

BERICHT 2021

BERICHT 2021 MA HSH

BERICHT 2021

Medienanstalt
Hamburg/Schleswig-Holstein
MA HSH

1
Editorial Eva-Maria Sommer.....6

2
Standpunkt Lothar Hay.....10

3
Plattformen und
Medienintermediäre.....14
Entwicklungen und Ausblick.....15
Themenbeitrag: Vielfalt?.....19

4
Telemedien.....24
Entwicklungen und Ausblick.....25
Aufsicht.....26

5
Hörfunk.....36
Entwicklungen und Ausblick.....37
Aufsicht.....42

6
Fernsehen.....44
Entwicklungen und Ausblick.....45
Zulassung und Zuweisung.....47
Aufsicht.....48

7
Medienkompetenz.....52
Schwerpunktt Themen.....53

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

1

Editorial Eva-Maria Sommer



DEMOKRATIEN BRAUCHEN KLARE GESETZLICHE VORGABEN UND TRANSPARENZ IM UMGANG MIT MEDIEN

Sehr geehrte Leser:innen,

Hand aufs Herz: Wer von Ihnen hat noch nie einen Post, ein Video oder eine ganze Website in die hinterste Ecke des World Wide Web gewünscht? So manche Aussagen, mit denen wir auf unseren täglichen Streifzügen durch die digitale Welt konfrontiert werden, sind schwer zu ertragen. Auf sozialen Medien geäußelter Hass und Hetze, Verschwörungsmethoden und Desinformation können mehr als unliebsam oder unbequem sein – sie verletzen und ängstigen uns, sie führen in die Irre und verleiten zu Meinungen und Entscheidungen, die wir auf einer anderen Wissensbasis nie getroffen hätten. Und dennoch müssen wir der Versuchung unbedingt widerstehen, in der Zensur von Inhalten einen leichten Ausweg aus der Misere zu sehen. Demokratien brauchen keine Löschkultur, sondern eine sachliche Diskussion, klare gesetzliche Vorgaben und ein hohes Maß an Transparenz im Umgang mit Medien.

Mit dem Medienstaatsvertrag (MStV) haben wir 2020 eine lang ersehnte Modernisierung der Medienregulierung erhalten, um die uns manche unserer europäischen Nachbarn und die Europäische Kommission beneiden.

Anforderungen
einer modernen
Medienregulierung

Der MStV stellt erstmals klar, dass bei der Publikation journalistisch-redaktioneller Inhalte im Netz Regeln der journalistischen Sorgfalt einzuhalten sind. Medienintermediäre wie Suchmaschinen und soziale Medien müssen sich an klare Vorgaben bezüglich der Transparenz ihrer Inhalteauswahl und der Gleichbehandlung der Inhaltenanbieter halten.

Medienplattformen und Anbieter von Benutzeroberflächen sind gehalten, Rundfunkangebote – insbesondere solche mit besonderer Informationsrelevanz für jedermann – einfach und direkt auffindbar zu machen.

Von der Theorie in die Praxis

2021 war damit das Jahr des Übergangs von der Theorie in die Praxis. Kaum dass der MStV in Kraft getreten war, gab es gleich das erste Verfahren gegen einen Medienintermediär. Dabei ging es um eine aus Sicht der MA HSH unzulässige Kooperation zwischen Google und dem Bundesgesundheitsministerium, dessen Angebot gesund.bund.de von Google gegenüber anderen Angeboten bevorzugt wurde. Aber nicht nur möglichen Diskriminierungen galt und gilt unser Augenmerk, sondern auch der Einhaltung der sogenannten Transparenzvorgaben des MStV. Danach müssen Facebook, Twitter und & Co beispielsweise darüber informieren, warum sie Inhalte in einer bestimmten Reihenfolge anzeigen – damit die Nutzer:innen, aber auch die Inthalteanbieter, nachvollziehen können, nach welchen Kriterien Inhalte ausgewählt und präsentiert werden. Als MA HSH haben wir zuletzt sämtliche Unternehmen in unserem Zuständigkeitsbereich – Google, Facebook, Instagram, TikTok und YouTube – gesichtet und dabei festgestellt: Es tut sich was, aber noch nicht genug.

Wie es weitergeht, werden Sie in unserem nächsten Bericht erfahren. Bevor ich Sie in die spannende Lektüre der vorliegenden Ausgabe entlasse, gestatten Sie mir noch ein persönliches Wort als neue Direktorin der MA HSH: Wir haben mit den Medienanstalten seit Jahrzehnten ein sehr gut funktionierendes Regulierungssystem, dessen zentrale Aufgabe der Erhalt der freien Meinungsäußerung und medialen Vielfalt ist. Wir stehen mit unserer Arbeit für eine Gesellschaft, die sich frei entfalten, auf Basis sorgfältig erstellter journalistischer Informationen diskutieren und sich so immer wieder neu über ihre gemeinsamen Werte verständigen kann. Neue Behörden auf nationaler oder gar europäischer Ebene können diese Arbeit nicht, geschweige denn besser machen. Meinungsfreiheit und -vielfalt müssen vor Ort verteidigt werden, nah an den Menschen in den einzelnen Ländern und ihren jeweiligen Bedürfnissen.

Meinungsfreiheit
und -vielfalt vor
Ort verteidigen

Ihre



Eva-Maria Sommer

2

Standpunkt Lothar Hay



GEGEN HASS, DESINFORMATION UND PROPAGANDA IM NETZ – UND FÜR EINE DEMOKRATISCHE GESELLSCHAFT

Öffentliche Hassbotschaften bedrohen zunehmend den Zusammenhalt unserer Gesellschaft, sie sind bei Weitem kein individuelles Problem. Neben der Einschränkung der persönlichen Freiheit mit oft schwerwiegenden psychischen Folgen gefährden sie unsere Demokratie: Ein sachlicher Austausch ist in einem Klima von Hass und Hetze nicht mehr möglich. Social-Media-Nutzer:innen trauen sich nicht, ihre Meinung zu posten, aus Angst beschimpft zu werden. Politiker:innen, Journalist:innen, und Aktivist:innen werden eingeschüchtert, bis sie ihrer Arbeit nicht mehr nachgehen können. Sich selbst zu engagieren erscheint zunehmend unattraktiver, wenn man um seine seelische und körperliche Gesundheit fürchten muss. Ein erschütterndes Beispiel hierfür ist der Mord an Walter Lübcke im Jahr 2019. Generell und insbesondere in diesem drastischen Fall forderte der Medienrat im März letzten Jahres ein konsequentes Vorgehen von YouTube im Hinblick auf die vielen Hasskommentare, die sich auf der Social-Media-Plattform noch immer finden. Zudem fand im August 2021 die MA HSH-Online-Veranstaltung „Gegen Online-Hass“ statt. Sie ging praxisnah der Frage nach, wie digitale Hassrede die Gesellschaft verändert und welche Schwierigkeiten beim Vorgehen dagegen bestehen. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 33 in diesem Bericht.

Öffentliche
Hassbotschaften
gefährden unsere
Demokratie

Für das Funktionieren unserer demokratischen Gesellschaft wichtig ist zudem der Zugang zu objektiven Meldungen. Leider waren im zweiten Jahr der Corona-Pandemie Fake News und Desinformation weiterhin ein großes Problem. Die Invasion Russlands in die Ukraine und der in diesem Zusammenhang ausgebrochene Kampf um die Deutungsmacht im Netz über diesen Angriffskrieg verschärft diese Problematik noch. Nachrichtenmedien sprechen schon vom ersten „TikTok-Krieg“, da die Videoplattform zwischen Live-Kriegsberichterstattung und Propaganda selbst zum digitalen Schlachtfeld geworden ist. Ob Verschwörungstheorien im Messenger, Videos auf Tik-

Fake News und
Desinformation
weiterhin großes
Problem

TikTok und YouTube oder ein geteilter Post in den Sozialen Medien – egal ob zu Corona, Ukraine oder Tagespolitik: Intention des Absenders und Wahrheitsgehalt der Nachricht sind häufig sogar für Erwachsene nicht einfach zu durchschauen. Zwar unternehmen die Social-Media-Plattformen durchaus eigene Anstrengungen, gegen die Verbreitung von Desinformation vorzugehen. Aber gemeinsam müssen wir noch mehr tun. Dazu zählt auch die Aufklärung schon von Kindern und Jugendlichen.

Mit dieser Thematik setzte sich im Februar 2021 die MA HSH-Kooperationsveranstaltung „Was können wir glauben? Surfen im Netz – zwischen Fakt und Fake“ anlässlich des Safer Internet Day auseinander. Hierzu mehr auf Seite 33. Auch die aktuelle Ausgabe von scout (1_2022), dem Magazin für Medienerziehung der MA HSH, beschäftigt sich damit, wie man schon Kinder und Jugendliche für Fake News und Desinformation sensibilisieren kann. Unter dem Titel „Erzähl mir nichts vom Pferd!“ gibt sie Tipps, was Eltern und Lehrkräfte dafür wissen sollten.

Zehn Jahre scout

Das Magazin, das im vergangenen Jahr mit einer Sonderausgabe und Geburtstagsfeier sein zehnjähriges Jubiläum gefeiert hat, setzt sich dafür ein, Eltern, Erzieher:innen und Lehrkräften Werkzeuge zur Medienkompetenzvermittlung an die Hand zu geben. Der Bedarf ist groß, unser Angebot wird gern angenommen, Interesse und Auflage steigen kontinuierlich. Zusätzlich zum Magazin bieten die scout-Website und ein monatlicher scout-Newsletter aktuelle Informationen und Tipps – auch zur scout-Familie finden Sie mehr Informationen auf den Seiten 53 und 55.

Medienregulierung und Medienerziehung gehen Hand in Hand dabei, das Internet für Kinder und Jugendliche zu einem sicheren digitalen Lebensraum zu machen und die Demokratie in unserer Gesellschaft zu sichern. Für dieses Ziel künftig gemeinsam mit MA HSH-Direktorin Eva-Maria Sommer weiter zu arbeiten, ist dem Medienrat ein Anliegen.

