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	nein
2011	"Aktuelle Stunde" vom 17.03.2011	§ 5 Abs. 4 WDR-Gesetz (Förderung der internationalen Verständigung), § 5 Abs. 6 WDR-Gesetz (Nachrichtengebung)	nein	

Jahr	Sendung	Gerügte Programmgrundsätze nach WDR-Gesetz	Stattgabe Intendantin/Intendant	Stattgabe Rundfunkrat
2011	"WDR 2 - Tatort NRW" vom 18.04.2011	§ 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 3 Satz 1 RfStV (Trennung von Werbung und Programm), § 6a WDR-Gesetz i.V.m. § 7 Absatz 7 RfStV (Schleichwerbeverbot)	nein	Entsch. erfolgt noch
2011	"daheim und unterwegs" vom 06.07.2011	§ 5 Absatz 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot)	nein	
2011	"Lokalzeit" vom 07.05.2011	§ 5 Abs. 2 Satz 1 WDR-Gesetz (Menschenwürde), § 5 Abs. 4 WDR-Gesetz (Wahrheitsgebot) sowie des § 5 Abs. 5 Satz 3 WDR-Gesetz (journalistischen Fairness), § 5 Abs. 1 Satz 2 WDR-Gesetz (Nichteinhalten der allgemeinen Gesetze)	nein	Entsch. erfolgt noch

Quelle: WDR

392. *Wie vielen dieser Programmbeschwerden ist einerseits direkt durch den Intendanten und andererseits durch den Rundfunkrat im Sinne des Petenten stattgegeben worden, und wie viele davon wurden abgelehnt?*

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 391 und 392 gemeinsam beantwortet.

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) teilte hierzu mit:

„In dem Zeitraum kam es in vier Fällen zu einer Teilabhilfe der Beschwerde durch die Intendantin beziehungsweise den Intendanten. Der Rundfunkrat hat in dem Zeitraum vier Programmbeschwerden teilweise stattgegeben. Hiervon betrafen drei dieselbe Sendung. Über zwei Programmbeschwerden in 2011 steht die Entscheidung des Rundfunkrats noch aus (Stand 04.10.2011).“

393. *Welche rechtswidrigen Plagiatsverletzungen jeweils differenziert nach Art und Anlass sowie Ausmaß des Verstoßes sind im Land Nordrhein-Westfalen jeweils jährlich in der Entwicklung des Zeitraumes 2000 bis 2010 bekannt geworden?*

Die Statistik der Staats- und Anwaltschaften (StA-Statistik) weist Ermittlungsverfahren mit einem Sachgebiet „Straftaten nach dem Urheberrechtsgesetz“ erst seit dem Jahr 2009 aus. Im Jahr 2009 betrug die Zahl der Neuzugänge in diesem Sachgebiet 13.121 Verfahren. Im Jahr 2010 ist die Definition für dieses Sachgebiet noch einmal konkretisiert worden. Das Sachgebiet heißt nunmehr „Straftaten im Sinne des § 74c Absatz 1 GVG, die von nicht gewerbmäßigen Abnehmern über das Internet begangen wurden“. Hierunter fallen laut Erläuterung zum Beispiel Abnehmer von Raubkopien aller Art oder von gefälschten Produkten. Die Zahl der Neuzugänge betrug im Jahr 2010 auf der Grundlage der neuen Definition 2.225 Verfahren.

Weitergehende beziehungsweise präzisere Angaben zur Anzahl und zur Entwicklung einschlägiger Ermittlungsverfahren bei den Staatsanwaltschaften in Nordrhein-Westfalen sind nicht möglich. Bis zum Jahr 2009 sind entsprechende Verfahren lediglich als – nicht differenzierbare – Teilmenge in anderen Sachgebieten (z. B. als Wirtschaftsstrafsachen) erfasst worden. Überdies ist der in der Frage verwendete – schlagwortartige – Begriff der „Plagiatsverletzungen“ nur unzureichend bestimmt. Daher können auch für den Zeitraum 2009 bis 2010 präzisere Angaben nicht gemacht werden.

Auch für den Bereich der zivilgerichtlichen Verfahren liegen mangels entsprechender statistischer Daten keine Erkenntnisse zur Zahl von Urheberrechtsverletzungen und deren Art, Anlass und Ausmaß vor. Die Statistik weist insoweit lediglich Zahlen für Verfahren aus folgenden Sachgebieten aus: gewerblicher Rechtsschutz, technische Schutzrechte, Markensachen und Wettbewerbssachen.

394. *Welche Erkenntnisse liefert die polizeiliche Kriminalitätsstatistik zur quantitativen und qualitativen Entwicklung der Straftaten im Bereich der Cyberkriminalität im Verlauf der letzten zehn Jahre in Nordrhein-Westfalen?*

In der Polizeilichen Kriminalstatistik (PKS) ist der Begriff Cyberkriminalität nicht definiert und wird somit auch nicht abgebildet. Erfasst werden Fälle der Computerkriminalität im engeren und weiteren Sinne. Unter Computerkriminalität im engeren Sinne werden Straftaten verstanden, die unter Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnik oder gegen

diese begangen wurden. Computerkriminalität im weiteren Sinne umfasst alle Delikte des Summenschlüssels 897000 (siehe unten).

Da davon ausgegangen wird, dass mit „Cyberkriminalität“ Computerkriminalität im engeren Sinne mit der Sonderkennung „Tatmittel Internet“ gemeint ist, wird hier auch nur diese ausgewertet und mit Zahlen belegt. Die Begriffe Computerkriminalität und Cyberkriminalität sind aber grundsätzlich nicht miteinander zu vergleichen, Cyberkriminalität wird in der PKS nicht als Straftaten- oder Summenschlüssel erfasst.

Die im Folgenden aufgeführten Delikte und Werte tragen alle die Sonderkennung „Tatmittel Internet“. Der Übersichtlichkeit halber wird darauf verzichtet, dieses jedes Mal zu vermerken. Die Zahl der Fälle der Computerkriminalität im engeren Sinne mit der Sonderkennung „Tatmittel Internet“ stieg im Jahr 2010 auf 10.886 Fälle (2009: 7.613 Fälle). Dies entspricht einem Anstieg um rund 43% gegenüber dem Vorjahr. Die Anzahl der polizeilich registrierten Straftaten ist in fast allen einschlägigen Straftatengruppen gestiegen. Dabei bilden erneut die Fälle des Computerbetruges mit einem Anteil von rund 58,4% (6.355 Fälle) den mit Abstand größten Anteil der Computerkriminalität im engeren Sinne. Gegenüber dem Jahr 2009 ist das Fallaufkommen beim Computerbetrug um rund 62% gestiegen.

Tab. 394.1: Delikte der Computerkriminalität im engeren Sinne mit der Sonderkennung „Tatmittel Internet“:

Delikt-schlüssel	Deliktbezeichnung	2005	2006	2007	2008	2009	2010
517500	Computerbetrug	5.121	3.570	2.729	1.773	3.938	6.355
517900	Betrug m. Zugangsberechtigung zu Kommunikationsdiensten	486	288	250	126	400	295
543000	Fälschung beweisheblicher Daten, Täuschung im Rechtsverkehr bei Datenverarbeitung	253	545	952	732	937	1.085
674200	Datenveränderung, Computersabotage	456	533	927	423	580	730
678000	Ausspähen, Abfangen von Daten	403	582	666	712	1.758	2.421
Gesamt	Computerkriminalität im engeren Sinne	6.719	5.518	5.524	3.766	7.613	10.886

Eine kriminalistische Bewertung des Phänomens Cybercrime allein auf Basis statistischer Zahlen ist nicht möglich. So werden einzelne relevante Phänomene, wie z. B. Phishing im Bereich Onlinebanking, in der PKS nicht unter dem Begriff Computerkriminalität erfasst. Die statistische Erfassung dieser Delikte erfolgt unter den PKS-Schlüsseln der einzelnen Tat-handlungen beziehungsweise Delikte des Strafgesetzbuches. Dies führt dazu, dass keine Aussagen zum tatsächlichen Ausmaß möglich sind. Ebenso ist eine Differenzierung nach „Neuen Medien“ (Web 2.0 und soziale Medien) auf Basis der durch die PKS erhobenen Daten nicht möglich.

