

Jugendschutz aus Sicht der ProSiebenSat.1 Media AG

Annette Kümmel, Direktorin Medienpolitik

Gemeinsame Jahrestagung der Jugendschutzsachverständigen der Obersten Landesjugendbehörden bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und der Prüferinnen und Prüfer der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)

„Kinderfilm – Kinderfernsehen. Zwischen Pädagogik und Kommerz.“

Stuttgart, 26. April 2007



Agenda



Struktur des Jugendschutzes in, mit und für ProSiebenSat.1 Media AG

Dualer Wettbewerb im Jugendschutz?

Evaluation JugendmedienschutzStaatsvertrag (JMStV)

Fazit



Konzernpositionierung und ihre Jugendschutz-Struktur

Der Free-TV-Anbieter klassischen Zuschnitts hat sich zu einem modernen TV-Provider in der digitalen Medienwelt weiterentwickelt und die Jugendschutzverantwortung strukturiert umgesetzt.

<p>Free-TV Einzig echte Senderfamilie</p>		<p>Jugendschutzbeauftragte, Mitgliedschaften FSF</p>	
<p>Transaktions-TV Die führende Marke für Call TV</p>		<p>Jugendschutzbeauftragter</p>	
<p>Pay-TV Markenverlängerung</p>			<p>Jugendschutzbeauftragte</p>
			<p>keine Jugendschutzrelevanz</p>
<p>Video-on-Demand Führender Anbieter</p>		<p>Jugendschutzbeauftragter, Mitgliedschaft FSM</p>	
<p>Mobile-TV Führender Anbieter</p>		<p>Jugendschutzbeauftragte</p>	
<p>ProSiebenSat.1- Networld zweitgrößtes deutsches Netzwerk</p>		<p>Jugendschutzbeauftragte, Mitgliedschaft FSM</p>	



Kerngeschäft Free-TV





Transaktions-TV: ProSiebenSat.1 Marktführer im Call-TV

Deutschlands erster Quizsender 9Live ist die führende Marke für interaktives Fernsehen in Deutschland.

- n **Vollständige Übernahme von 9Live im Juni 2005**
- n **Zentraler Call-TV-Dienstleister der Gruppe**
- n **Innovative Programmformate & technisches Know-how**
 - § Erfolgreicher Start von interaktiven Event-Shows
 - § Neue Show-Highlights in der Primetime
- n **Nachhaltig nutzbare Kundenbeziehungen**
„9Live Gold“ größter TV-Kundenclub mit 527.000 Mitgliedern



Minderjährige von Teilnahme ausgeschlossen !

Keine Jugendschutzrelevanz im engeren Sinn

Aber hohe Anforderung an Verbraucherschutz

Notwendigkeit der Anleitung von Moderatoren/Redakteuren zur Kontrolle der Ansprache des Zuschauers, Transparenz der Mitmachregeln, Sicherstellung des Ausschluß Minderjähriger

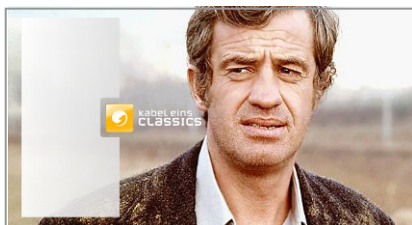
Jugendschutzbeauftragter = Jurist Legal Affairs





Pay-TV: ProSiebenSat.1-Angebot erweitert

Einführung von zwei neuen Pay-TV-Sendern Sat.1 Comedy und kabel eins classics in Deutschland.
Start von ProSiebenSat.1-Welt in Kanada.



n Start Sat.1 Comedy und kabel eins classics am 1. Juni 2006

n 630.000 digitale Kabelabonnenten Ende 2006

§ Kabel Deutschland: Digital Home (auch Kabel BW)

§ Unity Media: tividi family



■ IP-TV: T-COM (T-Home), Telefónica, United Internet, HanseNet (Alice home TV)



Jugendschutzbeauftragte



n Pay-TV-Sender wetter.Fernsehen: Beteiligung an wetter.com AG erhöht



keine Jugendschutzrelevanz
nach nationalem Recht

ProSiebenSat.1 Welt 

n Start von ProSiebenSat.1 Welt in Kanada im Oktober 2006

n Fußball-Angebot ausgeweitet: drei Bundesliga Live-Spiele pro Woche

n 17.000 Abonnenten in den USA und Kanada





ProSiebenSat.1-Gruppe: Größtes Video-on-Demand-Portal

maxdome ist mit 3.500 Titeln das größte deutsche Video-on-Demand-Angebot.

