

HINGUCKER

**BEISPIELE AUS DER PRÜFPRAXIS
DER MEDIENANSTALT HAMBURG / SCHLESWIG-
HOLSTEIN (MA HSH)**

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

mit der zweiten Ausgabe des „Hingucker“ sind wir schon in der kalten Jahreszeit angekommen. Die Zeit, in der viele Menschen mehr Radio hören und vor den Bildschirmen sitzen als in den Sommermonaten. Vielleicht auch die Zeit, genauer hinzuhören und zu sehen.

Denn wenn Sie in den Medien über etwas stolpern, dass Ihnen ein unangenehmes Gefühl bereitet, ist das unter Umständen nicht nur eine Geschmacksfrage, sondern kann ein handfester Verstoß gegen eine medienrechtliche Vorschrift sein.

Ganz genau schauen wir alle bei dem hin, was Kinder im Fernsehen gucken oder welche Internetangebote sie nutzen. Als Eltern greifen Sie ein, wenn Sie meinen, dass Sendungen oder Internetseiten nicht für Ihr Kind geeignet sind und drücken den Aus-Knopf. Grundsätzlich müssen Radio- und Fernsehsender von vornherein dafür sorgen, dass ihr Programm Kindern nicht schadet. So steht es im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag. Die MA HSH greift ein, wenn Sender dagegen verstoßen, zum Beispiel indem sie Filme bewerben, die für bestimmte

Altersgruppen nicht geeignet sind, oder Kinder mit Werbung in eine Abo-Falle locken. Aber was passiert, wenn eine Internetseite gegen Gesetze verstößt, es aber kein Impressum gibt, das den Verantwortlichen nennt?

Antworten auf diese und andere Fragen finden Sie in der kleinen Auswahl an Themen und Fällen, die wir für Sie zusammengestellt haben. Vielleicht erkennen Sie hier und da auch Ihr unangenehmes Gefühl wieder und können es zukünftig besser benennen. Und im besten Falle teilen Sie uns [hier](#) mit, wenn Sie wieder einmal das Gefühl beschleicht, dass irgendetwas medienrechtlich nicht mit rechten Dingen zugeht.

Ihr Thomas Fuchs

Direktor der MA HSH

INHALT

FERNSEHEN

Abo-Werbung für Handy-Dienste 04

FERNSEHEN

Bewegte Programminweise zur falschen Sendezeit 05

FERNSEHEN

Persönlichkeitsrecht oder Informationsinteresse: Was hat Vorrang? 06

FERNSEHEN

Etikettenschwindel im Werbeblock 07

INHALT

RADIO

Werbung für Sexshops im Radio 08

INTERNET

Katz- und Mausspiel um ein Sexportal 09

INTERNET

Homepage mit fehlendem Impressum 11



ABO-WERBUNG FÜR HANDY-DIENSTE

VERANSTALTER:

Nickelodeon

SENDUNG:

Werbung

SENDEDATUM:

Dezember 2014

„Hast du eine beste Freundin? Sicher? Teste das mal lieber mit dem bff-Calculator! Sende ‚Best‘, deinen Namen und den Namen deiner Freundin an fünfmal die Drei! Finde heraus, ob ihr wirklich beste Freunde seid!“

Werbespots mit solchen und ähnlichen Texten waren im Dezember 2014 ab 21 Uhr beim Kindersender Nickelodeon zu sehen. Sie warben zum Beispiel für Video-Klingeltöne und Handy-Spiele. Andere Spots priesen Auskunftsdienste an, etwa zu den Chancen einer Liebesbeziehung oder – wie oben - zur Zuverlässigkeit der „besten Freundin“. Die Spots versprachen, verlässliche Auskünfte zu diesen Fragen zu liefern – und das nur auf Basis der jeweiligen Vornamen.

Die Spots waren durchaus kreativ gestaltet. Sie stellten die jeweiligen Angebote mit bunten Bildern, Filmaufnahmen und Animationen großflächig dar. Aufgrund ihrer Inhalte und ihrer Gestaltung waren die Spots eindeutig auch an Kinder und Jugendliche gerichtet.

