

BERICHT 2020

BERICHT 2020 MA HSH

BERICHT 2020

Medienanstalt
Hamburg/Schleswig-Holstein
MA HSH

1	
Editorial Thomas Fuchs	6
2	
Standpunkt Lothar Hay	10

3	
Plattformen und Medienintermediäre	14
Entwicklungen und Ausblick	15
4	
Telemedien	18
Entwicklungen und Ausblick	19
Aufsicht	22
5	
Hörfunk	32
Entwicklungen und Ausblick	33
Zulassung und Zuweisung	36
Aufsicht	36
Themenbeitrag: DAB+	38
6	
Fernsehen	42
Entwicklungen und Ausblick	43
Zulassung und Zuweisung	45
Aufsicht	45
7	
Medienkompetenz	50
Schwerpunktthemen	51

8	
Die MA HSH	56
Aufgaben	57
Struktur.....	58
9	
Ansprechpartner	60
Kontakte.....	61
10	
Finanzierungsgrundlagen ..	62
Überblick.....	63
Einnahmenstruktur	64
Ausgabenstruktur.....	65
11	
Bundesweite Zusammenarbeit der Medienanstalten	66
Organisation der Zusammenarbeit..	67



Editorial Thomas Fuchs



WAS DER NEUE MEDIENSTAATSVERTRAG FÜR UNS BEDEUTET

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

es ist vollbracht! Am 7. November 2020 ist der erste Medienstaatsvertrag (MStV) der Länder in Kraft getreten. Er löst den bisherigen Rundfunkstaatsvertrag ab, modernisiert dabei nicht nur das alte Rundfunkrecht, sondern nimmt auch erstmals die großen medialen und damit für die Meinungsbildung bedeutsamen Internetanbieter in den Blick. Dadurch entstehen neue Aufgaben für die Medienanstalten.

An erster Stelle ist die Regulierung von sogenannten Medienintermediären zu nennen. Damit wird auf die wachsende Bedeutung von Suchmaschinen und Social-Media-Angeboten für die Meinungsbildung in Deutschland reagiert. Erstmals werden Spielregeln aufgestellt, die Meinungsvielfalt auch in News-Feeds und Suchergebnissen gewährleisten sollen. Hierzu müssen die Anbieter ihre Selektions- und Präsentationskriterien transparent machen. Und sie dürfen von diesen Kriterien nicht zulasten einzelner journalistisch-redaktioneller Inhalte abweichen. Hierdurch sollen meinungsbildende Inhalte vor Diskriminierungen geschützt werden.

Regulierung
von Medien-
intermediären

Die MA HSH ist dabei zuständig für Facebook, Instagram, Google Search, YouTube, TikTok und Xing. Und der MStV war erst wenige Tage alt, als ihr bereits der erste Fall vorlag: eine am 10. November 2020 vom Bundesministerium für Gesundheit (BMG) öffentlich gemachte Kooperation mit Google. Die Kooperation hat zur Folge, dass bei der Eingabe von Suchbegriffen zu Krankheiten wie „Asthma“ oder „Migräne“ Inhalte des vom BMG herausgegebenen Gesundheitsportals www.gesund.bund.de bevorzugt bei den Suchergebnissen angezeigt werden.

Im Dezember 2020 hat die MA HSH daraufhin das erste medienrechtliche Verfahren gegen einen Medienintermediär, die Google Ireland Ltd. (Dublin), eingeleitet. In diesem Verfahren wird nun geprüft, ob durch die Kooperation andere journalistisch-redaktionelle Anbieter von Inhalten aus dem Themenbereich Gesundheit in medienrechtlich nicht zulässiger Weise diskriminiert werden.

Der Fall ist ein Novum und betrifft gesellschaftlich relevante Fragen. Behindert Google aus wirtschaftlichen Gründen journalistische Inhalte und gefährdet damit Medienvielfalt? Ist die Suchmaschine in diesem Fall kein neutraler Vermittler mehr? Oder agiert Google damit im öffentlichen Interesse, weil das Unternehmen seriöse Informationen bevorzugt? Diese Grundsatzfragen müssen hier beantwortet werden. Wichtig ist aber bereits das Verfahren an sich: Große (internationale) Plattformen mit hohem Einfluss auf die Meinungsbildung in Deutschland müssen ihre Entscheidungslogiken gegenüber einer staatsfernen deutschen Behörde legitimieren. Diese Pflicht zur Rechtfertigung finde ich sehr wertvoll.

Aufsicht über journalistisch- redaktionelle Onlinemedien

Aber nicht nur die großen Plattformen, auch „Internetzeitungen“ stehen jetzt unter einer medienrechtlichen Aufsicht. Journalistisch-redaktionell gestaltete Onlinemedien, die geschäftsmäßig angeboten werden und regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten, müssen die anerkannten journalistischen Grundsätze einhalten, also zum Beispiel genaue Recherche, Benennung von Quellen und Prüfung von Inhalten vor einer Weiterverbreitung. Maßstab dafür sind die im Pressekodex des Deutschen Presserats festgelegten Richtlinien für die journalistische Arbeit. Damit soll der Verbreitung von falschen Informationen, denen beispielsweise eine glaubhafte Quelle fehlt oder denen erkennbar Verschwörungsmythen zugrunde liegen, Einhalt geboten werden. Bürgerinnen und Bürger sollen redaktionellen Informationen im Netz vertrauen können. Eine neue Aufgabe, die die MA HSH vor dem Hintergrund der Meinungsfreiheit mit großer Sorgfalt und Behutsamkeit angehen wird.

Bei allen neuen Aufgaben bleibt der Rundfunk unser Kern- und Herzensanliegen. Mit dem Wirksamwerden der Lizenz für das Programm Sat.1 sind viele spannende Themen bei der Aufsicht über einen reichweitenstarken bundesweiten Sender dazugekommen. Wir unterstützen Radioveranstalter mit Corona-Hilfen im Rahmen von „Neustart Kultur“, entwickeln in beiden Bundesländern DAB+ sehr erfolgreich weiter und prüfen, ob lokale Sender auch Regional- und Minderheitensprachen im Programm berücksichtigen.

Rundfunk
weiterhin
Kernaufgabe

Das ist das breite Spektrum der digitalen Medienwelt, global bis lokal, in dem die MA HSH sich bewegt.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr



Thomas Fuchs



Standpunkt Lothar Hay



HETZE, HASS UND FAKE NEWS: ÜBER DIE WACHSENDE BEDEUTUNG VON MEDIENKOMPETENZ

In diesem Jahr feiern wir 10 Jahre scout. scout ist das Magazin für Medienerziehung der MA HSH. Es bündelt Informationen und bietet Eltern, Erzieher:innen und Pädagog:innen ganz praktisch Antworten und Tipps. Nur einige unserer Themen in den letzten Jahren: Online-Risiken, Medienerziehung in Kitas, Kinderrechte in der digitalen Welt, Online-Games, Programmieren lernen, um Computer zu verstehen, neue Phänomene der Online-Werbung wie Influencer und Co. – und immer wieder die Verantwortung der Eltern bei der Medienerziehung. Sie möchten wir beim Wahrnehmen ihrer Verantwortung unterstützen. Damit haben wir einen Nerv getroffen oder besser: einen vorhandenen Bedarf bedient. Unser Angebot wird gern angenommen, das Interesse an scout steigt ständig. Die Auflage des gedruckten Magazins hat sich seit der ersten Ausgabe mehr als verdoppelt. Zusätzlich bieten die scout-Website und ein monatlicher scout-Newsletter aktuelle Informationen und Tipps.

10 Jahre scout

Seit scout sich im Jahr 2011 zum ersten Mal für bessere Medienerziehung eingesetzt hat, haben sich das Internet, das Mediennutzungsverhalten und die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen extrem verändert. Kurz gesagt: Kinder gehen immer früher und immer mehr online. Daher nimmt die Bedeutung von Medienerziehung und -bildung stetig zu. Gerade auch in diesen Zeiten, in denen wir nicht nur 10 Jahre scout begehen, sondern auch ein Jahr Corona-Pandemie.

Medienkompetenz
wichtiger denn je

Insbesondere für Kinder ist kaum vorstellbar, dass nicht alles, was sie im Internet lesen, hören oder sehen, der Wahrheit entspricht. Wie wir sie, aber auch Jugendliche, Eltern und Pädagog:innen fit machen können für den Umgang mit Meinungsmache und Desinformation, war daher die Kernfrage unserer

Online-Kooperationsveranstaltung „Was können wir glauben? Surfen im Netz – zwischen Fakt und Fake“ anlässlich des Safer Internet Day Anfang Februar 2021.

Der Bedarf an Förderung der Nachrichten- und Informationskompetenz ist jedoch nicht nur bei Kindern, sondern über alle Altersgruppen hinweg groß. Viele Studien zeigen mittlerweile, dass die Fähigkeit, Information und Nachrichten von Desinformation, Meinung oder Werbung zu unterscheiden, gering ausgeprägt ist. Insbesondere angesichts der steigenden Nutzung des Internets und der Sozialen Medien für den Informationsbezug sind diese Fähigkeiten zur Unterscheidung, auch zwischen seriösen und unseriösen Quellen, jedoch wichtiger denn je – und für die gute Zukunft einer demokratischen Gesellschaft unerlässlich. Das Projekt „Use the News“, an dem die MA HSH beteiligt ist, zielt deshalb nicht nur auf eine wissenschaftliche Untersuchung der Nachrichtenkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, sondern auch auf die mittelfristige Verankerung des Erlernens von Nachrichtenkompetenz in den Lehrplänen an Schulen.

Doch ist das Internet nicht nur Nährboden für Fake News, sondern auch für Meinungsmache, Hetze und Hass. Was in Online-Foren, auf Social-Media-Kanälen oder Videoplattformen gepostet wird, geht oftmals über die Grenzen des Sagbaren hinaus. Deswegen forderte der MA HSH-Medienrat erst Ende März 2021 ein konsequenteres Handeln von YouTube im Hinblick auf die vielen Hass-Kommentare zu Walter Lübcke, die sich unter Videos von Redemitschnitten von ihm befinden. Und auch scout hat sich dem Thema Hass angenommen, sensibilisiert und gibt Strategien für den Umgang damit an die Hand.

Am Schluss noch ein Wort zur Finanzierung: Die MA HSH hat als einzige Medienanstalt in Deutschland kein Budget für Medienkompetenz. Unsere Magazin scout machen wir trotzdem, weil uns das Thema am Herzen liegt. Mit geringem Budget und viel Eigenleistung. Nun sind neue, anspruchsvolle Aufgaben auf die MA HSH zugekommen, wie Direktor Thomas Fuchs in seinem Editorial beschreibt. Wichtige Aufgaben. Unsere sehr knappe Finanzausstattung ist aber nicht angehoben worden. Wenn man bedenkt, dass mit Facebook, Instagram, Google Search, YouTube und anderen Anbietern mit Sitz in Hamburg die Regulierung der großen Medienintermediäre in die Zuständigkeit der MA HSH fällt, kann dies nicht so bleiben. Der Medienstaatsvertrag Hamburg Schleswig-Holstein (MStV HSH), unsere Rechtsgrundlage, kürzt die uns nach bundesweitem Recht zustehende Finanzausstattung auf ein Drittel! Dies ist der bundesweit höchste sogenannte „Vorwegabzug“.

Nun richtet sich unsere Hoffnung auf den 9. MStV HSH, der die neuen Realitäten des bundesweiten Medienrechts in Länderrecht übertragen soll. Ich appelliere dringend an die politisch Verantwortlichen, der Tatsache, dass mit neuen Aufgaben auch eine Anpassung der Finanzausstattung einhergehen muss, Rechnung zu tragen. Der MA HSH müssen endlich die Mittel zukommen, die ihr zustehen und die sie für eine auch künftig erfolgreiche Arbeit benötigt.