- Start im Juli 2006: Schnelle Markterschließung
- Kooperation mit United Internet (1&1, GMX, Web.de)
- Erfolgreicher Launch: 150.000 aktive Nutzer*
- Größtes Angebot: Spielfilme, Serien, Comedy
- Innovative Werbekonzepte: Advertising-on-Demand



Jugendschutzbeauftragter
Mitgliedschaft FSM





ProSiebenSat.1-Gruppe: Führender Mobile-TV-Anbieter

Handy ist attraktiver Verbreitungsweg für Bewegtbild-Inhalte.
Neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache.

- n Führender Anbieter von Mobile-TV-Angeboten für UMTS und DMB im deutschsprachigen Raum
- n Start des ersten Mobile-TV-Vollprogramms ProSiebenSat.1 Mobile im Oktober 2006
- n Mit N24 und ProSiebenSat.1 Mobile bietet die Gruppe zwei der vier national verbreiteten DMB-Programme



- n N24 Simulcast
 - n ProSiebenSat.1 Mobile: Veranstalter im medienrechtlichen Sinn MFD
- KEINE ZUSÄTZLICHE Jugendschutzrelevanz für ProSiebenSat.1





ProSiebenSat.1: Deutschlands zweitgrößter Online-Anbieter

ProSiebenSat.1-Networld durch Beteiligungen an MyVideo und lokalisten.de ausgebaut.

	<ul style="list-style-type: none"> ■ ProSiebenSat.1-Networld: Zweitgrößtes deutsches Online-Netzwerk ■ Januar 2007: 2,1 Milliarden Seitenzugriffe ■ Weiterer Ausbau geplant 		<p>Jugendschutzbeauftragter FSM</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> n Übernahme von 30 Prozent im September 2006 n Gruppe erweitert Angebot um User-Generated-Content n Exponentielles Wachstum: über sechs Millionen Videos werden täglich angesehen n Innovative Vermarktungsmöglichkeiten 			
	<ul style="list-style-type: none"> n Übernahme von 30 Prozent im Oktober 2006 n Gruppe erweitert Angebot um Social Network n Einstieg in den Web-2.0-Markt n Dezember 2006: 400 Mio Seitenzugriffe, 10 Mio Visits 			<p>keine Jugendschutzrelevanz im engeren Sinn</p>
	<ul style="list-style-type: none"> n Übernahme von 75 Prozent im Februar 2007 n Zweitgrößte deutsche Preissuchmaschine n Dynamisches Wachstum: Mehr als 3 Millionen Unique Users n Innovative Vermarktungsmöglichkeiten 			

ProSiebenSat.1-Gruppe: ausgewählte weitere Geschäftsfelder



keine direkte Jugendschutzrelevanz

n ProSiebenSat.1-Gruppe betreibt in Kooperation mit Warner Music seit 2005 das Label starwatch music.



n MM MerchandisingMedia verantwortet die komplette Wertschöpfungskette des Merchandising - vom Erwerb der Lizenznebenrechte bis zum Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen



n Producers at Work ist eine gemeinsame Produktionsgesellschaft mit dem Produzenten Christian Popp.



n Seit 1999 koproduziert SevenPictures Film erfolgreich deutsche Kinofilme und erwirbt die TV-Lizenzen.



FSK



Verantwortung in der ProSiebenSat.1 Media AG

- n Die Sender der ProSiebenSat.1 Media AG sind grundrechtlich geschützte Medien- und Wirtschaftsunternehmen.
- n Unsere Sender erreichen und beeinflussen sehr viele Menschen. Das ist eine große Verantwortung. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, sichern wir
 - n die Unabhängigkeit unserer Journalisten und redaktionellen Mitarbeiter
 - n durch Richtlinien die Trennung von Werbung und Programm
 - n den Jugendschutz
 - n und engagieren uns in sozialen und kulturellen Bereichen
- n Unabhängig von unserem eigenen Verantwortungsbewusstsein sind wir angewiesen auf Vertrauen und Ansehen bei
 - n den Zuschauern, die ProSiebenSat.1 als das führende elektronische Medienhaus im deutschsprachigen Raum erreicht
 - n den Werbekunden, von deren Umsätzen wir abhängig sind
 - n den Aktionären und Analysten, die ProSiebenSat.1 als börsennotiertes Aktienunternehmen einer regelmäßigen Bewertung unterziehen