Aufgrund der zunehmenden Nutzung des Internets auch zur Begehung von Straftaten wurde zum 1. Januar 2004 die Sonderkennung „Tatmittel Internet“ in der PKS eingeführt. Hier werden alle Delikte erfasst, zu deren Tatbestandsverwirklichung das Internet als Tatmittel verwendet wird. Im Jahr 2010 wurden 48.411 Straftaten erfasst, bei denen das Internet als Tatmittel in der Sonderkennung verzeichnet wurde.

Im Vergleich zu den Vorjahren 2005 (52.911 Fälle), 2006 (60.501 Fälle), 2007 (56.432 Fälle) und 2009 (54.881 Fälle) hat sich die Anzahl leicht reduziert. Im Jahr 2008 wurden nur 25.880 Fälle erfasst. Diese Schwankungen lassen sich zum Teil durch Umfangsverfahren in den Jahren 2006 (ca. 16.000 Fälle), 2007 (ca. 8.000 Fälle) und 2009 (ca. 7.000 Fälle) erklären.

Bei der überwiegenden Anzahl der mittels Internet begangenen Straftaten handelt es sich um Betrugsdelikte (80,7%), Straftaten gegen Urheberrechtsbestimmungen (1,3%) und Sexualdelikte (2,7%).

Computerkriminalität im weiteren Sinne (Summenschlüssel 897000) mit Sonderkennung „Tatmittel Internet“ umfasst:

- *Betrug mittels rechtswidrig erlangter Debitkarten mit PIN,*
- Computerbetrug,
- Betrug mit Zugangsberechtigungen zu Kommunikationsdiensten,
- Fälschung beweiserheblicher Daten/Täuschung im Rechtsverkehr bei Datenverarbeitung,
- Datenveränderung, Computersabotage,
- Ausspähen, Abfangen von Daten sowie
- *Softwarepiraterie (private Anwendung) und*
- *Softwarepiraterie (in Form gewerbsmäßigen Handelns)*

Computerkriminalität im weiteren Sinne umfasst im Gegensatz zur Computerkriminalität im engeren Sinne auch die hier kursiv gedruckten Delikte. Daher ist die unten abgebildete Fallzahl des Jahres 2010 um 40 Straftaten erhöht.

Hier ist in den Jahren 2009 (7.677 Fälle; + 99,5%) und 2010 (10.926 Fälle; + 42,32%), nach Schwankungen in den Vorjahren (2005: 7.462; 2006: 5.957; 2007: 6.519; 2008: 3.849), eine deutliche Zunahme der bekannt gewordenen Fälle zu verzeichnen.

Ganz speziell in diesem Deliktsbereich ist der dynamische Entwicklungsverlauf maßgeblich auf die Anpassungs- und Innovationsfähigkeit der Täter zurückzuführen, die aufgrund technischen Wissens auf die stetige Weiterentwicklung von Software- und Sicherheitsverfahren flexibel und schnell reagieren.

395. Welche einzelnen Aufgaben und Kompetenzen hat das kürzlich vorgestellte Cybercrime-Kompetenzzentrum beim Landeskriminalamt im Detail?

Im Wesentlichen ist das IuK-Kompetenzzentrum (IuK: Information und Kommunikation) des LKA NRW mit folgenden Aufgaben befasst:

- Ermittlungen in besonders schweren Fällen der IuK-Kriminalität,
- Maßnahmen der Telekommunikationsüberwachung,
- IuK-Forensik,
- IuK-Lageunterstützung,
- Zentrale Ansprechstelle für Behörden und Externe,

- Zentrale Internetrecherche,
- Internetwache,
- Zentrale Auswertungs- und Sammelstelle Kinderpornografie.

396. *Wie hoch ist in diesem Zusammenhang der haushaltsrelevante Mittelansatz jeweils jährlich für die kommenden Jahre?*

Gesonderte Haushaltsmittel für das IuK-Kompetenzzentrum werden nicht ausgewiesen. In Bezug auf den Personaleinsatz wird auf die Antwort zu Frage 397 verwiesen.

397. *Wie ist das Zentrum gegenwärtig technisch, organisatorisch und personell aufgestellt, und welche zukünftigen Veränderungen sind diesbezüglich voraussichtlich noch zu erwarten?*

Seit dem 1. November 2011 werden die zu Frage 395 genannten Aufgaben zunächst in zwei Dezernaten der Abteilung 4 des Landeskriminalamtes NRW mit 82 Beschäftigten wahrgenommen. Bis Ende 2012 soll die Zahl der Beschäftigten auf insgesamt mehr als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhöht werden. Zur technischen Ausstattung wird auf die Antworten zu den Fragen 210 und 211 verwiesen.

**398. *Welche besondere Qualifikation oder Ausbildung müssen Polizeibeamte besitzen, wenn sie in diesem Zentrum zum Einsatz kommen sollen, und durch wen erhalten sie dafür zuvor welche Art von Schulung?
Wird die in diesem Kontext die Einführung eines speziellen Aus- oder Fortbildungsgangs zur Bekämpfung der Onlinekriminalität bei der nordrhein-westfälischen Polizei erwogen?***

Polizeibeamtinnen und Polizeibeamte, die im Bereich der IuK-Ermittlungen tätig sind, werden dafür in speziellen Fortbildungsmaßnahmen befähigt. In allen Polizeipräsidien mit Aufgaben gemäß § 2 KHSt-VO und beim LKA gibt es spezielle Ermittlungsdienststellen zur Verfolgung von Delikten der IuK-Kriminalität. Die speziellen Fortbildungsmodule umfassen einen Zeitraum von insgesamt neun Monaten. Inhalte der Fortbildungsmaßnahmen sind sowohl die Erlangung von Grundkenntnissen in den Bereichen Hardware, Software, Programmierung und Recht, als auch die Vermittlung von weitergehendem Spezialwissen.

Im Bereich der Forensischen IuK (Untersuchung und Auswertung von IT-Gerät) werden Regierungsbeschäftigte und Polizeivollzugsbeamte eingesetzt. Die Regierungsbeschäftigten verfügen über ein abgeschlossenes Studium (Bachelor, Dipl. Ing. (FH)) der Fachrichtungen Informatik, Elektro-, Nachrichtentechnik oder vergleichbarer Fachrichtungen. Die Polizeivollzugsbeamten werden durch spezielle interne Fortbildungsmaßnahmen wie auch durch die Teilnahme an Speziallehrgängen der freien Wirtschaft und des BKA fortgebildet. Für die gutachterliche Tätigkeit (Sachverständige/Sachverständiger) beim LKA NRW ist zusätzlich eine zweijährige Sachverständigenausbildung beim BKA zu absolvieren.

Durch das Landesamt für Ausbildung, Fortbildung und Personalangelegenheiten der Polizei NRW (LAFP NRW) werden Schulungs- und Fortbildungsmaßnahmen für den Bereich der Bekämpfung der IuK-Kriminalität konzipiert und angeboten. Das LAFP verfügt hierzu ebenfalls über besonders versierte Fachleute. Infolge der Einrichtung des IuK-

Kompetenzzentrums beim LKA NRW sind darüber hinaus keine speziellen Aus- oder Fortbildungsmaßnahmen erforderlich.

399. Über welche einzelnen Aufgaben, Arbeitsfelder und Kompetenzen verfügt die Landesanstalt für Medien (LfM), und welche aus ihrem Auftrag abgeleiteten aktuellen wie zukünftigen Arbeitsschwerpunkte hat sie sich gesetzt?

Bezüglich der Aufgaben der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) verweist die Landesregierung auf § 88 des Landesmediengesetzes (LMG NRW). Auch die Kompetenzen der LfM sind dem LMG NRW zu entnehmen.

Zur zukünftigen Ausrichtung der LfM weist diese auf das Perspektivpapier ihres Direktors Herrn Dr. Brautmeier hin, das im Internetauftritt der LfM unter http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Reden_des_Direktor_Norbert_Schneider/perspektiven_endfassung.pdf [sic!] abgerufen werden kann.

400. Welche einzelnen Entscheidungen in puncto Mediennutzerschutz haben in den letzten zehn Jahren jeweils jährlich die zuständigen Stellen der Medienaufsicht getroffen?

Die Förderung des Mediennutzerschutzes ist eine gesetzliche Aufgabe der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Sie möchte durch Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz erreichen, dass Mediennutzerinnen und Mediennutzer sich durch kompetente und selbstbestimmte Nutzung der Medien vor potentiellen Risiken schützen können. Andererseits will sie Mediennutzer über ihre Rechte als Rundfunkteilnehmer informieren – und auch darüber, wie sie diese Rechte durchsetzen können. Die LfM nennt als ihr Ziel, Mediennutzende einen verantwortlichen, reflektierten und selbstbestimmten Umgang mit Medien zu vermitteln. Dies beinhaltet für sie neben der Fähigkeit zur Medienkritik, insbesondere auch das Bewusstwerden der eigenen Rechte als Mediennutzer und das Wissen, wie diese Rechte wahrgenommen und gegebenenfalls auch durchgesetzt werden können.