Neue Aufgaben
erfordern Anpassung
der Finanz-
ausstattung

3

Plattformen und Medienintermediäre



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Für die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären war das Jahr 2020 richtungsweisend. Nach langem Erstellungsprozess ist der Medienstaatsvertrag (MStV) der Länder im November 2020 in Kraft getreten. Er erweitert die Regulierungsmöglichkeiten der Medienanstalten erheblich. Standen bisher „klassische“ Medienplattformen wie Kabelnetzbetreiber oder Live-Streaming-Portale im Fokus, bezieht der MStV nun auch Plattformen mit ein, die Online-Presse-Angebote bündeln. Außerdem werden sogenannte Benutzeroberflächen in die Regulierung integriert. Dies meint vor allem Smart-TV-Hersteller wie Samsung oder LG. Sie müssen in Zukunft sicherstellen, dass die auf den Smart-TV vorgehaltene Programmsortierung eine diskriminierungsfreie Auffindbarkeit von Rundfunkprogrammen ermöglicht.

Den aus Regulierungssicht entschiedensten Schritt vollzieht der MStV indes im Bereich der Medienintermediäre. Erstmals werden in den §§ 91 MStV ff. Spielregeln für Suchmaschinen und Social-Media-Angebote aufgestellt, die Meinungsvielfalt auch in News-Feeds und Suchergebnissen gewährleistet sollen. Hierzu müssen nicht nur Selektions- und Präsentationskriterien transparent gemacht werden. Bestimmte Medienintermediäre dürfen von diesen zu veröffentlichenden Kriterien auch nicht abweichen, wenn dies zu einer Benachteiligung bestimmter journalistisch-redaktioneller Inhalte führen würde. Hierdurch sollen meinungsbildende Inhalte vor Diskriminierungen geschützt werden.

Medienintermediäre

Die Medienanstalten sind ermächtigt, die europaweit einzigartigen Vorgaben des MStV in Satzungen und Richtlinien zu konkretisieren. Der MA HSH oblag die Federführung bei der Ausarbeitung der Satzung zur Regulierung von Medienintermediären – ein rechtlich wie auch technisch hochkomplexes Unterfangen, dem sich die Medienanstalten durch Anhörungen und Fachgespräche sorgfältig genähert haben. Die MA HSH hat zudem eine Konsultation der Medienanstalten initiiert und ausgearbeitet. Durch die Befragung von Wissenschaft und Branche konnten wichtige Grundlagen für die Satzungserstellung geschaffen werden.

Die MA HSH hat Ende 2020 das erste Aufsichtsverfahren der neuen Regulierung gegen die Google Ireland Ltd. als Anbieterin der Google-Suchmaschine eingeleitet. In dem Verfahren wird geprüft, ob durch die bevorzugte Präsentation von Gesundheitsinformationen des Portals www.gesund.bund.de in sogenannten „Knowledge Panels“ ein Verstoß gegen die im MStV vorgesehene Diskriminierungsfreiheit (§ 94 MStV) vorliegt.

Hintergrund der Anzeige der Gesundheitsinformationen ist eine Kooperation zwischen Google und dem Bundesministerium für Gesundheit. Das Verfahren stellt einen Präzedenzfall für die Regulierung dar. In ihm wird unter anderem im Rahmen einer umfassenden Interessenabwägung das Verhältnis zwischen unternehmerischer Freiheit der Medienintermediäre und der Sicherung der Meinungsvielfalt in dem für die Gesellschaft wichtigen Bereich der Gesundheitsinformationen ausgelotet werden müssen. Hierfür bedarf es daher neben einer juristischen vor allem auch einer gesellschaftlichen Diskussion. Die MA HSH stößt diese (als aktives Mitglied der Medienanstalten) immer wieder an.

Plattformen Die MA HSH hat aufgrund der Koordinierungsfunktion ihres Direktors im für Medienplattformen zuständigen Ausschuss II der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM) zudem die Vorbereitungen für die Regulierung von Medienplattformen und Benutzeroberflächen maßgeblich vorangetrieben. Wichtige Grundlagen konnten auch hier durch

die intensive Mitarbeit an der Erstellung der Medienplattform-satzung geschaffen werden. Daneben hat die MA HSH weiterhin Plattformanbieter in ihrem Zuständigkeitsbereich bei der rechtskonformen Ausgestaltung ihrer Angebote beraten. Der MStV führte hier zu einem merklichen Anstieg des Beratungsbedarfs. Das bereits 2019 gestartete Verfahren der MA HSH zur rechtlichen Qualifizierung eines europaweit tätigen Radio-Streaming-Anbieters vor dem VG Hamburg steht zudem kurz vor dem Abschluss.

Der Bereich der Medienplattform-, Benutzeroberflächen- und Medienintermediäre-Regulierung wird zukünftig mehr denn je einen Themenschwerpunkt der MA HSH bilden und für eine zunehmende Internationalisierung der Aufsichtstätigkeit führen. Kurz nach Inkrafttreten des MStV haben die Anbieter von Facebook, YouTube, Google, Instagram, TikTok und Xing Zustellungsbevollmächtigte in Hamburg benannt. Die MA HSH ist daher für einen Großteil der für die deutsche Medienordnung regulierungsrelevanten Medienintermediäre zuständig. Um dieser Regulierungsaufgabe gerecht werden zu können, ist es an der Zeit, dass die Länder wieder für eine angemessene Ausstattung der MA HSH sorgen.

Die MA HSH hat mit dem Rechtsgutachten „Transparenz bei Medienintermediären“, das Prof. Dr. Rolf Schwartmann in ihrem Auftrag erstellt hat, wichtige Vorarbeiten für eine positive Medienordnung geleistet und die Aufgaben in diesem Reformprozess konkretisiert. Zudem unterbreitet der Gutachter den Vorschlag, ein „Zwei-Säulen-Modell“ zu schaffen, das die Idee des dualen Rundfunksystems auf Medienintermediäre überträgt. Und sie damit verpflichten würde, im Rahmen der Anzeige von Inhalten neben ihrer individualisierten Auswahl auch eine neutrale Vielfalt von Angeboten abzubilden und zwei voneinander unabhängige News-Feeds als Angebot für die Nutzer:innen zu generieren.

4

Telemedien



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Insgesamt wendet sich die Telemedienregulierung der MA HSH immer stärker Plattformen und ihren strukturellen Schutzvorkehrungen zu. Damit findet auch im Bereich der Aufsicht zunehmend eine wechselseitige Ergänzung von Plattformaufsicht und der Aufsicht über Einzelangebote statt.

Die MA HSH ist im Rahmen der Telemedienregulierung 2020 insbesondere gegen die Verbreitung rechtswidriger Inhalte auf Twitter vorgegangen. Die von ihr eingeleiteten medienrechtlichen Verwaltungsverfahren sind die ersten dieser Art, die erfolgreich gegen einen im Ausland ansässigen Host-Provider geführt wurden. In diesem Fall erreichte die MA HSH, dass Twitter die rechtswidrigen Profile für deutsche Nutzer:innen sperrte. Die Gesamtproblematik ist damit jedoch noch nicht gelöst: Es finden sich nach wie vor zahlreiche pornografische Profile auf der Plattform. Gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten wird die MA HSH deshalb auch zukünftig weitere Verfahren gegen Twitter betreiben, um am Ende möglichst präventive Maßnahmen der Anbieterin zu erreichen.

Erfolg gegen
ausländischen
Host-Provider
Twitter

Einsatz für journalistische Sorgfalt

Die Corona-Pandemie hat – zusätzlich zur anhaltenden Flüchtlingskrise – das Problem der Verbreitung von Desinformation massiv verstärkt. Die MA HSH hat daher die neue Regelung in § 19 des im November 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrags (MStV) begrüßt. Mit ihr verpflichtet die Gesetzgebung Anbietern journalistisch-redaktionell gestalteter Telemedien, die anerkannten journalistischen Grundsätze einzuhalten. Die MA HSH hat auf dieser Basis erste Prüfungen wegen möglicher Verletzungen journalistischer Sorgfaltspflichten durchgeführt und ein Verfahren eingeleitet. 2021 – im Jahr der Bundestagswahl – werden hier weitere Herausforderungen auf die MA HSH zukommen. Dabei wird sich die Effektivität der neuen Regelung in § 19 MStV noch erweisen müssen.

Gegen Hass und Hetze in Sozialen Netzwerken

Die MA HSH ist auch im Jahr 2020 auf unterschiedliche Weise gegen Hassrede in Sozialen Netzwerken vorgegangen. Aufgrund des wachsenden Problemdrucks nutzt sie nicht nur ihren bevorzugten Meldestatus bei YouTube, Facebook und Instagram. Sie beteiligt sich seit 2020 vielmehr auch beratend an der Initiative „Offensiv gegen Hass im Netz – konsequent anzeigen, effektiv verfolgen“ der Hamburger Justizbehörde. Im Fokus der MA HSH stehen insbesondere der Schutz der Menschenwürde und der Schutz von Kindern und Jugendlichen auf der Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV).

Aus Sicht der MA HSH gibt es derzeit noch kein plattformübergreifendes, auch für Soziale Medien geeignetes Jugendschutzprogramm, das Minderjährige wirksam vor beeinträchtigenden Telemedien schützt. In der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) unterstützt sie deshalb die Entwicklung und die Anerkennung von Jugendschutzprogrammen, die innerhalb geschlossener Systeme eingesetzt werden können, beispielsweise bei Netflix oder auf Konsolen und Videospielen von Nintendo. Die MA HSH erwartet auch von den Sozialen Netzwerken die Entwicklung weiterer effektiver Vorkehrungen dieser Art, um Minderjährige unter anderem vor Hassrede und desorientierenden Falschinformationen zu schützen.

Schließlich verlangt die Aufsicht über – in der Regel bundesweit ausgerichtete – Telemedien ein gemeinsames und möglichst einheitliches Handeln aller Landesmedienanstalten. Die MA HSH ist aktives Mitglied der KJM und engagiert sich in Arbeitsgruppen und Prüfverfahren. 2020 hat sie eine Schwerpunktanalyse initiiert und federführend gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten durchgeführt: Die Untersuchung „Alternative Medien und Influencer als Multiplikatoren von Hass, Desinformation und Verschwörungstheorien“ hat beachtliche Resonanz und zahlreiche neue Aufsichtsfälle hervorgebracht.

Der Medienrat der MA HSH forderte etwa seit Langem, dass Plattformen wie YouTube konsequenter gegen gezielten und organisierten Hass vorgehen. Intermediäre sind verpflichtet, durch geeignete Maßnahmen sicherzustellen, dass es in ihrem Angebot nicht zu anhaltenden Verstößen gegen deutsches Recht und die Regeln des Jugendschutzes kommt. Es geht dabei um Löschen und Verfolgen der Rechtsverstöße. Nichtstun ist keine Option.

Am 28. Februar 2020 war die MA HSH auf der Social Media Week Hamburg mit der Veranstaltung „Zwei Jahre NetzDG: Verschärfen oder abschaffen?“ dabei. Prof. Dr. Marc Liesching, Professor für Medienrecht und Medientheorie an der Fakultät Medien der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur in Leipzig, war zu Gast auf dem Podium. Nach einem einführenden Impulsvortrag diskutierte er mit MA HSH-Direktor Thomas Fuchs über das Spannungsfeld zwischen legitimem Strafverfolgungsinteresse und Freiheitsrechten der digitalen Öffentlichkeit.