Jugendschutz-Struktur in der ProSiebenSat.1 Gruppe

Jugendschutz-beauftragte	<ul style="list-style-type: none">§ Jugendschutzbeauftragte gem. JMStV leiten Jugendschutzabteilungen§ Programmberatung/-bewertung: Programmeinkauf, Programmplanung, Programmierung§ integriert in Produktionsablauf (Drehbuch, Rohschnitt), ggf. Nachbearbeitung von Lizenzproduktionen (Erstellen von Schnittfassungen)§ halten engen Kontakt zu den Aufsichtsbehörden, Institutionen koordinieren, verantworten die Vorlage / Prüfungen bei FSF, z.T. auch FSK§ halten engen Kontakt zu Medienpädagogen und anderen Sendern.
weitere zentrale Funktionen	<ul style="list-style-type: none">§ Legal Affairs: Juristen als Ansprechpartner / Berater für Jugendschutz, verantwortlich für alle Vertragsgestaltungen, zuständig für Aufsichtsverfahren§ Medienpolitik: Koordinierung von Grundsatzpositionen, interne Regulierung, Ansprechpartner für Aufsichtsgremien und Politik§ SIM: konkrete Ansprechpartner für Jugendschutz (Koordinatoren, Redakteure)
Freiwillige Selbstkontrollen	<ul style="list-style-type: none">§ Mitgliedschaften FSF§ Mitgliedschaft FSM§ Abhängigkeiten / Interdependenzen FSK
aufsichtführende Institutionen	<ul style="list-style-type: none">§ FSF, FSM§ KJM§ BLM, MABB, LMK



Jugendschutz-Struktur in der ProSiebenSat.1 Gruppe


Beispielhafte Geschäftsaktivitäten, die Jugendschutzrelevanz aufweisen

Free TV	<ul style="list-style-type: none">§ Programmbewertung (Beispiel: NCIS – Sendeplatz hat maßgebliche wirtschaftliche Bedeutung, FSK <u>und</u> FSF Prüfungen, Prüfungsmöglichkeit Synchronfassungen)§ Eigenwerbung durch Trailer für Programmerfolg notwendig, Vereinbarung KJM, Entwicklung von Kriterien für die Gestaltung der Trailer§ Programmplatzierung von Filmen
Pay TV Video on Demand	<ul style="list-style-type: none">§ Lizenzeinkauf Programm (Erotikangebot, Filmpaket)§ Vorsperre und Altersverifikationssystem, z.B. Auswahl des AVS, Auswahl Dienstleister, ständige Kontrolle
Online	<ul style="list-style-type: none">§ Bewertung, ständige Kontrolle Online-Angebot§ Gestaltung, Umsetzung Jugendschutzprogramme
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none">§ Werbespots Ansprechpartner für Bewertung ggf. problematischer Spots§ Trailer inhaltliche Bewertung/Gestaltung, Platzierung§ Online und Teletext Vermarktung Prüfung Erotikangebote, links etc



Kerngeschäft Free-TV: Programmerfolge der Senderfamilie

Wirtschaftlicher Erfolg durch gezielte Programmierung. Aber nicht auf Kosten des Jugendschutz!
Top-5-Programme der Sender im Geschäftsjahr 2006 – im wesentlichen nicht jugendschutzrelevant.

	<ul style="list-style-type: none">§ „Verliebt in Berlin – Das Ja-Wort“ (38,6%), „Verliebt in Berlin“ (bis zu 29,0%)§ UEFA Champions League FC Barcelona – FC Arsenal, 2. HZ (29,9%)§ „Das Wunder von Bern“ (27,0%)§ „Navy CIS“ (bis zu 22,2%)§ „Schillerstraße“ (bis zu 22,0%)
	<ul style="list-style-type: none">§ „Fluch der Karibik“ (40,0%) FSK 12§ „(T)Raumschiff Surprise – Periode 1“ (34,1%)§ „Harry Potter und die Kammer des Schreckens“ (30,5%)§ „POPSTARS“ (bis zu 30,0%)§ „Die ProSieben Märchenstunde“ (bis zu 28,7%)§ „Germany’s next Topmodel“ (bis zu 24,0%)
 kabel eins	<ul style="list-style-type: none">§ „Ghost Whisperer“ (bis zu 11,8%)§ „Beverly Hills Cop III“ (11,7%)§ „Without a Trace – Spurlos verschwunden“ (bis zu 10,6%)§ „Cold Case – Kein Opfer ist je vergessen“ (bis zu 10,5%)§ „Mein neues Leben“ (bis zu 9,1%)
	<ul style="list-style-type: none">§ „N24 Nachrichten“ (bis zu 4,9%)§ Dokumentation: „Das Reich des Bösen“ (4,5%)§ „Morgenreport“ (bis 4,2%)§ „Kronzuckers Kosmos“ (bis zu 4,2%)§ „Was erlauben Strunz“ (bis zu 2,1%)



