



ALM-Jahrbuch 2009/2010 der Landesmedien- anstalten erschienen Anzahl privater Rundfunkangebote erstmals rückläufig

Die Zahl der privaten Rundfunkangebote in Deutschland ist erstmals rückläufig, und zwar sowohl beim Fernsehen als auch beim Hörfunk: Ende 2009 gab es in Deutschland 360 TV-Programme (Vorjahr: 365), 126 bundesweite und 231 landesweite bzw. regionale/lokale Privatfernsehsender sowie 244 private Hörfunkprogramme (Vorjahr: 247). Die strukturellen Auswirkungen der Digitalisierung und der Rückgang der Werbeerlöse machen sich damit auch im privaten Rundfunksektor bemerkbar.

Die aktuellen Daten über die Angebotsentwicklung im privaten Rundfunk finden sich im neuen „ALM-Jahrbuch 2009/2010. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland.“ Das soeben im Vistas-Verlag erschienene ALM-Jahrbuch 2009/2010 richtet den Blick – wie die doppelte Jahreszahl schon verdeutlicht – nicht nur zurück auf das vergangene Jahr, sondern auch noch stärker auf die Gegenwart und nach vorn. Es gibt einen Überblick über medienpolitische Entwicklungen und Diskussionen und skizziert die Arbeit der Landesmedienanstalten. Daneben enthält es die wichtigsten Daten über die technische, programmliche und wirtschaftliche Entwicklung des privaten Rundfunks auf nationaler Ebene und in den Bundesländern und bietet eine detaillierte Übersicht über den Stand der Digitalisierung des Rundfunks in Deutschland mit den neuen Programmangeboten und Technologien.

Das Jahr 2009 war – auch aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung – einerseits durch die Diskussion um die Expansionspolitik des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die Ausgestaltung und Anwendung der sogenannten Drei-Stufen-Tests geprägt

Mitglieder:

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) - Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) - Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) - Bremische Landesmedienanstalt (brema) - Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) - Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) - Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV) - Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) - Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) - Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) - Landesmedienanstalt Saarland (LMS) - Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) - Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) - Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

sowie andererseits durch eine zunehmend intensiver geführte Debatte über die Qualität und die Programminhalte der privaten Rundfunkprogramme. Aktueller Höhepunkt der Bemühungen auf privater Seite, Kosten zu reduzieren, ist der Verkauf des Nachrichtensenders N24. Eine Entwicklung, die von den Landesmedienanstalten kritisch begleitet wird: „Rundfunk ist nicht nur Wirtschafts-, sondern auch Kulturgut. Fernsehen und Radio müssen einen gesellschaftlichen Mehrwert liefern und unterscheiden sich somit von anderen Unternehmen am Markt“, stellt der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Thomas Langheinrich, im aktuellen ALM-Jahrbuch 2009/2010 fest. Zur Stabilisierung des dualen Systems fordert die Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten (GK), Werbung solle nur noch privatwirtschaftlichen Programmanbietern erlaubt sein.

Ein umfangreicher Serviceteil mit Daten, Fakten und Zahlen zur Programm- und Senderentwicklung, zu den Bürgermedien und der Medienkompetenzförderung der Landesmedienanstalten komplettiert das Jahrbuch und macht es zu einem wichtigen Nachschlagewerk für Wissenschaftler, Journalisten und alle Medieninteressierten. Das 503 Seiten starke „ALM-Jahrbuch 2009/2010 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland“ mit über zweihundert farbigen Grafiken, Bildern und Karten wird herausgegeben von der ALM, der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Es ist erschienen im Vistas-Verlag (ISBN 978-3-89158-524-5) und zum Preis von Preis 25,-- Euro im Buchhandel erhältlich. Eine PDF-Version des Jahrbuches ist unter www.alm.de abrufbar.

Kontakt bei Medien-Rückfragen:

Axel Dürr

Pressesprecher

c/o Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Telefon: 0711 / 89 25 32-74

E-Mail: presse@alm.de

Die ALM im Internet: www.alm.de