3

Plattformen und Medienintermediäre



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Im Bereich der Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären stand das Jahr 2021 ganz im Zeichen erster Belastungsproben für die neuen Regulierungsvorgaben des Ende 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrags. Dieser erweitert die Regulierungsmöglichkeiten der Medienanstalten im Hinblick auf Suchmaschinen, Soziale Netzwerke, News-Aggregatoren und Smart-TV Oberflächen erheblich. Als für nahezu alle relevanten Medienintermediäre – darunter Facebook, Instagram, Google, YouTube und TikTok – zuständige Medienanstalt kam und kommt der MA HSH hierbei eine Vorreiterrolle zu. Diese hat sie im Rahmen der Erarbeitung erster Grundsatzentscheidungen innerhalb der Gemeinschaft der Medienanstalten bereits intensiv wahrgenommen und wird dies auch weiterhin tun.

In den §§ 91 ff. des Medienstaatsvertrags (MStV) werden erstmals Spielregeln für Suchmaschinen und Social-Media-Angebote aufgestellt, mit denen die Meinungsvielfalt – etwa in News-Feeds und Suchergebnissen – gewährleistet werden soll.

Medienintermediäre:
Zu Transparenz und
Diskriminierungs-
freiheit verpflichtet

Dies geschieht zum einen durch die Verpflichtung von Medienintermediären, Nutzer:innen ihre Funktionsweise sowie die Kriterien ihrer Selektions- und Aggregationsentscheidungen transparent zu erklären. Eine informierte Nutzung von News-feeds und Suchergebnislisten setzt voraus, dass Nutzer:innen in Grundzügen wissen, wie der ihnen angebotene Newsmix erstellt wird. Der MStV sieht daher vor, dass Medienintermediäre ihre Entscheidungsgrundsätze transparent machen müssen. Die MA HSH hat sich in diesem Zusammenhang aktiv in die Erstellung konkretisierender Satzungen eingebracht, die nun in die Praxis umgesetzt werden. Dazu hat sie Ende 2021 sämtliche Medienintermediäre in ihrem Zuständigkeitsbereich untersucht. Das Ergebnis: Nahezu alle müssen nachbessern. Zwar sind Transparenzinformationen – teilweise auch in großer Anzahl – vorhanden. Häufig fehlt es jedoch an einer staatsvertragskonformen Auffindbarkeit, wenn sie beispiels-

weise auf mehrere Unterseiten verteilt oder nur mit größerem Rechercheaufwand auffindbar sind.

Zum anderen sind Medienintermediäre auch zur Gewährleistung von Diskriminierungsfreiheit verpflichtet. Sie dürfen demnach weder von den eigenen Kriterien zur Aggregation und Selektion abweichen, noch dürfen sie Kriterien anwenden, die journalistisch-redaktionelle Inhalte unbillig behindern.

Im Rahmen eines ersten Grundsatzverfahrens hat die MA HSH 2021 Beanstandungen gegen die Google Ireland Ltd., die Anbieterin der Google-Suchmaschine, ausgesprochen. Dem vorausgegangen war unter anderem die Beschwerde eines Verlags aus dem Bereich der Gesundheitsinformationen. Dieser sah sich durch die bevorzugte Präsentation von Gesundheitsinformationen des vom Bundesgesundheitsministerium angebotenen Portals gesund.bund.de in sogenannten „Knowledge Panels“ in der Google Suchergebnisliste diskriminiert beziehungsweise unbillig behindert. Zu Recht, entschied die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Medienanstalten in der Mitte des Jahres 2021 auf Betreiben der MA HSH. Sie stellte fest, dass die pauschale Hervorhebung eines bestimmten journalistisch-redaktionellen Angebots dem Gebot der Diskriminierungsfreiheit widerspreche. Gegen die Beanstandungsverfügungen reichte die Google Ireland Ltd. Klagen ein, welche aktuell am VG Schleswig verhandelt werden. Sowohl der Beanstandung als auch dem Gerichtsverfahren kommt eine Signalwirkung für die zukünftige Regulierung von Medienintermediären zu. Unter anderem wird das Gericht im Rahmen einer umfassenden Interessenabwägung das Verhältnis zwischen der unternehmerischen Freiheit der Medienintermediäre einerseits und der Sicherung der Meinungsvielfalt in dem für die Gesellschaft wichtigen Bereich der Gesundheitsinformationen andererseits klären müssen.

Auch der Bereich der Medienplattformen- und Benutzeroberflächenregulierung war 2021 geprägt von der Anwendung der neuen staatsvertraglichen Vorgaben. Die MA HSH war hierbei im Rahmen zahlreicher Anzeigeverfahren mit einer Vielzahl unterschiedlicher Angebote befasst – beginnend bei Streaming-Plattformen über Smart-TV-Hersteller bis hin zu News-Aggregatoren. Zentral war dabei die Frage der regulativen Einordnung des jeweiligen Angebots. Hier ergaben sich schwierige Abgrenzungsfragen, beispielsweise hinsichtlich der vorhandenen Teilfunktionen bei Smart-TV. Die News-Aggregatoren Google News Showcase der Google Ireland Ltd. sowie Facebook News der Meta Platforms Ireland Ltd. sind nach einer Grundsatzentscheidung der MA HSH als Medienplattformen und Benutzeroberflächen einzustufen. Sie müssen somit die geltenden Auffindbarkeits- und Transparenzanforderungen einhalten und beispielsweise darlegen, welche Grundsätze für die Aufnahme eines Angebots in den Dienst gelten. Die MA HSH wird die Einhaltung der Anforderungen hinsichtlich Auffindbarkeit und Transparenz beaufsichtigen. Da bei vielen Anbietern erhebliche Unsicherheiten hinsichtlich der Einordnung ihrer Dienste bestanden, wird sie daneben auch ihren Beratungsansatz konsequent weiterführen.

Die MA HSH hatte zudem über erste Diskriminierungsbeschwerden zu entscheiden. So monierten mehrere regionale Verlagshäuser, keine Einladung zur Teilnahme am Newsdienst „Google News Showcase“ erhalten zu haben, der seit dem 1. Oktober 2020 von Google angeboten wird. Größere Verlagsgruppen seien hingegen aktiv angesprochen worden. Medienrechtlich konnte jedoch weder aus den Vorschriften zur Medienintermediäre- noch zur Plattformregulierung eine Verpflichtung Googles zur aktiven Ansprache von Verlagen abgeleitet werden. Die MA HSH wies die Beschwerden daher zurück.

Anzeigenverfahren
und Grundsatz-
entscheidungen zu
Google News
Showcase und
Facebook News

Ausblick Die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären wird weiterhin einen Themenschwerpunkt der MA HSH bilden. Die Direktorin der MA HSH ist Themenbeauftragte Medienintermediäre der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), auch dadurch wird die MA HSH weiterhin eine Vorreiterrolle bei der Medienintermediärsregulierung einnehmen. Zentral wird 2022 das Thema der Transparenz sein. Hier gilt es allgemeine Standards für die Regulierung zu entwickeln und entsprechend zu vollziehen.

Hamburger Mediensymposium – kompakt und digital: „Kann Medienrecht den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern?“ Öffentliche Kommunikation ist wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Die digitalen Medien verändern die Strukturen und Dynamiken der öffentlichen Kommunikation jedoch grundlegend. Dies hat auch Auswirkungen auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Beim Hamburger Mediensymposium am 27. Mai 2021 diskutierten Expert:innen und Teilnehmer:innen vor 160 Gästen online: Wie kann das Medienrecht auf diese Entwicklungen reagieren? Welche medienrechtlichen Instrumente taugen für Gegenwart und Zukunft? Und wie entstehen Regeln für eine (bessere) digitale Kommunikation in der Gesellschaft von morgen? Das Hamburger Mediensymposium ist eine Kooperationsveranstaltung von MA HSH, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) und Handelskammer Hamburg.

THEMENBEITRAG

WAS HEISST HIER VIELFALT? DIE GOOGLE SCHLAGZEILENFUNKTION

Gerade in Krisenzeiten – wie wir sie derzeit erleben – wird zu Recht immer wieder auf die Notwendigkeit einer vielfältigen und ausgewogenen journalistisch-redaktionellen Berichterstattung hingewiesen. Dabei ist unbestritten, dass das Nachrichtenangebot in Deutschland vergleichsweise vielfältig und entsprechend eine gute Grundlage für individuelle und gesellschaftliche Meinungsbildung ist. Unbestritten ist auch, dass sich die Begegnung mit Nachrichten und die Nachrichtennutzung in den vergangenen Jahren sukzessive von den klassischen Mediengattungen und ihren angestammten Distributionswegen hin ins Internet verschoben haben.

Studien wie der Reuters Digital News Report belegen seit Jahren die Tendenz, dass das Internet für immer mehr Menschen zur Hauptnachrichtenquelle wird. Welche Bedeutung das Internet generell und allen voran die sogenannten Medienintermediäre, insbesondere Suchmaschinen und soziale Netzwerke, für die Begegnung mit Nachrichten und damit für die Meinungsbildung haben, zeigt die Mediengewichtungsstudie 2021 der Medienanstalten. Danach liegt die Tagesreichweite von Medienintermediären, bezogen auf die informierende Nutzung, bei den 14- bis 19-Jährigen bei rund 70 Prozent. Knapp die Hälfte dieser Altersgruppe nutzt Intermediäre auch zur Herstellung von Kontakten zu Online-Informationen und -Nachrichten. Selbst besonders informationsorientierte Jugendliche und junge Erwachsene begegnen Informationen und Nachrichten weit überwiegend auf Medienintermediären (Suchmaschinen, Aggregatoren oder Social-Media-Plattformen), so die von der MA HSH mit geförderte Untersuchung zur „Nachrichtenzusammenfassung Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt“ des Leibniz-Instituts für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut. Wie vielfältig aber sind die Nachrichtenangebote und Nachrichtenquellen, die mittels algorithmischer Kuratierung bereitgestellt werden und einem bei der Nutzung von Medienintermediären begegnen?