Bundesweite Zusammenarbeit

Social Media Week Hamburg

Jugendmedienschutz

Die MA HSH kontrollierte auch 2020 verstärkt Internetangebote hinsichtlich möglicher Verstöße gegen die rechtlichen Bestimmungen des Jugendmedienschutzes. Untersucht wurden Websites, Profile, Videos, Postings und Kommentare. Sie prüfte unter anderem 1.086 Profile von Nutzer:innen oder Gruppen auf der Gaming-Plattform Steam, 127 Instagram-Kanäle, 27 YouTube-Seiten, acht Twitter- sowie sechs Facebook-Profile. Anlass der Prüfungen waren eigene Recherchen sowie 62 Hinweise aus der Bevölkerung.

Sechs Fälle leitete die MA HSH wegen Verdachts auf Straftaten an die Strafverfolgungsbehörden weiter. In drei dieser Fälle kamen gleich mehrere Straftaten in Betracht: Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, öffentliche Aufforderung zu Straftaten, Volksverhetzung sowie Gewaltdarstellungen. Bei zwei Fällen handelte es sich um (jugend-)pornografische Inhalte. In einem weiteren Fall wurden verbotene Kennzeichen des Motorrad- und Rockerclubs „Los Bandidos“ öffentlich verwendet.

Gegenüber der Plattform Twitter sprach die MA HSH Untersagungen wegen zwei Profilen aus, die Pornografie ohne Altersverifikation frei zugänglich machten und somit gegen § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Satz 2 JMStV verstießen. Da die Identitäten der Inhabhaber:innen nicht ermittelt werden konnten, nahm die MA HSH Twitter als Host-Provider in die Pflicht. Twitter sperrte die Profile daraufhin für deutsche Nutzer:innen. Damit konnte erstmals in einem medienrechtlichen Verwaltungsverfahren gegenüber einem nicht in Deutschland ansässigen Host-Provider durchgesetzt werden, dass rechtswidrige Profile in Deutschland nicht mehr aufrufbar sind.

Die MA HSH ging außerdem gegen unzulässige Hassrede in Sozialen Netzwerken vor. Sie verfügt seit 2018 über einen bevorzugten Meldestatus bei YouTube, Facebook und Instagram, sodass von ihr gemeldete Inhalte dort priorisiert überprüft werden. Im Berichtszeitraum wurden auf Betreiben der MA HSH 253 Hasskommentare auf YouTube, 27 auf Instagram und 26 auf Facebook entfernt, die gegen Jugendmedienschutzbestimmungen und überwiegend auch gegen das Strafgesetzbuch (StGB) verstießen.

Die MA HSH widmete sich zudem weiter verstärkt der Problematik von NS-Symbolik auf der Computerspiele-Plattform Steam. Sie war diesbezüglich bereits 2019 aufgrund einer Beschwerde sowie Presseberichterstattung tätig geworden und erreichte 2020 die Löschung von 1.407 strafrechtlich relevanten Inhalten. Der Großteil zeigte Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen i. S. d. § 86a StGB wie SS-Runen oder Hakenkreuze und verstieß somit gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 JMStV. Eine sozialadäquate Verwendung lag nicht vor, vielmehr schienen die Nutzer:innen-Profile die NS-Ideologie zu glorifizieren.

Gemeinsam mit den Landesmedienanstalten in Thüringen (TLM), Nordrhein-Westfalen (LfM) und Bayern (BLM) koordinierte die MA HSH die Schwerpunktanalyse der Medienanstalten „Alternative Medien und Influencer als Multiplikatoren von Hass, Desinformation und Verschwörungstheorien“. Die 14 Landesmedienanstalten prüften mehr als 700 relevante Webseiten, YouTube-Kanäle und Social-Media-Angebote. In rund 35 Prozent der Fälle stellten sie dabei einen Anfangsverdacht auf strafbare, jugendgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte fest. Vor allem bei VK- und Telegram-Angeboten fand sich vergleichsweise häufig ein Anfangsverdacht. Die MA HSH prüfte im Rahmen dieser Analyse 34 Angebote überschlägig, sieben davon vertieft. In einem Fall wurde ein Verfahren eingeleitet. Die Ergebnisse der Schwerpunktanalyse sind auf der Webseite der KJM abrufbar: www.bit.ly/schwerpunktanalyse2020.

2020 rückte auch Instagram stärker in den Fokus der MA HSH. Sie erwirkte unter anderem die Entfernung von zwei unzulässigen Videos, die detailliert Enthauptungen zeigten. Es handelte sich um unzulässige Gewalt- und Leidensdarstellungen, die die Menschenwürde der Opfer verletzten und gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 JMStV verstießen. Auf Betreiben der MA HSH wurden die Videos unmittelbar von den Plattformen entfernt, ebenso fünf ähnliche Videos auf Facebook.

Außerdem erreichte die MA HSH die Löschung von 193 strafrechtlich relevanten Inhalten auf Instagram, die Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen zeigten. Es handelte sich dabei vor allem um Profilbilder mit Hakenkreuzen, SS-Totenköpfen oder Porträtdarstellungen von Adolf Hitler sowie um Kommentare von Nutzer:innen, die die Parole „Sieg Heil“ enthielten.

Die MA HSH ging zudem verstärkt gegen entwicklungsbeeinträchtigende Videos auf Instagram vor. Sie stieß im Rahmen einer Recherche auf Hunderte Videos mit heftigen Gewaltszenen aus Computerspielen wie „Mortal Kombat“, „Call Of Duty“ oder „The Last Of Us“, die ab 18 Jahren freigegeben sind. Die Ausschnitte zeigten Schlägereien und Schießereien detailreich und in schneller Abfolge. Knochen brachen und Blut spritzte umher. Die Schmerzen und das Leid, zu denen solche Gewalt führt, waren nicht erkennbar.

Auf Betrachter:innen kann dies eine gewaltverharmlosende Wirkung haben. Die brutalen Gewaltszenen und oftmals düsteren Szenarien können Kinder und Jugendliche sogar verängstigen und damit möglicherweise in ihrer Entwicklung beeinträchtigen. Nach dem JMStV müssen Plattformanbieter dafür sorgen, dass Kinder oder Jugendliche solche Angebote üblicherweise nicht wahrnehmen. Internetanbieter können ihre Webseiten dafür zum Beispiel mit einer Alterskennzeichnung versehen, die von anerkannten Jugendschutzprogrammen ausgelesen werden kann. Eine solche Kennzeichnung gibt es bei Instagram jedoch nicht. Diese ungeschützte Verbreitung der Gewaltvideos verstieß gegen die gesetzlichen Bestimmungen.

Die Fülle der entwicklungsbeeinträchtigenden Videos zeigt, dass es sich hier um eine grundsätzliche Problematik auf der Plattform handelt. Ein rechtliches Vorgehen gegen einzelne Nutzer:innen hätte da keine ausreichende Maßnahme dargestellt. Gegen viele User:innen hatte die MA HSH außerdem keine rechtliche Handhabe, da sie anonym posteten. Die MA HSH wandte sich daher direkt an Instagram als Host-Provider, um auf die Jugendschutzproblematik aufmerksam zu machen und zeitnah eine Lösung zu erreichen. Sie meldete mehrere Hundert entwicklungsbeeinträchtigende Videos an die Plattform. Diese reagierte mit Verzögerung und entfernte die Videos erst nach mehreren Wochen. In einem Fall erfolgte gar keine Reaktion. Die MA HSH befasste daraufhin die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Anbieter (FSM), in der Instagram Mitglied ist, mit dem Fall und erwirkte so schließlich eine Entfernung aller gemeldeten Inhalte.

Bisher sperrte Instagram auf Betreiben der MA HSH 523 entwicklungsbeeinträchtigende Videos aus Computerspielen, die erst ab 18 Jahren freigegeben sind. Damit ist das Problem aber noch nicht behoben, denn nach wie vor befinden sich zahlreiche weitere solcher Videos auf der Plattform. Leider geht Instagram nicht proaktiv gegen dieses Jugendschutzproblem vor. Die MA HSH setzt sich weiterhin dafür ein, dass die Verstöße behoben werden.

Der Fall „Menschenwürde verletzende Desinformation auf YouTube“

Der Österreicher Martin Sellner, Kopf der rechtsextremen „Identitären Bewegung“ (IB), verwendete in einem Videobeitrag auf YouTube ein Augenzeugenvideo von einem Tränengaseinsatz gegen Geflüchtete an der türkisch-griechischen Grenze. Er interpretierte die Bilder in einer Weise, die nicht den Fakten entsprach. Das Video zeigte Männer, die Kinder über den Rauch eines Feuers hielten. Sie wollten so deren Augen zum Tränen bringen, um das Tränengas auszuspülen. Die Opfer litten erkennbar: die Kinder waren in Schockstarre, die Mütter weinten und gestikulierten panisch. In seinem Beitrag stellte Sellner die besorgten Helfer als berechnende, kaltblütige „Schlepper“ dar, die Kinder zum Weinen brächten, um Mitleid zu erregen und Zugang in die EU zu erlangen. Die hilfsbedürftigen Kinder seien ihr Werkzeug („Ankerkinder“). Nicht der Tränengaseinsatz, sondern die Männer seien schuld am Leid der Kinder. Sellner stellte die Opfer als Täter dar und versuchte so, Menschen zum Protest gegen die Aufnahme von schutzbedürftigen Geflüchteten zu bewegen. Um seinen Worten Nachdruck zu verleihen, blendete er ein Flugblatt ein: „Merkel will 1.500 Kinder aus der Türkei nach Europa holen. Wir sagen Nein zu Anker Kindern! – Stoppt Merkels Lüge.“

Die MA HSH meldete das Video wegen erkennbarer Desinformation und möglichen Verstoßes gegen die Menschenwürde an YouTube. Zeitgleich meldete sie auch über siebzig strafrechtlich relevante Hasskommentare aus der Kommentarleiste unterhalb des Videos. YouTube löschte die Kommentare umgehend und sperrte später auch das Video für Nutzer:innen aus Deutschland.

Die MA HSH war – nicht zum ersten Mal – aufgrund einer Beschwerde aktiv geworden. Seit 2018 gehen in der MA HSH immer wieder Hinweise zu Inhalten auf den YouTube-Kanälen von Martin Sellner ein. Die MA HSH meldete im Laufe der Jahre unzählige volksverhetzende Kommentare. Dies führte bislang regelmäßig nur zur Löschung der explizit gemeldeten Inhalte.

Im Juli 2020 kündigte YouTube neben anderen Accounts der IB auch den Kanal von Martin Sellner. Zuvor hatte bereits Twitter Konten von Sellner und anderen Mitgliedern der Bewegung gelöscht, weil sie Terrorismus und Gewalt verherrlichten. Facebook und Instagram hatten die Gruppierung schon länger von ihren Plattformen verbannt.

Der Fall „Pornografie auf Steam“

Die MA HSH erhielt im November 2020 einen Hinweis, dass auf Steam pornografische Spiele ohne ausreichende Jugendschutzmaßnahmen angeboten würden. Die MA HSH-Prüfer:innen stießen bei einer überschlägigen Sichtung auf Vorschauen von „Adult Only Games“ mit Sexualdarstellungen, die nach § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 JMStV als pornografisch zu bewerten waren. Die Plattform stellte nicht sicher, dass diese Darstellungen nur Erwachsenen zugänglich waren (geschlossene Benutzergruppe). Die Inhalte waren entweder frei zugänglich oder den Inhalten war eine simple Altersabfrage vorgeschaltet: Nutzer:innen konnten ein beliebiges Datum auswählen, das eine Volljährigkeit nahelegte, ohne dass jedoch eine verlässliche Altersüberprüfung stattfand. Die pornografischen Vorschauen verstießen somit gegen § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 i. V. m. Satz 2 JMStV. Gemäß den Eckpunkten der KJM ist eine Altersverifikation für geschlossene Benutzergruppen durch zwei miteinander verbundene Schritte sicherzustellen: durch eine zumindest einmalige Identifizierung (Volljährigkeitsprüfung), die grundsätzlich über persönlichen oder vorgelagerten Kontakt erfolgen muss, sowie durch eine Authentifizierung beim konkreten Nutzungsvorgang (www.kjm-online.de/aufsicht/technischer-jugendmedienschutz/anzulaessige-angebote/altersverifikationssysteme). Die MA HSH wies das Unternehmen Valve auf die Verstöße hin und regte eine Nachbesserung an. Außerdem machte sie das Unternehmen darauf aufmerksam, dass nicht nur bei pornografischen Vorschauen, sondern auch bei pornografischen Spielen Jugendschutzmaßnahmen getroffen werden müssen, damit Minderjährige nicht darauf zugreifen können. Das Unternehmen Valve reagierte in Form

einer DE-Sperre, also mit einem Geoblocking solcher Spiele für Nutzer:innen aus Deutschland.