Über die im Bereich des Mediennutzerschutzes im Einzelnen getroffenen Entscheidungen und Maßnahmen liegen der Landesregierung keine über allgemein veröffentlichte Angaben hinausgehenden Informationen vor. Hinsichtlich der in der Antwort zu Frage 389 aufgezählten unterschiedlichen für den Mediennutzerschutz zuständigen Stellen wird auf folgende öffentliche Informationsmöglichkeiten hingewiesen:

Die LfM veröffentlicht einen Großteil ihrer Entscheidungen in Pressemitteilungen, abrufbar im Internet unter <http://www.lfm-nrw.de/aktuell/pressemitteilungen.html>.

Eine Übersicht über die Programmbeschwerden beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) beziehungsweise beim Rundfunkrat des WDR ist dem Vierteljahresbericht der Intendantin über wesentliche Eingaben, abrufbar unter <http://www.wdr.de/unternehmen/service/publikumsstelle/vierteljahresberichte.jsp>,

beziehungsweise dem Eingabenbericht der Vorsitzenden des Rundfunkrates, abrufbar unter <http://www.wdr.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/eingabenberichte.jsp>, zu entnehmen.

Entscheidungen aus dem Bereich des Jugendschutzes beim WDR veröffentlicht der WDR in seinem Jugendschutzbericht, abrufbar unter

<http://www.wdr.de/unternehmen/programmprofil/jugendmedienschutz/bericht/index.jsp>.

Über die Entscheidungen des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen (LDI NRW) informieren die Pressemitteilungen des LDI NRW, abrufbar unter https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Aktuelles/submenu_Pressemitteilungen/index.php.

Die Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten informiert ebenfalls in ihren Pressemitteilungen über ihre Arbeit, diese sind abrufbar unter

<http://kjm-online.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen.cfm>.

Stellungnahme des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit NRW vom 14. Oktober 2011

„Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit selbst wurde mit der Großen Anfrage nicht aufgefordert, die Frage zu beantworten, da er nicht Teil der Landesregierung ist. Da nach seinen Empfehlungen und Hinweisen gefragt wird, erläutert er diese ungeachtet dessen und formell außerhalb der Großen Anfrage:

- **Digitale Straßenansichten im Internet:**

Anforderungen für Anbieter: Die Veröffentlichung von georeferenziert und systematisch bereit gestellten Bilddaten ist unzulässig, wenn hierauf Gesichter, Kraftfahrzeugkennzeichen oder Hausnummern erkennbar sind. Den betroffenen Bewohnern und Grundstückseigentümern ist zudem die Möglichkeit einzuräumen, der Veröffentlichung der sie betreffenden Bilder zu widersprechen und dadurch die Bereitstellung der Klarbilder zu unterbinden. Keine schutzwürdigen Interessen bestehen, wenn die Darstellung der Gebäude und Grundstücke so verschleiert bzw. abstrakt erfolgt, dass keine individuellen Eigenschaften mehr erkennbar sind. Um die Möglichkeit zum Widerspruch schon vor der Erhebung zu eröffnen, sollte die geplante Datenerhebung mit einem Hinweis auf die Widerspruchsmöglichkeit rechtzeitig vorher bekannt gegeben werden. Die Widerspruchsmöglichkeit muss selbstverständlich auch noch nach der Veröffentlichung bestehen. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 13./14.11.2008)

Bisherige Ansätze zur Selbstregulierung sind unzureichend, weil darin kein Vorabwiderspruchsrecht eingeräumt wird, um eine Veröffentlichung von Häuserfronten von Anfang an zu verhindern. Dies ist erforderlich, da das Widerspruchsrecht nur als im Massenverfahren einzig umsetzbarer Ersatz für eine an sich vom Gesetz geforderte vorherige Einwilligung zugelassen wurde. Außerdem sind einmal veröffentlichte Daten im Netz nicht mit Sicherheit wieder löscherbar. Eine gesetzliche Regelung im Sinne der Festlegung der Datenschutzaufsichtsbehörden kann für mehr Klarheit sorgen.

Empfehlung für Betroffene: Betroffene sollten überlegen, ob sie Widerspruchsmöglichkeiten nutzen.

- **Soziale Netzwerke:**

Anforderungen für Anbieter:

Anbieter sozialer Netzwerke müssen ihre Nutzer umfassend gemäß den gesetzlichen Vorschriften über die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten und ihre Wahl- und Gestaltungsmöglichkeiten unterrichten. Das betrifft auch Risiken für die Privatsphäre, die mit der Veröffentlichung von Daten in Nutzerprofilen verbunden sind. Darüber hinaus haben die Anbieter ihre Nutzer aufzuklären, wie diese mit personenbezogenen Daten Dritter zu verfahren haben.

Die Aufsichtsbehörden weisen darauf hin, dass nach den Bestimmungen des Telemediengesetzes (TMG) eine Verwendung von personenbezogenen Nutzungsdaten für Werbezwecke nur zulässig ist, soweit die Betroffenen wirksam darin eingewilligt haben. Bei Werbemaßnahmen aufgrund von Profildaten müssen die Betroffenen nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) grundsätzlich vor Beginn der Datenverarbeitung ihre Einwilligung erteilen. Mindestens ist eine Vorabwiderspruchsmöglichkeit einzuräumen. Die Anbieter sollen im Ergebnis die Nutzer selbst darüber entscheiden lassen, ob – und wenn ja, welche – Profil- oder Nutzungsdaten zur zielgerichteten Werbung durch den Anbieter genutzt werden.

Die Aufsichtsbehörden erinnern weiterhin daran, dass eine Speicherung von personenbezogenen Nutzungsdaten über das Ende der Verbindung hinaus ohne Einwilligung der Nutzer nur gestattet ist, soweit die Daten zu Abrechnungszwecken gegenüber dem Nutzer erforderlich sind.

Für eine vorausseilende Speicherung von Daten über die Nutzung sozialer Netzwerke (wie auch anderer Internet-Dienste) für eventuelle zukünftige Strafverfolgung auf Vorrat besteht keine Rechtsgrundlage.

Schließlich weisen die Aufsichtsbehörden darauf hin, dass das TMG die Anbieter dazu verpflichtet, das Handeln in sozialen Netzwerken anonym oder unter Pseudonym zu ermöglichen. Dies gilt unabhängig von der Frage, ob ein Nutzer sich gegenüber dem Anbieter des sozialen Netzwerks mit seinen Echtdateien identifizieren muss.

Die Anbieter sind verpflichtet, die erforderlichen technisch-organisatorischen Maßnahmen zur Gewährleistung der Datensicherheit zu treffen. Sie müssen insbesondere einen systematischen oder massenhaften Export oder Download von Profildaten aus dem sozialen Netzwerk verhindern.

Bei der datenschutzfreundlichen Gestaltung von sozialen Netzwerken kommt den Standardeinstellungen – z. B. für die Verfügbarkeit von Profildaten für Dritte – eine zentrale Bedeutung zu. Die Aufsichtsbehörden fordern die Anbieter sozialer Netzwerke auf, datenschutzfreundliche Standardeinstellungen für ihre Dienste zu wählen, durch die die Privatsphäre der Nutzer möglichst umfassend geschützt wird. Diese Standardeinstellungen müssen besonders restriktiv gefasst werden, wenn sich das Portal an Kinder richtet. Der Zugriff durch Suchmaschinen darf jedenfalls nur vorgesehen werden, soweit der Nutzer ausdrücklich eingewilligt hat.

Der Nutzer muss die Möglichkeit erhalten, sein Profil auf einfache Weise selbst zu löschen. Schließlich sollten die Anbieter sozialer Netzwerkdienste die Einführung von Verfallsdaten oder zumindest automatische Sperrungen erwägen, die von den Nutzern selbst festgelegt werden können. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 17./18.04.2008)

Es muss erreicht werden, dass die gesetzlich bzw. durch die Betreiber vorgegebenen Grenzen für das Mindestalter der Nutzer eingehalten und wirksam überprüft werden. Dies könnte durch die Entwicklung und den Einsatz von Altersverifikationssystemen oder Bestätigungslösungen gelingen. Solche Verifikationssysteme lösen zwar ihrerseits Datenverarbeitungsvorgänge aus und müssen berücksichtigen, dass die Nutzung von Telemedien und ihre Bezahlung anonym oder unter Pseudonym möglich bleiben muss (§ 13 Abs. 6 Telemediengesetz); dies begründet aber kein Hindernis für ihren Einsatz.