Veränderungen
im Informations-
verhalten

Die Google-Schlagzeilenfunktion

Eine Funktion, die Nachrichten bereitstellt, ist die Google-Schlagzeilenfunktion. Diese liefert bei jeder Suchanfrage bei Google Search Schlagzeilenangebote zu aktuellen Geschehnissen. Passend zu einem in die Google-Suchmaschine eingegebenen Suchbegriff werden dabei bis zu zehn „Schlagzeilen“ und die dahinterliegenden journalistisch-redaktionellen Einzelbeiträge abgesetzt präsentiert und durch Bebilderung hervorgehoben. Dieser „Google-Schlagzeilenfunktion“ hat die MA HSH vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung von Medienintermediären für die Meinungsbildung und dem Gebot der Diskriminierungsfreiheit gemeinsam mit der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) eine Untersuchung gewidmet. Durchgeführt wurden die Datenerhebung und die Auswertung von Professor Cornelius Puschmann (Universität Bremen) und Jun. Professor Mario Haim (Universität Leipzig).

Gerade weil es sich bei der Google-Schlagzeilenfunktion um eine Funktion handelt, über die der Kontakt zu Nachrichten hergestellt werden kann, wirft sie die Frage auf, wie es um die Vielfalt der über diese Funktion angezeigten Medienbeziehungsweise Nachrichtenangebote bestellt ist. Der Vielfaltsverteilung in den Google-Schlagzeilen galt das Augenmerk der Studie daher ebenso wie der algorithmischen Funktionslogik. In dem Maße, in dem sie qua Ranking bestimmte journalistisch-redaktionelle Beiträge zum aktuellen Geschehen empfiehlt, ist sie eine Form der „algorithmic news recommendation“, deren Selektions- und Präsentationskriterien meinungsbildende Relevanz entfalten.

Was die Vielfaltsverteilung angeht, so war das Ergebnis der „Google-Schlagzeilenstudie“, dass die rund 175.000 Schlagzeilensets, das heißt die Liste der Schlagzeilen, die zu verschiedenen Suchbegriffen aus Politik und Gesellschaft angezeigt wurden, durchgängig von wenigen Medienmarken oder Nachrichtenquellen dominiert werden. Zwar kamen in den Schlagzeilensets insgesamt etwa 1.000 verschiedene Domains beziehungsweise Websites (URLs) vor, allerdings entstammten 90 Prozent der angezeigten Schlagzeilen wenigen, immer gleichen

Nachrichtenquellen. Bei dieser ausgeprägten sogenannten Longtail-Verteilung waren es wenige nationale Medienmarken oder Nachrichtenquellen vorzugsweise aus dem Zeitungs- und Zeitschriftensektor wie spiegel.de, welt.de, zeit.de, sueddeutsche.de, aber auch t-online.de, die sehr häufig in den Schlagzeilensets vertreten waren. Kleinere oder regionale Nachrichtenanbieter wie zum Beispiel das Hamburger Abendblatt kommen bestenfalls gelegentlich vor.

Die gute Nachricht angesichts der recht gering ausgeprägten Vielfalt ist, dass es sich bei den dominanten Marken um solche handelt, denen man in der Regel ein hohes Maß an Seriosität, an journalistischer Professionalität und ausgewogener Berichterstattung attestieren kann. Dass bei unterschiedlichen Standorten der in der Studie genutzten Server in den angezeigten Schlagzeilensets keine nennenswerten regionalen Unterschiede zu erkennen waren, spricht außerdem dafür, dass die Google-Algorithmen der Google Suchmaschine nationale Medienmarken gegenüber regionalen Marken „favorisiert“. Die Gründe dafür sind vielfältig, sie können von einer besonderen Ressortbreite bis hin zur Aktualität der Berichterstattung aufgrund sehr kurzer Aktualisierungsrhythmen reichen.

Keine Rolle für das Ranking spielen offenbar bestimmte inhaltliche Aspekte der Nachrichtenbeiträge. Ob ein Beitrag einen „Auslandsbezug“ oder einen „Coronabezug“ aufweist, hat laut Studie keinerlei Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit des Vorkommens oder eines hohen Rankings. Einzig das wortwörtliche und wiederholte Vorkommen des Suchbegriffs im Nachrichtenbeitrag erhöht diese Wahrscheinlichkeit. Das deutet nicht zuletzt auf einen nennenswerten Einfluss einer Suchmaschinenoptimierung auf Vorkommen und Ranking von Medienmarken oder Nachrichtenquellen in den Schlagzeilensets hin. Dass der Anteil an Schlagzeilen etwa von welt.de bei mobilen Suchanfragen gegenüber stationären Anfragen erkennbar ansteigt, liegt an einer sogenannten AMP-Optimierung (Accelerated Mobile Page) und zeigt zugleich, dass wohl vor allem formale und technische Kriterien für Vorkommen und Ranking in den

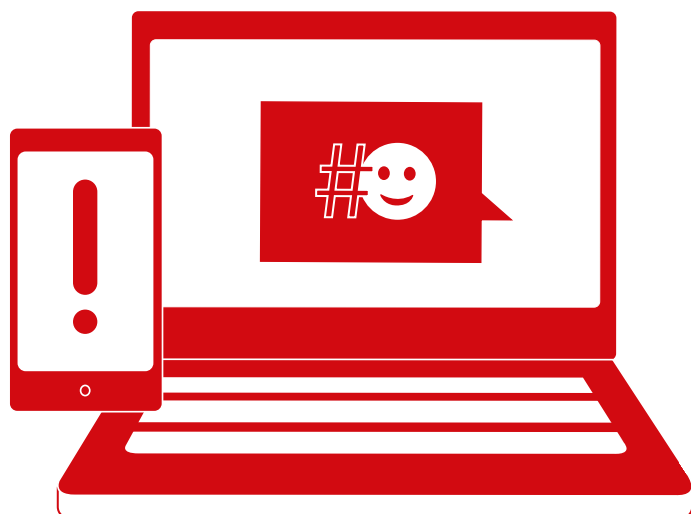
Schlagzeilensets von Bedeutung sind. Zu diesen formalen Kriterien scheint auch die Medienform zu gehören – finden sich doch unter den ersten fünfzehn am häufigsten in den Schlagzeilensets vorkommenden Medienmarken oder Nachrichtenquellen mit ntv.de und tagesschau.de nur zwei Quellen, die nicht hauptsächlich textbasiert sind wie zeit.de oder faz.net. Ob und wie das Zusammenspiel bestimmter formaler und technischer Merkmale und ihre je spezifische Gewichtung die Selektion und das Ranking bestimmen, müssen weitere Untersuchungen zeigen, die vielleicht Methoden der Mustererkennung anwenden.

Auch wenn die Studie eine Konzentration auf wenige Medienmarken ergeben hat, diene sie nicht dem Nachweis einer medienrechtlich relevanten Diskriminierung einzelner Nachrichtenquellen. Studien wie die durchgeführte sollen die Medienanstalten vielmehr in einen Wissens- und vor allem methodischen Stand versetzen, im Falle einer unterstellten Diskriminierung angemessen, zielgerichtet und eben auch methodisch richtig reagieren zu können. Mit ihnen soll sukzessive ein Werkzeugkasten bestückt werden, mit dessen Hilfe zukünftig Rankingmechanismen von Medienintermediären besser verstanden werden können.

Dr. Tilman Lang-Middelmann

4

Telemedien



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Das Tätigkeitsfeld der MA HSH im Bereich der Telemedienaufsicht hat sich im Jahr 2021 erneut ausgeweitet und verändert. So ist die Zahl der von der MA HSH geprüften Fälle im Bereich der Telemedien weiterhin auf sehr hohem Niveau. Auf Betreiben der MA HSH wurde in mehr als 2.600 Fällen ausreichend nachgebessert. Nur in wenigen Fällen wurden weitergehende Maßnahmen wie Beanstandungen und Untersagungen eingeleitet. 58 Fälle wurden wegen Verdachts auf Straftaten an die Strafverfolgungsbehörden weitergeleitet.

200 der Prüffälle bezogen sich auf die Werbe- und Gewinnspielaufsicht. Hier werden inzwischen auch Podcast-Angebote einbezogen. Die MA HSH setzte bei Erstverstößen verstärkt auf Information und Aufklärung und konnte so in allen Fällen eine Verbesserung der Werbekennzeichnung erwirken.

Werbe- und
Gewinnspielaufsicht

Eine sogar noch deutlich größere Zahl an Prüffällen im Jugendmedienschutz unterstreicht die besondere Brisanz dieses MA HSH-Aufgabenfeldes. In der Regel sind die auffälligen Anbieter durchaus über die Rechtslage informiert. Sie setzen sich jedoch über die geltenden Bestimmungen hinweg, weshalb die MA HSH viele Aufsichtsverfahren wegen Hass, Hetze, Rechtsextremismus und Pornografie betreibt. Die enge und im Jahr 2021 weiterentwickelte Kooperation der MA HSH mit den Sozialen Netzwerken trug zudem häufig zur Korrektur oder Sperre problematischer Angebote bei. Nach dem Medienstaatsvertrag (MStV) müssen Plattformen auf Meldungen der Medienaufsicht reagieren. Als Twitter dies in mehreren Fällen nicht tat, leiteten die MA HSH und weitere Medienanstalten medienrechtliche Verfahren gegen Twitter als Host-Provider ein. Es handelte sich um rechtswidrige pornografische Profile. Neben der Beseitigung der Verstöße führte das Verfahren zu einem verbesserten Austausch zwischen Twitter und den Landesmedienanstalten. Die MA HSH hat nun außerdem Zugang zu einem effizienteren Meldesystem für rechtswidrige Inhalte.

Jugendmedienschutz

Desinformation Insgesamt ist das Pandemie-Jahr 2021 für die MA HSH-Medienaufsicht von besonderer Bedeutung. Die sich wegen des Infektionsgeschehens ständig ändernde Nachrichtenlage und die insbesondere online ausgetragenen Kontroversen um die ergriffenen Maßnahmen zur Einschränkung der Pandemie haben zu einer sehr hohen Mediennutzung geführt. Desinformationen waren Gegenstand zahlreicher MA HSH-Prüfungen mit Blick auf die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflichten in § 19 des neuen MStV.