Mehrere Nutzer:innen beschwerten sich daraufhin bei der MA HSH über das Geoblocking, weil damit nicht nur Minderjährige, sondern auch Erwachsene in Deutschland auf diese Spiele nicht mehr ohne Weiteres zugreifen könnten. Diese Beschwerden nimmt die MA HSH zum Anlass, das Unternehmen erneut auf die Notwendigkeit geeigneter Jugendschutzmaßnahmen hinzuweisen.

Werbung 2020 erreichten die MA HSH insgesamt 75 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 429 Fällen die Einhaltung der Werbebestimmungen. Im Rahmen einer bundesweit abgestimmten Schwerpunktuntersuchung sichtete die MA HSH zusätzlich rund 2.500 Instagram-Beiträge (Storys, Bilder, Videos) von 76 Anbieter:innen. Wurde ein Verstoß festgestellt, nahm die MA HSH Kontakt zum Anbietenden 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.

Anbieterkennzeichnung Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit prüft die MA HSH auch, ob Telemedienanbieter, die ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben, ihrer Anbieterkennzeichnungspflicht nachkommen. Nach § 18 MStV 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:in-

nen diese Angaben unter den Menüpunkten Impressum oder 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 § 18 Abs. 1 MStV. In diesem Fall gehören zumindest der Name und die Anschrift der Anbieter zu den Pflichtangaben. Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten müssen zusätzlich Name und Anschrift einer verantwortlichen Person benennen (§ 18 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 im Sinne des § 5 TMG betrieben wird. Hierbei gilt es unter anderem festzustellen, ob ein Telemedium aufgrund einer nachhaltigen Tätigkeit, mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht, angeboten wird.

Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 103 neue Fälle unzureichender Anbieterkennzeichnungen geprüft und daneben auch 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, die tatsächlichen Anbieter auszumachen, da bewusst falsche Angaben gemacht oder fremde Identitäten verwendet werden. Hinweise auf fehlerhafte Angaben der bei der Denic registrierten Mitglieder führten auch in diesem Jahr zur Löschung der betreffenden Angebote, in der Regel durch die Anbieter selbst. Vereinzelt Fäl-

le 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.

Der Hingucker – Beispiele aus der Prüfpraxis der MA HSH

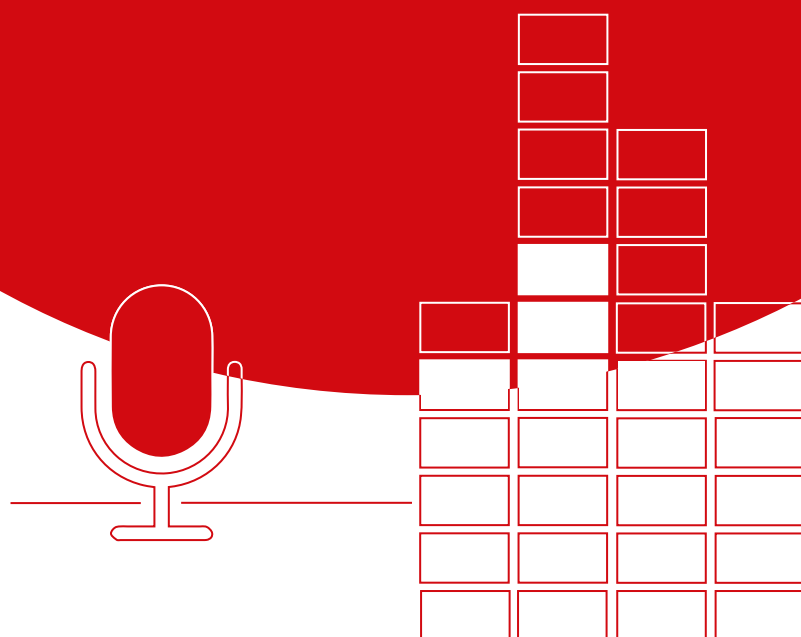


Mit dem Hingucker gibt die MA HSH anhand konkreter Fälle Einblicke in ihre Prüfpraxis als Medienaufsicht. Der Newsletter informiert über die Arbeit der MA HSH und macht auf problematische Medienangebote und Medienentwicklungen aufmerksam. 2020 berichtete er unter anderem über Enthaltungsvideos auf Facebook und Instagram, fehlende Jugendschutzvorkehrungen eines Online-Sexshops sowie über online verbreitete Hasskommentare und Desinformation. In Fernsehen und Radio ging es zum Beispiel um einen Fall von Alkoholwerbung, die Kinder und Jugendliche besonders ansprach, sowie um Sponsoring, das durch die Verbindung mit einer Rabattaktion zu verbotener Werbung wurde. Die meisten der geschilderten Fälle gehen auf Beschwerden von Nutzer:innen von Medien zurück, weitere Fälle basieren auf eigenen Recherchen der MA HSH.

Der Newsletter wird zweimal pro Jahr per E-Mail an Interessierte verschickt. Alle Ausgaben sind zudem auf der Homepage der MA HSH abrufbar. Dort befindet sich auch das Beschwerdeformular, über das Nutzer:innen ihre Beobachtungen mitteilen können. Zusätzlich gibt es auf der Homepage mit dem Hingucker Special „Hass in Sozialen Medien melden“ eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, um problematische Inhalte direkt bei Instagram, Twitter, YouTube & Co. zu melden.

5

Hörfunk



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Die Entwicklungsdynamik in der Hörfunklandschaft der vergangenen Jahre dauerte auch 2020 weiter an. Insbesondere die Online-Audio-Nutzung nahm deutlich zu: Nicht nur die On-Demand-Angebote, auch die Radionutzung online verzeichnete deutliche Zuwächse. Mittlerweile nutzen fast 45 Prozent der Bevölkerung Webradio und Audio-On-Demand-Angebote gleichermaßen.

Gleichwohl bleibt der UKW-Empfang für lange Zeit eine beliebte und bewährte Form der Radionutzung im Alltag von Millionen Menschen. Daher achtet die MA HSH darauf, dass die Qualität der Sende-Infrastruktur und damit auch der UKW-Zugang für alle Nutzer:innen gewährleistet bleiben.

Auch 2020 war die UKW-Landschaft in Hamburg geprägt von Auswirkungen der Neuausschreibung und der Neuvergabe eines Großteils des Hamburger UKW-Spektrums im Jahr 2019. So musste sich die MA HSH mit zahlreichen Widersprüchen gegen die Auswahlentscheidungen vom November 2019 befassen. In diesem Zusammenhang hat Energy 97,1 MHz trotz einer Entscheidung der MA HSH zugunsten des Mitbewerbers FluxFM seinen Sendebetrieb vorerst fortsetzen können. Grundlage hierfür ist eine gerichtliche Eilentscheidung. Eigentlich hätte ab dem 1. August 2020 FluxFM über die UKW-Frequenz 97,1 MHz senden sollen. Zuvor war die Zulassung für das Programm Energy Hamburg ab dem 1. August 2020 für die Dauer von zehn Jahren verlängert worden. FluxFM sendet derweil auf der Grundlage eines Kooperationsvertrags sein Programm auf der Radio Hamburg zugewiesenen Frequenz Hamburg-City 104,0 MHz. Um die bis zum 31. Dezember 2021 befristete Kooperation zu ermöglichen, wurde die Zuweisung der Frequenz 104,0 MHz an Radio Hamburg entsprechend geändert.

UKW

Die im Jahr 2019 ebenfalls neu ausgeschriebene sogenannte erste UKW-Hörfunkkette in Schleswig-Holstein, über die seit 1986 das Programm R.SH verbreitet wird, wurde im Februar

2020 erneut der Betreiberin von R.SH, der Regiocast GmbH & Co. KG, zugewiesen. Gleichzeitig wurde die Zulassung von R.SH um zehn Jahre verlängert.

Digitaler Hörfunk/ DAB+

Laut Digitalisierungsbericht der Medienanstalten 2020 verfügen in Hamburg und Schleswig-Holstein deutlich über 20 Prozent aller Haushalte über ein DAB+ Radio. Insbesondere in Hamburg steigt der Anteil der Radiohörer:innen, die hauptsächlich DAB+ nutzen, weiter an.

Um die digitale Hörfunkverbreitung und ihre Nutzung in Schleswig-Holstein zu unterstützen, hatten die Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein, der Norddeutsche Rundfunk (NDR) und die MA HSH Anfang 2019 die Durchführung eines auf drei Jahre angelegten Modellversuchs vereinbart. Nachdem die Media Broadcast GmbH die Zuweisung für den Betrieb regionaler Hörfunkplattformen in den Regionen Kiel, Lübeck und Sylt erhalten hatte, ging Ende Januar 2020 im Raum Lübeck der erste regionale DAB+ Multiplex on Air. Ende März 2020 folgte der Großraum Kiel. Zeitgleich startete die Verbreitung des landesweiten privaten Hörfunkprogramms R.SH in den Multiplexen des NDR. Im Dezember 2020 wurde dann im Rahmen des Modellversuchs auch die regionale DAB+ Verbreitung privater Programme auf Sylt gestartet. Mittlerweile sind in Kiel vier, in Lübeck acht und in der Region Sylt zwei private Programme on Air.

Angeichts des anhaltenden Interesses der privaten Hörfunkveranstalter und der Tatsache, dass die Nutzung von DAB+ in Hamburg einen sehr hohen Wert erreicht hat, wurde zudem die Ausschreibung eines zweiten privaten DAB+ Multiplexes für Hamburg vorbereitet. Die Ausschreibung, die sich ausdrücklich nur an Plattformbetreiber richtete, wurde Mitte Februar 2021 veröffentlicht.

Der mehrmonatige durch Corona bedingte Shutdown in der ersten Jahreshälfte 2020 hat den privaten Hörfunk insgesamt hart getroffen und beeinträchtigte auch den Start des Modellversuchs. Insgesamt verzeichneten insbesondere regionale und lokale Hörfunkveranstalter massive Einbrüche bei der Werbe-

vermarktung – trotz einer gestiegenen Nutzung und eines gestiegenen Bedarfs an seriöser regionaler Berichterstattung.

Auf der Grundlage von MA HSH-Empfehlungen haben die Länder Hamburg und Schleswig-Holstein 2020 die Auszahlung von Fördermitteln aus dem Bundesprogramm „Neustart Kultur“ an private terrestrische Hörfunkveranstalter veranlasst. In Hamburg erhielten so sieben regionale und bundesweite Veranstalter Mittel in einer Gesamthöhe von rund 830.000 Euro. In Schleswig-Holstein wurden fünf private Hörfunkveranstalter mit insgesamt 510.000 Euro gefördert. Die Projektmittel waren für eine anteilige Übernahme der im Zeitraum August bis Dezember 2020 angefallenen Distributionskosten in einer Höhe von bis zu 50 Prozent vorgesehen. Die MA HSH hat das Antragsverfahren für die Vergabe der Bundesmittel in Hamburg und Schleswig-Holstein durchgeführt und abschließend Förderempfehlungen gegenüber der Hamburgischen Investitions- und Förderbank sowie der Investitionsbank Schleswig-Holstein ausgesprochen.