Minderjährigen und ihren Eltern wird die Einschätzung, welche der angebotenen Dienste sozialer Netzwerke altersgerecht sind, wesentlich erleichtert, wenn die Betreiber eine freiwillige Alterskennzeichnung von Internetinhalten vornehmen. Denkbar ist auch der Einsatz von Jugendschutzprogrammen, die Alterskennzeichnungen automatisch auslesen und für Minderjährige ungeeignete Inhalte sperren. Die Möglichkeiten, die der Entwurf für einen neuen Jugendmedienschutz-Staatsvertrag hierzu anbietet, müssen intensiv genutzt werden.

Ebenso wichtig ist die Bewusstseinsbildung bei den minderjährigen Nutzern sozialer Netzwerke für die Nutzungsrisiken und für einen sorgsamen und verantwortungsbewussten Umgang mit den eigenen Daten und den respektvollen Umgang mit den Daten anderer. Die Betreiber sozialer Netzwerke, aber auch staatliche Behörden, Schulen und nicht zuletzt die Eltern stehen in der Pflicht, über bestehende datenschutzfreundliche Nutzungsmöglichkeiten aufzuklären. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 24./25.11.2010)

Anlässlich der aktuellen Diskussionen um den Datenschutz bei sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Facebook, stellt die Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder klar, dass sich die Anbieter solcher Plattformen, die auf den europäischen Markt zielen, auch dann an europäische Datenschutzstandards halten müssen, wenn sie ihren Sitz außerhalb Europas haben.

Die Konferenz stellt insbesondere fest, dass die direkte Einbindung von Social-Plugins beispielsweise von Facebook, Google+, Twitter und anderen Plattformbetreibern in die Webseiten deutscher Anbieter ohne hinreichende Information der Internet-Nutzenden und ohne Einräumung eines Wahlrechtes nicht mit deutschen und europäischen Datenschutzstandards in Einklang steht. Die aktuelle von Social-Plugin-Anbietern vorgesehene Funktionsweise ist unzulässig, wenn bereits durch den Besuch einer Webseite eine Übermittlung von Nutzendendaten an Netzwerk-Anbieter ausgelöst wird, auch wenn die Nutzenden gar nicht bei der entsprechenden Plattform registriert sind.

Die Social-Plugins sind nur ein Beispiel dafür, wie unzureichend einige große Betreiber sozialer Plattformen den Datenschutz handhaben. So verwendet Facebook mittlerweile Gesichtserkennungs-Technik, um Bilder im Internet bestimmten Personen zuzuordnen; Betroffene können sich dem nur mit erheblichem Aufwand entziehen. Sowohl Facebook als auch Google+ verlangen, dass die Nutzenden sich identifizieren, obwohl nach deutschem Recht aus guten Gründen die Möglichkeit zumindest einer pseudonymen Nutzung solcher Dienste eröffnet werden muss.

Die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder fordern daher alle öffentlichen Stellen auf, von der Nutzung von Social-Plugins abzusehen, die den geltenden Standards nicht genügen. Es kann nicht sein, dass die Bürgerinnen und Bürger, die sich auf den Seiten öffentlicher Stellen informieren wollen, mit ihren Daten dafür bezahlen. Unbeschadet der rechtlichen Verantwortung sollten die öffentlichen Stellen auf solchen Plattformen keine Profilseiten oder Fanpages einrichten.

Die Obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich haben bereits 2008 und zuletzt 2010 in Beschlüssen Anforderungen an die datenschutzkonforme Gestaltung sozialer Netzwerke formuliert. Die Konferenz der Datenschutzbeauftragten fordert die Anbieter sozialer Netzwerke auf, diese Beschlüsse umzusetzen, soweit dies noch nicht geschehen ist. In diesem Zusammenhang unterstützen die Datenschutzbeauftragten Bestrebungen zur Entwicklung von technischen Lösungen zur datenschutzkonformen Gestaltung von Webangeboten.

Bedauerlicherweise hat die Bundesregierung ihrer schon im letzten Jahr gemachten Ankündigung, gesetzgeberische Maßnahmen gegen die Profilbildung im Internet vorzuschlagen, keine Taten folgen lassen. Der bloße Verweis darauf, dass die Diensteanbieter Selbstverpflichtungen eingehen sollten, wird dem akuten Schutzbedarf der immer zahlreicher werdenden Nutzerinnen und Nutzer nicht gerecht. Die Konferenz der Datenschutzbeauftragten unterstützt den Gesetzentwurf des Bundesrates zur Änderung des Telemediengesetzes (BT-Drs. 17/6765) als einen Schritt in die richtige Richtung. (Entschließung der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder vom 28./29.09.2011)

Empfehlungen für Nutzerinnen und Nutzer:

Die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder fordern alle öffentlichen Stellen auf, von der Nutzung von Social-Plugins abzusehen, die den geltenden Standards nicht genügen. Es kann nicht sein, dass die Bürgerinnen und Bürger, die sich auf den Seiten öffentlicher Stellen informieren wollen, mit ihren Daten dafür bezahlen. Unbeschadet der rechtlichen Verantwortung sollten die öffentlichen Stellen auf solchen Plattformen keine Profilseiten oder Fanpages einrichten. (Entschließung der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder vom 28./29.09.2011)

Für einzelne Produkte gibt der Landesbeauftragte Hinweise, wenn die Produkte eine große Verbreitung und ein erhebliches Gefährdungspotenzial haben (z.B. Gesichtserkennung bei Facebook: "Erste Hilfe": https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Aktuelles/Inhalt/Facebook/Facebook.php).

Allgemeine Empfehlungen:

- Das richtige Netzwerk wählen (z.B. für Schülerinnen und Schüler ein Netzwerk mit dieser Zielgruppe)
- Nicht zu viel Persönliches preisgeben (Gut überlegen, für wen was veröffentlicht werden soll; Pseudonyme verwenden oder Nachnamen abkürzen; Anschriften, Telefonnummern, ICQ-Nummern, Passwörter nicht veröffentlichen)
- Bilder sorgsam auswählen (keine kompromittierenden Bilder; Rechte anderer achten)
- Einstellungsmöglichkeiten zur Privatsphäre nutzen
- Auf den Umgang achten (Auch Gruppenmitgliedschaften sagen viel über eine Persönlichkeit aus.)
- Getrennte Profile pflegen (Rollen in verschiedenen Netzwerken getrennt halten (z.B. beruflich/privat)
- Rechte anderer achten (z.B. bei Daten, besonders Fotos)
- Sicherheit beachten (unterschiedliche Passwörter; Verschlüsselung)

- Hinterher aufräumen (Wenn ein Netzwerk nicht mehr genutzt wird, sollten die enthaltenen Daten gelöscht oder mindestens entfernt werden)

- Bei Problemen widersprechen und beschweren (der Datenweitergabe an Dritte widersprechen; (schwere) Rechtsverstöße anzeigen)

(Einzelheiten z.B. in Klicksafe: "Datenschutz und Persönlichkeitsrechte im Web", Unterrichtsmaterialien, S. 26 f., unter Mitarbeit des Landesdatenschutzbeauftragten, https://www.klicksafe.de/cms/upload/user-data/pdf/klicksafe_Materialien/Zusatzmodul_LH__Datenschutz_klicksafe.pdf)

- **Internetportale zur Bewertung von Einzelpersonen**

Anforderungen für Anbieter: Bei Beurteilungen und Bewertungen von Lehrerinnen und Lehrern sowie von vergleichbaren Einzelpersonen in Internet-Portalen handelt es sich vielfach um sensible Informationen und subjektive Werturteile über Betroffene, die in das Portal eingestellt werden, ohne dass die Urheber erkennbar sind und die jederzeit von jedermann abgerufen werden können. Anbieter entsprechender Portale haben die Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes über die geschäftsmäßige Verarbeitung personenbezogener Daten einzuhalten. Bei der danach gesetzlich vorgeschriebenen Abwägung ist den schutzwürdigen Interessen der bewerteten Personen Rechnung zu tragen. Das Recht auf freie Meinungsäußerung rechtfertigt es nicht, das Recht der Bewerteten auf informationelle Selbstbestimmung generell als nachrangig einzustufen. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 17./18.04.2008)