Die MA HSH kontrollierte auch 2021 verstärkt Internetangebote hinsichtlich möglicher Verstöße gegen die rechtlichen Bestimmungen des Jugendmedienschutzes. Untersucht wurden Websites, Social-Media-Profile, Videos, Postings, Kommentare und Onlinegames. Anlass der Prüfung waren eigene Recherchen oder Hinweise aus der Bevölkerung.

Jugendmedienschutz

Die MA HSH erreichte unter anderem die Löschung von zahlreichen strafrechtlich relevanten Inhalten (davon 1.543 auf Steam, 91 auf TikTok und 48 auf Instagram). Bei diesen handelte es sich vor allem um Profilbilder, Pseudonyme, Kommentare, Videos oder Hashtags, die unzulässige NS-Symbolik oder -Parolen enthielten. Auf Betreiben der MA HSH wurden zudem acht rechtswidrige Videos und 21 Hasskommentare auf YouTube sowie jeweils sechs rechtswidrige Kommentare auf Instagram und Facebook entfernt. 58 Hasskommentare (davon 41 auf YouTube, neun auf Facebook und acht auf Instagram) wurden bei der Staatsanwaltschaft Hamburg angezeigt. Die Anzeigen erfolgten über den im April 2021 gestarteten Online-Dienst „OHNe Hass“ („Offensiv gegen Hass im Netz – konsequent anzeigen, effektiv verfolgen“) der Justizbehörde Hamburg, bei dessen Initiierung die MA HSH beratend mitwirkte. Über ihn können Medienunternehmen, Beratungsstellen und NGO Hasskommentare schnell und direkt anzeigen.

MA HSH nutzt privilegierte Meldewege zu den Plattformen

Darüber hinaus ging die MA HSH gegen entwicklungsbeeinträchtigende Gewaltdarstellungen in Sozialen Netzwerken vor. Es handelte sich dabei insbesondere um Videos mit Gewaltszenen aus Computerspielen, die erst ab 18 Jahren freigegeben sind. Instagram sperrte 2021 nach Meldung durch die MA HSH 504 und TikTok 171 solcher Videos. YouTube versah nach MA HSH-Hinweis zwei Videos gemäß den YouTube-Community-Richtlinien mit einer Altersbeschränkung. Um rechtswidrige Inhalte zur Löschung zu bringen, setzt die MA HSH ihren bevorzugten Meldestatus ein, den sie bei YouTube, Facebook, Instagram und seit Juli 2021 auch bei TikTok hat.

Es zeigt sich, dass unsere Meldung an die Plattform in der Regel schnell und zuverlässig zur Löschung oder Sperrung rechtswidriger Inhalte führt. Die MA HSH wird dieses Werkzeug auch weiterhin nutzen.

Nutzerbeschwerden, die die Plattformen direkt erreichen, haben es demgegenüber deutlich schwerer. So betrug die Löschquote nach erster Meldung durch vermeintliche Nutzer:innen lediglich 45 Prozent, die Gesamtlöschquote nach Usermeldung bei YouTube sogar nur 21 Prozent. Die Dienste müssen wesentlich besser reagieren, wenn es um die Meldungen von Verstößen durch Nutzer:innen geht.

Neben ihren Meldewegen nutzt die MA HSH das medienrechtliche Verwaltungsverfahren zur Rechtsdurchsetzung im Internet. Mit dem Ziel, Twitter zur Einhaltung des deutschen Jugendmedienschutzes anzuhalten, meldete sie im letzten Jahr sechs Profile mit pornografischen Inhalten. Als hierauf keine Reaktion erfolgte, leitete sie ein medienrechtliches Aufsichtsverfahren gegen Twitter als Host-Provider ein. Twitter sperrte daraufhin vier Profile gänzlich und entfernte in zwei Fällen die beanstandeten pornografischen Inhalte. Zudem trat die MA HSH gemeinsam mit der Landesanstalt für Medien (LfM) NRW, der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), der Medienanstalt Rheinland-Pfalz (RLP) und der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) in Austausch mit Twitter, um die Beseitigung von Verstößen gegen Jugendmedienschutzbestimmungen auf der Plattform zu erreichen. Die Medienanstalten verfügen nun über einen Zugang zum Twitter-eigenen Meldesystem für Rechtsverstöße, sodass ihre Meldungen priorisiert behandelt werden.

Vorstehendes Verfahren verdeutlicht, dass auch große globale Plattformen mit den Mitteln des deutschen Medienrechts zur Verantwortung gezogen werden können.

Die MA HSH wirkte außerdem an der Koordinierung und Durchführung der Schwerpunktanalyse „Jugendschutzrelevante Aspekte in Online-Games“ der Medienanstalten mit. Die MA HSH prüfte im Rahmen dieser Analyse 24 sexualthematische Spiele auf ihre Jugendschutzrelevanz, vier Spiele davon detailliert. Im Anschluss ergriff die MA HSH bei in ihrem Zuständigkeitsbereich festgestellten Verstößen erste Maßnahmen. Auf MA HSH-Betreiben wurden vier Spiele aus dem deutschen Store der Spieleplattform Steam entfernt: Zwei Spiele verwendeten Hakenkreuze als Menü-Buttons und Liedgut aus der NS-Zeit. Ein Spiel war wegen der Gewalt- und Sexualdarstellungen als offensichtlich schwer jugendgefährdend zu bewerten, ein Spiel war pornografisch. Die Valve Corporation, die Betreiberin von Steam, entfernte außerdem auf Betreiben der MA HSH von Nutzer:innen eingestellte pornografische Bilder und unzulässige Posendarstellungen. Die Ergebnisse der Schwerpunktanalyse sind auf der Webseite der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) abrufbar.

Die MA HSH prüfte zudem aufgrund von Beschwerden sieben Kanäle auf der Video-Plattform Twitch. Diese enthielten sogenannte „Hot Tub“-Videos, in denen sich leicht bekleidete Frauen in Whirlpools oder Planschbecken zeigten und mit ihren Zuschauern interagierten. Die MA HSH stellte jedoch keinen Verstoß gegen die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) fest. Sie sah zwar Anhaltspunkte für eine Entwicklungsbeeinträchtigung, da die Videos problematische Geschlechterrollen vermittelten und Frauen auf ihren Körper reduzierten. Die Plattform Twitch weist jedoch ein Age-de-Label „ab 18 Jahren“ auf, sodass gemäß § 5 Abs. 1 i. V. m. Abs. 3 und 4 JMStV dafür Sorge getragen wird, dass unter 18-Jährige das Angebot üblicherweise nicht wahrnehmen. Pornografische Inhalte wurden nicht zugänglich gemacht. Zudem hatten die Kanalbetreiber ihren Sitz in den USA, sodass sich für die MA HSH keine Handlungsmöglichkeiten ergaben.

Der Fall „Kommentare auf YouTube zum Anschlag auf Walter Lübcke“

Die MA HSH überprüfte Anfang 2021 zum wiederholten Mal Kommentarspalten unterhalb von YouTube-Videos mit Redemitschnitten des am 1. Juni 2019 ermordeten Politikers Walter Lübcke. Die Videos sind noch aufrufbar und zeigen den Auftritt von Walter Lübcke auf einer Bürgerversammlung im Oktober 2015. Der CDU-Politiker informierte über eine Flüchtlingsunterkunft, sprach über Werte und äußerte unter anderem den Satz „Wer diese Werte nicht vertritt, kann dieses Land jederzeit verlassen“. Ein Video enthält nicht nur den oben erwähnten Redemitschnitt, sondern fordert in sarkastischem Unterton disziplinarische Maßnahmen und zeigt eine Fotomontage, die Walter Lübcke in Sträflingskleidung am Pranger darstellt.

In den über 1.000 geprüften Kommentaren befürworteten viele Verfasser:innen erkennbar oder sogar ausdrücklich das Attentat, andere äußerten unterschwellig oder explizit Schadenfreude über seinen Tod.

Die MA HSH meldete über 111 Kommentare, weil diese nach ihrer Auffassung mindestens einen Verstoß gegen die Hassrede-Richtlinien der Plattform darstellten. Es handelte sich erkennbar um zielgerichteten Hass gegen das Opfer einer schwerwiegenden Gewalttat, den YouTube gemäß seinen Richtlinien auf der Plattform nicht erlaubt. Einige Kommentare, die das Attentat ausdrücklich billigten, überschritten die Schwelle zur Strafbarkeit. Trotzdem löschte YouTube nur 22 Kommentare. Die MA HSH hatte zudem die Deaktivierung der Kommentarfunktion unter den Videos angeregt, da die geprüften Kommentarspalten durchgängig von Hass und Hölle durchzogen waren. Dieser Empfehlung kam YouTube jedoch nicht nach. Davon unabhängig hat die MA HSH 30 strafrechtlich relevante Kommentare an die Staatsanwaltschaft Hamburg weitergeleitet.

Der Medienrat der MA HSH forderte in einer Pressemitteilung vom 1. März 2021, dass YouTube konsequenter gegen gezielten und organisierten Hass vorgeht. Intermediäre wie YouTube seien verpflichtet, durch geeignete Maßnahmen sicherzustellen, dass es in ihrem Angebot nicht zu Verstößen gegen geltendes deutsches Recht komme.

Die MA HSH hatte in diesem Kontext bereits 2019 rund 1.000 Kommentare geprüft und über 100 Kommentare an YouTube gemeldet. Damals hatte YouTube die meisten der gemeldeten Kommentare von der Plattform entfernt.

Die MA HSH kontrolliert seit Inkrafttreten des MStV im November 2020 die Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflichten in journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedien. 2021 prüfte die MA HSH auf Grundlage von § 19 MStV sechs Angebote, auf die sie durch Beschwerden sowie im Rahmen eigener Recherchen aufmerksam geworden war. Zum Großteil bewegten sich die geprüften Angebote in den Grenzen der medienrechtlichen Vorgaben beziehungsweise fielen nicht in die Zuständigkeit der Medienaufsicht durch die MA HSH, da ihre Anbieter Mitglieder des Presserats waren. Einen Anbieter wies die MA HSH auf die für die Wiedergabe von Zitaten geltenden Sorgfaltspflichten hin. Gemäß der im deutschen Pressekodex niedergelegten Anforderungen sind Zitate unverfälscht aus Drittquellen zu übernehmen. Auch dürfen Inhalte nicht billigend aus dem Zusammenhang gerissen werden. Die MA HSH erarbeitet gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten Grundsätze für die weitere Anwendung von § 19 MStV im Kampf gegen Desinformation.