Alle Spots warben scheinbar für den Kauf einzelner Dienstleistungen und ermöglichten eine sofortige Bestellung per SMS. Bestellcode und -Telefonnummer wurden jeweils sehr groß in der Bildmitte eingeblendet, von den Sprechern mehrmals vorgelesen und zugleich durch kurze Animationen hervorgehoben.

Nur im leicht zu übersehenden „Kleingedruckten“ am unteren Bildrand war zu lesen, dass die Bestellung in Wahrheit zum Abschluss eines Abonnements zum Preis von 4,99 Euro monatlich führte.

Mit dieser Gestaltung lenkten die Spots gezielt von der Tatsache ab, dass es sich um Abo-Werbung handelte. Nach Einschätzung der MA HSH nutzten sie damit die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen unter 16 Jahren aus, um sie zum Abschluss eines Abonnements zu bewegen. Kinder und Jugendliche dieses Alters verfügen zwar über eine gewisse Erfahrung mit Werbung, sind aber gerade im Hinblick auf die Bedeutung des „Kleingedruckten“ noch unerfahren und leichtgläubig. Auch kön-

nen sie noch nicht zuverlässig einschätzen, dass die angepriesenen Auskünfte zu Liebes- und Freundschaftsfragen so gar nicht möglich sind.

Die Ausstrahlung der Spots stand daher im Widerspruch zu § 6 Abs. 4 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Werbung, die sich auch an Kinder und Jugendliche richtet, darf danach nicht deren Interessen schaden oder ihre Unerfahrenheit ausnutzen.

Nickelodeon sagte nach entsprechender Mitteilung der MA HSH zu, die Spots nicht mehr vor 22 Uhr auszustrahlen. Wenn Rundfunkanbieter diese Zeitgrenze einhalten, dürfen sie davon ausgehen, dass Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren die Sendeinhalte normalerweise nicht wahrnehmen. Da der Sender seine Zusage zuverlässig einhält, konnte von einem medienrechtlichen Verfahren abgesehen werden.

BEWEGTE PROGRAMMHINWEISE ZUR FALSCHEN SENDEZEIT

VERANSTALTER:

Nickelodeon
Programmschiene
Comedy Central

SENDUNG:

Programmankündigung

SENDEDATUM/-ZEIT:

19. und 20. April 2014
20 bis 23 Uhr

Im April 2014 hatte es die MA HSH zum wiederholten Mal mit einem Problem zu tun, das auf den ersten Blick ganz unscheinbar wirkt. Der Kindersender Nickelodeon wies in seiner Programmschiene Comedy Central ab 20 Uhr auf eine Sendung hin, die erst nach 22 Uhr ausgestrahlt werden durfte. Die kurzen Hinweise waren mit Bewegtbildern gestaltet, die für sich genommen ab 20 Uhr gesendet werden dürften. Dennoch lag hier ein Rechtsverstoß vor. Warum eigentlich?

Die Hinweise warben für die niederländische Comedy-Reihe Popoz, die neu in das Programm gekommen war. Wegen der drastischen Gewaltdarstellungen und der aggressiv sexualisierten Sprache können die Folgen der ersten Staffel Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren ängstigen und negativ beeinflussen. Deshalb dürfen sie erst nach 22 Uhr gesendet werden.

Programmhinweise mit Bewegtbildern dürfen die Sender erst zu den Zeiten ausstrahlen, zu denen die Sendung selbst

erlaubt ist. Mit dieser Regelung will der Gesetzgeber verhindern, dass jüngere Zuschauer auf die Sendung neugierig werden und sie trotz der späten Sendezeit noch schauen. Programmhinweise ohne Bewegtbilder sind dagegen auch vor dieser Zeit erlaubt, da sie weniger Aufmerksamkeit erregen und weniger attraktiv sind als solche mit bewegten Bildern.

Nickelodeon wies am 19. und 20. April jedoch schon vor 22 Uhr mehrmals mit Bewegtbildern auf die Ausstrahlung hin.

Die MA HSH bewertete die Ausstrahlung vor 22 Uhr daher als Verstoß gegen die Vorschriften des Jugendmedienschutzvertrags (JMStV) und legte die Fälle der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zur weiteren Prüfung vor. Die KJM bestätigte den Rechtsverstoß. Die MA HSH sprach eine förmliche Beanstandung gegen den Sender aus. Da es sich um einen Wiederholungsfall handelte, verhängte sie außerdem ein Bußgeld.