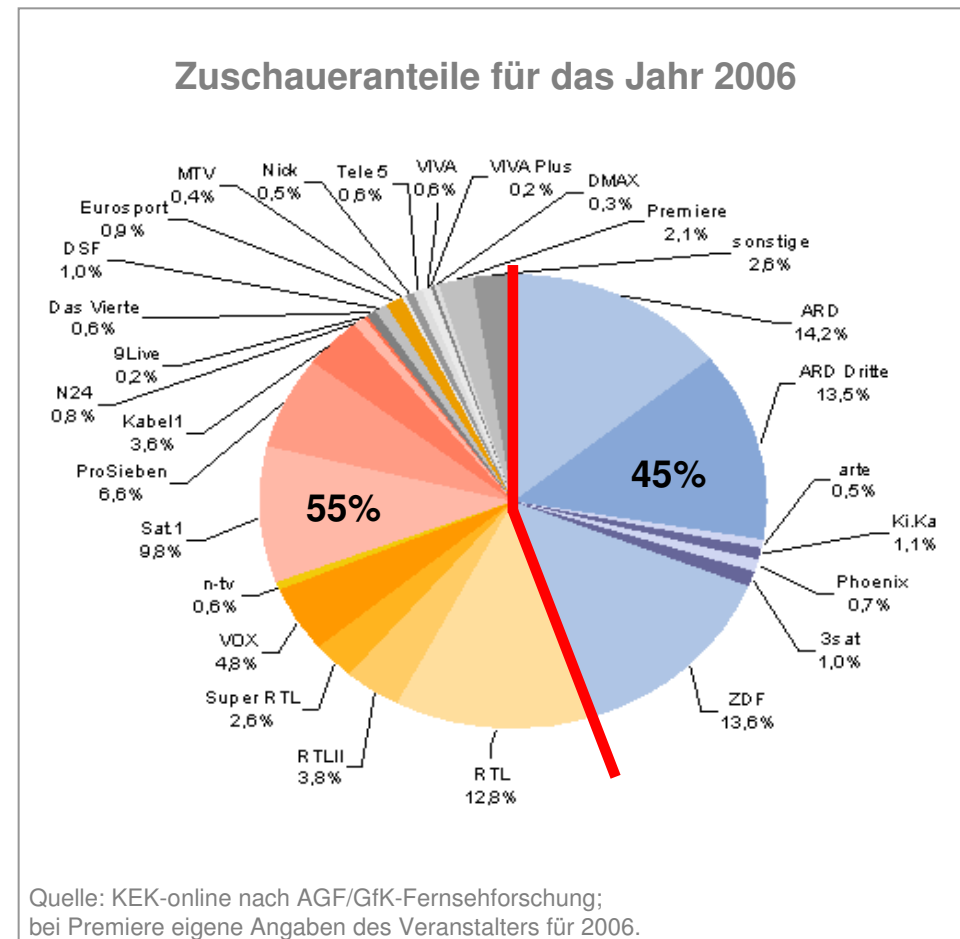
Dualer Wettbewerb im Jugendschutz?

Der Markt ist teilbar, der Jugendschutz NICHT.

- § Öffentlich-rechtlicher Rundfunk deckt 45% des Fernsehmarktes ab.
- § (z.T.) vergleichbare Programmstrukturen bei privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk
- § gesetzliche Grundlagen im Jugendschutz sind „system“übergreifend.
- § Interne Struktur des Jugendschutz in den Rundfunkanstalten ist den gesetzlich bestimmten Jugendschutzbeauftragten der privaten Veranstalter gleichzusetzen.
- § FSK-Entscheide für öffentlich-rechtlichen Rundfunk gleichermaßen bindend.
- § Aber: Vergleichbar stringente Aufsicht ist für uns beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht erkennbar.

Diskussion zur Öffnung der FSF erforderlich

Zuständigkeit Medienanstalten / KJM
wünschenswert





Evaluation JMStV

Im Wesentlichen positive Bilanz. Wenige Klarstellungen erforderlich:

- n Bessere Abstimmung zwischen JMStV und Jugendschutzgesetz
bidirektionale Bindung der Entscheidungen FSK und FSF**
- n Vorlagefähigkeit**
- n Kompetenz Jugendschutzbeauftragte**



Fazit

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist das führende elektronische Medienhaus im deutschsprachigen Raum.

Wir bieten modernen Menschen erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen, wann immer sie es wünschen, wo immer sie sind.

Wir übernehmen unsere Verantwortung und nehmen sie wahr.

Wir fordern wenige Klarstellungen für eine Planungs- und Rechtssicherheit, die im Rahmen verantwortungsbewussten Handelns die für und notwendige Wirtschaftlichkeit berücksichtigt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Annette Kümmel
Direktorin Medienpolitik
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7, 85774 Unterföhring
Tel. +49 89 95072300
Fax +49 89 95072302
email: annette.kuemmel@prosiebensat1.com