- **Reichweitenmessung bei Internetangeboten**

Anforderungen für Anbieter: Bei Erstellung von Nutzungsprofilen durch Web-Seitenbetreiber sind die Bestimmungen des Telemediengesetzes (TMG) zu beachten. Demnach dürfen Nutzungsprofile nur bei Verwendung von Pseudonymen erstellt werden. Die IP-Adresse ist kein Pseudonym im Sinne des Telemediengesetzes. Im Einzelnen sind folgende Vorgaben aus dem TMG zu beachten:

- Den Betroffenen ist eine Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Erstellung von Nutzungsprofilen einzuräumen. Derartige Widersprüche sind wirksam umzusetzen. (Dieser Empfehlung liegt die derzeitige Rechtslage in Deutschland zu Grunde. Gemäß unionsrechtlicher Vorgaben der so genannten ePrivacy-Richtlinie sind zukünftig Einwilligungen erforderlich. Die Richtlinie ist in diesem Punkt nicht umgesetzt, obwohl die Umsetzungsfrist verstrichen ist)
- Die pseudonymisierten Nutzungsdaten dürfen nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden. Sie müssen gelöscht werden, wenn ihre Speicherung für die Erstellung der Nutzungsanalyse nicht mehr erforderlich ist oder der Nutzer dies verlangt.
- Auf die Erstellung von pseudonymen Nutzungsprofilen und die Möglichkeit zum Widerspruch müssen die Anbieter in deutlicher Form im Rahmen der Datenschutzerklärung auf ihrer Internetseite hinweisen.
- Personenbezogene Daten eines Nutzers dürfen ohne Einwilligung nur erhoben und verwendet werden, soweit dies erforderlich ist, um die Inanspruchnahme von Telemedien zu ermöglichen und abzurechnen. Jede darüber hinausgehende Nutzung bedarf der Einwilligung der Betroffenen.
- Die Analyse des Nutzungsverhaltens unter Verwendung vollständiger IP-Adressen (einschließlich einer Geolokalisierung) ist aufgrund der Personenbeziehbarkeit dieser Daten daher nur mit bewusster, eindeutiger Einwilligung zulässig. Liegt eine solche Einwilligung nicht vor, ist die IP-Adresse vor jeglicher Auswertung so zu kürzen, dass eine Personenbeziehbarkeit ausgeschlossen ist.

Werden pseudonyme Nutzungsprofile durch einen Auftragnehmer erstellt, sind darüber hinaus die Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes zur Auftragsdatenverarbeitung durch die Anbieter einzuhalten. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 26./27.11.2009)

Empfehlungen für Nutzerinnen und Nutzer:

Nutzerinnen und Nutzer sollten aktiv von ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen, wenn sie die Auswertung ihres Nutzungsverhaltens verhindern wollen. Zudem sollten sie die Einstellungsmöglichkeiten von Browsern und Zusatzsoftware so nutzen, dass Cookies nicht dauerhaft gespeichert werden.

- **Smartphones**

Anforderungen für Anbieter:

Transparenz bezüglich der Preisgabe personenbezogener Daten: In allen aktuellen Untersuchungen zeigt sich, dass in einer Vielzahl von Fällen durch die Geräte selbst mittels Betriebssystemen oder durch Anwendungen eindeutige Gerätekennungen, Standortdaten, E-Mail- und Telefkontakte, SIM-Kartennummer und weitere personenbezogene Daten ohne Unterrichtung der Nutzer an Gerätehersteller, Provider oder Anbieter von Analysediensten übermittelt werden. Die Nutzer müssen in die Lage versetzt werden, diese Übermittlungen nachzuvollziehen. Sie müssen auch über den jeweiligen Zweck der Datennutzungen unterrichtet werden.

Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer für die Preisgabe personenbezogener Daten: Die Konzepte gängiger Smartphones sind oftmals darauf reduziert, dass, wenn überhaupt, lediglich während der Installation einer Anwendung der Nutzer pauschal einen Datenzugriff steuern kann. Auch erhalten zugelassene Anwendungen meist eine generelle Zugriffsmöglichkeit z.B. auf Kontaktinformationen. Den Nutzern müssen Möglichkeiten an die Hand gegeben werden, mit denen aus der Nutzungssituation heraus gesteuert werden kann, ob und welche Daten einer Applikation zugänglich gemacht werden und an wen sie übermittelt werden.

Einflussmöglichkeiten auf das Löschen von Spuren bei der Internet-Nutzung: Im Gegensatz zu der für herkömmliche PCs bestehenden Situation fehlt es im Smartphonebereich weitgehend an Möglichkeiten, Datenspuren, die bei der Internet-Nutzung auf dem Gerät entstehen, zu vermeiden, zu reduzieren, mindestens jedoch, diese erkennbar zu machen und ggf. zu löschen. Solche Möglichkeiten müssen geschaffen und angeboten werden.

Anonyme und pseudonyme Nutzungsmöglichkeiten: Generell sollte die Möglichkeit geschaffen werden, Smartphones und die über sie vermittelten Dienste anonym oder pseudonym zu nutzen.

Die Anbieter entsprechender Geräte beziehungsweise Betriebssysteme und die jeweiligen Diensteanbieter müssen möglichst datenschutzfreundliche Funktionalitäten vorsehen und Schwachpunkte eliminieren. Der Grundsatz der Datensparsamkeit ist ernst zu nehmen und umzusetzen. Von besonderer Bedeutung ist die umfassende Information der Nutzer über die Erhebung und Verwendung ihrer Nutzungsdaten. Dies gilt sowohl für die grundlegenden Betriebssysteme einerseits wie für die darauf aufbauenden Funktionalitäten (Apps) andererseits. Diese Anforderungen lassen sich unter den Begriff „Privacy by Design“ fassen. (Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 04./05.05.2011)

Empfehlungen für Nutzerinnen und Nutzer:

Unabhängig von Verpflichtungen seitens der Hersteller für einen besseren Privatsphäreschutz zu sorgen, sollten sich die Nutzerinnen und Nutzer intensiv über die Voreinstellungen ihres Smartphones informieren und wo möglich Einstellungen ändern, die eine nicht erwünschte Beobachtung des eigenen Handelns ermöglichen.

Fotografie

Handys haben heute zum großen Teil hochwertige digitale Kameras integriert. Mit ihnen können somit schnell Fotos erstellt werden und beispielsweise per MMS (Multimedia Messaging Service) direkt weitergeleitet oder sogar direkt ins Internet gestellt werden. Die fotografierten Personen sind damit oft gar nicht einverstanden.

Fotos, die eine identifizierbare Person zeigen, sind meist so lange unproblematisch, wie sie nur für persönliche und private Zwecke verwendet werden. Allerdings muss auch hier unbedingt die

Intimsphäre beachtet werden. Das heimliche Hineinfotografieren in Wohnungen oder andere gegen Einblick geschützte Räume kann sogar mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder Geldstrafe bestraft werden.

Die Zulässigkeit der Veröffentlichung von Fotos richtet sich nach dem Kunsturhebergesetz. Danach ist die Verbreitung von Bildern beispielsweise im Internet grundsätzlich nur erlaubt, wenn alle betroffenen Personen auf dem Foto eingewilligt haben.

In Ausnahmefällen ist eine Einwilligung aber nicht erforderlich, wenn der oder die Abgelichtete nur einen Teil einer Landschaftsaufnahme oder den Teil einer größeren Veranstaltung darstellt. So ist es auch zulässig ein Bild von einem Badestrand voller Menschen oder auch von einem Karnevalsumzug zu veröffentlichen, selbst wenn einzelne Personen darauf erkennbar sind. Die Personen dürfen aber nicht herausgestellt oder angezoomt werden.

Datenaustausch über Bluetooth

Viele Geräte besitzen neben dem Mobilfunk eine zweite Funkschnittstelle, über die im Nahbereich - meist bis circa 10 Meter - eine Kommunikation zu anderen elektronischen Geräten, wie PCs, PDAs oder schnurlose Headsets aufgebaut werden kann. Über diese Verbindung kann dann ein Datenaustausch oder eine Sprachübertragung erfolgen. Diese so genannte Bluetooth-Schnittstelle kann mit verschiedenen Sicherheitseinstellungen betrieben werden. Sie ist aber wie jede Funkschnittstelle angreifbar. So ist es beispielsweise über Bluetooth möglich, Nachrichten auf Geräte zu senden oder über den Zugriff auf Kalender oder Adressbücher Daten zu verändern oder zu entwenden.