PERSÖNLICHKEITSRECHT ODER INFORMATIONSIINTERESSE: WAS HAT VORRANG?

VERANSTALTER:
NOA4

SENDUNG:
Beitrag über Schwarzgeld und
Stromdiebstahl

SENDEDATUM:
11. Juli 2014

In einer Norderstedter Vereinsgaststätte soll es zu strafrechtlich relevanten Machenschaften gekommen sein, berichtete ein Lokalfernsehsender. Von Schwarzgeld und Stromdiebstahl war die Rede. Anlass der Berichterstattung war ein anonymes Hinweisschreiben, das dem Sender zugespielt wurde. Über diesen Beitrag beschwerte sich ein Zuschauer, weil er darin mit vollem Namen als Beteiligter an den Straftaten genannt wurde. Außerdem wurde für etwa zehn Sekunden das anonyme Schreiben in die Kamera gehalten, auf dem sein Name deutlich zu lesen war.

War der Fernsehsender berechtigt, seinen Namen im Zuge seiner Berichterstattung über einen strafrechtlich relevanten Vorgang zu nennen? Wo hat Berichterstattung ihre Grenzen?

Nach § 10 Abs. 1 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrags (RStV) haben Berichterstattung und Informationssendungen im Radio und im Fernsehen den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Dazu zählen auch die

Richtlinien des Deutschen Presserats, der so genannte Pressekodex.

Die Medienanstalten achten darauf, dass private TV- und Radiosender diese Regeln einhalten. Danach darf bei der Berichterstattung über Straftaten der Name eines Verdächtigen grundsätzlich nicht genannt werden. Dafür gibt es gute Gründe: Schließlich kann sich eine solche Berichterstattung erheblich auf das berufliche und private Umfeld der betroffenen Person auswirken. Ein Verdächtiger wird an den Pranger gestellt und möglicherweise öffentlich vorverurteilt. Was ist, wenn sich später seine Unschuld herausstellt? Eine identifizierende Berichterstattung ist deshalb nur in ganz bestimmten Ausnahmefällen erlaubt. Etwa bei außergewöhnlich schwerer Kriminalität (z.B. NSU-Prozess) oder bei Straftaten, an denen die Öffentlichkeit ein ganz besonderes Interesse hat (z.B. wenn Politiker beteiligt sind).

Ein solcher Ausnahmefall lag hier nicht vor. Der Sender sah das auch ein und bedauerte den Vorfall. NOA4 sicherte zu,

in diesem Bereich künftig sorgfältiger zu arbeiten. Die MA HSH sah deshalb von weiteren medienrechtlichen Maßnahmen ab.

ETIKETTENSCHWINDEL IM WERBEBLOCK

VERANSTALTER:

Sky Cinema HD

SENDUNG:

Werbespot

SENDEDATUM:

31. Mai 2014

*„Sechs Minuten Fahrerlebnis, fünf Fahr-
ebenen, drei Abfahrten, weltweit einzigar-
tig. Die steilste Abfahrt in einer Wildwas-
serbahn. Chiapas – Die Wasserbahn. Wir
fahren auch rückwärts. Chiapas – jetzt
im Phantasialand.“*

Hier lesen Sie den Text eines klassischen
Werbespots für einen Freizeitpark und
seine neueste Attraktion, ausgestrahlt
mitten in einem Werbeblock bei Sky
Cinema HD. Ein Werbespot in einem
Werbeblock? Dann ist doch alles okay,
oder? Eben nicht!

Der Werbespot wurde nämlich optisch
und akustisch als „Sky Action Tipp“
angekündigt. Dadurch ging das Publikum
davon aus, dass der laufende Werbe-
block beendet ist und ein redaktioneller
Programmteil folgt, nämlich ein von Sky
inhaltlich aufbereiteter Tipp zu einem
actiongeladenen Film oder Event. Tat-
sächlich folgte jedoch kein Programm:
Es folgte ein Werbespot. Es handelte sich
also um eine Art Etikettenschwindel.