Neustart Kultur

Anfang des Jahres 2020 ging mit dem Freien Radio Fratz in Flensburg das vierte nichtkommerzielle lokale Hörfunkprogramm in Hamburg und Schleswig-Holstein auf Sendung. Wie die anderen nichtkommerziellen Programme Freies Radio Neumünster, Hamburger Lokalradio und Freies Senderkombinat wird auch das Freie Radio Fratz von der MA HSH gefördert. Die Förderung umfasst die Senderbetriebskosten sowie die GEMA/GVL-Kosten.

Lokaler Hörfunk

Die zunehmende Online-Audio-Nutzung führt dazu, dass sich auch der Hörfunk längst in einem konvergenten digitalen Umfeld befindet. Vor allem in den Altersgruppen der 14- bis 29-Jährigen und der 30- bis 39-Jährigen liegt der Anteil der Online-Audio-Nutzer:innen bei fast 95 beziehungsweise 85 Prozent. Endgeräte wie Notebook, Smartphone oder Smart Speaker ermöglichen die Nutzung von Webradio, Streamingdiensten oder Podcast-Angeboten ohne einen nennenswerten Medienbruch. Es zeigt sich dabei, dass diese Entwicklung nicht zulasten des Hörfunks geht: Auch die Zahl der Web-

Auf dem Weg zu einem integralen Audiomarkt?

radio-Nutzer ist im bundesweiten Durchschnitt mit rund 22 Prozent im gleichen Umfang angestiegen wie die Nutzung von Audio-Streamingdiensten. Webradioprogramme werden von 50 Prozent der Bevölkerung, Streamingdienste von rund 40 Prozent der Bevölkerung regelmäßig genutzt. Diese Befunde dürfen allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Altersgruppen 30+ beim Hörfunk nach wie vor die terrestrischen Übertragungswege favorisieren und diese entsprechend auch bis auf Weiteres unverzichtbar machen.

ZULASSUNG UND ZUWEISUNG

Neu zugelassen wurde im September 2020 das Hörfunkvollprogramm LiveLive der LiveLive Media GmbH für die Verbreitung in Schleswig-Holstein. Die Zulassungsdauer beträgt zehn Jahre, die Verbreitung des Programms erfolgt in Kiel und Lübeck via DAB+ sowie im Internet.

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. Die MA HSH sucht darüber hinaus den Dialog mit den Rundfunkveranstaltern. In vielen Fällen kann die MA HSH eine Einigung mit den jeweiligen Veranstaltern erzielen. So war 2020 bei Radio Hamburg ein werberechtlich nicht korrekter Sponsorhinweis aufgefallen. Auf Nachfrage der MA HSH korrigierte der Sender den Hinweis umgehend, sodass keine weitere Maßnahme erforderlich war.

Außerdem erreichen die MA HSH regelmäßig Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen. Im Jahr 2020 bearbeitete sie dreizehn Radiobeschwerden. In sieben Fällen ging es um die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Eine Beschwerde erfolgte aus Jugendschutzgründen. Weitere Themen waren unter ande-

rem die Einhaltung der Sorgfaltspflichten bei der Berichterstattung und in Informationssendungen sowie die Anzahl eigenwerblicher Beiträge. In diesen Fällen erwiesen sich die Beschwerden als unbegründet. Zwei Meldungen bezogen sich auf die Rechtmäßigkeit von Programmlieferungen an einen DAB+-Sender. Dieser Fall befindet sich noch in der rechtlichen Prüfung. Eine andere Beschwerde bezog sich auf Regional- und Minderheitensprachen, die nach dem Medienstaatsvertrag Hamburg Schleswig Holstein (MStV HSH) in Lokalprogrammen teilweise zu berücksichtigen sind.

Radio Lübeck und Antenne Sylt: Regional- und Minderheitensprachen

Ein Hörer beschwerte sich über die lokalen Hörfunksender Radio Lübeck und Antenne Sylt, weil er darin Beiträge in Regional- und Minderheitensprachen vermisste. Nach § 28a MStV HSH sind lokale terrestrische Hörfunksender verpflichtet, in Regionen, in denen Regional- oder Minderheitensprachen beheimatet sind, die jeweilige Sprache in Sendungen und Beiträgen angemessen zu berücksichtigen.

Die Prüfung durch die MA HSH ergab, dass Antenne Sylt die lokale Minderheitensprache durch Kurzbeiträge der Sendereihe „Friesisch leicht gemacht“ berücksichtigte. Die Beiträge waren täglich zweimal zu hören.

Anders lag der Fall bei Radio Lübeck: Der Sender hatte zwar 2019 eine neunwöchige Sendereihe zu plattdeutschen Redensarten mit dem Titel „Der Küstenknigge“ sowie eine plattdeutsche Fassung der Weihnachtsgeschichte gesendet. 2020 war der „Küstenknigge“ allerdings entfallen. Die MA HSH forderte den Sender auf, den Anteil an Sendungen mit plattdeutscher Sprache zumindest wieder an das Niveau des Vorjahres anzugleichen. Der Sender sagte daraufhin zu, die plattdeutsche Weihnachtsgeschichte erneut auszustrahlen und den „Küstenknigge“ im nächsten Jahr wiederaufzunehmen. Auf weitere Maßnahmen konnte daher verzichtet werden.

THEMENBEITRAG: DAB+ – ERFOLG OHNE FÖRDERUNG. DIGITALER HÖRFUNK IN HAMBURG UND SCHLESWIG-HOLSTEIN

Förderung nach Förderung

Nicht erst seit dem Systemstart von DAB+ im Jahr 2011 wurde und wird die Digitalisierung der terrestrischen Hörfunkverbreitung begleitet vom Ruf nach Förderung des Aufbaus der erforderlichen Sendeinfrastruktur für die privaten Hörfunkveranstalter. Aktuell werden die Kosten für die DAB+ Verbreitung des privaten Hörfunks in Deutschland auf rund 60 Millionen Euro jährlich geschätzt. Verbunden mit dieser Schätzung werden Forderungen an Bund und Länder laut, die Medienanstalten mit ausreichenden Mitteln zur Förderung der technischen Infrastruktur auszustatten. Diese Forderungen unterstellen jedoch, dass ein Migrationsprozess von der analogen UKW-Verbreitung hin zu einer digitalen terrestrischen Hörfunkverbreitung sich allein marktgetrieben nicht – oder jedenfalls nicht schnell genug – vollziehen werde. Förderung aber kann Marktentwicklung nicht ersetzen, im besten Fall kann sie, differenziert eingesetzt, strategisch flankieren.

Aus einer Reihe von Gründen muss man der Forderung nach genereller Infrastrukturförderung entsprechend mit Zurückhaltung begegnen. So ist die Notwendigkeit einer Infrastrukturförderung erstens von der je spezifischen regionalen Struktur der Hörfunklandschaft abhängig und zweitens von den technisch-ökonomischen Bedingungen des jeweiligen Marktes. Zudem trägt eine generelle Infrastrukturförderung nicht zwingend zur Entwicklung einer gewachsenen und regional verankerten Medienvielfalt bei (Stichwort: Fördertourismus). Auch sehen manche gesetzlichen Grundlagen wie der Medienstaatsvertrag Hamburg Schleswig-Holstein (MStV HSH) eine Infrastrukturförderung bei der Digitalisierung des Hörfunks nicht vor.

Aber auch ohne eine generelle Infrastrukturförderung kann sich der digitale terrestrische Hörfunk etablieren und in der Zukunft die analoge Hörfunkverbreitung Schritt für Schritt ersetzen. Das zeigt sich in aller Deutlichkeit in Hamburg und perspektivisch auch in Schleswig-Holstein.

2015 startete der erste DAB+ Multiplex für private Hörfunkprogramme in Hamburg. Erstmals in Deutschland wurde dabei eine ganze Übertragungskapazität, sprich ein ganzer DAB+ Kanal, an einen Plattformbetreiber vergeben. Heute, rund sechs Jahre später, ist dieser Multiplex mit 17 privaten Hörfunkprogrammen mehr als ausgelastet, und weitere Veranstalter, die an einer DAB+ Programmverbreitung in Hamburg interessiert sind, stehen Schlange. Ein zweiter DAB+ Multiplex wird voraussichtlich Ende 2021 seinen Betrieb aufnehmen. Dabei haben der Betrieb einer Programmplattform und die damit verbundene ökonomische Flexibilität einen maßgeblichen Anteil am Erfolg von DAB+ in Hamburg. Darüber hinaus spielt ohne Frage das günstige Verhältnis von Kosten und technischer Reichweite eine wichtige Rolle, zumal auf einem der attraktivsten Hörfunkmärkte Deutschlands.

Absehbar werden – je nach Auslastung des zweiten Multiplexes – in Hamburg rund 60 Hörfunkprogramme über DAB+ zu empfangen sein, mehr als drei Viertel davon sind private Programme. Eine solche, in der analogen Welt undenkbare Angebotsvielfalt schlägt sich mittlerweile auch in der Geräteverbreitung und den Nutzungszahlen nieder. Nur in Bayern und Sachsen, in denen DAB+ in erheblichem Umfang gefördert wird, liegt die Ausstattung der Haushalte mit DAB+ Empfängern mit mehr als 30 Prozent höher als in Hamburg. Und vielleicht noch wichtiger: Für die überwiegende Zahl der DAB+ Nutzer:innen ist DAB+ längst zu dem mit Abstand am häufigsten genutzten und daher wichtigsten Verbreitungsweg für den Hörfunk geworden.

Hamburg:
Der Markt boomt

Schleswig-Holstein:
Schritt für Schritt
zum Erfolg

Dass sich die Entwicklung einer neuen terrestrischen Verbreitungstechnik für den Hörfunk in weniger bevölkerungsdichten Ländern wie Schleswig-Holstein ungleich schwieriger gestaltet als in einem Ballungsraum mit rund vier Millionen Einwohnern, ist wenig überraschend. Dies hat vor allem technisch-ökonomische, aber auch Vermarktungs- und zum Teil soziodemografische Gründe.

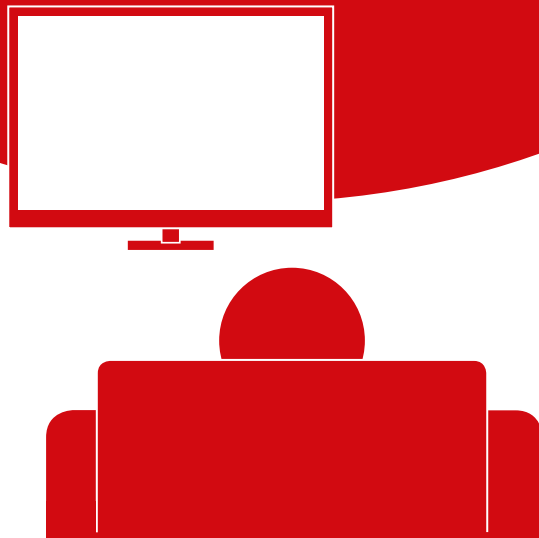
Um die Akzeptanz einer digitalen Hörfunkverbreitung und zugleich den Aufbau einer vielfältigen digitalen Angebotslandschaft auch in Schleswig-Holstein zu unterstützen, hat die MA HSH gemeinsam mit dem NDR und der Staatskanzlei Schleswig-Holstein den Weg eines den Regelbetrieb vorbereitenden Modellversuchs eingeschlagen. Er ermöglicht den Veranstaltern eine Programmverbreitung unter besonderen Konditionen und erprobt zugleich technisch kostengünstige Lösungen für eine regionale Programmverbreitung. Trotz schwierigem Start aufgrund der Coronakrise zeigen sich auch hier Erfolge: In der Modellversuchsregion Lübeck werden im privaten Multiplex acht Programme verbreitet, in Kiel sind vier, auf Sylt – im Rahmen einer Kleinleistungslösung – zwei Programme. Dazu kommt die Verbreitung von R.SH in einigen Multiplexen des NDR. Auch die laufende Begleitforschung zu diesem Versuch weist bereits nach neun Monaten Versuchslaufzeit einen deutlichen Anstieg der DAB+ Nutzung aus. So hat sich die Reichweite innerhalb des Jahres 2020 mehr als verdoppelt und erreichte im Oktober 2020 einen Anteil von mehr als 25 Prozent an der gesamten Hörfunkreichweite. Über 70 Prozent der befragten Nutzer:innen sind zudem davon überzeugt, dass UKW gegenüber DAB+ und der Verbreitung von Hörfunk via Internet rasch an Bedeutung verlieren wird.