Die Bluetooth-Schnittstelle sollte daher immer dann deaktiviert werden, wenn sie nicht benötigt wird. Sie sollte nur bei Bedarf und in sicherer Umgebung in Betrieb genommen werden.

Surfen im Internet

Um im Web zu surfen, wird ein Internetbrowser benötigt. So genannte Smartphones beinhalten diese Möglichkeit. Sie besitzen die Funktionalitäten von Handy und PDA (Personal Digital Assistant) und bieten viele Varianten der Datenkommunikation. Smartphones haben im Allgemeinen ein Betriebssystem, das es den Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht, nach Belieben eigene Programme zu installieren und auszuführen. Im Grundsatz sind diese Geräte somit den gleichen Risiken ausgesetzt wie beispielsweise PCs oder Laptops. Sie hinterlassen bei entsprechender Nutzung und gerade durch den mobilen Gebrauch viele Datenspuren und sind genau wie Laptops vor Ausspionierung, Schadsoftware, Verlust oder Diebstahl zu schützen. So wurde mittlerweile spezielle "Spyware" für Smartphones entdeckt, die Daten über Anrufe, SMS und Internetaktivitäten auf dem mobilen Gerät sammelt und diese Daten versteckt zur Auswertung an einen Internetserver sendet.

Navigation

Handys, die mit einem GPS-Empfänger (Global Positioning System - satellitengestütztes System zu Standortbestimmung) und entsprechender Software ausgestattet sind, können auch zur Navigation eingesetzt werden. GPS-Systeme arbeiten nur passiv, das heißt, sie empfangen lediglich Signale, die weiter verarbeitet werden können. Deshalb können diese Systeme von sich aus nicht zur Überwachung eingesetzt werden, es sei denn, die eingesetzte Software leitet ermittelte Standortdaten automatisch an Dritte weiter. Beim Kauf oder Einsatz ist deshalb darauf zu achten, dass derartige Funktionen nur gewollt möglich sind.

Das elektronische Gedächtnis

Die komfortable Nutzung von Mobilfunkgeräten führt zur Speicherung vieler persönlicher Daten unterschiedlicher Qualität. So werden selbstverständlich die Kontaktdaten aller Kommunikationspartnerinnen und -partner in elektronischen Telefonbüchern gespeichert. Dies gilt ebenso für Termine, Erinnerungen oder auch Fotos. Diese Speicherung nimmt die Besitzerin oder der Besitzer des Handys noch selber aktiv vor. Die Speicherung der letzten Anrufrufen oder SMS-Meldungen erfolgt aber automatisch, wenn nicht auf eine Löschung geachtet wird. Die Speicherung der Daten ist so lange unproblematisch, wie sich die Geräte in persönlichem Besitz befinden. Da sie aber Aufschluss über Aktivitäten, Aufenthaltsorte und -zeiten, Bewegungen, Kommunikationspartnerinnen und -partner oder das soziale Umfeld geben können, sollte man sich vor

Verkauf oder Reparatur eines Handys der gespeicherten Daten bewusst sein und darüber nachdenken, welche Daten zu löschen sind.

Das Handy als Wanze

Das Abhören von Räumen mit Wanzen ist aus vielen Darstellungen hinlänglich bekannt. Auch ein Handy kann für diese Zwecke verwendet werden. Im einfachsten Fall wird ein eingeschaltetes Handy, mit dem zuvor eine Gesprächsverbindung aufgebaut wurde, im Raum liegengelassen. Alle im Raum geführten Gespräche werden, sofern das Mikrofon des Handys sie erfasst, zu einem Zielgerät übertragen.

Möglich ist es aber auch, Geräte von außen als Abhöranlage zu steuern. Sind bei einem "liegen gelassenen" Handy die Leistungsmerkmale, "Automatische Anrufannahme" und "Lautlosbetrieb" aktiviert, kann von außen sogar zu einem beliebigen Zeitpunkt abgehört werden. Erst ein Anruf versetzt das Handy dann in den Gesprächszustand. Zwar schließen sich bei vielen Geräten die Leistungsmerkmale "Automatische Anrufannahme" und "Lautlosbetrieb" gegenseitig aus und das Leistungsmerkmal "Automatische Anrufannahme" kann im allgemeinen nur in Kombination mit einer Freisprecheinrichtung genutzt werden; durch eine geschickte Auswahl von Ruftoptionen und den Einsatz externer Sprechgarnituren (Mikrofon und Ohrhörer) kann der beschriebene Effekt aber trotzdem erreicht werden. Somit ist ein Handy allein durch die Nutzung von Standardmerkmalen und frei verfügbarer Technik schon als recht leistungsfähiges Abhörgerät zu betreiben.

Auch durch Hard- und Softwaremanipulationen können die Funktionen von Handys verändert werden. So können je nach Gerätetyp durch die Übermittlung von Service-SMS die Grundeinstellungen verändert, zusätzliche Funktionen aktiviert oder sogar unbemerkt Spionagesoftware in Handys eingebracht werden.

Ortung per Handy

Rund um die Handynutzung werden eine Reihe von Zusatzdienstleistungen angeboten. Basis dieser Dienstleistungen sind häufig die aktuellen Standortdaten der Handys. Sind Mobilfunkgeräte eingeschaltet, stehen sie mit örtlichen Sendeanlagen in Verbindung und sind über diese relativ genau lokalisierbar. Bei Ortungsdiensten handelt es sich um Angebote, die in der Regel eine Beziehung zwischen Telekommunikationsanbietern (Mobilfunk), Ortungsdienstleistern und Besitzerinnen oder Besitzern von Handy-Verträgen (zum Beispiel Eltern, Firmen) sowie den Nutzerinnen und Nutzern (zum Beispiel Kind, Angestellte/r) zum Gegenstand haben.

Im Fall der Ortung von Kindern wollen im Allgemeinen Eltern über das Handy des Kindes dessen aktuellen Standort abfragen. Bei der KFZ-Ortung handelt es sich in der Regel um Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, die über den Abruf des Fahrzeugstandortes per Handy den Fahrzeugeinsatz optimieren möchten. Angeboten werden aber auch Dienste, bei denen beispielsweise auf Anfrage der nächste Pizza-Bäcker oder die nächste Apotheke mitgeteilt werden können. In allen Fällen liegen gleiche technische Funktionsweisen zu Grunde.

Die mit Hilfe der Mobilfunktechnik ermittelten Standortkoordinaten werden an den Dienstleister weitergeleitet. Hier erfolgt eine Umsetzung dieser Koordinaten in eine beschreibende Information, zum einen bei der Anfrage über das Internet in eine Kartendarstellung mit der Angabe des Ortes und zum anderen im Fall der Anfrage per SMS in eine entsprechende textliche Mitteilung mit Straße oder Ort.

Standortdaten dürfen von den Telekommunikationsunternehmen nur dann an Dritte wie beispielsweise Ortungsdienstleister weitergegeben werden, wenn die Besitzer der Geräte hierin eingewilligt haben und bei Überlassung von Geräten an weitere Personen, wie in Familien oder in Arbeitsverhältnissen, diese über die erteilte Einwilligung unterrichtet werden. Liegen diese Einwilligungen vor, können die Daten für Lokalisierungsdienste genutzt werden.

Die Dienstleistung ist deshalb aus der Sicht des Datenschutzes problematisch, weil Mitbenutzende von Geräten häufig über erteilte Einwilligungen nicht umfassend informiert wurden und sich über die Konsequenzen dauerhafter Überwachungsmöglichkeit nicht im Klaren sind.

Überwachung

Neben der Ortung für private Zwecke können auch Sicherheitsbehörden unter festgelegten gesetzlichen Voraussetzungen Handys orten und abhören. Neben der allgemeinen Telefonüberwachung und den hierüber möglichen Zugriff auf die Telekommunikationsdaten gibt es spezielle Geräte, so genannte IMSI-Catcher (International Mobile Subscriber Identity - netzinterne Teilnehmerkennung), die es erlauben, nahezu unbemerkt örtliche Bereiche darauf zu überwachen, ob in ihnen ein bestimmtes Geräte in Betrieb ist. Die Geräte simulieren hierfür eine Basisstation, indem sie eine zusätzliche eigene Funkzelle aufbauen, die sich genau wie eine Originalzelle verhält. Über diese Station laufen dann alle Verbindungswünsche der Handys, die sich im Einflussbereich des Überwachungsgerätes befinden. Weil die Geräte mit einer etwas stärkeren Leistung arbeiten, melden sich alle Handys in dieser neuen Funkzelle und nicht bei der eigentlichen Basisstation an. Die Nutzerinnen und Nutzer bemerken hiervon nichts. Von allen in seiner Reichweite befindlichen Handys kann der IMSI-Catcher neben der IMSI auch die IMEI (International Mobile Station Equipment Identity - Endgeräteerkennung) abrufen. Technisch bedingt können während der aktiven Überwachung von keinem umgeleiteten Handy Gespräche geführt oder empfangen werden. Selbst Notrufe zu Polizei, Feuerwehr oder ärztlichem Notdienst sind von keinem der in der neuen Funkzelle eingebuchten Handys möglich.