Damit verletzte der Sender den Grund-
satz nach § 7 Abs. 3 Rundfunkstaats-
vertrag (RStV), wonach Werbung leicht
erkennbar und vom redaktionellen Inhalt
unterscheidbar sein muss. Deshalb
muss sie durch optische oder akustische
Mittel oder durch das Umfeld, in dem sie
ausgestrahlt wird, eindeutig von anderen
Sendungsteilen abgesetzt sein. Der Be-
ginn der Fernsehwerbung ist mit einem
Werbelogo anzukündigen, in dem das
Wort „Werbung“ enthalten ist.

Durch den Vorspann des Spots (groß-
formatige Einblendung und verbale
Ankündigung als „Sky Action Tipp“)
wähnte sich der Zuschauer aber wieder
im normalen Programm. Deshalb hätte
der folgende Phantasialand-Werbespot
mit einem Werbelogo angekündigt wer-
den müssen.

Gegen den Veranstalter wurde eine
förmliche Beanstandung ausgesprochen.

Dieser Fall ist übrigens nicht zu verwech-
seln mit redaktionell gestalteten Musik-
oder Kinotipps, wie sie mittlerweile fast

alle Sender ausstrahlen. Diese werden
ebenfalls als Programmbestandteil
angekündigt und gekennzeichnet (z.B.
Sender XY-CD-Tipp), enthalten aber
tatsächlich keine Werbung, sondern
journalistisch-redaktionell aufbereitete
Inhalte. Diese Tipps dürfen wegen der re-
daktionellen Inhalte nicht im Werbeblock
laufen. Die Veranstalter platzieren diese
Tipps deshalb meistens nach Beendi-
gung der Werbung.

WERBUNG FÜR SEXSHOPS IM RADIO

VERANSTALTER:

Radiosender aus Hamburg

SENDUNG:

Werbespot für Sexshops

SENDEZEIT:

im Tagesprogramm

Im Februar 2014 bat ein Hamburger Radiosender die MA HSH um eine medienrechtliche Einschätzung. Der Sender wollte wissen, ob es Bedenken gegen die Ausstrahlung von Werbung für Sexshops gebe.

Die Prüfung ergab, dass die vorgelegten Spots sehr zurückhaltend gestaltet waren. Sie bestanden jeweils aus wenigen Sätzen und thematisierten Sexualität nur sehr indirekt. Der erste Teil der Spots war vom Brummen eines elektrischen Geräts untermalt. Er enthielt allgemeine Aussagen und blieb für sich genommen unverständlich. Der zweite Teil verwies auf den Online-Shop und die „Fachgeschäfte“ des Anbieters, wo „mehr Erotik“ erhältlich sei. Erwachsene und ältere Jugendliche konnten daraus schließen, dass die Spots für einen Sexshop warben, und so auch das Brummen als Geräusch eines Sexspielzeugs deuten. Kindern und jüngeren Jugendlichen erschloss sich dies noch nicht.

Werbung für Sexspielzeug kann als Ordnungswidrigkeit geahndet werden,

wenn sie grob anstößig oder belästigend gestaltet ist. Werbung für Sexshops allgemein ist von dieser Vorschrift nicht erfasst. Sie darf jedoch nicht so gestaltet sein, dass sie Kindern und Jugendlichen schadet.

Die vorgelegten Spots enthielten keine Botschaften, die für Kinder und Jugendliche problematisch waren. Sie verwendeten keine sexualisierte Sprache und präsentieren weder diskriminierende Geschlechterrollen noch problematische Verhaltensweisen. Eine Beeinträchtigung von zuhörenden Kindern und Jugendlichen war daher nicht zu erwarten. Auch eine belästigende Wirkung konnte wegen der sehr zurückhaltenden Gestaltung ausgeschlossen werden.

Allerdings warben die Spots für einen Online-Shop, der auch entwicklungsbeeinträchtigende Artikel im Angebot hat und mit der Alterskennzeichnung „ab 16 Jahren“ versehen ist. Daher dürfen sie nicht im Zusammenhang mit Sendungen ausgestrahlt werden, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Soweit dies

nicht der Fall ist, können die vorgelegten Spots auch im Tagesprogramm gesendet werden.

