

# BERICHT 2019

BERICHT 2019

Medienanstalt  
Hamburg/Schleswig-Holstein  
MA HSH

1  
Editorial Thomas Fuchs ..... 6

2  
Standpunkt Lothar Hay ..... 10

3  
**Telemedien** ..... 14  
Entwicklungen und Ausblick ..... 15  
Aufsicht ..... 16

4  
**Plattformen und  
Medienintermediäre** ..... 26  
Entwicklungen und Ausblick ..... 27

5  
**Hörfunk** ..... 30  
Entwicklungen und Ausblick ..... 31  
Zulassung und Zuweisung ..... 35  
Aufsicht ..... 36

6  
**Fernsehen** ..... 38  
Entwicklungen und Ausblick ..... 39  
Zulassung und Zuweisung ..... 40  
Aufsicht ..... 41

7  
**Medienkompetenz** ..... 46  
Schwerpunktthemen ..... 47

8  
**Die MA HSH** ..... 52  
Aufgaben..... 53  
Struktur..... 53

9  
**Ansprechpartner** ..... 56  
Kontakte ..... 57

10  
**Finanzierungsgrundlagen** .. 58  
Überblick..... 59  
Einnahmenstruktur..... 60  
Ausgabenstruktur..... 61

11  
**Bundesweite  
Zusammenarbeit  
der Medienanstalten** ..... 62  
Organisation der Zusammenarbeit.... 63

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

in einer Krise wird die Bedeutung mancher Güter deutlich, die wir sonst häufig als selbstverständlich betrachten. So hat die Corona-Krise unseren Blick auf das tagesaktuelle Informationsangebot geschärft. Normalerweise werden wir von einer Flut an oft wenig relevanten Informationen überschwemmt und fühlen uns dennoch unterinformiert. Mit Corona hat sich die Wichtigkeit von und das Bedürfnis nach zuverlässigen Informationen und einem professionellen, qualitativ hochwertigen Journalismus gezeigt – auch als Gegenmittel zu Desinformationen im Netz. Die klassischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien haben sich dabei als verlässliche Partner erwiesen.

Systemrelevanz des privaten Hörfunks bei Informationsvermittlung und öffentlicher Meinungsbildung

Gerade in Krisenzeiten müssen Medienunternehmen daher in der Lage sein, ihre Aufgabe zu erfüllen. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie jedoch haben viele private Unternehmen hart getroffen. Wegbrechende Werbeeinnahmen stellen alle Veranstalter vor große wirtschaftliche Herausforderungen. Deswegen ist es wichtig, dass Politik und Medienanstalten die Möglichkeiten zur Unterstützung privater Medienanbieter ausloten.

Insgesamt erfreuen sich die privaten Hörfunkprogramme in Hamburg und Schleswig-Holstein großer Beliebtheit. Den Zahlen der aktuellen Media Analyse Audio zufolge vereinen die privaten Hörfunksender über 50 Prozent der Marktanteile auf sich. Dies belegt ihre systemrelevante Rolle bei der Vermittlung von Informationen und bei der öffentlichen Meinungsbildung.

# 1

## Editorial Thomas Fuchs



Erste UKW-Neuausschreibungen in Hamburg und Schleswig-Holstein seit knapp dreißig Jahren

Diese Medienvielfalt zu sichern ist wichtig, und zwar auch durch Wettbewerb. Im vergangenen Jahr hat die MA HSH zum ersten Mal seit knapp dreißig Jahren einen Großteil des Hamburger UKW-Spektrums für die Nutzung durch private Hörfunkveranstalter neu ausgeschrieben. Insgesamt dreizehn Angebote bewarben sich auf die fünf ausgeschriebenen Versorgungsgebiete, was den Medienrat vor schwierige Auswahlentscheidungen stellte. Im November wurden fünf neue Zuweisungen erteilt. Details lesen Sie ab Seite 31.

Neu ausgeschrieben wurde im vergangenen Jahr auch die sogenannte erste UKW-Hörfunkkette in Schleswig-Holstein, über die seit 1986 das Programm „R.SH“ verbreitet wird. Die Entscheidung, die Kapazitäten erneut der REGIOCAST GmbH & Co. KG für die Verbreitung des Programms „R.SH“ zuzuweisen, fällte der Medienrat im Februar 2020.

Regulierung von Medienintermediären als neue Aufgabe der Medienanstalten

Auf bundesweiter Ebene war 2019 von den Vorbereitungen auf und den Diskussionen um einen zukünftigen Medienstaatsvertrag geprägt, der den bisherigen Rundfunkstaatsvertrag im September 2020 ablösen wird. Der Medienstaatsvertrag enthält neue Zuständigkeiten für die Medienanstalten und wird ihre Arbeit deutlich verändern und erweitern.

Dies gilt vor allem für die sogenannten Medienintermediäre, zum Beispiel Suchmaschinen und Soziale Netzwerke. Immer häufiger werden diese als Informationsquelle genutzt beziehungsweise wahrgenommen. Sie nehmen Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung, indem sie durch das Ranking von Ergebnissen die Auffindbarkeit von Inhalten steuern.

Aus diesem Grund unterstellen die Länder Suchmaschinen und Soziale Netzwerke mit dem zukünftigen Medienstaatsvertrag einer Art Vielfaltsregulierung. Auf diese Aufgabe bereiten wir uns vor, etwa indem wir die gesetzlichen Vorgaben durch Satzungen konkretisieren und den Austausch mit der Wissenschaft suchen.

Neben diesen Themen informiert dieser Bericht auch ausführlich über unsere Aufsichtstätigkeit. Immer wichtiger für unsere Arbeit werden dafür die Hinweise der Nutzer\*innen und Zuschauer\*innen. Gerade im Kampf gegen unzulässige Inhalte im Netz sind wir auf sie und auch Sie, liebe Leser\*innen, angewiesen. Lesen Sie mehr zu diesen Themen auf den folgenden Seiten.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr



Thomas Fuchs

# 2

## Standpunkt Lothar Hay



### ENTSCIEDEN UND AKTIV GEGEN HASS UND HETZE IM NETZ

---

Meinungsfreiheit, das wissen wir alle, ist unverzichtbar für die Demokratie. Das gilt natürlich auch im digitalen Raum. Aber das bedeutet noch lang nicht, dass jede Äußerung im Netz wie selbstverständlich auch von Meinungsfreiheit gedeckt ist. Falsche Tatsachenbehauptungen sind dort ebenso wenig geschützt wie grassierende Hasskommentare und Hetze. Das geltende Recht, das dem Schutz der Öffentlichkeit vor Hass und Hetze gilt, auch im Netz durchzusetzen, das gehört zu den Aufgaben der Medienaufsicht in den Ländern.

So treten die Medienanstalten antidemokratischen Äußerungen im Netz, die sowohl die Grundwerte unseres Grundgesetzes als auch die der Europäischen Union angreifen, konsequent entgegen. Insbesondere den Gremien der Medienanstalten als Vertretern gesellschaftlicher Vielfalt kommt dabei große Bedeutung zu. Auch der Medienrat der MA HSH hat dieses Thema zu einem seiner Schwerpunkte gemacht.

Entsprechend aktiv geht die MA HSH gegen Hass und Hetze in Sozialen Netzwerken vor. Und dies mit Erfolg: Ende letzten Jahres sperrte YouTube aufgrund der Intervention der MA HSH 300 Videos mit Liedern aus einem indizierten Bushido-Album. Außerdem entfernte die Gaming-Plattform Steam nach Hinweisen der MA HSH 78 Inhalte mit verfassungsfrendlichen Symbolen und ein volksverhetzendes Profil. Auf Twitter hat die MA HSH frei zugängliche pornografische Inhalte festgestellt und ein Verfahren gegen die Plattform eingeleitet. Und Anfang dieses Jahres meldete die MA HSH 219 „Hitler-Profile“ an Steam, die die Gaming-Plattform daraufhin löschte. Und dies sind nur einige Beispiele aus unserer Prüfpraxis. Weitere finden sich im MA HSH-Hingucker: [www.ma-hsh.de/infotek/publikationen/hingucker.html](http://www.ma-hsh.de/infotek/publikationen/hingucker.html)

Unsere bisherigen Aktivitäten und die sie begleitende Öffentlichkeitsarbeit haben Wirkung gezeigt. Natürlich ist die Arbeit damit noch nicht getan, aber es sind konsequente Schritte in

Richtung einer Eindämmung von Hass, strafbaren Äußerungen und Lügen im Netz. Die MA HSH wird auch weiterhin in Sozialen Netzwerken eigene Recherchen durchführen. Aber wir sind immer auch angewiesen auf Hinweise und Beschwerden von aufmerksamen Nutzer\*innen, die dafür das Beschwerdeformular auf der Website der MA HSH nutzen können: [www.ma-hsh.de/service/beschwerde.html](http://www.ma-hsh.de/service/beschwerde.html)

Auch weiterhin wird die MA HSH ihre Maßnahmen gegen Hass und Hetze im Netz oder gegen jede Form von Extremismus durch Öffentlichkeitsarbeit begleiten, um die Gesellschaft für diese Probleme zu sensibilisieren.

Aber die Medienaufsicht kann den Kampf gegen Hassrede, Hetze und Fake News im Netz nicht alleine gewinnen. Hier stehen auch die Medienplattformen mit ihrer großen Markt- und wachsenden Meinungsmacht in der Pflicht. Auch sie müssen solchen problematischen Inhalten entschieden entgegenreten und so ihrer Verantwortung gerecht werden.

Schließlich sind es gerade auch Kinder und Jugendliche, die in Sozialen Medien Tag für Tag mit Hass, Beleidigungen und Belästigungen konfrontiert werden. Insbesondere an diesem Punkt zeigt sich, dass bisherige Instrumentarien zum Schutz von Grund- und Menschenrechten im Netz unzureichend sind.

Europäische Vorgaben werden unter anderem zu einem reformierten nationalen Jugendschutzrecht führen. Sie beinhalten Vorsorgemaßnahmen zum Schutze Minderjähriger, die durch die Diensteanbieter erfüllt werden müssen.

Aber die Diensteanbieter müssen Inhalte auf ihren Plattformen auch aktiv in den Blick nehmen, um Entwicklungsbeeinträchtigendes und -gefährdendes effektiver von Minderjährigen fernzuhalten. Sie sind es, die die Plattformen zur Verfügung stellen und damit Umsätze und Gewinne erzielen. Also müssen sie auch über die gesetzlichen Vorgaben hinaus angemessene und wirksame Vorsorgemaßnahmen treffen, wachsender sein, besser filtern und schneller reagieren. Hier bedarf es verbesserter Verfahren und einheitlicher Standards sowie eines gemeinsamen Vorgehens seitens der Diensteanbieter.