Journalistische
Sorgfaltspflichten

Werbung 2021 erreichten die MA HSH insgesamt 46 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 209 Fällen die Einhaltung der Werbebestimmungen. Im Rahmen einer bundesweit abgestimmten Schwerpunktuntersuchung sichtete die MA HSH zusätzlich rund 19 Stunden Podcast-Angebote. 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 jedoch nicht in ihren Zuständigkeitsbereich fielen und an die entsprechenden Stellen weitergeleitet wurden. Die MA HSH wird in diesem Bereich also als eine zentrale Aufsichtsin- stanz wahrgenommen.

**Anbieter-
kennzeichnung** Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit prüft die MA HSH auch, ob Telemedienanbieter, die ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig- Holstein haben, ihrer Anbieterkennzeichnungspflicht nachkom- men. Nach § 18 MStV und § 5 Telemediengesetz (TMG) müs- sen Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönli- chen 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 Kontakt.

Insgesamt erfolgten im Berichtszeitraum 107 neue Hinweise auf unzureichende Anbieterkennzeichnungen. Neben der Prü- fung dieser Fälle wurden auch Fälle aus dem Vorjahr weiterbe- trieben. Die Hinweise erfolgten überwiegend von anderen Be- hörden, Privatpersonen oder möglichen Wettbewerbern. In sol- chen Fällen macht die MA HSH die Anbieter zunächst auf die Verstöße aufmerksam. Bereits die Mehrzahl der Anbieter hat ihr Impressum nach entsprechenden Hinweisen der MA HSH auch tatsächlich nachgebessert. Bei den übrigen stehen Nach- besserungen 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.

Die nicht nachlassende Vielzahl an Fällen lässt weiterhin erwar- ten, dass die Prüfung von Impressumsfällen auch zukünftig eine wichtige Aufgabe der MA HSH sein wird.

Folgende Veranstaltungen und Newsletter haben die oben beschriebenen MA HSH-Themen aufgegriffen:

Das richtige Surfen im Internet will schon früh gelernt sein. Aber das ist nicht so einfach – insbesondere für Kinder. In der On- line-Veranstaltung am Safer Internet Day am 9. Februar 2021 ging es daher darum, wie Eltern und Pädagog:innen sie fit für den Umgang mit Meinungsmache und Desinformation machen können. Das Interesse war groß: Knapp 700 Teilnehmer:in- nen waren dabei. Den Anfang machte Professor Christian Stö- cker, Spiegel-Kolumnist und Professor für digitale Kommunikati- on an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg, mit einem Impulsvortrag. Anschließend standen sechs verschiedene Workshops zur Auswahl. Die Veranstaltung war eine Kooperation der MA HSH mit dem Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI Hamburg) und den Bü- cherhallen Hamburg.

„Was können wir glauben? Surfen im Netz – zwischen Fakt und Fake“

„Gegen Online-Hass“

Wie verändert digitale Hassrede die Gesellschaft? Welche Schwierigkeiten bestehen in der Praxis beim Löschen von problematischen oder strafbaren Inhalten und dem Verfolgen von Straftaten? Um diese Fragen ging es bei der MA HSH-Online-Veranstaltung am 26. August 2021, an der rund 150 Personen teilnahmen. Nach einer Begrüßung durch Lothar Hay, den Vorsitzenden des Medienrats der MA HSH, lieferte Professorin Elisa Hoven einen Überblick über das Phänomen „Online-Hass und seine gesellschaftliche Relevanz“. Anschließend warfen Anna-Lena von Hodenberg mit ihrem Vortrag „Demokratie und Menschenwürde im Netz verteidigen“ und Dr. Benjamin Krause mit „#HessengegenHetze – die gesamtgesellschaftliche Kooperation gegen Online-Hass“ einen Blick in die Praxis. Hamburgs Justizsenatorin Anna Gallina stellte den „Hamburger Weg“ vor, das Projekt „OHNe Hass“, an dem die MA HSH beratend beteiligt ist. Den Abschluss der Veranstaltung bildete eine Diskussion mit allen Beteiligten.

Der Hingucker – Beispiele aus der Prüfpraxis der MA HSH

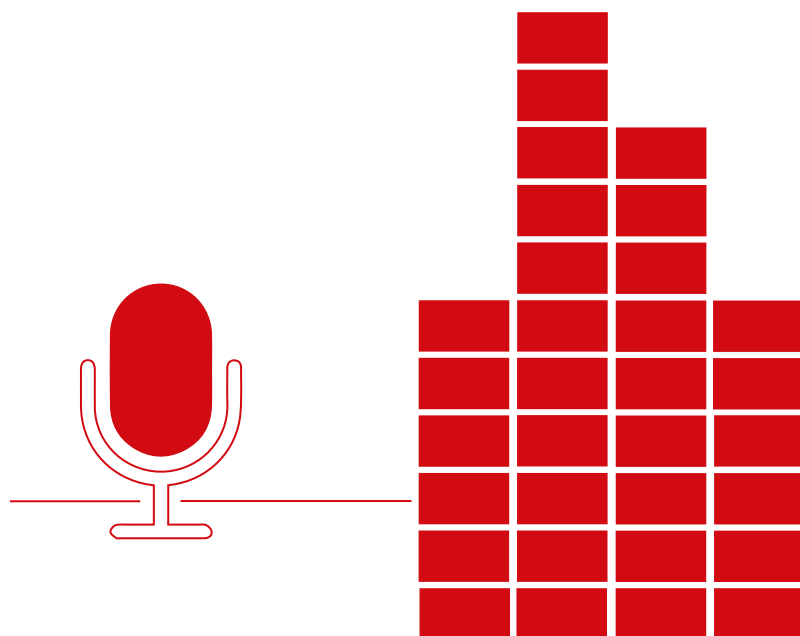


Mit dem Hingucker gibt die MA HSH anhand konkreter Fälle Einblicke in ihre Prüfpraxis als Medienaufsicht. Der Newsletter informiert über die Arbeit der MA HSH und macht auf problematische Medienangebote und Medienentwicklungen aufmerksam. 2021 ging es beispielsweise um die Sat.1-Reality-Sendung „Promis unter Palmen“ und ein Online-Forum sogenannter Frauenhasser, über pornografische Twitter-Angebote und ein drogenverharmlosendes Rap-Video auf YouTube. Die meisten der geschilderten Fälle gehen auf Beschwerden von Mediennutzer:innen zurück, weitere Fälle basieren auf eigenen Recherchen der MA HSH.

Alle Hingucker-Ausgaben stehen auf der Homepage der MA HSH. Das regelmäßig aktualisierte Hingucker Special „Hass in Sozialen Medien melden“ ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die erklärt, wie problematische Inhalte direkt bei Instagram, Twitter, YouTube & Co. gemeldet werden können.

5

Hörfunk



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Wie schon das Vorjahr, so zeichnete sich auch das Jahr 2021 durch eine beachtliche Entwicklungsdynamik in der gesamten Audiolandschaft aus. Insbesondere die Online-Audio-Nutzung nahm nicht nur zu, sondern diversifizierte sich weiter. Die regelmäßige Nutzung von Musikstreamingdiensten und Hörfunkangeboten stieg an, vor allem Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören und andere Audio-on-Demand-Angebote werden immer häufiger genutzt. Mittlerweile liegt der Anteil der Bevölkerung, der Webradio und Audio-on-Demand-Angebote gleichermaßen hört, bei nahezu 50 Prozent.

Gleichwohl ist der UKW-Empfang mit rund 60 Prozent derzeit noch eine verbreitete und bewährte Form der Radionutzung im Alltag von Millionen Menschen.

In Teilen waren die Auswirkungen der Neuausschreibung und der Neuvergabe eines Großteils des Hamburger UKW-Spektrums im Jahr 2019 auch 2021 noch spürbar. ByteFM hat Anfang des Jahres 2022 den UKW-Sendebetrieb aufgenommen, nachdem ihm die früher von Radio Hamburg und Rockantenne Hamburg genutzten UKW-Frequenzen 104,0 MHz und 91,7 MHz im Zuge der Neuvergabe für eine innerstädtische Programmversorgung zugewiesen worden waren. Dazu musste das zuvor über die Frequenz 91,7 MHz verbreitete Programm 917XFM seinen UKW-Sendebetrieb zum Ende des Jahres 2021 einstellen. Ebenso endete die befristete UKW-Verbreitung von FluxFM, die auf der Grundlage eines Kooperationsvertrags auf der Radio Hamburg zugewiesenen City-Frequenz 104,0 MHz möglich geworden war. Eigentlich hätte gemäß der Entscheidung des Medienrats der MA HSH FluxFM sein Programm ab dem 1. August 2020 auf der ehemals von Energy Hamburg genutzten Frequenz 97,1 MHz verbreiten sollen, gegen diese Entscheidung hatte Energy jedoch Widerspruch eingelegt und seinen Sendetrieb aufgrund einer gerichtlichen Eilentscheidung vorerst fortsetzen können. Im März 2022 hat das Obergerverwaltungsgericht Hamburg zugunsten des Wider-

UKW

spruchs von Energy Hamburg entschieden. Energy Hamburg kann daher sein Programm weiterhin auf der Frequenz 97,1 MHz verbreiten.

Digitaler Hörfunk / DAB+

Die Entwicklung des digitalen terrestrischen Hörfunks im Norden war von zwei Themen geprägt: zum einen vom DAB+ Modellversuch in Schleswig-Holstein, zum anderen von der Ausschreibung der Übertragungskapazitäten für einen zweiten DAB+ Multiplex in Hamburg.