Die MA HSH informierte den Sender über das Ergebnis. Ausstrahlungen der Werbespots wurden bislang nicht beobachtet.

ZUSATZINFORMATIONEN

Eine Aufgabe der MA HSH ist es, die von ihr zugelassenen Radio- und Fernsehprogramme zu beaufsichtigen. Sie prüft dazu nach der Ausstrahlung einer Sendung oder eines Werbespots, ob diese gegen die medienrechtlichen Vorschriften verstoßen hat. Eine Vorabkontrolle des Programms ist wegen des gesetzlichen Zensurverbots nicht möglich.

In einigen Fällen suchen Sender vor einer Ausstrahlung den Rat der MA HSH und bitten um eine medienrechtliche Einschätzung. Die Auskunft der MA HSH zur medienrechtlichen Bewertung von Sendungen, Werbeformen oder Werbespots beruht immer auf Einzelfallprüfungen. Pauschale Unbedenklichkeitsbescheinigungen kann sie nicht erteilen, weil stets die Umstände des Einzelfalls entscheidend sind. So ist bei Werbespots nicht nur das Produkt bzw. der Inhalt, sondern auch Form und Gestaltung des Spots von Bedeutung. Der Sender kann die vorgelegten Spots zwar als Vorbild für weitere Spots verwenden. Dies bewahrt ihn aber nicht vor einer möglichen Beanstandung, wenn er mit der Ausstrahlung gegen werbe- oder jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen verstoßen hat.

KATZ- UND MAUSSPIEL UM EIN SEXPORTAL

ANGEBOTE:

www.xxxsex-portal.de
www.xxxsex-portal.com

BEOBACHTUNG:

30. Mai 2011

VERFAHRESENDE:

13. August 2015

Das „Anzeigen-Portal für Huren, Modelle & Bordelle“ geriet bereits Ende 2011 in den Fokus der MA HSH-Programmbesichtigung. Erst vier Jahre später konnte die MA HSH den Fall abschließen, nach vier Hinweisschreiben, zwei Verfahren und zwei Strafanzeigen. Das Portal ist mittlerweile offline. Das Bußgeld-Verfahren wurde vor Gericht entschieden.

Das Angebot machte zum einen pornografische Inhalte frei zugänglich. Außerdem machte es gezielt Werbung für Prostitution. Es präsentierte Frauen in Reizwäsche und stellte ihre spärlich verhüllten Körper in sexuell aufreizenden Posen oder Stellungen zur Schau. Ihre körperlichen Vorzüge und ihr Sexreertoire wurden in zum Teil vulgärer Sprache hervorgehoben. Das Anzeigenportal bot Frauen wie Waren an und würdigte sie zu stets verfügbaren Sexobjekten herab. Freier konnten innerhalb des Portals die in Anspruch genommenen Frauen sogar bewerten.

Erwachsene sind in der Lage, solche Angebote einzuordnen und das darin

vermittelte Bild von Sexualität und Geschlechterrollen zu hinterfragen. Kinder und insbesondere Jugendliche, die sich noch in einer sexuellen Orientierungsphase befinden, laufen Gefahr, das problematische Rollenbild zu übernehmen. Sie können den Eindruck gewinnen, es sei für Frauen normal, sich zu prostituieren oder für Männer selbstverständlich, käuflichen Sex in Anspruch zu nehmen.

Im ersten Verfahren war das Portal mit einer „.de“-Endung im Netz. Bei einer „.de“-Adresse muss der Anbieter eine Adresse in Deutschland angeben. Hier handelte es sich um eine Adresse im Zuständigkeitsbereich der MA HSH. Die MA HSH hörte den Anbieter zu den Verstößen an. Daraufhin entfernte dieser die pornografischen Inhalte und kennzeichnete sein Angebot mit einem „ab 18-Label“ für anerkannte Jugendschutzprogramme. Damit war das Angebot nicht mehr zu beanstanden und die MA HSH plante, das Verfahren einzustellen.