Dies alles muss einhergehen mit einer Stärkung der Medienkompetenz in unserer Gesellschaft. Es ist essenziell, dass wir online unterscheiden können zwischen Falschmeldungen, Hetze und radikal einseitigen Äußerungen und seriösen Quellen und Informationen, wie wir sie aus den klassischen Massenmedien kennen. Die vergangenen Monate haben gezeigt: Je mehr sich Informationen und Berichterstattung ihre Verbreitung im Netz suchen, desto wichtiger ist es, sich dort kompetent orientieren zu können.

# Telemedien

# 3



## ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

### Jugendmedienschutz

Im Bereich der Telemedienaufsicht sorgt die MA HSH schwerpunktmäßig dafür, dass Kinder und Jugendliche auf Social-Media-Plattformen vor gefährdenden oder beeinträchtigenden Inhalten geschützt sind. Im Jahr 2019 hat sie Jugendmedienschutz-Verstöße insbesondere auf YouTube, Instagram, Facebook und Twitter, aber auch auf der Spiele-Plattform Steam verfolgt. Ihr Hauptaugenmerk lag dabei auf Verstößen gegen § 4 Abs. 1 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Die hier erfassten Tatbestände beziehen sich auf Inhalte, die teilweise auch strafrechtlich relevant sind und deren Verbreitung absolut unzulässig ist. Dazu zählen Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, volksverhetzende oder den Holocaust leugnende beziehungsweise verharmlosende Inhalte. Konnte gegen die jeweiligen Inhalteanbieter direkt nicht vorgegangen werden, weil zum Beispiel deren Identität nicht zu ermitteln war, wandte sich die MA HSH direkt an die Plattformen.

Die MA HSH nutzt auch die Meldemöglichkeiten des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) für Inhalte, die absolut unzulässig sind und zudem Straftatbestände des NetzDG erfüllen. Durch diese Meldemöglichkeit und ihren priorisierten Meldestatus bei Facebook, Instagram und YouTube konnte die MA HSH in vielen Fällen erfolgreich gegen Rechtsverstöße auf Social-Media-Plattformen vorgehen.

Die MA HSH stellt sich der Herausforderung, die Vorgaben des Jugendmedienschutzes auf Social-Media-Plattformen durchzusetzen, die das NetzDG nicht erfasst. Auf solche Lücken stößt die MA HSH auch in den Nutzungsbedingungen der Plattformen, beispielsweise bei pornografischen Inhalten auf Twitter.

Schritt für Schritt gelingt der MA HSH auch die Rechtsdurchsetzung bei entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten gemäß § 5 Abs. 1 JMStV. Allerdings bleiben auf der bei Kindern und Jugendlichen sehr beliebten Plattform Instagram in vielen Fällen von der MA HSH gemeldete Inhalte noch aufrufbar, zum



Beispiel Spielvideos mit Gewaltszenen. Die MA HSH beharrt hier auf Nachbesserungen.

Die MA HSH arbeitet derzeit gemeinsam mit den anderen Medienanstalten daran, die Rechtsdurchsetzung gegenüber ausländischen Plattformen wie Wordpress, vk.com oder Telegram zu verbessern. Diese haben teilweise keinen Zustellungsbevollmächtigten in Deutschland oder agieren hinsichtlich ihrer Nutzungsbedingungen nur auf der Grundlage ihres jeweiligen Landesrechts. Dies betrifft beispielsweise Beiträge auf Telegram, wohin Rechtsextreme zur Verbreitung von Hass und Hetze zunehmend ausweichen, seit rechtsextreme Beiträge auf YouTube und Facebook erfreulicherweise vielfach gelöscht werden.

#### 10. Hamburger Mediensymposium

Die Grenzen des Sagbaren: Wer bestimmt die Regeln des öffentlichen Diskurses im Netz? Diese Frage stand im Mittelpunkt des 10. Hamburger Mediensymposiums am 6. Juni 2019, das von MA HSH, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut und Handelskammer Hamburg veranstaltet wurde. Das Mediensymposium beschäftigte sich schwerpunktmäßig mit der Einführung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG). Experten diskutierten in diesem Zusammenhang über Erfolge, eingetretene Befürchtungen und alternative Normen zum NetzDG. Ein besonderer Schwerpunkt lag dabei auf dem Schutz der Meinungsfreiheit, den Regeln der Onlinewelt und dem Verhalten gesellschaftlicher Akteure.

### AUFSICHT

---

#### Jugendmedienschutz

Die MA HSH überprüfte 2019 insgesamt 497 Telemedienfälle aus Jugendmedienschutzgründen, darunter 406 YouTube-Seiten, vier Facebook-, sieben Instagram- und sieben Twitter-Profilen sowie 47 User-Profilen auf Steam. Untersucht wurden Websites, Nutzer\*innen-Profilen, Videos, Postings und Kommentare. Anlass der Prüfung waren in 63 Fällen Hinweise Dritter sowie eigene Recherchen.

Fünf Fälle leitete die MA HSH wegen Verdachts auf Straftaten an die Strafverfolgungsbehörden weiter. Es handelte sich dabei einmal um volksverhetzende, zweimal um tierpornografische und einmal um einfach pornografische Inhalte. In einem weiteren Fall wurde das Video eines Attentats verbreitet.

In einem weiteren Fall verhängte die MA HSH ein Bußgeld. In drei weiteren Fällen wurden Widerspruchs- und Zwangsgeldbescheide erlassen. Es handelte sich dabei um Angebote, die Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen verbreiteten oder den Holocaust leugneten oder verharmlosten.

Bereits seit Sommer 2018 verfügt die MA HSH über einen bevorzugten Meldestatus bei YouTube, Facebook und Instagram, sodass von ihr gemeldete Inhalte dort priorisiert überprüft werden. Hinweise nicht-institutioneller Beschwerdeführer haben demgegenüber leider deutlich seltener Erfolg. Die MA HSH drängt darauf, diese Schieflage zu korrigieren.

Nach einem Hinweis der MA HSH sperrte YouTube 2019 insgesamt 300 Videos, die entweder das gesamte als jugendgefährdend indizierte Album „Sonny Black“ des Rappers Bushido oder einzelne Tracks daraus verbreiteten. Das Album wurde von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) in Teil A der Liste der jugendgefährdenden Medien eingetragen. Die Veröffentlichung der Songs auf YouTube verstieß daher gegen § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 i.V.m. Satz 2 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV).

Die MA HSH ging auch gegen unzulässige Hassrede in Sozialen Netzwerken vor. Auf ihr Betreiben wurden 211 Hasskommentare auf YouTube, 101 auf Instagram sowie 55 auf Facebook entfernt. Erstmals nahm die MA HSH auch Instagram stärker in den Fokus. Sie erreichte unter anderem, dass ein Profil entfernt wurde, das antisemitische Hetze verbreitete. Es inszenierte Juden als blutrünstige Monster, bezeichnete den Holocaust als „erfolgreiche historische Fiktion“ und verwendete den Hashtag „#Holocaustlüge“. Das Profil verstieß gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 JMStV (Volksver-

hetzung) und § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 (Holocaustleugnung oder -verharmlosung).

Ein weiteres Instagram-Profil wurde auf Betreiben der MA HSH gelöscht, weil es den Krieg verherrlichte und Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen verbreitete. Es zeigte zahlreiche historische Fotografien aus der Zeit des Zweiten Weltkriegs und beschrieb sie mit glorifizierenden und verharmlosenden Texten. Die abgebildeten Soldaten wurden als Helden, ihr Leben und der Krieg als großes Abenteuer stilisiert und dieser beispielsweise als „großartigster Wettbewerb, in dem sich ein Mensch vergnügen kann“, und als „Essenz der Männlichkeit“ bezeichnet. Die Gräueltaten des Krieges hingegen wurden ausgeblendet.

### **Der Fall „NS-Symbolik auf Steam“**

2019 nahm die MA HSH aufgrund einer Beschwerde auch die Computerspiele-Plattform Steam näher in Augenschein. Das Ergebnis ihrer Prüfung: Auf Steam wimmelte es von NS-Symbolen.

Steam ist mit einer Milliarde Nutzer\*innen die weltweit dominierende Vertriebsplattform für Computerspiele und auch bei Jugendlichen in Deutschland sehr beliebt. Betreiberin ist die US-amerikanische Valve Corporation. Die deutsche Niederlassung, die Valve GmbH, hat ihren Sitz in Hamburg.

Auf Steam können Nutzer\*innen nicht nur Games kaufen und spielen. Im Community-Bereich können sie auch Inhalte hoch- oder herunterladen. Im Wallpaper-Bereich können sie beispielsweise Bilder zur Verfügung stellen, die andere Nutzer\*innen als Profil- oder Hintergrundbilder nutzen können. Ein Nutzer hatte sich mit einer Beschwerde an die MA HSH gewandt und eine Hakenkreuzflagge moniert, die hier angeboten worden war.

Das Hakenkreuz zählt zu den Symbolen verfassungswidriger Organisationen. Diese Symbole zu verwenden ist in Deutschland verboten. Nur in Ausnahmefällen ist es erlaubt – zum Beispiel wenn ihre Verwendung der Forschung oder der Lehre dient oder es sich um Kritik oder Satire handelt (Sozial-

adäquanzklausel des § 86a Strafgesetzbuch (StGB)). Indem ein Nutzer die Flagge zum Download anbot, förderte er die Verbreitung des Kennzeichens. Eine kritische oder historische Einordnung war nicht erkennbar. Die MA HSH stellte daher einen Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 JMStV fest.

Bei einer genaueren Überprüfung des Wallpaper-Bereichs stieß die MA HSH auf 27 weitere rechtswidrige Hintergrundbilder, auf denen Hakenkreuze, SS-Runen oder der SS-Totenkopf zu sehen waren. In einem nächsten Schritt prüfte sie einzelne Profile und die dort vorgehaltenen Inhalte. Die MA HSH meldete daraufhin insgesamt 194 Inhalte, darunter Profilbilder, Screenshots aus Spielen, Artworks, Mods oder Kommentare mit Hitlerbildern, Hakenkreuzen oder SS-Abzeichen. 164 dieser Inhalte wurden umgehend entfernt. Drei Profile sind nicht mehr aufrufbar. Darunter eines, dessen Profilbild einen SS-Offizier in Uniform zeigte. Die Uniform war mit SS-Abzeichen versehen. Im Kommentarbereich hatten mehrere Nutzer\*innen Hakenkreuze gepostet. Das zweite Profil stammte von einem Nutzer, der unter anderem auch unter dem Pseudonym „Dr. med. Hitler vergaßt“ spielte und in seinem Profil auf ein weiteres Profil mit der ID „der-asylantbrennt“ hinwies.