Im Ergebnis zeigen sowohl Hamburg als auch Schleswig-Holstein, dass eine erfolgreiche Einführung von DAB+ und eine perspektivische Migration möglich sind – auch ohne dass Mittel für eine generelle Infrastrukturförderung zur Verfügung stehen. Allerdings: Die sich abzeichnenden Erfolge bei der Marktetablierung von DAB+ dürfen keinesfalls darüber hinwegtäuschen, dass eine nennenswerte und nachhaltige lokale Medienvielfalt mit Blick auf die verschiedenen Mediengattungen und die digitalen Medienumgebungen ohne gezielte Förderung kaum zu erreichen ist.

Dr. Tilman Lang-Middelmann

6

Fernsehen



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Ein gesteigertes Bedürfnis nach Information und Einordnung der Geschehnisse rund um SARS-CoV-2, aber auch der Wunsch nach Ablenkung von genau diesem Thema haben dazu geführt, dass sowohl die Tagesreichweite als auch Sehdauer des klassischen (linearen) Fernsehens deutlich angestiegen sind. Mit 69,3 Prozent lag die Tagesreichweite 2020 um 2,1 Prozent höher als noch 2019. Eine höhere Tagesreichweite wurde mit 69,9 Prozent zuletzt 2014 gemessen (Daten und Fakten zur Fernsehnutzung in Deutschland, Jahresbericht 2020).

Den Fernsehempfang dominieren zwar immer noch die klassischen digitalen Verbreitungswege Kabel, Satellit und Terrestrik, allerdings nimmt die Bedeutung der TV-Nutzung via Internet, also von TV-Streamingangeboten, immer weiter zu. Zu diesen zählen OTT-Angebote sowie internetbasierte TV- und Videoangebote. Ihre Nutzung steigt weiter an, auch bedingt durch die zunehmende Ausstattung der Haushalte mit Smart-TV-Geräten, die bereits heute bei mehr als 60 Prozent liegt.

Verbreitungswege

Dennoch: In Hamburg wird das digitale Kabel von rund 65 Prozent aller Haushalte als Empfangsweg genutzt, in Schleswig-Holstein tun dies etwa 45 Prozent. Auch bei den anderen klassischen TV-Verbreitungswegen zeigte sich 2020 in Hamburg und Schleswig-Holstein das für Metropolregionen und Flächenländer typische Bild: In Hamburg liegt der Satellitenempfang mit rund 15 Prozent nur geringfügig über dem DVB-T2-Empfang (12 Prozent). In Schleswig-Holstein dagegen beträgt der Anteil der Satellitennutzung über 40 Prozent, der von DVB-T2 dagegen weniger als 10 Prozent.

Im Zusammenhang mit der Frage nach der Zukunft der klassischen TV-Übertragungswege beschäftigte 2020 ein weiteres Thema die TV-Landschaft und so auch die MA HSH: die mögliche Abschaffung des sogenannten Nebenkostenprivilegs. In einem öffentlich gemachten Entwurf zur Novellierung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) schlug das Bundes-

Nebenkostenprivileg

Klassisches
Fernsehen versus
Live-Streaming
und Video on
Demand (VoD)

wirtschaftsministerium vor, die Umlagefähigkeit der Betriebskosten für Breitbandkabelanschlüsse bis zum Ende des Jahres 2025 zu streichen. Mit der als Nebenkostenprivileg bekannten Umlagefähigkeit können Vermieter die laufenden monatlichen Grundgebühren für Breitbandkabelanschlüsse über die Wohnnebenkosten abrechnen. Im Hinblick auf die noch anhaltende Diskussion hat die MA HSH betont, dass eine Abschaffung der Umlagefähigkeit zu einer Abwanderung der Zuschauer:innen aus dem Kabelnetz auf andere Plattformen führen könne. Dies führe möglicherweise zu Reichweitenverlusten für Sparten-, Regional- und Lokalsender und könne sich somit negativ auf die Rundfunkvielfalt auswirken.

Unabhängig von einer solchen Entscheidung zeichnet sich in Hamburg und Schleswig-Holstein, wie in anderen Regionen, die fortschreitende Abkehr von klassischen Verbreitungswegen und der klassischen linearen Fernsehnutzung ab. 2020 lag der Nutzungsanteil des Fernsehens an der gesamten Bewegtbildnutzung bundesweit bei 55 Prozent. 2019 waren dies noch 61 Prozent. Insbesondere die Video-on-Demand-Nutzung nimmt demgegenüber zu. Vor allem bei der Altersgruppe der 14- bis 39-Jährigen überwiegen Live-Streaming und VoD-Nutzung. Erst bei Zuschauern ab einem Alter von 40 Jahren überwiegt die klassische Fernsehnutzung noch die von Live-Streaming und Video on Demand. Aber auch in diesen Gruppen nimmt die Nutzung von VoD und Live-Streaming im Verhältnis zur klassischen Fernsehnutzung zu.

ZULASSUNG UND ZUWEISUNG

Für die MA HSH bedeutsam war die im Juli 2020 getroffene Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts. Es bestätigte in letzter Instanz die Gültigkeit der bereits im Jahr 2012 von der MA HSH erteilten Lizenz der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH zur Veranstaltung des bundesweiten Fernsehprogramms Sat.1. Damit liegt auch die laufende Beobachtung des Sat.1-Programms nunmehr bei der MA HSH.

Um zehn Jahre verlängert wurde im Sommer 2020 die bundesweite Zulassung für das Programm Heimatkanal der Mainstream Media AG.

Als Reaktion auf die staatlichen Maßnahmen zur Corona-Bekämpfung hat auch die MA HSH 2020 Live-Übertragungen von kulturellen oder religiösen Angeboten wie Theateraufführungen, Konzerten, Lesungen, Bildungsangeboten und Gottesdiensten im Internet erleichtert. Für Live-Übertragungen solcher Ereignisse wurde eine Sonderregelung eingeführt, die eine Verbreitung auch ohne rundfunkrechtliche Zulassung ermöglichte. Die zunächst bis zum 31. August 2020 befristete Regelung wurde bis ins Jahr 2021 verlängert.

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 2020 in vielen Prüffällen so eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen. Dies betraf beispielsweise eine Sendung im Programm von Sat.1:

Der Fall „K11 – Die neuen Fälle“ – fehlende Kennzeichnung als Scripted Reality

Bei Sichtung der Sat.1-Serie „K11 – Die neuen Fälle“ fiel auf, dass die einzelnen Folgen nicht mehr als Scripted Reality gekennzeichnet waren. Bislang enthielt jede Sendung die Texteinblendung „Alle Fälle sind frei erfunden“. Die Kennzeichnung beruht auf einer Selbstverpflichtung der Sender und ist in entsprechenden Leitlinien festgelegt. Die Texteinblendung soll deutlich machen, dass es sich bei der jeweiligen Sendung um Fiktion handelt. Diese Klarstellung ist nötig, weil solche Sendungen aus Dokumentarfilmen bekannte Gestaltungs- und Stilmittel verwenden. Bei „K11“ kommen etwa keine Schauspieler zum Einsatz, sondern ehemalige Kriminalkommissare, die sich mit echtem Namen selbst spielen. Oder es werden beispielsweise der reale Name, die Verurteilungsgründe und das Strafmaß des Täters eingeblendet. Diese Scripted-Reality-Mischung kann Kindern und Jugendlichen ein verzerrtes Bild der sozialen Wirklichkeit vermitteln, zumal bei Sendeterminen im Tageszeitraum.

Auf Nachfrage teilte der Sender mit, er habe die Serie geändert. Sie sei nunmehr rein fiktional und nicht mehr als Scripted-Reality zu kennzeichnen. Die MA HSH konnte sich der Sat.1-Auffassung nicht anschließen und bat um Korrektur. Der Sender reagierte umgehend und kennzeichnete die Folgen erneut mit „Alle Fälle sind frei erfunden“.

Die MA HSH führte 2020 16 weitere TV-Jugendschutzprüfungen durch, von denen sieben aufgrund von Programmbeschwerden und eine auf Hinweis einer anderen Medienanstalt erfolgten. Nur in wenigen Fällen waren aufsichtliche Maßnahmen erforderlich. Dies betraf zum Beispiel eine Folge der dokumentarischen Sendereihe „Lebensretter hautnah“ im Programm von Sat.1. Die MA HSH bewertete eine Fallschilderung in dieser Sendung wegen der Darstellung eines schwer leidenden Mannes als Verstoß gegen die Menschenwürde. Sie legte den Fall daher der KJM zur abschließenden Prüfung vor. Diese ist noch nicht abgeschlossen.

Zudem beanstandete die MA HSH nach Befassung der KJM aus Jugendschutzgründen zwei Musiksendungen aus dem April 2020 und einen Werbespot aus dem Vorjahr, die bei Nickelodeon im Programmfenster MTV+ zu sehen waren. Bei den Musiksendungen ging es um fehlende Alterskennzeichnungen von jugendbeeinträchtigenden Sendungen, beim Werbespot um eine aus Jugendschutzgründen unzulässige Gestaltung von Alkoholwerbung.

Wegen vermeintlicher Verletzungen der Programmgrundsätze gingen 2020 zwei Beschwerden ein. Medienrechtliche Verstöße waren in diesen Fällen nicht festzustellen. Bei drei anderen Fernsehbeschwerden war keine Zuständigkeit der MA HSH gegeben: In zwei Fällen wurde ein Verstoß gegen Coronaschutzvorschriften im Rahmen von Fernsehshows vermutet. Die MA HSH verwies die Beschwerdeführer an die zuständigen Landesbehörden des Veranstaltungsorts. Bei der dritten Beschwerde ging es um allgemeine Programmkritik, die von den medienrechtlichen Vorschriften nicht erfasst wird.

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

Der Fall „Rocket Beans TV“ – ungekennzeichnete Dauerwerbesendung

Der Sender Rocket Beans TV strahlte im November 2020 die Sendung „4 Bohnen & 4 Next Gen Spiele | Road to PS5 mit Simon, Eddy, Nils & Budi“ aus. Im Verlauf der gut hundertminütigen Sendung wurde die neue Spielkonsole „Play Station 5“ ausführlich vorgestellt. Das gesendete Video war Teil einer Werbekampagne von Sony, zu der auch Videos von drei weiteren Influencern gehörten. Im Gegensatz zu der Rocket-Beans-TV-Sendung waren diese Videos jeweils dauerhaft als Werbung gekennzeichnet.

Die MA HSH hat nach Prüfung des Falls einen Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt. Die Sendung entstand in Zusammenarbeit mit Sony und thematisierte ausschließlich die neue Spielkonsole „Play Station 5“. Sie hätte deshalb mit einer dauerhaften Werbekennzeichnung versehen werden müssen. Rocket Beans TV räumte den Verstoß ein. Die Sendung sei medienrechtlich falsch eingeschätzt worden. Da sich die meisten Mitarbeiter:innen aufgrund der Corona-Pandemie im Homeoffice befänden, seien zudem Lücken in den Kommunikations- und Kontrollmechanismen aufgetreten. Die zuständigen Mitarbeiter:innen seien gerügt und noch einmal intensiv eingewiesen worden. Im Übrigen hat die Veranstalterin unverzüglich reagiert und das online abrufbare Video der Sendung nachträglich mit einer dauerhaften Werbekennzeichnung versehen.