Um die digitale Hörfunkverbreitung und ihre Nutzung in Schleswig-Holstein zu unterstützen, hatten sich die Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein, der Norddeutsche Rundfunk (NDR) und die MA HSH Anfang 2019 auf die Durchführung eines auf drei Jahre angelegten Modellversuchs verständigt. Nach dem Corona-bedingt etwas schleppenden Start des Modellversuchs Anfang 2020 hatte er im zweiten Jahr erkennbar Fahrt aufgenommen. Über die von der Media Broadcast betriebenen Programmplattformen waren Ende des Jahres in der Region Kiel fünf, in der Region Lübeck neun und in der Region Sylt zwei private Programme regional empfangbar. Überregional wird das Programm R.SH in den Multiplexen des NDR verbreitet. Im Zuge des Modellversuchs – das zeigen die Ergebnisse der begleitenden Forschung – sind sowohl die Nutzung als auch die Akzeptanz von DAB+ deutlich angestiegen.

Für Hamburg hat die MA HSH Anfang des Jahres 2021 angesichts des anhaltenden Interesses der privaten Hörfunkveranstalter Übertragungskapazitäten für einen zweiten DAB+ Multiplex ausgeschrieben. Die Ausschreibung, die Mitte Februar veröffentlicht wurde, richtete sich ausdrücklich nur an Plattformbetreiber.

Nach der Auswahlentscheidung hat der Medienrat im August 2021 der Media Broadcast GmbH die Zuweisung der Übertragungskapazitäten für den Plattformbetrieb erteilt. Der zunächst gegen diese Entscheidung seitens des unterlegenen Mitbewerbers Uplink Network GmbH eingelegte Widerspruch gegen die Entscheidung des Medienrats wurde zwar zurückgewiesen, allerdings erhob Uplink daraufhin Klage beim Ver-

waltungsgericht Schleswig und beantragte die Anordnung der aufschiebenden Wirkung der Klage. Ziel war es, die Nutzung der Zuweisung bis zur Entscheidung über die Klage zu verhindern. Diesen Antrag hat die Uplink Network GmbH nun zurückgenommen. Der zweite DAB+ Multiplex ist daher in Hamburg im April 2022 on Air gegangen. Damit sind in Hamburg rund 60 Hörfunkprogramme über DAB+ zu empfangen. Wann über die Klage entschieden wird, ist nicht abzusehen.

Seit dem Inkrafttreten des 8. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (MÄStV HSH) kann die MA HSH Förderungen zur Unterstützung des privaten Rundfunks aus Bundes- und Landesfördermitteln vornehmen.

Förderung des
privaten Hörfunks

Die MA HSH fördert zudem die nichtkommerziellen lokalen Hörfunkprogramme in Hamburg und Schleswig-Holstein. Ihre Förderung umfasst Senderbetriebskosten sowie GEMA- oder GVL-Kosten.

Lokaler Hörfunk

Auf dem Weg zu
einem integralen
Audiomarkt?

Während im Zusammenhang der terrestrischen Hörfunkverbreitung noch von einer digitalen Transformation des Hörfunks gesprochen wird, ist er jedoch, jedenfalls für die Altersgruppe der 14- bis 39-Jährigen, längst Bestandteil eines konvergenten digitalen „Audioversums“. In dieser Altersgruppe liegt der Anteil der Online-Audio-Nutzer:innen laut Online-Audio-Monitor bei über 90 Prozent. Endgeräte wie Smartphone, Notebook oder Smart Speaker ermöglichen die Nutzung von Webradio, Streamingdiensten oder Podcast-Angeboten ohne einen nennenswerten Medienbruch. Diese Entwicklung geht nicht, wie häufig vermutet, zulasten des Hörfunks. Der Anteil der Audio-Online-Nutzer, die Webradio hören, steigt kontinuierlich an und geht dabei einher mit einem immensen Anstieg des Interesses an Podcasts und Radiosendungen zum Nachhören. Diese Befunde dürfen allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Altersgruppe 39+ beim Hörfunk nach wie vor die terrestrischen Übertragungswege favorisiert.

Zulassung
und Zuweisung

Im März 2021 hat die MA HSH die zweite UKW-Hörfunkkette in Schleswig-Holstein neu ausgeschrieben. Sie wurde erneut der delta radio GmbH & Co. KG zugewiesen und gilt bis Ende 2025. Gleichzeitig wurde die Zulassung von delta radio um zehn Jahre verlängert.

Nach Neuausschreibung einer UKW-Übertragungskapazität für den nichtkommerziellen Hörfunk in Hamburg, ebenfalls im März 2021, hat die MA HSH diese Kapazität erneut der Veranstalterin des nichtkommerziellen Hörfunkvollprogramms Freies Sender Kombinat (FSK) zugewiesen. Auch die Zulassung des FSK wurde um zehn Jahre verlängert.

Neu zugelassen wurden – jeweils für die Dauer von zehn Jahren – das bundesweit ausgerichtete Hörfunkspartenprogramm Klassik Radio Movie (jetzt Klassik Radio Beats) der Klassik Radio GmbH sowie das bundesweit ausgerichtete Spartenprogramm AIDARadio der AIDARadio GmbH. Eine weitere Zulassung zur bundesweiten Verbreitung eines überregionalen Hörfunkspartenprogramms wurde der ByteFM GmbH erteilt.

Zudem wurden Zulassungen für das Hörfunkvollprogramm Radio Nordseewelle der Radio Nordseewelle GmbH & Co. KG sowie das Hörfunkvollprogramm Ostseewelle HIT Radio der Privatrado Landeswelle Mecklenburg-Vorpommern GmbH & Co. Studiobetriebs KG für die Dauer von zehn Jahren zur Verbreitung in Hamburg und Schleswig-Holstein erteilt.

Schließlich wurden die Hörfunkspartenprogramme Radio Holiday der The Radio Group Holding GmbH für Hamburg und Schleswig-Holstein und HarbourTown Radio der HarbourTown Media GmbH für Hamburg sowie das Hörfunkvollprogramm Radio Teddy der Radio Teddy GmbH & Co. KG ebenfalls für Hamburg zugelassen.

Die Verbreitung der neu zugelassenen Programme erfolgt über den zweiten bundesweiten DAB+ Multiplex beziehungsweise über DAB+ in Schleswig-Holstein und den zweiten DAB+ Multiplex in Hamburg.

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 sie eine Einigung mit den jeweiligen Veranstaltern erzielen. Nur in einem Fall war die Einleitung eines Aufsichtsverfahrens erforderlich:

Der Fall „Mega Radio: Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht“

Der Sender Mega Radio strahlte in seinem in Hamburg verbreiteten Programm unter anderem zugelierte Inhalte des Programms SNA Radio aus, das von der staatlichen russischen Nachrichtenagentur Rossiya Segodnya produziert wird. Im August 2021 sendete SNA Radio mehrfach eine Nachrichtmeldung über „Nebenwirkungen und Todesfälle im Zusammenhang mit den COVID-19-Impfungen“. Die Fakten, die dieser Meldung zugrunde lagen, waren der Website des Paul-Ehrlich-Instituts (PEI) entnommen worden. Die Meldung von Mega Radio ließ jedoch wesentliche Informationen aus, die für eine zutreffende Einordnung ihres Inhalts erforderlich gewesen wären. Auf diese Weise erzeugte die Meldung den unzutreffenden Eindruck, dass die Impfung gegen COVID-19 ungleich riskanter sei als andere Impfungen. Der Sinn der vom PEI zur Verfügung gestellten Daten wurde durch diese Auslassungen verfälscht. Zugleich erzeugte die Nachricht unbegründete Befürchtungen, dass die COVID-19-Impfung mit hohen Risiken verbunden sei.

Die Meldung verstieß daher gegen § 6 des MStV, wonach Berichterstattung und Informationssendungen den anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprechen müssen. Nach diesen Grundsätzen müssen Informationen wahrheitsgetreu

wiedergegeben werden. Ihr Sinn darf weder entstellt noch verfälscht werden. Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationsheischende Darstellung, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte, zu vermeiden.

Die MA HSH beanstandete die Ausstrahlung der Nachrichtmeldung. Der Veranstalter von Mega Radio räumte den Verstoß ein und sagte Maßnahmen zu, um vergleichbare Vorkommnisse für die Zukunft zu verhindern.

Außerdem erreichen die MA HSH regelmäßig Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen. Im Jahr 2021 bearbeitete sie 20 Radiobeschwerden. In 16 Fällen ging es um die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Eine Beschwerde erfolgte aus Jugendschutzgründen. Bei den übrigen Beschwerden ging es um die Verletzung von Programmgrundsätzen, journalistischen Grundsätzen oder Lizenzauflagen.

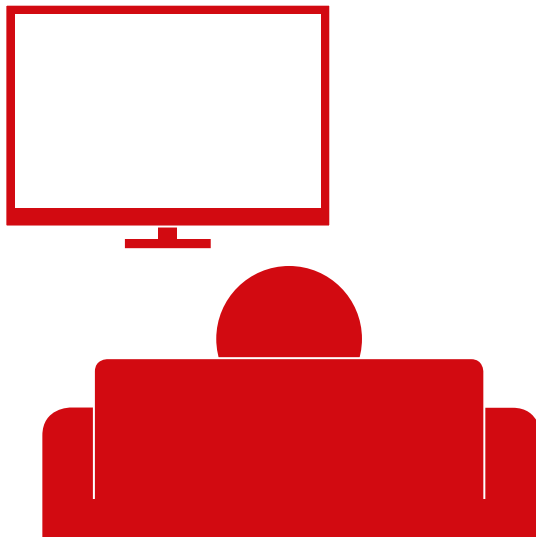
Die Einleitung eines Aufsichtsverfahrens war nur in einem Fall erforderlich:

Eine Dauerwerbesendung bei Klassik Radio war zu Beginn nicht als Dauerwerbesendung angekündigt. Außerdem waren nicht alle Teile der Sendung mit einem Hinweis auf das Vorliegen einer Dauerwerbesendung versehen. Da es sich um ein bundesweites Programm handelt, hat die MA HSH den Fall der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) vorgelegt. Die ZAK hat einen Verstoß gegen die für Dauerwerbesendungen geltenden Kennzeichnungspflichten festgestellt und diesen beanstandet.