Auch nach den Nachbesserungen ist das Problem insgesamt jedoch nicht behoben. Das Unternehmen versicherte, die Community-Moderatoren stärker hinsichtlich rechtswidriger Inhalte zu schulen, um Verstöße in Zukunft zu verhindern. Die 2019 gemeldeten Inhalte stellen jedoch nur die Spitze des Eisbergs dar. Auf Steam befinden sich noch unzählige weitere problematische Profile. Die Plattformbetreiberin muss tatsächlich mehr unternehmen, um gegen unzulässige oder strafrechtlich relevante Inhalte vorzugehen. Die MA HSH wird Angebote auf Steam weiter beobachten.

### **Der Fall „Pornografie auf Twitter“**

---

Die MA HSH erhielt 2019 einen Hinweis auf Twitter-Profilen, die sexuelle Dienstleistungen und Produkte wie zum Beispiel Live-Sex-Cams oder Pornovideos bewerben. Die Prüfung ergab, dass die Profile pornografische Inhalte zugänglich machen. Sie enthalten zahlreiche Fotografien und Videos, die fokussiert und unverfremdet sexuelle Handlungen zeigen und auf die sexuelle Stimulation der Nutzer\*innen abzielen.

Gemäß § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 2 JMStV ist das Verbreiten von pornografischen Inhalten nur dann zulässig, wenn sichergestellt wird, dass sie ausschließlich Erwachsenen zugänglich sind (geschlossene Benutzergruppe). Dies ist bei den Profilen nicht der Fall, sie sind ohne Altersverifikation frei für alle Nutzer\*innen zugänglich. Den Tweets ist in der Regel der Hinweis „Diese Medien könnten sensibles Material enthalten“ vorgeschaltet. Dieser erfüllt jedoch nicht die Anforderungen einer geschlossenen Benutzergruppe. Vielmehr ist er geeignet, die Neugier von jugendlichen Nutzer\*innen auf den dahinter verborgenen Inhalt noch zu steigern.

Die Twitter-Profilen verstoßen somit gegen den JMStV sowie gegen das Strafgesetzbuch. Eines der Twitter-Profilen zeigte die MA HSH bei der Staatsanwaltschaft an, da Indizien für die Identität des Anbieters vorlagen. Da sie die Betreiber der übrigen Profile nicht ermitteln konnte, meldete sie die Profile an Twitter als Hostprovider. Dieser ist für die Entfernung pornografischer Inhalte verantwortlich, sobald er von ihnen Kenntnis hat. Auch nach mehrfacher Meldung durch die MA HSH nahm Twitter jedoch keine jugendschutzkonforme Nachbesserung der Profile vor und verwies stattdessen auf irisches Recht.

Die MA HSH leitete daher ein förmliches Verfahren ein. Sie wies den offiziellen Zustellungsbevollmächtigten von Twitter in Deutschland in einem aufsichtsrechtlichen Hinweisschreiben auf die Verstöße hin und gab dem Unternehmen nochmals Gelegenheit zur Nachbesserung. Da die Plattform dieser Aufforderung nicht nachkam, führte die MA HSH das Verfahren fort

und konsultierte die irischen Aufsichtsbehörden über die ERGA (Gruppe Europäischer Regulierungsstellen für Audiovisuelle Mediendienste). Sollte dies nicht zur jugendschutzkonformen Ausgestaltung der Angebote führen, behält die MA HSH sich weitere Maßnahmen wie die Untersagung der Angebote vor. Das Verfahren ist noch nicht abgeschlossen.

### **Der Fall „www.instagram.com/SA4\_187ers“**

---

„Auch wenn Bullen uns beschatten, Kickdown, Fahrerflucht, tick aus, Nasenbruch, fick auf Strafvollzug.“ („SA4“)

Die MA HSH erhielt vom LKA Hamburg einen Hinweis auf mögliche Jugendmedienschutzverstöße auf dem Instagram-Profil des Hamburger Gangsta-Rappers „SA4“, Mitglied der kommerziell erfolgreichen und bei Jugendlichen hoch im Kurs stehenden „187 Strassenbande“. Die Gruppe verfügt über eine hohe „Straßenglaubwürdigkeit“, da einige Mitglieder bereits zu Haftstrafen verurteilt wurden.

Der Rapper „SA4“ postet auf seinem Instagram-Profil Fotos und Videos von Konzerten und lässt seine netzaffinen Fans auch an seinem Alltag teilnehmen. Ein Foto zeigte ihn mit sieben großen durchsichtigen Plastiksäcken, die erkennbar mit getrockneten Hanfblüten gefüllt waren. Ein anderer Post zeigte einen Ausschnitt aus einem Musikvideo. Auch darin im Bild eine Plastiktüte mit Marihuana, zu hören eingängige Beats und Zeilen wie: „Wir liefern Bombenstoff direkt von den Trockendocks“, „Selbst dein Baba fragt mich: ‚Mach mal bitte Zwanni Gras klar!‘“, wieder an anderer Stelle die Textzeile „Sitz‘ auf Toilette, blick an die Decke. Bin wieder betäubt von den Drogen“.

Das Instagram-Profil enthielt einige Posts, die den Drogenkonsum, Drogenhandel oder den Arzneimittelmissbrauch verharmlosten. Andere Beiträge verharmlosten Gewalt oder antisoziales Verhalten. Weitere Beiträge stellten den Besitz und den Umgang mit Waffen als cool dar. Das Profil enthielt zudem Beiträge, die Frauen zu Sexobjekten herabwürdigten. Auch in diesem

Fall eingängige Beats mit Textstellen wie „Lern' 'ne Schlampe kennen, wir nageln sie zu zweit (bam bam bam)“. Der Rapper teilt Medienberichte über Polizeimaßnahmen gegen ihn und die Mitglieder der „187 Strassenbande“. Die Botschaft: Der Künstler rappt nicht nur den „Gangsta“, er lebt ihn auch erfolgreich.

Die MA HSH speiste den Fall in ein Prüfverfahren der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) ein. Diese bewertete das Instagram-Profil als geeignet, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren zu beeinträchtigen. Indem Drogenkonsum und antisoziales oder gesetzeswidriges Verhalten verharmlost und sogar befürwortet werden, könnte insbesondere bei jugendlichen Fans die Entwicklung einer gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigt und die Entwicklung des Rechtsempfindens nachhaltig gestört werden, lautete die Begründung. Die Darstellungen könnten Minderjährige zu Verhaltensweisen verleiten, die nicht in Einklang mit Gesetzen oder gesellschaftlich allgemein anerkannten Werten stehen oder die ihnen oder anderen gesundheitlich schaden. Die Inhalte waren frei zugänglich. Das Profil verstieß damit gegen § 5 Abs. 1 Satz i.V.m. Satz 3 und 4 JMStV.

Die MA HSH wies den Rapper auf die Verstöße hin, woraufhin dieser die beanstandeten Postings entfernte.

**Werbung** Im Jahr 2019 erreichten die MA HSH insgesamt 64 Beschwerden zu Telemedien- und Social-Media-Angeboten wie YouTube, Facebook und Instagram, die sich auf Werbe- oder Gewinnspielfragen bezogen. In diesem Zusammenhang überprüfte die MA HSH in 274 Fällen die Einhaltung der Werbebestimmungen. Wurde ein Verstoß festgestellt, nahm die MA HSH Kontakt zum Anbieter auf. Alle zeigten sich einsichtig und besserten ihre Werbekennzeichnung nach. Insofern waren aufsichtliche Maßnahmen nicht erforderlich.

Daneben gingen zahlreiche weitere Beschwerden über Telemedienangebote im Bereich der Werbung bei der MA HSH ein, die nicht in ihren Zuständigkeitsbereich fielen und an die entsprechenden Stellen weitergeleitet wurden. Dies zeigt, dass die

MA HSH in diesem Bereich als eine zentrale Aufsichtsinstanz wahrgenommen wird.

Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit prüft die MA HSH auch, ob Telemedienanbieter, die ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben, ihrer Anbieterkennzeichnungspflicht nachkommen. Nach § 55 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) und § 5 Telemediengesetz (TMG) müssen Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, Informationen über sich leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar halten. In der Regel finden die Nutzer\*innen diese Angaben unter den Menüpunkten Impressum oder auch Kontakt.

Art und Umfang der Pflichtangaben ergeben sich aus der Art des jeweiligen Angebots. Angebote ohne wirtschaftliche Relevanz, beispielsweise Informationsangebote von Vereinen, die nicht auf Gewinn abzielen, unterliegen in der Regel den weniger umfassenden Vorgaben nach § 55 Abs. 1 RStV. In diesem Fall gehören zumindest der Name und die Anschrift des Anbieters zu den Pflichtangaben. Für Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten gilt, dass sie auch einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen müssen (§ 55 Abs. 2 RStV). Für geschäftsmäßige Telemedien werden die Regelungen des § 5 TMG angewendet. Zusätzlich zu Namen und Anschrift sind die Angabe einer E-Mail-Adresse sowie eine zweite elektronische Kontaktmöglichkeit, in der Regel eine Telefon- oder Faxnummer, verpflichtend. Darüber hinaus können weitere Angaben erforderlich sein. Welche Angaben tatsächlich zu machen sind, prüft und bewertet die MA HSH im Einzelfall. Dies gilt insbesondere für die Frage, ob ein Angebot geschäftsmäßig i.S.d. § 5 TMG betrieben wird. Hierbei gilt es insbesondere festzustellen, ob ein Telemedium aufgrund einer nachhaltigen Tätigkeit, mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht, angeboten wird.

Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 86 neue Fälle unzureichender Anbieterkennzeichnungen geprüft und daneben auch

Anbieterkennzeichnung

Fälle aus dem Vorjahr weiterbetrieben. Die Hinweise erfolgten überwiegend von anderen Behörden, Privatpersonen oder möglichen Konkurrenten. Die Mehrzahl der Anbieter hat ihr Impressum nach Hinweisen der MA HSH nachgebessert. Bei den übrigen stehen Nachbesserungen noch aus. In wenigen Fällen war es auch nach aufwendigen Recherchen und Ermittlungen nicht möglich, den tatsächlichen Anbieter auszumachen, da bewusst falsche Angaben gemacht oder fremde Identitäten verwendet werden. Hinweise auf fehlerhafte Angaben der bei der Denic registrierten Mitglieder führten in einigen Fällen zur Löschung der Angebote, in der Regel durch die Anbieter selbst. Dies betraf hauptsächlich sogenannte Fake-Shops, deren Anbieter in den Impressumsangaben, sofern überhaupt vorhanden, oftmals fremde Identitäten angeben. Vereinzelt Fälle wurden zuständigkeitshalber an andere Institutionen abgegeben.