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

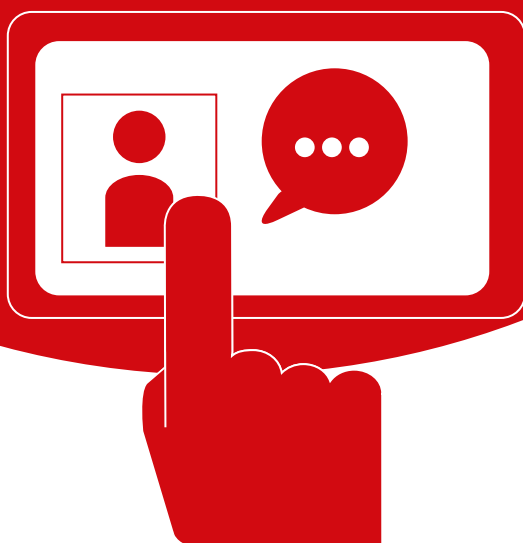
Nach dem MStV sind die reichweitenstärksten bundesweit verbreiteten TV-Sender RTL und Sat.1 dazu verpflichtet, wochentäglich halbstündige Regionalprogrammfenster auszustrahlen. In Hamburg und Schleswig-Holstein sind dies die gemeinsamen Regionalmagazine „17:30 Sat.1 Regional“ und „RTL Nord“. Die Anforderungen an diese Magazine nach § 59 Abs. 4 MStV werden in einer eigenen Richtlinie der Medienanstalten, der sogenannten Fernsehfensterrichtlinie, konkretisiert und ihre Einhaltung jährlich überprüft.

Seit 2019 lässt die MA HSH die Regionalmagazine gemeinsam mit der Landesanstalt für Medien NRW durch Professor Matthias Kurp von der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln überprüfen. Im von der Corona-Pandemie dominierten Jahr 2020 haben RTL und Sat.1 die gesetzlichen Vorgaben erneut erfüllt. Der Anteil redaktionell gestalteter Inhalte lag bei beiden Magazinsendungen sogar über den geforderten 20 Minuten. Bei allen Inhalten betrug der Regionalbezug nahezu 100 Prozent. Beide Magazine lieferten im Wochendurchschnitt deutlich mehr als zehn Minuten aktuelle regionale Inhalte aus den publizistischen Kernthemen Politik, Wirtschaft, Soziales und Kultur. Außerdem kamen in beiden Regionalmagazinen Themen aus Hamburg und Schleswig-Holstein in gleichem Umfang vor.

Regional-
fensteranalyse

7

Medienkompetenz



SCHWERPUNKTTHEMEN

Das Jahr 2020 fing im Bereich der Medienkompetenz vielversprechend an: mit einer Sondersendung der Veranstaltungsreihe „angedockt: Medienbildung Hamburg“, einer Kooperation von MA HSH, TIDE – Hamburgs Bürger- und Ausbildungskanal und Mediennetz Hamburg. Über die Frage „Aus Wunsch Wirklichkeit machen: Wie wollen die Parteien die Medienkompetenz fördern?“ diskutierten Vertreter:innen der unterschiedlichen Parteien anlässlich der bevorstehenden Hamburger Bürgerschaftswahl.

Sondersendung
„angedockt:
Medienbildung
Hamburg“

Auch der Familientag im Vorwege des Safer Internet Day am 8. Februar 2020 in der Zentralbibliothek der Bücherhallen Hamburg war wieder ein voller Erfolg. Die MA HSH sowie unter anderem der Hamburgische Datenschutz, die Polizei Hamburg und die Kindersuchmaschine „Blinde Kuh“ nutzten den weltweiten Aktionstag für mehr Sicherheit im Internet, um Erwachsene über Medienerziehung in der Familie zu beraten. Für Kinder gab es eine Rallye rund um den Internet-ABC-Surfschein und sichere Passwörter.

Safer Internet Day

Weitere Veranstaltungs-Highlights waren geplant. Aufgrund der Corona-Pandemie und der damit verbundenen Einschränkungen mussten jedoch viele Veranstaltungen abgesagt, bisherige Planungen über Bord geworfen und alternative Strategien, Konzepte und Formate entwickelt werden. Nicht jede(s) führte zum Erfolg, ermöglichte es aber, neue Erfahrungen zu sammeln.

So stellte sich heraus, dass das Beratungsangebot „Kinderschutz im Internet“ – mit und in den Bücherhallen Hamburg – mit vorheriger Terminanmeldung, Mundschutz und Plexiglas-Scheibe zwischen Referent:innen und Elternteil nicht wie gewohnt funktioniert. Auch der zweite Versuch, die Beratungsinhalte in kurzen Erklärvideos zu vermitteln und über Social-Media-Kanäle zu verbreiten, kam schlichtweg nicht bei der Zielgruppe an. Ein dritter Ansatz mit Online-Infoabenden für Eltern ist in Planung.

Kinderschutz
im Internet

Internet-ABC- Schulen Hamburg und Schleswig- Holstein

Die Lehrkräfte-Fortbildungen im Rahmen der Initiative „Internet-ABC-Schulen Hamburg und Schleswig-Holstein“ konnten als Online- oder Hybrid-Veranstaltungen fortgesetzt werden, sodass der aktuelle Projektdurchgang im Timing blieb.

Damit die Medienkompetenzförderung in Hamburg und Schleswig-Holstein nicht stillsteht, haben sich viele Aktive in diesem Feld zusammengetan und auf verschiedenen Wegen und digitalen Kanälen die Themen Medienbildung und Medienziehung weiter vorangetrieben.

So unterstützte die MA HSH am 23. Juni 2020 die Online-Konferenz „Kein Tag ohne Medien“ von Sucht.Hamburg, um Eltern und pädagogischen Fachkräften Unterstützungs- und Hilfsangebote für eine kontrollierte Mediennutzung in der Familie vorzustellen.

Digitale Woche Kiel

Bei der scout-Veranstaltung „Sticker in Sozialen Medien – Spaß oder unterschätzte Gefahr?“ im Rahmen der Digitalen Woche Kiel ging es am 10. September 2020 um die Problematik, dass Kinder online immer wieder auch strafbare Inhalte teilen – wie etwa Nazi-Symbole oder Pornografie. Im Gespräch mit Expert:innen aus den Bereichen Medienforschung, Jugend- und Elternarbeit erhielten Eltern, Lehrkräfte und pädagogische Fachkräfte Tipps für den Umgang mit solchen Situationen. Am Folgetag fand das „MeSH up! – Online-Barcamp Medienbildung in Schleswig-Holstein“ statt. Knapp 100 Teilnehmende kamen zusammen, um sich über Lehren und Lernen mit digitalen Medien in Zeiten von Corona auszutauschen. Die MA HSH war mit der Session „Internet-ABC: Die ersten Schritte im Netz“ dabei.

Auch der große Medienkompetenztag Schleswig-Holstein fand am 14. November 2020 digital statt. Die MA HSH leitete eine Themenbörse zur „Medienerziehung in der Kita“. Eine Kita-Mitarbeiterin, der Projektleiter eines Kita-Trägers und eine freie Medienpädagogin berichteten von ihren Erfahrungen im Umgang mit Medien im Kita-Alltag und gaben Tipps für die Umsetzung in der Praxis.

Das Jahr endete mit einer weiteren Sendung der angedockt-Reihe. „Medienbildung in Lehre, Wissenschaft und Forschung“ stand am 19. November 2020 im Fokus: Wie ist der aktuelle Stand der Medienbildung an der Hamburger Universität und der HAW? Wo finden Studierende welches Lehrangebot? Ist es inzwischen gelungen, Medienbildung in den Studiengängen der Lehrämter zu verankern? Eine Aufzeichnung dieser Diskussionsrunde sowie alle bisherigen Sendungsmitschnitte finden sich auf dem YouTube-Kanal von TIDE.

Die Workshop-Angebote zum „Internet-ABC: Suchen und Finden im Internet“ und „Meine Rechte in der digitalen Welt“ wurden 2020 hingegen ausgesetzt. Bei diesem Kooperationsprojekt von MA HSH und den Bücherhallen Hamburg steht das spielerische Lernen über Medien im Vordergrund. Hier erschienen – insbesondere in Anbetracht der Zielgruppe von Dritt- und Viertklässlern – Online-Veranstaltungen wenig sinnvoll. Ausgesetzt wurden auch die „Praxistage zur Medienerziehung in der Kita“ in Hamburg und Schleswig-Holstein.

Medienkompetenztag Schleswig-Holstein

„angedockt: Medienbildung Hamburg“

Ausgesetzt

2020 erschienen zwei weitere Printausgaben von scout, dem Magazin für Medienerziehung der MA HSH. scout unterstützt 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 „Medienerziehung in die Kitas!“ widmete sich Heft 1_2020 dem kreativen Einsatz von digitalen Medien in der Kita. Vorausgesetzt: Die Kinder stehen im Vordergrund – und nicht die Technik. Heft 2_2020 „Ich sehe was, was du nicht siehst!“ befasste sich mit Risiken im Netz. Die Ausgabe nimmt in den Blick, wie unterschiedlich Eltern und Kinder Online-Risiken wahrnehmen, welche Probleme das macht und wie man sie in den Griff bekommt.

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 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.



Die MA HSH



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 über Internetseiten, deren Betreiberinnen ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben, und über Angebote auf Plattformen. Hier befasst sie sich vor allem mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz und Werberegungen, beispielsweise Hetze im Netz oder Schleichwerbung. Mit dem im November 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrag ist die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären ein weiterer zentraler Aufgabenbereich der MA HSH geworden. Hier kümmert sie sich unter anderem um die Sicherung einer diskriminierungsfreien Auffindbarkeit von journalistisch-redaktionellen Inhalten, beispielsweise in Suchmaschinen und Sozialen Netzwerken. Die MA HSH ist zudem zuständig für die Förderung des nichtkommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein.

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

- 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 anderen Landesmedienanstalten.

Thomas Fuchs ist seit 2008 Direktor der MA HSH. Auf Bundesebene ist er Koordinator des Fachausschusses „Netze, Technik, Konvergenz“ der Medienanstalten und Themenbeauftragter „Intermediäre“ der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Fuchs ist außerdem Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und stellvertretendes Mitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Stellvertretende Direktorin der MA HSH ist Dr. Caroline Hahn, stellvertretender Direktor Dr. Matthias Försterling.