Bei derartigen Überwachungen ist immer eine beträchtliche Anzahl Unbeteiligter ebenfalls betroffen. Die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder haben den Einsatz der IMSI-Catcher besonders deshalb abgelehnt, weil sie das Recht unbeteiligter Dritter auf unbeobachtete Kommunikation mit hoher Intensität beeinträchtigen.

Es wird deutlich, dass Handys neben ihren vielfältigen Möglichkeiten eine Reihe von Datenschutzrisiken und missbräuchlichen Anwendungsmöglichkeiten bieten. Einen garantierten Schutz dagegen gibt es nicht. Den Nutzerinnen und Nutzern von Handys sollten jedoch die Einsatzmöglichkeiten ihrer Geräte bekannt sein, damit sie für sich bewusst entscheiden können, wie und bei welchen Gelegenheiten sie ihr Gerät einschalten und welche Funktionen sie nutzen. Deshalb ist es wichtig, dass Mobilfunkgeräte in ihren Anleitungen transparent beschrieben und in der Nutzung der Dienste einfach zu handhaben sind. Weiter sollte der Netzbetrieb so ausgestaltet sein, dass Missbrauchsmöglichkeiten so weit wie möglich ausgeschlossen sind. Bei der Vielfältigkeit der Angebote bedarf es von Seiten der Telekommunikationsindustrie einer offenen und umfassenden Information der Kundschaft nicht nur über die Möglichkeiten sondern auch über die Risiken der Mobilfunkkommunikation.

Schließlich sollten Handys weder in fremde Hände gegeben noch unbeobachtet liegen gelassen werden. Nur so kann vermieden werden, dass Dritte heimlich Software auf das Handy laden oder unberechtigt Onlinedienste für das Handy bestellen, um später die Besitzerin oder den Besitzer auszuspionieren.

(https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Technik/Inhalt/Kommunikation/Inhalt/070328_Handys_Komfort_nicht_ohne_Risiko/Handys-Komfort_nicht_ohne_Risiko.pdf)

- **eGovernment, Kommunikationsstandard**

In modernen eGovernment-Verfahren werden personenbezogene Daten zahlreicher Fachverfahren zwischen unterschiedlichen Verwaltungsträgern in Bund, Ländern und Kommunen übertragen. Die Vertraulichkeit, Integrität und Zurechenbarkeit der übertragenen Daten kann nur gewährleistet werden, wenn dem Stand der Technik entsprechende Verschlüsselungs- und Signaturverfahren genutzt werden.

Mit dem Online Services Computer Interface (OSCI) steht bereits ein bewährter Sicherheits- Standard für eGovernment-Anwendungen zur Verfügung. Verfahren, die diese Standards berücksichtigen, bieten die Gewähr für eine durchgehende Sicherheit bei der Datenübermittlung vom Versand bis zum Empfang (Ende-zu-Ende-Sicherheit) und erlauben somit auch rechtsverbindliche Transaktionen zwischen den beteiligten Kommunikationspartnerinnen und -partnern.

Gleichzeitig erleichtern definierte Standards den öffentlichen Verwaltungen die Auswahl datenschutzkonformer, interoperabler Produkte. Um die angestrebte Ende-zu-Ende-Sicherheit überall zu erreichen, empfiehlt sich der flächendeckende Aufbau einer OSCI-basierten Infrastruktur. (Entschließung der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder vom 15.12.2005)

- **Internet-Protokoll Version 6 (IPv6)**

Anforderungen und Empfehlungen für Anbieter, Nutzerinnen und Nutzer:

IPv6 stellt eine nahezu unbegrenzte Anzahl von statischen IP-Adressen zur Verfügung, die eine dynamische Vergabe von IP-Adressen, wie sie zur Zeit bei Endkunden gängig ist, aus technischer Sicht nicht mehr erforderlich macht. Aber durch die Vergabe statischer Adressen erhöht sich das Risiko, dass Internetnutzende identifiziert und ihre Aktivitäten auf einfache Weise webseitenübergreifend zu individuellen Profilen zusammen geführt werden können. Sowohl der von den Internet-Providern bereitgestellte Adressanteil (Präfix) als auch gerätespezifische Anteile in den IPv6-Adressen machen eine dauerhafte Identifizierung möglich. Die Zuordnung einer IP-Adresse zu einer bestimmten Person bedarf nicht zwingend einer Beteiligung des Zugangsanbieters. Mit Hilfe von Zusatzinformationen, die dem Betreiber eines Internet-Angebots vorliegen oder ihm offenstehen, beispielsweise Identifikationskonten von Online-Shops oder Sozialen Netzen, ist eine eindeutige Zuordnung von Nutzern möglich. Die vereinfachten Möglichkeiten zur Profilbildung und Zusammenführung von Profilen erhöhen zudem das Risiko und verstärken die Auswirkungen krimineller Handlungen. Mit Blick darauf, dass sich ein Identifikationsrisiko aus beiden Teilen der neuen Adressen ergeben kann, sind Maßnahmen in unterschiedlichen Bereichen erforderlich.

Die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder fordern, bei der Umstellung auf IPv6 Datenschutz und IT-Sicherheit zu gewährleisten. Anbieter von Internetzugängen und Diensten sowie Hersteller von Hard- und Software-Lösungen sollten ihre Produkte datenschutzgerecht gestalten (privacy by design) und dementsprechende Voreinstellungen wählen (privacy by default). Internetnutzende sollten bei der Beschaffung von Hard- und Software sowie beim Abschluss von Verträgen auf diese Aspekte besonders achten.

- Access Provider sollten Kundinnen und Kunden statische und dynamische Adressen ohne Aufpreis zuweisen. Auf Kundenwunsch sollten statische Adressen gewechselt werden können.
- Kundinnen und Kunden sollten mit nutzerfreundlichen Bedienelementen bei der Auswahl der Adressen für jeden von ihnen genutzten Dienst unterstützt werden.
- Hard- und Softwarehersteller sollten die „Privacy Extensions“ unterstützen und standardmäßig einschalten (privacy by default), um die Wiedererkennung von Nutzenden anhand von Hardwareadressen zu erschweren.
- Die Hard- und Softwarehersteller sollten Lösungen für dezentrale Kommunikationsdienste (peer to peer) in Kundensystemen entwickeln, die den Verzicht auf zentrale Plattformen und Portale ermöglichen. Sie sollten interessierten Dritten die Entwicklung solcher Dienste gestatten.
- Content Provider dürfen zur Reichweitenmessung nur die ersten 4 Bytes der IPv6-Adresse heranziehen und müssen den Rest der Adresse löschen, denn eine Analyse von Nutzungsdaten ist nach Ansicht der Datenschutzaufsichtsbehörden nur auf der Grundlage anonymisierter IP-Adressen zulässig. Die ersten 4 Bytes sind für eine Geolokalisierung ausreichend.
- Zugangsanbieter und Betreiber von Internetangeboten sollten nicht protokollierende Proxy-Server einsetzen und die Voraussetzungen schaffen, dass ein Internetzugang oder die Nutzung von im Internet bereitgestellten Inhalten in anonymer Form möglich ist (Anonymisierungsdienste).
- Hersteller und Anbieter von Betriebssystemen und vorkonfigurierten Geräten (wie PCs, Smartphones und Routern) sollten ihre Anstrengungen bei der Pflege und Weiterentwicklung ihrer Produkte intensivieren und regelmäßig Fehler bereinigte Versionen ihrer IPv6-fähigen Software anbieten.
- Angesichts häufig mangelnder Reife von IPv6-fähigen Produkten ist Anwendern vom Einsatz von IPv6 innerhalb von lokalen Netzen noch abzuraten, wenn dort sensible personenbezogene Daten verarbeitet werden sollen und funktionsfähige Filtereinrichtungen weder zentral noch auf den einzelnen Rechnern im LAN vorhanden und aktiviert sind.
- Eigentümerinnen und Eigentümer von IP-Adressen dürfen nur auf Wunsch in das weltweite, stark zentralisierte „Internet-Telefonbuch“ whois aufgenommen werden. Die Bundesregierung wird aufgefordert, sich für eine datenschutzfreundliche Gestaltung des whois-Dienstes einzusetzen, dahingehend, dass die Internet-Verwaltung ICANN den whois-Dienst künftig als verteilte Datenbank gestaltet, so dass die Daten der Eigentümerinnen und Eigentümer jeweils durch lokale Dienstleister oder Selbstverwaltungsgremien gespeichert, gepflegt und von ihnen

nach Maßgabe des lokalen Rechts an Dritte übermittelt werden. (Entscheidung der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder vom 28./29.09.2011)