Die Vielzahl von Fällen sowie die stetig steigende Bedeutung der Internetnutzung lässt weiterhin erwarten, dass die Prüfung von Impressumsfällen auch zukünftig eine wichtige Aufgabe der MA HSH sein wird.

Mit ihrem Newsletter Hingucker gibt die MA HSH am Beispiel konkreter Fälle Einblicke in ihre Prüfpraxis. Viele dieser Fälle gehen auf Beschwerden von Bürgern zurück. Das Interesse an der Klärung von Rechtsfragen, die den Medienalltag betreffen, ist groß, und der Hingucker gibt Antworten.

Die jüngsten Ausgaben zeigen, dass die Fälle aus dem Bereich der Sozialen Medien die Prüftätigkeit der MA HSH mittlerweile dominieren. Im Fokus standen 2019 Hass und Hetze in Sozialen Netzwerken, Nazi-Symbole auf Gaming-Plattformen, Drogenvideos auf Instagram und Pornografie auf Twitter. Die Fallbeispiele bei den klassischen Medien thematisieren unter anderem Schleichwerbung im TV.

Die Beispiele im Hingucker veranschaulichen, wo die Grenzen zwischen Erlaubtem und Verbotenem verlaufen und wie eine Bewertung erfolgt. Pauschale und einfache Antworten gibt es zumeist nicht, vor allem angesichts der dynamischen und facettenreichen Entwicklung der Sozialen Medien.

Wie Nutzer\*innen Hass und Hetze in Sozialen Netzwerken direkt an die Plattformbetreiber melden können, thematisiert eine Spezial-Ausgabe des Hinguckers – mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen für YouTube, Twitter, Facebook und Instagram.

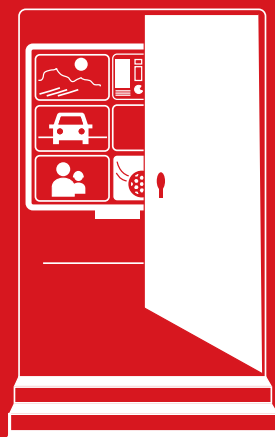
Der E-Mail-Newsletter erscheint zweimal im Jahr und ist auch online auf [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de) abrufbar. Dort besteht zudem die Möglichkeit, über ein Beschwerdeformular auf Inhalte hinzuweisen, die möglicherweise nicht den gesetzlichen Vorschriften entsprechen. Weitere Beispiele aus der MA HSH-Aufsichtspraxis finden sich im Menüpunkt „Aufsicht/Aktuelle Fälle“.

Der Hingucker –  
Beispiele aus der  
Prüfpraxis der  
MA HSH



# 4

## Plattformen und Medienintermediäre



### ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

#### Plattformen

Im Bereich der Plattformregulierung war die MA HSH 2019 unter anderem mit Anzeigen neuer Over-The-Top-Plattformen (OTT) befasst, darunter auch Deutschlands erste mobile TV-Plattform für Pkw. Sie beriet zudem bereits angezeigte Plattformen bei der rechtskonformen Umsetzung von Belegungs- und Einspeisevorgaben. Ein weiteres zentrales Thema war die rechtliche Qualifizierung von Live-Audio-Streaming-Portalen. Die Feststellung der Plattformanbiereigenschaft eines europaweit tätigen Radio-Streaming-Portals durch die MA HSH wird derzeit vor dem VG Hamburg verhandelt.

Als Koordinator des für Plattformen zuständigen Fachausschusses II der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat der Direktor der MA HSH maßgeblich zur medienpolitischen Kommunikation der Medienanstalten im Rahmen der laufenden Novellierung der Plattform- und Benutzeroberflächenregulierung beigetragen. Denn Kabelnetzbetreiber, Smart-TV-Oberflächen und Electronic Program Guides nehmen eine zentrale Rolle bei der Medienverbreitung ein: Sie entscheiden darüber, welche Inhalte die Nutzer\*innen erreichen und welche Angebote auffindbar sind. Wichtig sind daher zeitgemäße Regelungen, die beispielsweise auch Smart-TV-Hersteller einbeziehen. Die MA HSH hat durch zahlreiche Gespräche und politische Stellungnahmen den Prozess hin zu einem neuen Regelungsregime (Medienstaatsvertrag) unterstützt.

2019 stand zudem im Zeichen der Fusion von Vodafone und UnityMedia zu Deutschlands größtem Kabelnetzbetreiber. Die Medienanstalten haben sich unter Federführung des MA HSH-Direktors hierbei nicht nur in das EU-Fusionskontrollverfahren eingebracht. Sie sorgen auch dafür, dass sich die Einspeisekonditionen für Rundfunkveranstalter nicht zum Nachteil der Anbietervielfalt entwickeln. Abzuwarten bleibt, welche Auswirkungen die derzeit eingereichten Klagen gegen die positive Fusionsentscheidung der EU-Kommission für die Netzkonsolidierung haben.

## Medienintermediäre

Suchmaschinen und Soziale Netzwerke wie Google oder Facebook vermitteln als sogenannte Medienintermediäre zwischen Medieninhalten und Nutzer\*innen. Sie gewinnen für die öffentliche Meinungsbildung und für die Demokratie an Bedeutung, da sie immer häufiger als Informationsquelle verwendet werden und dabei Informationen mittels Algorithmen selektieren und präsentieren.

Mit ihren Funktionen sind Medienintermediäre einerseits essenziell für die Nutzung des Internets. Andererseits bergen sie die Gefahr, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen. Die Länder wollen daher mit der Novelle des Rundfunkstaatsvertrags (Medienstaatsvertrag) Suchmaschinen und Soziale Netzwerke einer Art Vielfaltsregulierung unterstellen. Medienintermediäre sollen insbesondere offenlegen, anhand welcher wesentlichen Kriterien sie beispielsweise Newsfeeds kuratieren. Zudem dürfen sie journalistisch-redaktionelle Inhalte nicht ohne Grund unterschiedlich behandeln, wenn sie hierbei von den eigenen Sortier- und Aggregationskriterien abweichen.

Die Aufsicht über Medienintermediäre soll zukünftig den Medienanstalten obliegen. Die MA HSH hat sich daher im Jahr 2019 durch eine Vielzahl von Projekten auf diese Aufgabe vorbereitet. So hat sie unter anderem ein Rechtsgutachten bei Prof. Dr. Rolf Schwartmann (Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, Mitglied der Datenethikkommission der Bundesregierung) in Auftrag gegeben, das Anfang 2020 erschienen ist. Es ist auf [www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de) abrufbar. Das Gutachten entwickelt Anforderungen an die Transparenz von Medienintermediären, prüft stichprobenartig, inwieweit Facebook und Google bereits jetzt für hinreichende Transparenz sorgen, und erarbeitet Vorschläge für eine verfahrensrechtliche Umsetzung. Das Gutachten stellt damit wichtige Leitplanken für die praktische Umsetzung des Transparenzgebots auf. Vorgeschlagen wird zudem eine neue und verbindliche „zweite Säule“ im Informationsangebot von Medienintermediären, um den bestehenden Filterblasen ausgewogen, faktenbasiert, werbefrei und vielfaltsfördernd entgegenzuwirken.

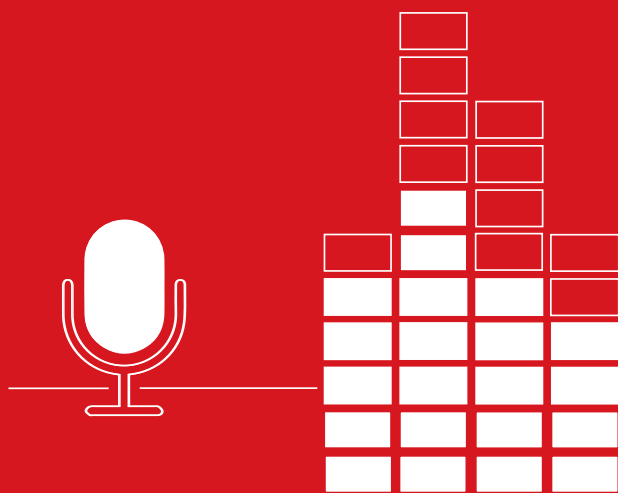
Unter Beteiligung und Federführung der MA HSH haben die Medienanstalten zudem Workshops mit deutschlandweit führenden Wissenschaftlern und Datenanalysten durchgeführt. Im Fokus stand die Frage, welche Auskünfte, Daten und Informationen erforderlich und erhältlich sind, um eine Aufsicht über algorithmische Auswahlverfahren zu ermöglichen. Erörtert wurden hierbei auch technische Verfahren, mit denen ein Monitoring von Suchmaschinen und Social-Media-Angeboten realisiert werden kann.

Die MA HSH bereitet in Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) zudem eine Studie vor, die die Google-Schlagzeilenfunktion betrifft. In einer quantitativen Erhebung sollen die Auswirkungen der seitens Google für die Selektion der präsentierten Inhalte angewandten Kriterien analysiert werden. Hiermit können gegebenenfalls Aussagen über die strukturellen Auswirkungen der Selektionsentscheidung auf das verfügbare Angebot getroffen werden. Außerdem können anhand von „Ausreißern“ und anderen Auffälligkeiten möglicherweise problematische Diskriminierungsfälle identifiziert werden.

Der Medienstaatsvertrag sieht schließlich vor, dass die gesetzlichen Vorgaben durch Satzungen der Medienanstalten konkretisiert werden. Unter Federführung des Direktors der MA HSH, der 2019 zum Themenbeauftragten der DLM für den Bereich „Medienintermediäre“ ernannt worden ist, wurde hierzu eine Arbeitsgemeinschaft gegründet, die die Umsetzung erarbeitet. Die MA HSH wird sich daher auch zukünftig um eine intensive Vorbereitung auf die anstehende Regulierung kümmern und hierzu auch die Vernetzung mit Wissenschaft und Politik sowie den Anbietern vorantreiben.

# Hörfunk

# 5



## ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Die Hörfunklandschaft war 2019 insgesamt von erheblicher Dynamik geprägt. Immer mehr und immer neue Geräte werden zur Auspielung von Audioinhalten genutzt, allen voran das Smartphone, in zunehmendem Maße auch Smartspeaker. Aber auch bei den klassischen terrestrischen Hörfunkverbreitungswegen gab es 2019 in Hamburg und Schleswig-Holstein viel Bewegung.