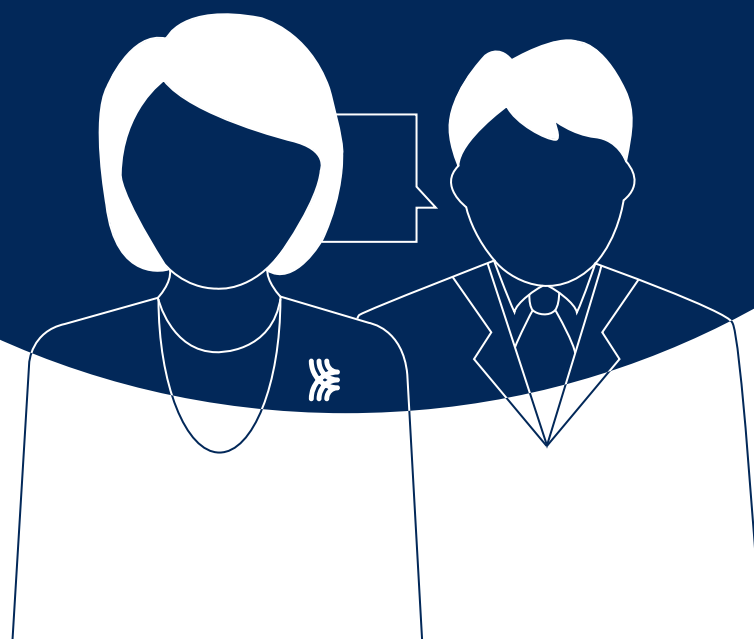
Medienrat Der Medienrat besteht aus 14 ehrenamtlichen Mitgliedern, von denen sieben in Hamburg durch die Bürgerschaft gewählt werden und sieben in Schleswig-Holstein durch den Landtag. Er ist ein Entscheidungsgremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Kenntnisse und Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen. Der amtierende Medienrat konstituierte sich im November 2017. Sein Vorsitzender ist Lothar Hay. Der Medienrat der MA HSH tagte im Jahr 2020 fünf Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

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

Mitglieder



Ansprechpartner



KONTAKTE

Thomas Fuchs Direktor
direktor@ma-hsh.de

Dr. Caroline Hahn Stv. Direktorin
hahn@ma-hsh.de Leiterin Verwaltung, Recht, Personal,
Zulassung, Werberecht

Dr. Matthias Försterling Stv. Direktor
foersterling@ma-hsh.de Leiter Intermediäre, Plattformen,
Jugendmedienschutz, Technik, Förderung

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

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

Simone Bielfeld Pressesprecherin
bielfeld@ma-hsh.de

10

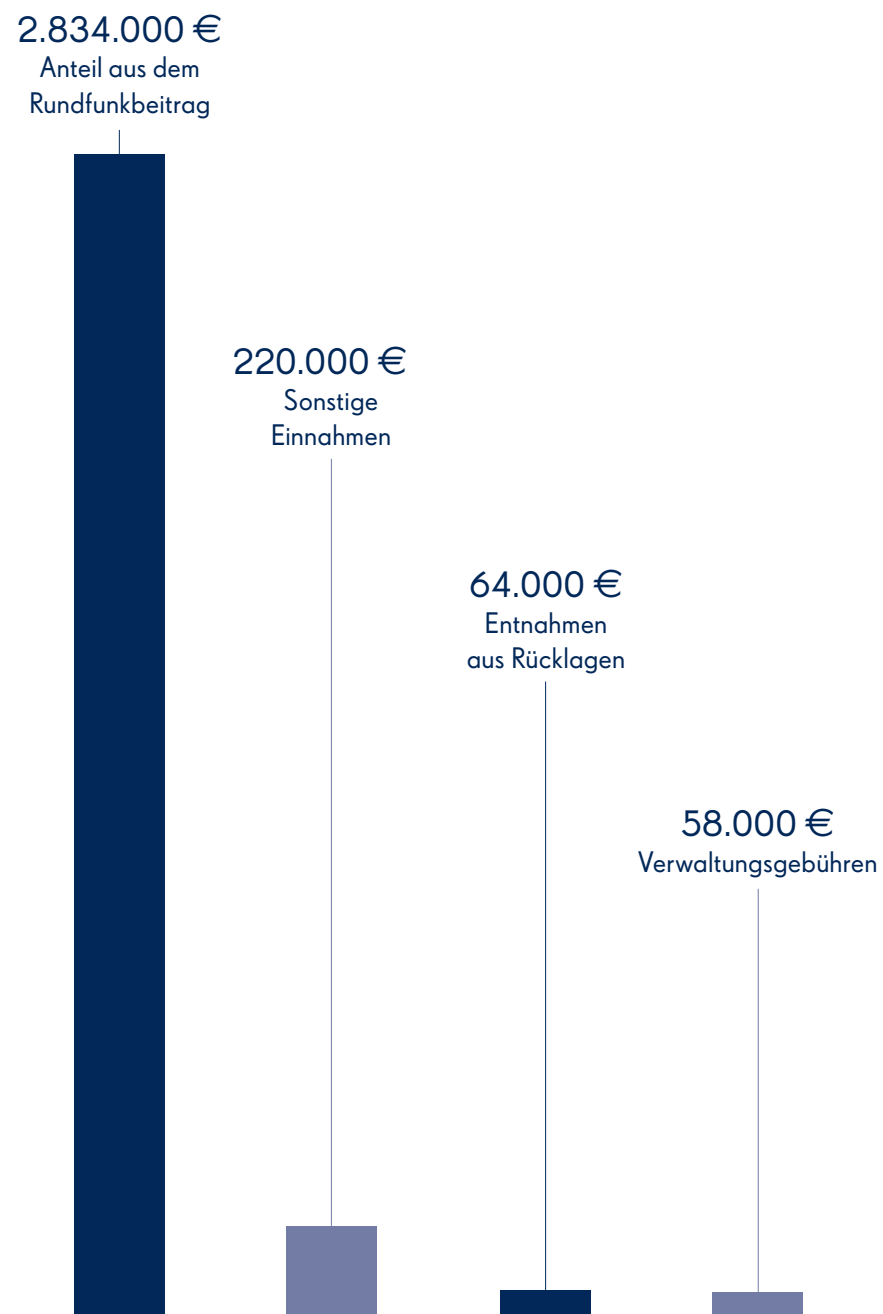
Finanzierungs- grundlagen



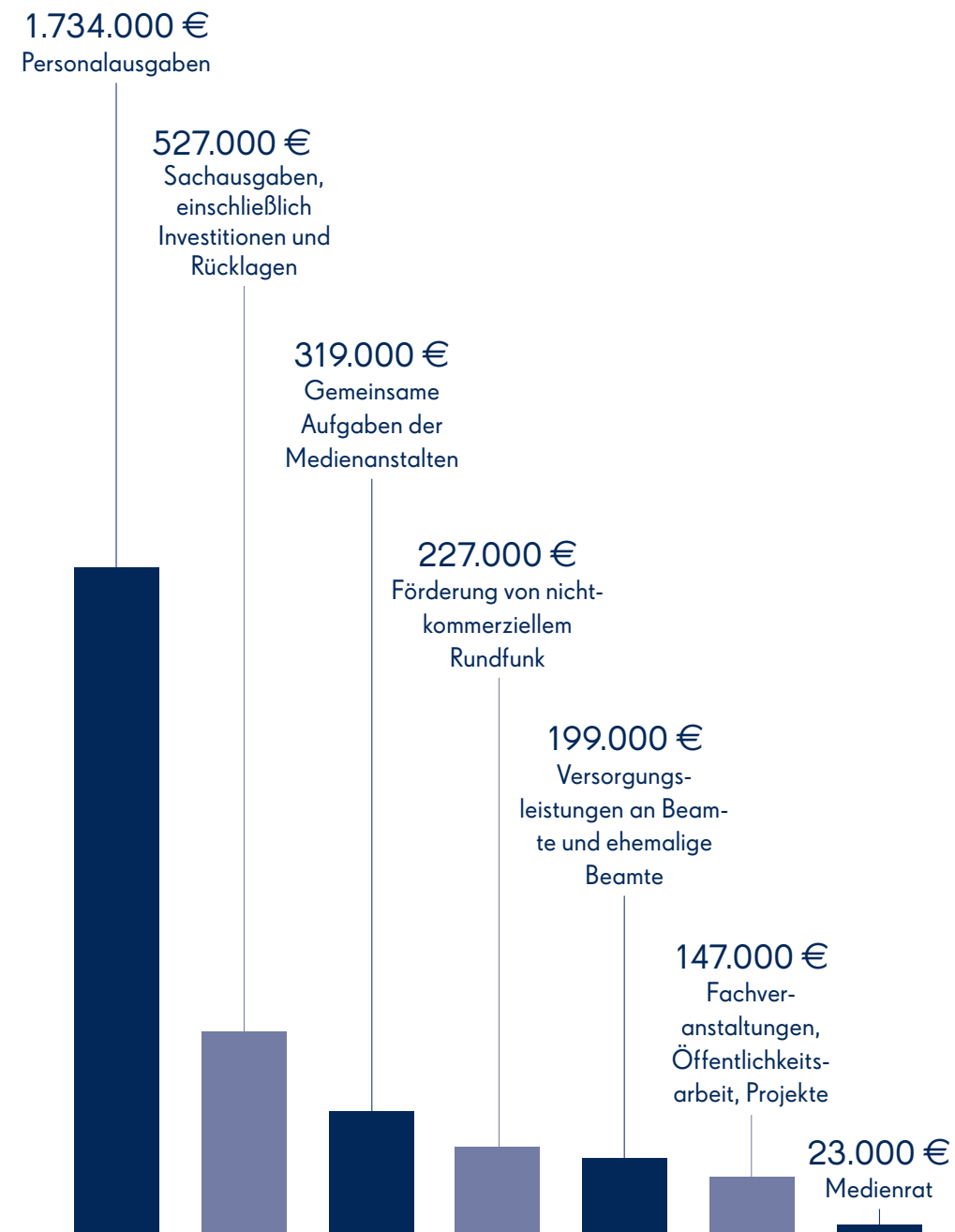
Die Haupteinnahmequelle der MA HSH ist ihr Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag. Mit dem Inkrafttreten des 7. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (MÄStV HSH) am 1. April 2017 hat der Gesetzgeber einen Vorwegabzug von 68 Prozent festgelegt. Damit werden der MA HSH 32 Prozent des Rundfunkbeitragsanteils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

Insgesamt standen der MA HSH zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Jahr 2020 Einnahmen in Höhe von rund 3,18 Mio. Euro zur Verfügung. Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der 2020 insgesamt 23 Stellen umfasste.

EINNAHMENSTRUKTUR

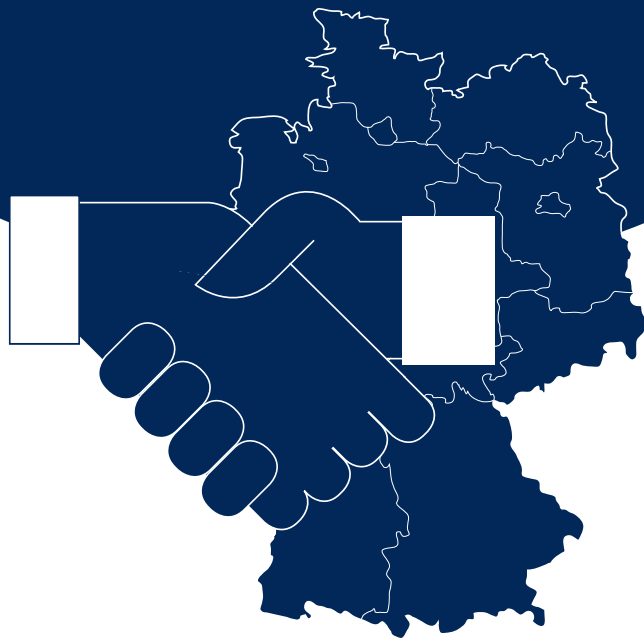


AUSGABENSTRUKTUR



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 Gremienvorsitzendenkonferenz (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 zwei 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 Direktorinnen und Direktoren sowie Präsidentinnen und Präsidenten der 14 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 der oder 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 Direktorinnen und 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 Direktorinnen und Direktoren der Landesmedienanstalten.

Zwei 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).

Weitere Aufgaben übernehmen die oder der Europabeauftragte, die oder der Beauftragte für Medienkompetenz und die oder der Beauftragte für den Haushalt.

Impressum

Herausgeber

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

Redaktion

Leslie Middelmann, Simone Bielfeld

Lektorat

Egbert Scheunemann

Design

Michaela Pernegger, Pia Sakowski,
Andreas Volleritsch, www.neubaudesign.com

Druck

Hans Steffens Graphischer Betrieb GmbH,
Hamburg

Alle Rechte vorbehalten
Norderstedt, im April 2021