Klassik Radio: Verstoß gegen die Kennzeichnungspflichten für Dauerwerbesendungen

6

Fernsehen



ENTWICKLUNGEN UND AUSBLICK

Nach einem wohl auch von der Corona-Pandemie ausgelösten deutlichen Anstieg der Nutzung des linearen Fernsehens im Jahr 2020 haben sich die Tagesreichweite und auch die Sehdauer beim klassischen Fernsehen 2021 wieder auf den Wert der Vorjahre eingependelt. Eine Tagesreichweite von 67,2 Prozent und eine durchschnittliche Sehdauer von 213 Minuten pro Tag belegen aber die nach wie vor hohe Bedeutung des linearen Fernsehens für die Bevölkerung. Dass der Anteil der Streamingnutzung, also der Nutzung von Internet-basierten Live-Streams, an der Gesamtnutzung des linearen Fernsehens 2021 weiter angestiegen ist, deutet zugleich auf eine kontinuierliche Bedeutungsverschiebung bei den verfügbaren Verbreitungswegen des Fernsehens hin (Daten und Fakten zur Fernsehnutzung in Deutschland, Jahresbericht 2021).

Zwar dominieren immer noch die klassischen digitalen Verbreitungswege Kabel, Satellit und Terrestrik den Fernsehempfang, allerdings nimmt die Bedeutung der sogenannten OTT (Over-The-Top)-Nutzung, also der Nutzung internetbasierter Streamingangebote, weiter zu. Dies hat auch mit der immer weiter steigenden Ausstattung der Haushalte mit Smart-TV-Geräten zu tun, die im Jahr 2021 laut Digitalisierungsbericht mittlerweile bei rund 65 Prozent und einer Anschlussquote von 80 Prozent liegt.

Verbreitungswege

Gleichwohl: In Hamburg wird das digitale Kabel noch immer von mehr als 60 Prozent aller Haushalte als Empfangsweg genutzt, in Schleswig-Holstein liegt dieser Wert bei etwa 46 Prozent. Auch bei den anderen klassischen TV-Verbreitungswegen zeigte sich 2021 in Hamburg und Schleswig-Holstein das für Metropolregionen und Flächenländer typische Bild: In Hamburg liegt der Satellitenempfang mit rund 10 Prozent noch unter dem DVB-T2-Empfang (12 Prozent). In Schleswig-Holstein dagegen beträgt der Anteil der Satellitennutzung rund 40 Prozent, der von DVB-T2 dagegen etwas unter 10 Prozent. Auch für Hamburg und Schleswig-Holstein gilt, dass die Anzahl der Haushalte, die ausschließlich OTT-Angebot nutzen, die also gänzlich

auf die klassischen Übertragungswege verzichten und ihre Programme ausschließlich via Internet beziehen, stetig ansteigt.

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

Eine solche Entwicklung der Abkehr von klassischen Übertragungswegen geht auch mit einer fortschreitenden Abkehr von der klassischen linearen Fernsehnutzung einher, auch wenn deren Tagesreichweite noch recht hoch ist (s. o.). 2021 ist der Nutzungsanteil des Fernsehens an der gesamten Bewegtbildnutzung bundesweit auf 51 Prozent zurückgegangen, 2020 lag der Anteil noch bei 55 Prozent. Insbesondere die Video-on-Demand-Nutzung nimmt demgegenüber immer weiter zu. Vor allem bei der Altersgruppe der 14- bis 39-Jährigen überwiegen längst die Live-Streaming- und VoD-Nutzung. Erst bei Zuschauern ab einem Alter von 50 Jahren übersteigt die klassische Fernsehnutzung noch erkennbar die von Live-Streaming und Video on Demand. Entsprechend dominiert das klassische Fernsehgerät auch nur noch bei diesen Altersgruppen den Bewegtbildempfang.

Auffindbarkeit von Fernsehprogrammen

Vor dem Hintergrund der weitgehenden „Plattformisierung“ des Fernsehangebots sowie der Tatsache, dass über smarte TV-Geräte auch eine Vielzahl anderer Dienste angeboten und genutzt werden kann, allen voran Video-Streaming und Video-sharing-Dienste, rückt die Frage nach der Auffindbarkeit von Fernsehprogrammen zunehmend in den Vordergrund. Immer häufiger – laut Digitalisierungsbericht für fast 30 Prozent der Fernsehzuschauer – führt der Weg zu Fernsehprogrammen zunächst über die Benutzeroberfläche des Smart-TV-Geräts und dort installierte Apps. Wenn der Zugang zum Fernsehangebot über eine App auf der Benutzeroberfläche erfolgt, die neben einer Vielzahl von Apps anderer Dienste steht, wird es zu einem vielen anderen audiovisuellen Angeboten optisch und hierarchisch gleichgestellten Angebot. In besonderem Maße gilt dies für die IPTV (Internet Protocol Television)- und OTT-Nutzung.

Um angesichts solcher Entwicklungen der nach wie vor besonderen Meinungsbildungsrelevanz des Rundfunks Rechnung zu tragen, sieht der Medienstaatsvertrag (MStV) vor, dass Rundfunk in seiner Gesamtheit auf der ersten Auswahlebene unmittelbar erreichbar und leicht auffindbar sein muss. Mit der Sichtung und Bewertung von Smart-TV-Herstellern ist gemäß den Vorschriften des MStV auch für die MA HSH ein neues regulatorisches Feld entstanden.

ZULASSUNG UND ZUWEISUNG

Im Bereich Fernsehen beschäftigten die MA HSH im Jahr 2021 zwei Anträge auf Erteilung von TV-Zulassungen für Online-Streamingangebote: Der Reason GmbH & Co. KG wurde im Juli 2021 für die Dauer von zehn Jahren die Zulassung für die Veranstaltung und Verbreitung des bundesweit ausgerichteten Fernsehpartenprogramms Montana Black88 erteilt. Die Ausstrahlung des Programms, das zu einem Großteil aus sogenannten Let's Plays besteht, erfolgt über die Plattform Twitch.

Darüber hinaus wurde der DRYMSTRYM TV GmbH im September 2021 für die Dauer von zehn Jahren die Zulassung für die Veranstaltung und bundesweite Verbreitung von DRYMSTRYM TV erteilt. In bis zu 25 Channels sollen Live-Übertragungen im Internet in dem Multi-Channel-Network zusammengefasst werden.

Daneben hat die MA HSH die Zulassungen für die bundesweiten Fernsehpartenprogramme Bibel TV und Spiegel TV Wissen jeweils für die Dauer von zehn Jahren verlängert.

Das bereits im Jahr 2020 eingeführte vereinfachte Anzeigeverfahren von Live-Streams für die Übertragung von kulturellen oder religiösen Angeboten im Internet wurde aufgrund der anhaltenden Beschränkungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auch im Jahr 2021 beibehalten.

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. Sie sucht darüber hinaus den Dialog mit den Rundfunkveranstaltern. Je nach Sachlage konnte die MA HSH 2021 in vielen Prüffällen so eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen.

Außerdem erreichen die MA HSH regelmäßig Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen. Im Jahr 2021 bearbeitete sie 19 Jugendschutz-Beschwerden von Zuschauern. Nur in wenigen Fällen waren aufsichtliche Maßnahmen erforderlich. Dies betraf zum Beispiel eine Ausgabe des Sat.1-Frühstücksfernsehens. In der live ausgestrahlten Sendung hatten die Moderatoren ein Trinkspiel mit teils hochprozentigen Alkoholika vorgeführt. Die MA HSH befasste die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) mit dem Fall und hörte den Veranstalter an. Eine abschließende Prüfung durch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) steht noch aus.

Weiterhin beanstandete die MA HSH nach Befassung der KJM eine Folge der Sat.1-Doku-Reihe „Lebensretter hautnah – Wenn jede Sekunde zählt“ aus dem Vorjahr wegen Verstoßes gegen die Menschenwürde.

In vier weiteren Prüffällen ging es um vermeintliche Verletzungen der Programmgrundsätze. Einer der Fälle betraf die Sat.1-Sendung „Promis unter Palmen“, zu der 140 Beschwerden wegen Diskriminierung von Homosexuellen eingingen. Dieser Vorwurf ließ sich nach Sichtung der Sendung nicht bestätigen. Die MA HSH sprach jedoch eine Beanstandung wegen jugendbeeinträchtigender Darstellungen aus:

Der Fall „Sat.1 – Promis unter Palmen“

In der inzwischen eingestellten Realityshow „Promis unter Palmen“ lebten zwölf Kandidat:innen einige Tage zusammen in einer Villa in Thailand und bestritten verschiedene Wettkämpfe. Inhalt der Sendung war neben den Wettkämpfen vor allem das Sozialleben der Kandidat:innen.

Die Zuschauer-Beschwerden bezogen sich vorwiegend auf diskriminierende Äußerungen eines Kandidaten gegenüber einem homosexuellen Mitbewerber. Die Prüfung durch die MA HSH ergab, dass diese Äußerungen durch den vehementen Widerspruch der anderen Kandidat:innen stark relativiert wurden. Ein Verstoß gegen den Programmgrundsatz, dass die Sender auf ein diskriminierungsfreies Miteinander hinwirken sollen, war daher nicht festzustellen.

Die MA HSH bewertete die Sendung jedoch als entwicklungsbeeinträchtigend für Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren, da die Darstellungen ihnen problematische sexuelle Rollenbilder nahelegten, Beleidigungen und Beschimpfungen als sozial akzeptables Verhalten darstellten und intensiven Alkoholkonsum normalisierten und verharmlosten. Die Sendung hätte daher nicht vor 22 Uhr ausgestrahlt werden dürfen, sie wurde jedoch bereits ab 20:15 Uhr gesendet. Zu diesem Ergebnis kam auch die FSF, die der Sender nachträglich befasst hatte. Die MA HSH legte den Fall der KJM zur abschließenden Prüfung vor, die das Ergebnis der MA HSH bestätigte. Die MA HSH sprach daraufhin eine förmliche Beanstandung gegenüber dem Sender aus.