Das wichtigste Thema war die im Februar 2019 erstmals seit knapp 30 Jahren erfolgte Neuausschreibung eines Großteils der für Hamburg zur Verfügung stehenden UKW-Übertragungskapazitäten und der damit verbundenen Versorgungsgebiete. Die Ausschreibung war notwendig geworden, da die auslaufenden Kapazitätszuweisungen aufgrund der Vorgaben des Medienstaatsvertrags Hamburg/Schleswig-Holstein nicht nochmals verlängert werden können. Insgesamt fünf Versorgungsgebiete wurden en bloc ausgeschrieben. Auf diese bewarben sich dreizehn Programmveranstalter, die sich jeweils nur auf eines der ausgeschriebenene Versorgungsgebiete bewerben durften. Im November 2019 entschied der Medienrat der MA HSH, den Programmen Radio Hamburg, Rockantenne Hamburg und HH2 erneut Übertragungskapazitäten für eine UKW-Verbreitung zuzuweisen. Dem Programm ByteFM wurde – zulasten des Programms 917XFM – eine eigene Zuweisung erteilt. Bislang war es über UKW im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung mit 917XFM nur stundenweise empfangbar. Gänzlich neu auf dem Hamburger UKW-Markt ist das Programm FluxFM. Durch die Entscheidung zugunsten von FluxFM konnte das Programm 97,1 Energy Hamburg keine Berücksichtigung mehr für eine zukünftige UKW-Verbreitung finden.

UKW



Im Überblick stellen sich die Zuweisungen für die zukünftige UKW-Verbreitung in Hamburg wie folgt dar:

- Versorgungsgebiet 1: Stadtgebiet Hamburg  
Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH („FluxFM“) vom 1. August 2020 bis zum 31. Juli 2030
- Versorgungsgebiet 2: Hamburg und umgebende Landkreise in Schleswig-Holstein und Niedersachsen  
Radio Hamburg GmbH & Co. KG („Radio Hamburg“) vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2031
- Versorgungsgebiet 3: Hamburg und umgebende Landkreise in Schleswig-Holstein und Niedersachsen  
ROCK ANTENNE Hamburg GmbH & Co. KG („ROCK ANTENNE Hamburg“) vom 1. April 2022 bis zum 31. März 2032
- Versorgungsgebiet 4: Hamburg Innenstadt  
ByteFM GmbH („ByteFM“) vom 1. April 2022 bis zum 31. März 2032
- Versorgungsgebiet 5: Stadtgebiet Hamburg – landesweit  
Radio 95.0 GmbH & Co. KG („HAMBURG ZWEI“) vom 1. Oktober 2022 bis zum 30. September 2032

Ebenfalls neu ausgeschrieben wurde die sogenannte erste UKW-Hörfunkkette in Schleswig-Holstein, über die seit 1986 das Programm von Radio Schleswig-Holstein (R.SH) verbreitet wird. Auch hier war die Ausschreibung erforderlich, da eine nochmalige Verlängerung der Kapazitätsszuweisungen nicht möglich ist. Anfang Februar 2020 wurden die ausgeschrieben Übertragungskapazitäten erneut der REGIOCAST GmbH & Co. KG für die Verbreitung des Programms R.SH zugewiesen.

Angesichts einer unverändert hohen UKW-Nutzung wird die MA HSH weiter darauf achten, dass eine gute, allgemein verfügbare UKW-Infrastruktur in beiden Bundesländern sichergestellt ist.

Laut Digitalisierungsbericht 2019 verfügen in Hamburg und Schleswig-Holstein rund 20 Prozent aller Haushalte über ein DAB+ Radio. Während die Akzeptanz von DAB+ im Sinne des meistgenutzten Empfangswegs in Hamburg den bundesweit höchsten Wert erreichte, fiel sie in Schleswig-Holstein eher unterdurchschnittlich aus.

Entsprechend lag 2019 ein Schwerpunkt auf der Vorbereitung eines dreijährigen DAB+ Modellversuchs in Schleswig-Holstein, um auch dort die Bedingungen für eine weitergehende Akzeptanz der digitalen terrestrischen Hörfunkverbreitung zu schaffen. Dazu unterzeichneten Anfang 2019 die Staatskanzlei Schleswig-Holstein, der NDR und die MA HSH eine gemeinsame Vereinbarung. Danach sollen in den Regionen Kiel, Lübeck und Sylt DAB+ Multiplexe mit privaten Hörfunkangeboten verbreitet werden. Darüber hinaus ist die Verbreitung eines landesweiten privaten Hörfunkprogramms in den Multiplexen des NDR vorgesehen. Im August 2019 wurden der Media Broadcast als Plattformbetreiberin die regionalen Kapazitäten zugewiesen. Die Zuweisung endet nach drei Jahren, spätestens am 31. Dezember 2022. Für denselben Zeitraum erhielt die REGIOCAST GmbH & Co. KG die Zuweisung für die landesweite Verbreitung ihres Hörfunkvollprogramms R.SH in den NDR-Multiplexen.

Im Januar 2020 erfolgte der Sendestart in Lübeck, im März folgte die Region Kiel, zeitgleich mit dem Beginn der Verbreitung von R.SH in den Multiplexen des NDR in Schleswig-Holstein. In Lübeck werden gegenwärtig die privaten Programme Radio Hamburg, HH2, Antenne Sylt, Lübeck.FM und Krix.FM über DAB+ verbreitet. In Kiel sind es Antenne Sylt, Kiel.FM und Krix.FM. Weitere Programme sollen in Kürze folgen.

Angesichts des großen Interesses aufseiten der privaten Hörfunkveranstalter und der Tatsache, dass die Nutzung dieses Verbreitungswegs in Hamburg den bundesweit höchsten Wert erreicht, wurde zudem mit den Vorbereitungen für die Ausschreibung eines zweiten privaten DAB+ Multiplexes für Hamburg begonnen.

Digitaler Hörfunk/  
DAB+

**Lokaler Hörfunk** Schließlich sind Ende 2019 und Anfang 2020 mit dem Freien Radio Neumünster und dem Freien Radio Fratz in Flensburg zum ersten Mal zwei nichtkommerzielle lokale Hörfunkprogramme in Schleswig-Holstein on air gegangen. Die MA HSH fördert die Verbreitung dieser Anbieter wie auch die Verbreitung der nichtkommerziellen Programme des Hamburger Lokalradios über DAB+ und des FSK über UKW in Hamburg.

**Vom Hörfunk zum integralen Audiomarkt** Insgesamt setzte sich 2019 der Trend zu einer digitalen Hörfunknutzung in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter fort. So ergaben die Untersuchungen im Rahmen des Digitalisierungsberichts Audio und des Online-Audio-Monitors, dass die Hamburger Bevölkerung eine weit überdurchschnittliche Affinität zu digitalen Audioangeboten hat. In Hamburg nutzen 70 Prozent der Bevölkerung mittlerweile regelmäßig Online-Audio-Angebote. In der Altersgruppe der 14- bis 39-Jährigen liegt der Anteil der Online-Audio-Nutzer\*innen sogar bei rund 92 Prozent. Rund zwei Drittel der Online-Audio-Hörer nutzen dabei sowohl Web-radio-Programme als auch Audio-on-Demand-Angebote wie Streamingdienste oder Podcast-Angebote. In Schleswig-Holstein ergibt sich ein ähnliches Bild, dort sind es rund 65 Prozent der Bevölkerung, die sich regelmäßig Online-Audio-Angeboten zuwenden. Und auch dort liegt der Anteil der Audio-Onliner in der Altersgruppe der 14- bis 39-Jährigen bei über 90 Prozent.

Bei der Nutzung von Online-Audio-Angeboten nimmt das Smartphone weiter an Bedeutung zu. Weit über 70 Prozent der Bevölkerung in Hamburg und Schleswig-Holstein verwenden das Smartphone zum Empfang solcher Angebote, und auch Smart Speaker werden in zunehmendem Maße für den Zugang zu Online-Audio-Angeboten genutzt. All dies zeigt, dass sich der Hörfunk mit dem Nachwachsen hoch online-affiner Altersgruppen zukünftig immer mehr in einem hochkonvergenten Umfeld wiederfinden wird.

## ZULASSUNG UND ZUWEISUNG

---

Über die oben genannten Zuweisungen von Übertragungskapazitäten für die UKW-Versorgung in Hamburg und Schleswig-Holstein und die Zuweisungen von Kapazitäten für den DAB+ Modellversuch Schleswig-Holstein hinaus erteilte der Medienrat weitere Zulassungen.

So wurden der Radio Point of Sale GmbH für die Dauer von zehn Jahren Zulassungen zur Veranstaltung der Hörfunkspartenprogramme Nordic Radio, Nordic beatz und Nordic life & style in Hamburg und Schleswig-Holstein erteilt. Diese Programme sollen im Internet und – im Rahmen des bis Ende 2022 laufenden Modellversuchs in Schleswig-Holstein – über DAB+ verbreitet werden.

Die Zulassung der ROCK ANTENNE Hamburg GmbH & Co. KG für das Hörfunkspartenprogramm 917XFM wurde auf die Verbreitung des Programms über UKW-Kapazitäten erweitert.

Der Verein Kulturflut Skandaløs e.V. erhielt die Zulassung zur Veranstaltung eines Veranstaltungshörfunkprogramms, das begleitend zum Skandaløs Festival 2019 in Nordfriesland ausgestrahlt wurde.

## AUFSICHT

---

Die MA HSH beobachtet laufend die von ihr zugelassenen Radioprogramme und prüft stichprobenartig, ob die Sender die Rechtsvorschriften zu Programmgrundsätzen, Werbung und zum Jugendschutz einhalten. Bei Verstößen leitet sie Aufsichtsmaßnahmen ein.

Im Jahr 2019 führte die MA HSH zudem zwei Beobachtungen im Hinblick auf das allgemeine Programmangebot durch und bewertete dabei auch die Informationsleistungen der Hamburger UKW-Sender anlässlich der Neuausschreibung von UKW-Übertragungskapazitäten in Hamburg. Eine Beobachtung der Schleswig-Holsteinischen UKW-Sender legte den Schwerpunkt auf deren Beitrag zur Berichterstattung aus diesem Bundesland.