Doch dann fiel bei einer Kontrollsichtung ein erneuter Verstoß auf. Das Portal

machte diesmal wieder pornografische Inhalte ohne ausreichende Schutzmaßnahmen zugänglich. Es verlinkte auf ein kostenpflichtiges Webcamsexangebot, das pornografische Fotos, Videos und Livesexdarbietungen enthielt. Der Zugang war uneingeschränkt für jeden über eine Telefonverbindung möglich: teuer, aber keine Hürde im Sinne des Jugendschutzes. Die MA HSH wies den Anbieter auf diesen Verstoß hin und forderte erneut Nachbesserungen ein. Der Anbieter nahm daraufhin das Angebot vom Netz (März 2013), um es zwei Monate später wieder ins Netz zu stellen, diesmal als „.com“-Domain. Damit musste der Anbieter keine deutsche Adresse mehr angeben. Er verschleierte nun seine Verantwortlichkeit. Die MA HSH konnte aber Indizien für seine Verantwortlichkeit recherchieren und leitete ein zweites Verfahren gegen den Anbieter ein.

Fortsetzung auf S. 10

INTERNET

Wer in Deutschland Minderjährigen pornografische Inhalte zugänglich macht, verstößt nicht nur gegen Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Er oder sie begeht damit auch eine Straftat. Deswegen zeigte die MA HSH das Angebot bei den Strafverfolgungsbehörden an. Diese konnten den erforderlichen Nachweis erbringen, dass der Beschuldigte das Internetangebot noch verantwortete. Sie sahen aber von der Verfolgung der Straftat ab, so dass die MA HSH den Pornografieverstöß als Ordnungswidrigkeit ahnden konnte. Gegen den Bußgeldbescheid der MA HSH legte der Anbieter Widerspruch ein. Das Gericht bestätigte den Bußgeldbescheid der MA HSH, reduzierte lediglich die Bußgeldhöhe.

ZUSATZINFORMATIONEN

Nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) dürfen pornografische und somit jugendgefährdende Inhalte im Internet nur dann verbreitet werden, wenn der Anbieter sicherstellt, dass ausschließlich Erwachsene Zugriff darauf haben (sogenannte geschlossene Benutzergruppen). Für Inhalte, die „nur“ beeinträchtigend für Kinder und Jugendliche sind, gelten weniger strenge Auflagen. Sie dürfen im Internet verbreitet werden, wenn der Anbieter Vorkehrungen trifft, dass Minderjährige diese üblicherweise nicht wahrnehmen können. Er kann den Zugang zeitlich oder durch ein technisches Mittel begrenzen. Er kann sein Angebot aber auch nach der relevanten Altersstufe (z. B. ab 16 oder ab 18 Jahren) so labeln, dass es von anerkannten Jugendschutzprogrammen erkannt und je nach Einstellung des Programms geblockt werden kann. Anerkannte Jugendschutzprogramme werden nutzerseitig am Computer installiert und geben Eltern die Möglichkeit, Kinder das Internet altersdifferenziert nutzen zu lassen.

Mehr Informationen finden Sie auf der Seite der [KJM](#).

HOMEPAGE MIT FEHLERHAFTEM IMPRESSUM

BESCHWERDEEINGANG:

17. März 2015

„Über die im „https://www(...).de/legal/impresum/“ angegebene – einzig zu findende – Emailadresse erhält man keine Rückmeldung oder gar Antwort. Die Emailadresse ist daher keine dem TMG genügende Kontaktierungsmöglichkeit.“

Diese Beschwerde kam von einem Bürger, der per E-Mail Kontakt mit dem betreffenden Unternehmen aufnehmen wollte.

Im Rahmen der Telemedienaufsicht überprüft die MA HSH nicht nur, ob Internetseiten inhaltlich gegen das Gesetz verstoßen, sondern kontrolliert zudem, ob der Betreiber die Informationen angibt, die der Rundfunkstaatsvertrag (RStV) und das Telemediengesetz (TMG) vorschreiben. Dies nennt man auch Impressums- oder Anbieterkennzeichnungspflicht.