- **Cloud Computing**

Anforderungen für Anbieter: Die Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder fordert Cloud-Anbieter auf, ihre Dienstleistungen datenschutzkonform zu gestalten. Cloud-Anwender hingegen dürfen Cloud-Services nur dann in Anspruch nehmen, wenn sie in der Lage sind, ihre Pflichten als verantwortliche Stelle in vollem Umfang wahrzunehmen und die Umsetzung der Datenschutz- und Informationssicherheitsanforderungen geprüft haben.

Dies betrifft neben den Anforderungen an Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der Daten insbesondere die in diesem Umfeld schwierig umzusetzenden Anforderungen an Kontrollierbarkeit, Transparenz und Beeinflussbarkeit der Datenverarbeitung. Cloud-Computing darf nicht dazu führen, dass Daten verarbeitende Stellen, allen voran ihre Leitung, nicht mehr in der Lage sind, die Verantwortung für die eigene Datenverarbeitung zu tragen.

Zu verlangen sind also mindestens

- offene, transparente und detaillierte Informationen der Cloud-Anbieter über die technischen, organisatorischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der von ihnen angebotenen Dienstleistungen einschließlich der Sicherheitskonzeption, damit die Cloud-Anwender einerseits entscheiden können, ob Cloud-Computing überhaupt in Frage kommt und andererseits Aussagen haben, um zwischen den Cloud-Anbietern wählen zu können,
- transparente, detaillierte und eindeutige vertragliche Regelungen der Cloudgestützten Datenverarbeitung, insbesondere zum Ort der Datenverarbeitung und zur Benachrichtigung über eventuelle Ortswechsel, zur Portabilität und zur Interoperabilität,
- die Umsetzung der abgestimmten Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen auf Seiten von Cloud-Anbieter und Cloud-Anwender und
- aktuelle und aussagekräftige Nachweise (bspw. Zertifikate anerkannter und unabhängiger Prüfungsorganisationen) über die Infrastruktur, die bei der Auftragserfüllung in Anspruch genommen wird, die insbesondere die Informationssicherheit, die Portabilität und die Interoperabilität betreffen.

Die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder bieten ihre Unterstützung bei der Entwicklung und bei der Nutzung von Cloud-Computing-Diensten an. Details zur datenschutzgerechten Ausgestaltung dieser Dienste sind einer Orientierungshilfe zu entnehmen. (Entscheidung der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder vom 28./29.09.2011; Orientierungshilfe unter https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Technik/Inhalt/TechnikundOrganisation/Inhalt/Cloud_Computing/oh_cloud.pdf)

- **E-Learning an Hochschulen**

Für den Einsatz von E-Learning-Systemen an Hochschulen ist es erforderlich, verbindliche Regelungen und Standards festzulegen, die die datenschutzrechtlichen Anforderungen erfüllen. Dazu erläutert der Landesdatenschutzbeauftragte die wichtigsten Grundsätze: www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Datenschutzrecht/Inhalt/BildungundForschung/Inhalt/6_E-Learning-Systeme/E-Learning_an_Hochschulen.pdf

- **Telemedizin**

Die elektronische Kommunikation und Datenverarbeitung erleichtert viele Abläufe in den Arztpraxen und bei dem Informationsaustausch zwischen Ärztinnen und Ärzten sowie Krankenhäusern und sonstigen in eine Behandlung einbezogenen Institutionen. In der Veröffentlichung "Datenschutz und Telemedizin" werden die Anforderungen an ein datenschutzgerechtes Sicherheitskonzept für die elektronische Kommunikation im Gesundheitswesen beschrieben: https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Datenschutzrecht/Inhalt/Gesundheit/Inhalt/03_Datenschutz_und_Telemedizin/telemed.pdf

Zu elektronischen Akten im Gesundheitswesen siehe Beitrag des Landesbeauftragten zu Nr. 6 in http://www.egesundheit.nrw.de/ztg/egesundheit.nrw.de/content/e2571/e3744/e5229/object5230/21092011_AKEPA-eFA_ElektronischeAktenimGesundheitswesen_web_ger.pdf.

- **E-Mail und andere Internetdienste am Arbeitsplatz**

Die Orientierungshilfe "E-Mail und Internet am Arbeitsplatz" richtet sich sowohl an Verantwortliche in Behörden und Unternehmen als auch an Beschäftigte, die sich informieren wollen, wie diese Dienste am Arbeitsplatz datenschutzgerecht eingesetzt werden können:

https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Datenschutzrecht/Inhalt/Personalwesen/Inhalt/3_E-Mail_am_Arbeitsplatz/E-mail_am_Arbeitsplatz.pdf

- **Fotos von Personen im Internet**

Immer häufiger werden Fotos von Einzelpersonen, Paaren oder Gruppen im Internet für unterschiedliche Zwecke von Privatpersonen und Unternehmen eingestellt. Die Fotos sind nicht nur weltweit zugänglich, sondern können kopiert, bearbeitet und für vielfältige Zwecke verwendet werden. Viele Personen erfreuen sich an ihren Bildern, andere hingegen wollen Fotos von sich nicht im Internet veröffentlicht sehen und berufen sich dabei auf ihr Recht am eigenen Bild. Inwieweit solche Fotos im Internet veröffentlicht werden dürfen, richtet sich nach den §§ 22 und 23 Kunsturhebergesetz (KunstUrhG). Dabei sind folgende Rahmenbedingungen zu beachten:

Das Veröffentlichen von Fotos im Internet bedarf grundsätzlich der Einwilligung der fotografierten Personen. Ausnahmsweise bedarf es in den Fällen des § 23 Abs. 1 i.V.m. Abs. 2 KunstUrhG keiner Einwilligung, wenn es sich um

1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte,
2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen,
3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben, oder
4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient, handelt.

Selbst wenn ein Foto unter die Ausnahmetatbestände fällt, darf es gemäß § 23 Abs. 2 KunstUrhG nur veröffentlicht werden, wenn dadurch kein berechtigtes Interesse der Abgebildeten verletzt wird. Ein berechtigtes Interesse der Abgebildeten kann auch dadurch verletzt sein, dass die Veröffentlichung im Internet weltweit zugänglich ist und die Abgebildeten (durch automatisierte Verfahren) identifiziert werden können.

Die Einwilligung kann ausdrücklich oder konkludent erteilt werden. Sie muss sich sowohl auf das Fotografiert werden als auch auf die Veröffentlichung im Internet erstrecken. Personen, die dann einzeln oder in kleinen Gruppen abgelichtet werden, müssen vorher um ihr Einverständnis in das Fotografieren und Veröffentlichen der Fotos im Internet gebeten werden.

Sofern die Fotos nur für einen begrenzten Kreis von Personen bestimmt sind, ist der Grundsatz der Datenvermeidung und der Datensparsamkeit zu beachten. Dem wird genügt, wenn die Fotos passwortgeschützt online gestellt werden.

(https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Datenschutzrecht/Inhalt/Wirtschaft/Inhalt/Partybildergalerien_im_Internet/Partybildergalerien_im_Internet.php)

- **allgemeine Hinweise zum technischen Datensicherheit**

Nutzerinnen und Nutzern gibt der Landesbeauftragte allgemeine Empfehlungen für die Datensicherheit bei verschiedenen Geräten und Anwendungen: "10 Tipps für Datensicherheit" (https://www.lidi.nrw.de/mainmenu_Datenschutz/submenu_Technik/Inhalt/TechnikundOrganisation/Inhalt/070328_Schuetzen_Sie_Ihre_Daten/10_Tipps_zur_Datensicherheit.pdf)