Außerdem erreichen die MA HSH regelmäßig Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen. Im Jahr 2019 bearbeitete die MA HSH neun Radiobeschwerden. In einem Fall ging es um die Einhaltung der Programmgrundsätze, in vier anderen Fällen um die Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Zwei Beschwerden richteten sich gegen Gewinnspiele, eine weitere Beschwerde übte allgemeine Kritik an einem Hörfunkprogramm. In diesen Fällen erwiesen sich die Beschwerden als unbegründet. Nur in einem Beschwerdefall waren aufsichtliche Maßnahmen erforderlich:

## Der Fall „Radio BOB!“ – zu wenig Infos aus Schleswig-Holstein

---

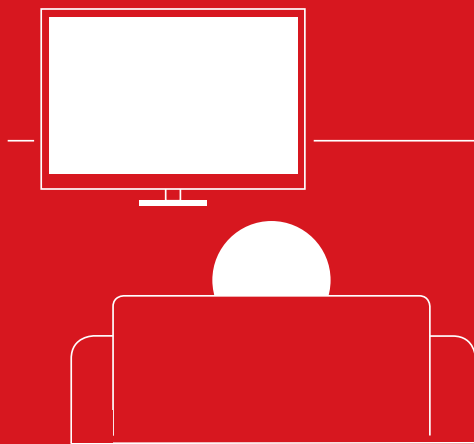
Ein Hörer hatte sich über Radio BOB! rockt Schleswig-Holstein beschwert, weil das Programm kaum Beiträge aus Schleswig-Holstein enthalte. Das Programm hatte im Mai 2016 das bisherige Nord-Ostsee-Radio NORA ersetzt. Der schleswig-holsteinische Sender kooperiert bei der Programmgestaltung seither mit Radio BOB! aus Hessen. Sein Programm enthält viele überregionale Anteile, die in beiden Ländern und auch bundesweit über DAB+ zu hören sind. Dennoch ist es ein Hörfunk-Vollprogramm für das Land Schleswig-Holstein, das zur regionalen Berichterstattung aus Schleswig-Holstein beitragen soll. So gibt es der Medienstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein vor.

Die Programmauswertung durch die MA HSH bestätigte die Hörerbeschwerde. Meldungen aus Schleswig-Holstein waren zwar in den Nachrichten und der sonntäglichen Kirchensendung zu hören. Im laufenden Programm fanden sich aber – abgesehen von Wetter- und Verkehrsmeldungen – fast keine Beiträge mit Schleswig-Holstein-Bezug.

Die MA HSH forderte die Programmverantwortlichen zu Nachbesserungen auf. Der Sender räumte Defizite im redaktionellen Programm ein und nahm eine erste Korrektur vor. Seit Ende Januar 2020 ist unter dem Titel „BOBs Schleswig-Holstein-Reporter“ montags bis freitags tagsüber stündlich eine gesonderte Meldung aus Schleswig-Holstein zu hören. Aus Sicht der MA HSH ist das zumindest ein erster Schritt. Sie wird die Informationsleistung des Senders weiter beobachten.

# Fernsehen

# 6



## ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Der neue Medienstaatsvertrag der Länder sieht auch Veränderungen mit Blick auf das Fernsehen vor: Mit seinem Inkrafttreten werden bestimmte bundesweit ausgerichtete Rundfunkangebote von der bisherigen Zulassungspflicht befreit. Dies gilt für Rundfunkangebote, die nur eine geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten, und für solche, die die im Medienstaatsvertrag genannte quantitative Reichweitengrenze nicht erreichen (im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer\*innen). Im Bereich der Werbung ist es Fernsehveranstaltern durch die Einführung von bestimmten Zeitfenstern zukünftig möglich, die Werbezeit flexibler – und damit besser auf die Zeiten mit der höchsten Reichweite ausgerichtet – zu verteilen.

Veränderungen durch Medienstaatsvertrag

Im ersten Quartal 2019 wurde in Hamburg und Schleswig-Holstein die Digitalisierung der Fernsehübertragungswege endgültig abgeschlossen: Auch die letzten Kabelanlagen wurden von der analogen auf die rein digitale Programmverbreitung umgestellt. Das digitale Kabel wird als Empfangsweg in Hamburg von rund 65 Prozent aller Haushalte genutzt, in Schleswig-Holstein sind es etwa 45 Prozent. Auch für die anderen klassischen TV-Verbreitungswege zeigte sich 2019 für Hamburg und Schleswig-Holstein das für Metropolregionen und Flächenländer typische Bild: Während der Satellitenempfang in Hamburg mit rund 15 Prozent nur geringfügig über dem DVB-T2-Empfang mit rund 12 Prozent liegt, liegt er in Schleswig-Holstein etwas über 40 Prozent, DVB-T2 dagegen knapp unter 10 Prozent.

Digitalisierung der Übertragungswege

Insgesamt ist die Fernsehlandschaft auch in Hamburg und Schleswig-Holstein geprägt von fortschreitenden Verschiebungen sowohl bei der Gerätenutzung als auch bei der Art und Weise der Nutzung von Fernseh- und anderen Bewegtbildangeboten. So ist insbesondere für jüngere Zielgruppen der Fernseher nicht mehr das bevorzugte Gerät, er wurde abgelöst von Notebooks, Tablets und Smartphones. Und dem Rückgang bei

der klassischen Fernsehnutzung steht ein deutlicher Anstieg der Nutzung von Mediatheken und Streamingdiensten gegenüber. Erst bei Zuschauern ab einem Alter von 40 Jahren überwiegt die klassische Fernsehnutzung noch die von Livestreaming und Video-on-Demand.

## ZULASSUNG UND ZUWEISUNG

---

Die Zulassungen der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG für die Fernsehpartenprogramme „Sky Cinema“, „Sky Cinema +1“, „Sky Cinema +24“, „Sky Cinema Action“, „Sky Cinema Emotion“, „Sky Cinema Comedy“, „Sky Cinema Nostalgie“, Sky Atlantic“ und „Sky Cinema Event“ wurden um zehn Jahre verlängert.

Gleiches gilt für die Zulassung des Programms „Spiegel TV Geschichte“ der SPIEGEL TV Geschichte + Wissen GmbH & Co. KG.

Darüber hinaus hat die MA HSH die medienrechtliche Plattformanbietergemeinschaft der ACCESS Europe GmbH für das Angebot „ACCESS Twine for Car“ festgestellt.

Die Zulassung der on air new media GmbH zur Verbreitung des Länder-Fernsehpartenprogramms „noa4-nachbarn on air“ in Hamburg und Schleswig-Holstein wurde ab dem 1. Juli 2019 für die Dauer von zehn Jahren verlängert.

Der SYLT1 GmbH & Co. KG wurde die Zulassung zur Veranstaltung und Verbreitung des Fernsehvollprogramms „SYLT1“ für die Länder Schleswig-Holstein und Hamburg ab dem 1. Januar 2020 für die Dauer von zehn Jahren erteilt.

## AUFSICHT

---

Die MA HSH beobachtet die von ihr zugelassenen Fernsehprogramme und prüft stichprobenartig, ob die Sender die Rechtsvorschriften zu Programmgrundsätzen, Werbung und zum Jugendschutz einhalten. Sie nimmt auch Programmbeschwerden von Zuschauern entgegen. Bei Verstößen leitet sie Aufsichtsmaßnahmen ein. Die MA HSH sucht darüber hinaus den Dialog mit den Rundfunkveranstaltern. Je nach Sachlage konnte die MA HSH 2019 in vielen Prüffällen so eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen. Nur bei wenigen Verstößen war ein förmliches Aufsichtsverfahren erforderlich. Dies betraf beispielsweise einen Werbespot für eine Wodkamarke.

### Der Fall „Vodka Absolut“ – Verstoß gegen Jugendschutz in der Werbung

---

Im Januar sendete Nickelodeon in seinem Programmfenster „MTV+“ gegen 21:53 Uhr einen Werbespot für die Wodka-Marke „Vodka Absolut“. Der Spot zeigte unter anderem eine sehr junge Frau und einen sehr jungen Mann. Durch ihr Verhalten zu Beginn des Spots wirkten sie teilweise wie Jugendliche. Die junge Frau befand sich auf einem menschenleeren Jahrmarkt und angelte mit einem Greifarm einen Teddybären aus einem Glaskasten. Eine Stimme aus dem Off sagte dazu: „Your Style is nothing“. Der junge Mann stand in einer Warteschlange vor einer nächtlichen Tanzveranstaltung und blickte mit gesenktem Kopf verstohlen auf den Türsteher. Er wirkte jugendlich unsicher und schüchtern. Der Kommentar dazu lautete: „Your pride is nothing“. Kurz darauf ging die junge Frau in einem eleganten Outfit mit einem Mantel aus weißen Teddybären über den Jahrmarkt, der junge Mann gab dem Türsteher einen intensiven Kuss. Der Kommentar dazu lautete: „... nothing, but absolute“. Zum Schluss sah man die junge Frau mit einem Cocktailglas auf der Tanzfläche der Disco. Der Kommentar dazu: „Be nothing but absolute“. Zugleich wurden der Umriss einer Flasche und der Slogan „Be no-

thing but ABSOLUT®“ eingeblendet. Abschließend war eine Flasche „ABSOLUT VODKA“ vor einem schwarzen Hintergrund zu sehen.

Mit diesen Darstellungen griff der Spot das für Jugendliche besonders bedeutsame Thema der Selbstfindung auf und verband es mit einem hochprozentigen alkoholischen Getränk. Er arbeitete mit sehr jungen Darstellern und spielte an Orten, die für Jugendliche besonders attraktiv sind.

Der Spot verstieß gegen die Vorschrift, dass Werbung für alkoholische Getränke durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche nicht besonders ansprechen darf. Die MA HSH legte den Fall der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zur weiteren Prüfung vor. Im März 2020 bestätigte die KJM den Rechtsverstoß. Die MA HSH sprach daraufhin eine förmliche Beanstandung aus. Die Beanstandung ist inzwischen rechtskräftig.

Die MA HSH führte im Jahr 2019 elf weitere TV-Jugendschutzprüfungen durch, von denen neun aufgrund von Programmbeschwerden erfolgten. Aufsichtliche Maßnahmen waren in keinem dieser Fälle erforderlich.

In drei Fällen prüfte die MA HSH die Einhaltung der Gewinnspieltvorgaben. Nach einem Hinweis der MA HSH reagierte der Veranstalter umgehend und nahm das Gewinnspielformat aus dem Programm. Insoweit bestand keine Veranlassung, die Angelegenheit weiter zu verfolgen.

In vier weiteren Fällen ging es um die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Die Einleitung eines Aufsichtsverfahrens war nur in einem Fall erforderlich:

### **Der Fall „Rocket Beans TV“ – Schleichwerbung**

---

Der Sender Rocket Beans TV strahlte im März 2019 die Sendung „Flummi-Open“ aus. Die „Flummi Open“ ist ein Sport- und Spielevent, organisiert von Rocket Beans TV, gesponsert von Tic Tac Gum. In einer Hamburger Location wurde eigens für die Veranstaltung eine Arena geschaffen, in der Mitarbeiter von Rocket Beans TV und YouTuber in zwölf Teams gegeneinander antraten. Der Gewinner durfte sich „Flummi Weltmeister 2019“ nennen.