Die Impressumspflicht dient vor allem privaten Interessen, nämlich dem Schutz der Verbraucher. Jedoch sind auch öffentliche Interessen von Bedeutung, etwa dem Staat die Rechtsverfolgung zu

ermöglichen. Je nach Art und Ausgestaltung einer Internetseite hat ihr Betreiber unterschiedlich viele Informationen über sich anzugeben, vor allem zu Möglichkeiten der Kontaktaufnahme. Fehlen Informationen auf der Homepage oder sind sie nicht einfach und dauerhaft erreichbar, fordert die MA HSH den Betreiber zunächst auf, an dieser Stelle nachzubessern. Viele Seitenbetreiber kennen ihre gesetzlichen Pflichten gar nicht oder wissen nicht, welchen Umfang diese Angaben haben müssen. In der überwiegenden Anzahl der Fälle zeigen sie sich einsichtig und stellen ein ordnungsgemäßes Impressum online, so dass die Einleitung eines Bußgeldverfahrens die Ausnahme bleibt. Einige Anbieter nehmen ihre Seiten in der Folge ganz aus dem Netz.

Ist – wie hier – eine Impressumsangabe fehlerhaft, wendet sich die MA HSH zunächst an den Seitenbetreiber, hilfsweise an den Domaininhaber. In vielen Fällen kann sie eine Nachricht an den Seitenbetreiber auch auf anderem Wege, wie zum Beispiel über ein Kontaktformular,

übermitteln. Ist der Seitenbetreiber oder der Domaininhaber im Ausland ansässig, verspricht ein solches Vorgehen wenig Aussicht auf Erfolg, da die Durchsetzung deutschen Rechts im Ausland schwierig bis unmöglich ist. Sitzt der Seitenbetreiber oder der Domaininhaber im Inland, aber in einem anderen Bundesland als Hamburg oder Schleswig-Holstein, gibt die MA HSH die Sache zuständigkeitshalber an die jeweilige Behörde dieses Bundeslandes ab.

Vorliegend hat das Unternehmen, das die Seite betreibt, technische Probleme im Zusammenhang mit der E-Mail-Adresse festgestellt und diese zügig behoben. Die MA HSH hat den Beschwerdeführer abschließend über das nunmehr ordnungsgemäße Impressum und die wiederhergestellte Möglichkeit der Kontaktaufnahme über E-Mail informiert.

ZUSATZINFORMATIONEN

Fast jede Internetseite unterliegt der Impressums- oder auch Anbieterkennzeichnungspflicht. Danach muss der Betreiber einer Internetseite Namen und Anschrift in sein Angebot aufnehmen. Ob sich diese Angaben unter „Kontakt“ oder unter „Impressum“ finden, ist gleichgültig. Wichtig ist aber, dass man leicht, unmittelbar und ständig zu ihnen gelangen kann. Von der Impressumspflicht nicht betroffen ist aus Gründen des Schutzes der Privatsphäre, wer eine Internetseite betreibt, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken, also der privaten Kommunikation, dient. Wo jedoch die Grenze zwischen einer rein privaten und einer nicht mehr nur privaten, vielleicht sogar geschäftsmäßigen Internetseite zu ziehen ist, kann man allgemeingültig kaum sagen. Vielmehr bewertet die MA HSH den Einzelfall.

Wer eine geschäftsmäßige Internetseite betreibt, muss zusätzliche Informationen, insbesondere eine E-Mail-Adresse und im Regelfall eine Telefonnummer, bereit halten, gegebenenfalls sind noch weiter gehende Angaben erforderlich. Nähere Informationen [hier](#).

MEDIENANSTALT HAMBURG / SCHLESWIG-HOLSTEIN (MA HSH)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Gesetzlicher Vertreter: Thomas Fuchs, Direktor

Rathausallee 72-76

22846 Norderstedt

Telefon: 040 / 369005-28

Telefax: 040 / 369005-55

E-Mail: presse@ma-hsh.de

www.ma-hsh.de



Redaktion: [Dr. Thomas Voß](#) (Verantw. i. S. d. § 55 Abs. 2 RStV)

Mitarbeit: Christina Ipsen, Carole Possing, Andrea Rehn,
Michael Wolff, Dr. Ingo Ullmann

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: [Simone Bielfeld](#)

Wenn Sie uns Beschwerden oder
Anregungen mitteilen wollen, [schreiben](#)
[Sie uns](#).