Zuschauer beschwerten sich bei der MA HSH, dass es sich um eine Dauerwerbesendung handelte, weil ständig das Logo des Sponsors zu sehen gewesen sei, ob auf Trikots, Banden oder den Pappwänden, vor denen die Kandidaten interviewt wurden. Bandenwerbung kennt man auch aus Fußballstadien, aber hier lag die Sache etwas anders: Auf die Bandenwerbung im Stadion hat ein Sender keinen Einfluss. Bei den „Flummi Open“ hatte der Sender dagegen die Studiodekoration bewusst inszeniert. Tatsächlich handelte es sich somit um Werbung, genauer gesagt um Produktplatzierung, die mit einem „P“ und dem Hinweis „Unterstützt durch Produktplatzierung“ gekennzeichnet werden musste. Und zwar unabhängig davon, dass Tic Tac auch Sponsor war.

Unter Sponsoring versteht man, dass ein Unternehmen eine Sendung mitfinanziert, um die eigene Marke zu fördern. Sponsoren werden meistens zu Beginn, nach Werbeunterbrechungen oder am Ende einer Sendung genannt, dürfen aber auch bei Moderationen erwähnt werden. Bei Produktplatzierungen hingegen werden Produkte in einer Sendung dargestellt, in der Regel gegen Bezahlung. Beide Werbeformen müssen für den Zuschauer erkennbar und vom redaktionellen Programm zu unterscheiden sein. Sponsoren und Werbetreibende dürfen keinen Einfluss auf den Programminhalt nehmen. Der Zuschauer wird durch den Hinweis auf die Produktplatzierung vor unbewusster Beeinflussung durch Werbung geschützt.

Im Fall der „Flummi-Open“ waren es Kaugummis der Marke Tic Tac, die durch die ständige Präsenz des Logos beworben wur-

den. Daher musste zu Beginn der Sendung der Hinweis auf Produktplatzierungen erfolgen. Die MA HSH hat nach Prüfung des Falls einen Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt. Rocket Beans TV räumte ein, dass die erforderliche Kennzeichnung der Produktplatzierung fehlte. Der Veranstalter teilte mit, dass Maßnahmen ergriffen worden seien, um solche Fehler zukünftig zu vermeiden, und man den Mitschnitt der Sendung noch vor dem Hochladen auf die Website mit der entsprechenden Kennzeichnung versehen habe.

Da es sich um ein bundesweites Programm handelt, hat die MA HSH den Fall der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) vorgelegt. Weil der Veranstalter den Verstoß eingeräumt und seinen Fehler selbst korrigiert hat, wurde von einer Beanstandung abgesehen.



# Medienkompetenz



## SCHWERPUNKTTHEMEN

2019 stand im Zeichen der Kinderrechte: Die UN-Kinderrechtskonvention feierte ihr 30. Jubiläum. Sie schreibt die Rechte von Kindern auf Schutz, Förderung und Beteiligung fest. Seit es sie gibt, müssen Erwachsene Kinder und ihre Ansprüche respektieren und sich für sie einsetzen. Das gilt in der analogen wie auch in der digitalen Welt. Denn auch in dieser müssen Kinder ausreichend vor nicht altersgerechten Inhalten geschützt werden. Sie müssen zudem angemessen dabei gefördert werden, einen kritischen und reflektierten Umgang mit den Medien zu erlernen – in ihren Familien, Kitas und Schulen. Und sie haben ein Recht darauf, sich im Netz zu beteiligen, zum Beispiel auf eigenen, kindgerechten Plattformen. Es wird dringend Zeit, sie mehr in den Blick zu nehmen – die Kinder und ihre Rechte!

Kinder haben Rechte – auch in der digitalen Welt

Auch die MA HSH hat sich mit verschiedenen Schülerworkshops dem Thema Kinderrechte angenommen und ihm zudem die scout-Ausgabe 2\_2019 „Kinderrechte in der digitalen Welt“ gewidmet.

Gemeinsam mit den Bücherhallen Hamburg hat die MA HSH das Jubiläum der UN-Kinderrechtskonvention zum Anlass genommen und die Workshop-Reihe „Meine Rechte in der digitalen Welt“ gestartet. Das Angebot richtet sich an Dritt- und Viertklässler. Die Schüler erfahren darin mehr über das Recht am eigenen Bild, Datenschutz und die Möglichkeiten, sich im Netz zu beteiligen.

Workshop-Angebote für Schulklassen

Ebenfalls in Kooperation mit den Bücherhallen Hamburg veranstaltet die MA HSH Workshops zum Thema „Internet-ABC: Suchen und Finden im Internet“. Auch sie richten sich an Grundschulklassen: Sie erfahren, wie Suchmaschinen funktionieren, und vor allem, welche für sie geeignet sind. Sie lernen, wie man im Netz recherchiert und Suchergebnisse und Webseiten bewertet.



Informations- und  
Beratungsstände  
zu „Kinderschutz  
im Internet“

Fortgeführt wurden und mittlerweile fest etabliert sind die Informations- und Beratungsstände zu „Kinderschutz im Internet“ – ebenfalls mit und in den Bücherhallen Hamburg. Hier erhalten vor allem Eltern praktische Hilfestellung und Tipps, wie sie ihren Kindern einen sicheren Einstieg ins Internet vermitteln und technische Schutzfunktionen wie Filterprogramme für Smartphones und Tablets nutzen können. Insgesamt fanden im Jahr 2019 vierzehn Termine statt.

Praxistage zur  
Medienerziehung  
in der Kita

Kinder kommen immer früher mit Smartphone, Tablet und Co. in Berührung – darum müssen auch Medienerziehung und Medienbildung früh beginnen. Als erste Bildungsinstitution spielen Kitas dabei eine wichtige Rolle. Deshalb organisierte die MA HSH am 29. Oktober 2019 bereits zum sechsten Mal den „Praxistag: Medienerziehung in Hamburger Kitas“ gemeinsam mit den Hamburger Fachschulen für Sozialpädagogik FSP1, FSP2 und BS18. Rund 170 praktizierende und auszubildende Erzieher kamen in die FSP2 nach Altona und erhielten neben praktischen Informationen auch eine Fülle von Anregungen, wie Medienerziehung in den Kita-Alltag integriert werden kann. In diesem Jahr wurde auch ein Blick auf die medienpädagogische Arbeit von Erziehern im Ganztagsbereich an Grundschulen geworfen. Am 27. März 2019 fand die Veranstaltung erstmals auch in Schleswig-Holstein statt. Auch an der Beruflichen Schule des Kreises Pinneberg war die sehr gut besuchte Veranstaltung ein voller Erfolg. Künftig soll ein jährlicher Praxistag in beiden Bundesländern stattfinden.

Erfolgreich fortgesetzt wurde auch das Grundschulprojekt der Internet-ABC-Schulen Hamburg und Schleswig-Holstein, basierend auf den Inhalten des Internet-ABC ([www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)). In Kooperation mit den Instituten zur Lehrerfortbildung in beiden Bundesländern haben sich bislang mehr als einhundert Schulen an dem Projekt beteiligt. Weitere Grundschulen haben Interesse signalisiert, auf diesem Wege Medienbildung in ihrem Schulalltag zu verankern. Die Hamburger Schulbehörde hat die Projektbeteiligung der Schulen mittlerweile als verbindlich erklärt und Gelder für die Zertifizierung aller Grundschulen bereitgestellt.

Eine öffentliche Debatte um Medienbildung in der „Digitalen Stadt Hamburg“ ist unerlässlich – das ist der Ansatz der siebenteiligen Veranstaltungsreihe „angedockt: Medienbildung Hamburg“, angefangen bei schulischer und außerschulischer Medienbildung bis hin zu Wettbewerben und Veranstaltungen zur Nachwuchsförderung. „angedockt“ fragt bei Hamburger Fachpolitikern und bei Vertretern von Behörden sowie Pädagogen aus der Praxis nach: Wie ist der Stand der Dinge, welche Stolpersteine gibt es und was muss getan werden, um Medienbildung in Hamburg fest zu etablieren? „angedockt“ ist eine Kooperation von MA HSH, Mediennetz Hamburg und TIDE, Hamburgs Bürgersender und Ausbildungskanal. Am 28. Februar 2019 fand der sechste Teil der Veranstaltungsreihe statt. Diskutiert wurde zum Thema „Elternbildung und Kinderschutz“. Die Podiumsteilnehmer waren sich einig, dass Eltern dringend Unterstützung brauchen: Durch die digitalen Medien seien sie in der Erziehung teilweise verunsichert und überfordert. Das Interesse an Beratung sei groß, das Angebot aber noch ausbaufähig. Die Veranstaltung wurde im Programm von TIDE ausgestrahlt und ist in der „angedockt“-Playlist im TIDE-YouTube-Kanal zu finden.

Medienbildungs-  
initiative an Schulen

„angedockt:  
Medienbildung  
Hamburg“

scout – das  
MA HSH-Magazin  
für Medienerziehung



2019 erschienen zwei weitere Printausgaben von scout, dem Magazin für Medienerziehung der MA HSH. Mit scout unterstützt die MA HSH Eltern von drei- bis 14-jährigen Kindern dabei, ihre Verantwortung bei der Medienerziehung wahrzunehmen, und ermutigt sie, Haltung zu beziehen und Vorbild zu sein. Unter dem Titel „Die wollen doch nur spielen!“ widmete sich Heft 1\_2019 dem Thema „Gaming“ und ging der Faszination von digitalen Spielewelten für Kinder nach. Heft 2\_2019 befasste sich zum Anlass des 30. Jubiläums der UN-Kinderrechtskonvention mit dem Thema „Kinderrechte in der digitalen Welt“. Denn auch im Netz haben Kinder ein Recht auf Schutz, Förderung und Beteiligung.

Auch diese beiden Ausgaben stießen wieder auf ein großes Interesse und sorgten für weiter steigende Abonnenten- und Auflagenzahlen. Digital sind die Hefte auf der Website [www.scout-magazin.de](http://www.scout-magazin.de) zu finden. Dort erscheinen außerdem regelmäßig News, exklusive Onlineartikel und Tipps zu Veranstaltungen, empfehlenswerten Materialien und Projekten. Wer regelmäßig aktuelle Informationen zur Medienerziehung erhalten möchte, abonniert am besten den monatlichen E-Mail-Newsletter oder folgt scout auf Facebook.

Fest steht: Im Bereich der Medienkompetenzförderung wird die MA HSH sich weiter für die Kinder und ihre Rechte auf Schutz, Förderung und Beteiligung im Netz einsetzen. Dafür braucht es kein großes Jubiläum – aber viele Unterstützer!



# Die MA HSH



## AUFGABEN

---

Die MA HSH ist die gemeinsame Medienanstalt der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein. Eine ihrer Aufgaben ist die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten. Ihr Hauptaugenmerk liegt jedoch auf dem Bereich der Aufsicht, insbesondere von Internetseiten, deren Betreiber ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben, und Angeboten auf Plattformen. Hier befasst sie sich vor allem mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz und Werberegelungen, beispielsweise Hetze im Netz oder Schleichwerbung. Die MA HSH ist zudem zuständig für die finanzielle Förderung des nichtkommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein.

## STRUKTUR

---

Thomas Fuchs führt die Geschäfte der MA HSH. Dabei wird er von 22 Mitarbeiter\*innen unterstützt. Zu seinen Aufgaben gehören:

Direktor

- Vorbereitung und Vollzug der Beschlüsse des Medienrats,
- Umsetzen der Entscheidungen der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK),
- Überprüfen der Einhaltung der Zulassungs- und Zuweisungsbescheide,
- Verfolgen und Ahnden von Ordnungswidrigkeiten gemäß Telemediengesetz,
- Zusammenarbeit mit den anderen Landesmedienanstalten.

Thomas Fuchs ist seit 2008 Direktor der MA HSH. Auf Bundesebene ist er seit 2014 Koordinator des Fachausschusses „Netze, Technik, Konvergenz“ der Medienanstalten, seit 2020 Themenbeauftragter „Intermediäre“ der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Fuchs ist außerdem Mitglied der

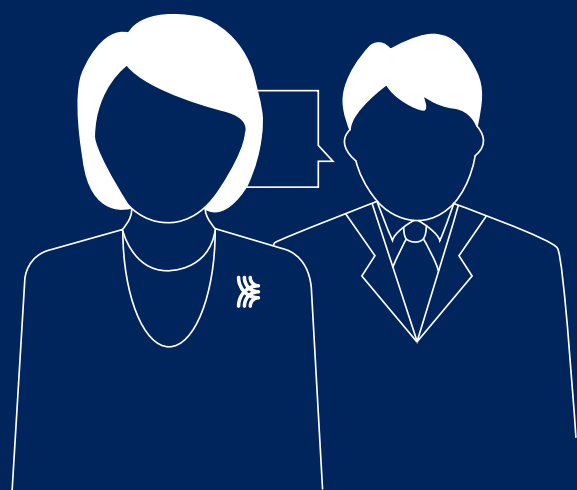
Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Stellvertretender Direktor der MA HSH ist Prof. Dr. Wolfgang Bauchrowitz.

**Medienrat** Der Medienrat besteht aus vierzehn ehrenamtlichen Mitgliedern, von denen sieben in Hamburg durch die Bürgerschaft gewählt werden und sieben in Schleswig-Holstein durch den Landtag. Er ist ein Entscheidungsgremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Kenntnisse und Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen. Der amtierende Medienrat konstituierte sich im November 2017. Sein Vorsitzender ist Lothar Hay. Der Medienrat der MA HSH tagte im Jahr 2019 acht Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

**Mitglieder** Günter Beling  
Marina Friedt  
Susanne Günther  
Lothar Hay  
Claudia Jacob  
Andrea Kaiser  
Martin Kayenburg  
Dr. h. c. Jürgen Koppelin  
Karsten Lüchow  
Heike Schiller  
Dr. Martina Tambert-Thomas  
Heike Thode-Scheel  
Adrian Ulrich  
Erhard Wohlgemuth



# Ansprechpartner



## KONTAKTE

---

**Thomas Fuchs** Direktor  
direktor@ma-hsh.de

**Prof. Dr. Wolfgang Bauchrowitz** Stv. Direktor und Justiziar  
bauchrowitz@ma-hsh.de Leiter Recht, Verwaltung, Technik

**Claudia Neumann** Leiterin Personal,  
neumann@ma-hsh.de Stellenangelegenheiten, Arbeitsrecht

**Dr. Thomas Voß** Leiter Programm,  
voss@ma-hsh.de Medienkompetenz

**Leslie Middelmann** Leiterin Presse- und  
middelmann@ma-hsh.de Öffentlichkeitsarbeit

**Simone Bielfeld** Pressesprecherin  
bielfeld@ma-hsh.de

# 10

## Finanzierungs- grundlagen



## ÜBERBLICK

---

Die Haupteinnahmequelle der MA HSH ist ihr Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag. Mit dem Inkrafttreten des 7. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (MÄStV HSH) am 1. April 2017 hat der Gesetzgeber einen Vorwegabzug von 68 Prozent festgelegt. Damit werden der MA HSH 32 Prozent des Rundfunkbeitragsanteils zugewiesen.

Insgesamt standen der MA HSH zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Jahr 2019 Einnahmen in Höhe von rund 3,2 Mio. Euro zur Verfügung. Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der 2019 insgesamt 23 Stellen umfasste.

## EINNAHMENSTRUKTUR

2.815.000 €   
Anteil aus dem Rundfunkbeitrag

211.000 €   
Sonstige Einnahmen

174.000 €   
Verwaltungsgebühren

20.000 €   
Entnahmen aus Rücklagen

## AUSGABENSTRUKTUR

1.699.000 €   
Personalausgaben

644.000 €   
Sachausgaben, einschließlich Investitionen und Rücklagen

193.000 €   
Fachveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, Projekte

319.000 €   
Gemeinsame Aufgaben der Medienanstalten

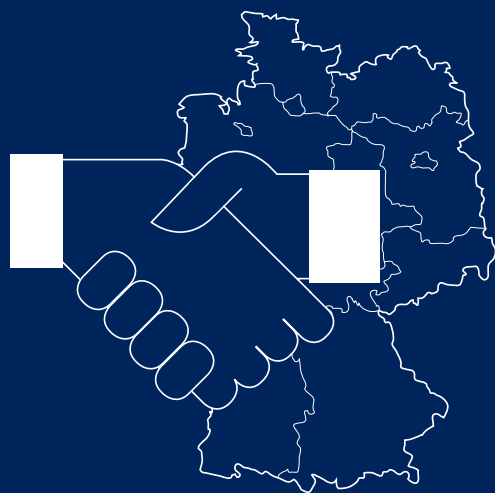
168.000 €   
Versorgungsleistungen an Beamte und ehemalige Beamte

155.000 €   
Förderung von nichtkommerziellem Rundfunk

42.000 €   
Medienrat

# 11

## Bundesweite Zusammenarbeit der Medienanstalten



### ORGANISATION DER ZUSAMMENARBEIT

---

Der Rundfunk – nebst Aufsicht darüber – liegt in der Verantwortung der Bundesländer. Da Fernsehen, Hörfunk und Internet an Landesgrenzen nicht haltmachen, arbeiten die 14 Landesmedienanstalten in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) eng zusammen für die Gleichbehandlung privater Rundfunkveranstalter und für die bessere Durchsetzbarkeit der Entscheidungen einzelner Anstalten. Grundlage der Zusammenarbeit innerhalb der ALM ist der Vertrag über die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM-Statut).

Die Zusammenarbeit innerhalb der ALM ist organisiert über

- die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM),
- die Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK)
- sowie den Zusammenschluss beider in der Gesamtkonferenz (GK).

Darüber hinaus gibt es

- die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK),
- die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK),
- die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)
- sowie drei Fachausschüsse.

Organisiert wird die Zusammenarbeit der Medienanstalten von der Gemeinsamen Geschäftsstelle (GGS) in Berlin. Sie koordiniert nach Beschluss der Gesamtkonferenz seit September 2013 alle bundesweiten Belange der Aufsicht über den privaten Rundfunk, Jugendschutz, Medienkonzentration, Programm- und Werbeaufsicht, Plattformregulierung und die Auswahlentscheidungen für digitale Kapazitäten.



## Kommissionen und Gremien

Der DLM gehören alle Direktoren der Landesmedienanstalten an. Sie unterhält den Austausch mit den Rundfunkveranstaltern und Plattformbetreibern, befasst sich mit gemeinsamen Angelegenheiten sowie Fragen grundsätzlicher Bedeutung für ihre Mitgliedsanstalten. Zudem beobachtet und analysiert sie die Programmentwicklung.

Die GVK setzt sich aus den Vorsitzenden der jeweiligen Beschlussgremien aller Landesmedienanstalten zusammen. Sie fällt bundesweite Zuweisungsentscheidungen und beschäftigt sich mit Fragen der Medienpolitik, der Medienethik sowie der Programmqualität.

Die GK besteht aus den Mitgliedern der DLM und der GVK. Sie behandelt Themen von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung. Sie ist zuständig für die Wahl des Vorsitzenden von ZAK und DLM und beruft die aus der ALM in die KEK und KJM zu entsendenden Mitglieder.

Die ZAK ist personengleich mit der DLM. Sie trifft verbindliche Entscheidungen in Zulassungs- und Aufsichtsverfahren bei bundesweiten Rundfunkveranstaltern für die einzelnen Landesmedienanstalten.

Der KEK gehören sechs Direktoren sowie sechs Sachverständige der Länder an. Ihre Aufgabe ist die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen. Um zu vermeiden, dass ein Unternehmen zu viel Meinungsmacht erlangt, bedürfen neue Programme oder Veränderungen in der Beteiligungsstruktur von Veranstaltern der Zustimmung durch die KEK.

Die KJM ist die zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten Rundfunk und im Internet. Sie stellt sicher, dass wirksam gegen jugendschutzrelevante elektronische Inhalte vorgegangen wird. Die KJM besteht aus zwölf Mitgliedern, darunter sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten.

Drei Fachausschüsse mit folgenden Schwerpunktthemen bereiten Entscheidungen der ZAK und der DLM vor:

- Regulierung (Fachausschuss 1),
- Netze, Technik, Konvergenz (Fachausschuss 2 – Koordinator: MA HSH-Direktor Thomas Fuchs) und
- Medienkompetenz, Nutzer\*innen- und Jugendschutz, lokale Vielfalt (Fachausschuss 3).

Weitere Aufgaben übernehmen der Beauftragte für den Haushalt und der Europabeauftragte.

# Impressum

**Herausgeber**

Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein  
(MA HSH)  
Anstalt des öffentlichen Rechts  
Direktor Thomas Fuchs

**Redaktion**

Leslie Middelman, Simone Bielfeld

**Lektorat**

Egbert Scheunemann

**Design**

Michaela Pernegger, Pia Sakowski,  
Andreas Volleritsch, [www.neubaudesign.com](http://www.neubaudesign.com)

**Druck**

Hans Steffens Graphischer Betrieb GmbH,  
Hamburg

Alle Rechte vorbehalten  
Norderstedt, im Juni 2020