Die mögliche Gefährdung von Kindern, die als Darsteller an der Sat.1-Sendung „Plötzlich arm, plötzlich reich“ mitwirkten, war Inhalt von 13 weiteren Beschwerden.

Der Medienrat der MA HSH griff die Kritik auf und intervenierte gegenüber der Sat.1-Geschäftsleitung und dem Vorsitzenden des Beirats der ProSiebenSat.1 Media SE. Er führte in Norderstedt ein intensives Gespräch mit den Programmverantwortlichen und drängte auf verbesserte Schutzmaßnahmen bei der Produktion solcher Sendungen: Bei der Programmerstellung dürften junge und schutzbedürftige Menschen nicht belastet und gefährdet werden. Der Medienrat ließ sich auch darüber informieren, wie Sat.1 bei den weiteren im Programm befindlichen Scripted-Reality-Formaten sicherstelle, dass die erforderlichen Sorgfalts- und Fürsorgepflichten senderintern und auch durch beauftragte Produktionsfirmen effektiv wahrgenommen werden, um eine Kindeswohlgefährdung auszuschließen. Erörtert wurde auch die Frage, in welcher Form die zuständigen Jugend- und Ordnungsämter vor Dreharbeiten beteiligt und deren Auflagen eingehalten werden. Sat.1 hat entschieden, die TV-Folge nicht auszustrahlen und das Format generell einzustellen.

In 19 weiteren Prüffällen ging es um die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Die Einleitung eines Aufsichtsverfahrens war nur in einem Fall erforderlich. Dabei handelte es sich um einen Verstoß gegen die Sponsoringbestimmungen im Programm von Hamburg 1. In mehreren Ausgaben der „Ernährungstipps“ im Rahmen der Sendung „Frühcafé“ wurden die positiven Ernährungseigenschaften von Pistazien derart beeinflusst durch den Sponsor angepriesen, dass die redaktionelle Verantwortung und die Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt waren. Die MA HSH sprach gegenüber dem Sender eine förmliche Beanstandung aus.

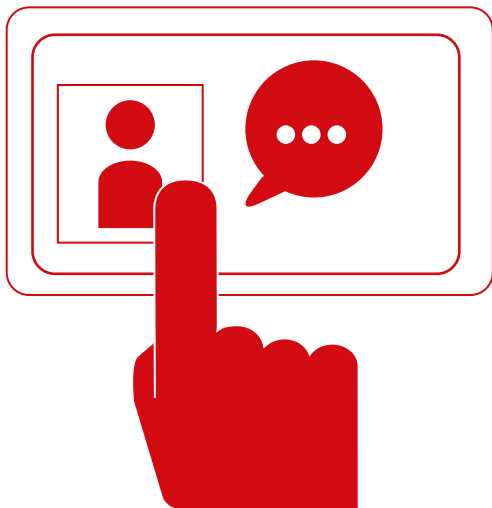
Nach § 59 Abs. 4 MStV sind die reichweitenstärksten bundesweit verbreiteten TV-Sender RTL und Sat.1 dazu verpflichtet, wochentäglich halbstündige Regionalprogrammfenster auszustrahlen. In Hamburg und Schleswig-Holstein sind dies die gemeinsamen Regionalmagazine „17:30 Sat.1 Regional“ und „RTL Nord“. Die Medienanstalten überprüfen jährlich die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen an diese Formate, die durch die sogenannte Fernsehfensterrichtlinie der Medienanstalten konkretisiert werden.

Regional-
fensteranalyse

Wie in den Vorjahren wurde die Analyse der Regionalfenster Hamburg/Schleswig-Holstein auch 2021 in Kooperation mit der LfM unter wissenschaftlicher Begleitung durch Professor Matthias Kurp von der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln durchgeführt. Im Ergebnis haben RTL und Sat.1 die gesetzlichen Vorgaben erneut erfüllt. Der Anteil redaktionell gestalteter Inhalte lag bei beiden Magazinsendungen über den geforderten 20 Minuten. Bei allen Inhalten betrug der Regionalbezug nahezu 100 Prozent. Beide Magazine bestritten im Wochendurchschnitt deutlich mehr als zehn Minuten ihrer Sendezeit mit aktuellen regionalen Inhalten aus den publizistischen Kernthemen Politik, Wirtschaft, Soziales und Kultur. Hamburgische und Schleswig-Holsteinische Themen kamen in beiden Regionalfenstern in annähernd gleichem Umfang vor.

7

Medienkompetenz



SCHWERPUNKTTHEMEN

Ein sicherer Umgang mit (digitalen) Medien ist wichtiger denn je – das gilt für Kinder wie für Erwachsene. Durch Corona bedingt fanden 2021 die meisten MA HSH-Veranstaltungen zur Medienbildung und Medienerziehung digital statt. Dadurch platzierte sie die Themen auch in Pandemiezeiten in der Öffentlichkeit und erreichte Eltern, Erziehende, Lehrkräfte und pädagogische Fachkräfte.

Auch der „Praxistag: Medienerziehung in Lübecker Kitas“ fand am 4. Mai 2021 online statt. Thema war: Wie gelingt es, Kindern spielerisch einen kreativen, aber auch kritischen Umgang mit digitalen Medien zu vermitteln? Besprochen wurde, wie und womit man am besten startet und welche Medien geeignet sind. Bereits tätige und angehende sozialpädagogische Assistent:innen und Erzieher:innen, Kitaleitungen und Kitaträger sowie Lehrkräfte, Medienpädagog:innen und Behörden- und Elternvertreter:innen erhielten nicht nur Einblicke in die medienpädagogische Praxis, sondern auch Tipps für die Umsetzung in ihren Einrichtungen. Der Praxistag fand in Kooperation mit dem Kinder- und Jugendschutz des Jugendamts der Hansestadt Lübeck und der Aktion Kinder- und Jugendschutz Schleswig-Holstein (AKJS SH) sowie der Dorothea-Schlözer-Schule Lübeck statt.

Praxistag:
Medienerziehung
in Lübecker Kitas

Der Hamburger Kita-Praxistag wurde, bedingt durch Corona, in das Folgejahr verschoben.

scout-Jubiläums- veranstaltung

Am 12. August 2021 fand anlässlich des zehnjährigen Bestehens von scout, dem MA HSH-Magazin für Medienerziehung, die Jubiläumsveranstaltung „Durchhalten! Weitermachen! Medienerziehung ist wichtiger denn je“ statt. Im Ehemaligen Hauptzollamt in Hamburg feierten unter Corona-Auflagen rund 100 Gäste. Es gab spannende Vorträge über die „Digitale Mediennutzung in Kindheit, Jugend und Familie“ und die Frage „Was sollte Medienerziehung durch Eltern, Kita und Schule leisten?“. Es folgten eine angeregte Diskussion und ein lebhafter Austausch zum Thema „Medienerziehung – die Bildungsherausforderung dieses Jahrzehnts“.

scout – das MA HSH-Magazin für Medienerziehung



Das scout-Magazin feierte 2021 zehnjähriges Bestehen. Zum Jubiläum fand zum einen die oben genannte Veranstaltung statt, aus diesem Anlass erschien unter dem Titel „Durchhalten! Weitermachen! Medienerziehung ist wichtiger denn je“ aber auch eine doppelt so dicke Jubiläumsausgabe, in der sich alles um Medienkompetenzvermittlung in Familie, Kita und Schule drehte. Renommierete Expert:innen und erfahrene Praktiker:innen kamen zu Wort, neben einer „Tortenschlacht“ zur Mediennutzung von Kindern gab es den ersten scout-Comic, kleine und große Ich-Perspektiven und einen Gastbeitrag von Zeit-Autor Tilman Prüfer.

Auch die Jubiläumsausgabe stieß wieder auf ein großes Interesse und sorgte für weiter steigende Abonnenten- und Auflagenzahlen. Digital sind die scout-Hefte auf der Website 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. Das gesamte Spektrum ihrer Aufgaben nimmt sie vor dem Hintergrund der Sicherung der Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit wahr, dabei agiert sie unabhängig und staatsfern.

Eine Aufgabe der MA HSH ist die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten. Einer ihrer Arbeitsschwerpunkte liegt auf dem Bereich der Aufsicht über die von ihr zugelassenen Fernseh- und Hörfunkveranstalter und insbesondere über Internetseiten, deren Betreiberinnen ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben. Hier befasst sie sich vor allem mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz und Werberegulungen, beispielsweise Hetze im Netz oder Schleichwerbung.

Mit dem im November 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrag (MStV) ist mit der Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären ein weiterer zentraler Aufgabenbereich der MA HSH hinzugekommen. Hier kümmert sie sich unter anderem um Transparenz und die Sicherung einer diskriminierungsfreien Auffindbarkeit von journalistisch-redaktionellen Inhalten, beispielsweise in Suchmaschinen und Sozialen Netzwerken. Im Kampf gegen Desinformation kontrolliert die MA HSH auf Basis des MStV zudem die Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflichten in journalistisch-redaktionell gestalteten Telemedien.

Die MA HSH ist zudem zuständig für die Förderung des nicht-kommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein.

Direktion Bis zum 31. Oktober 2021 führte Thomas Fuchs die Geschäfte der MA HSH. Als MA HSH-Direktor war Fuchs auf Bundesebene Koordinator des Fachausschusses „Netze, Technik, Konvergenz“ der Medienanstalten und Themenbeauftragter „Intermediäre“ der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM). Fuchs war außerdem Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und Ersatzmitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Am 1. November 2021 übernahm Thomas Fuchs das Amt des Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit.

Zu seiner Nachfolgerin wählte der Medienrat die Juristin Eva-Maria Sommer. Sie trat ihren Dienst als Direktorin der MA HSH am 1. März 2022 an. Eva-Maria Sommer ist Themenbeauftragte „Intermediäre“ der DLM, Mitglied der KJM und Ersatzmitglied der KEK.

Bei der Geschäftsführung der MA HSH wird die Direktion unterstützt von 22 Mitarbeiter:innen.

Zu den Aufgaben der Direktion gehören:

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

Stellvertretende Direktorin der MA HSH ist Dr. Caroline Hahn, stellvertretender Direktor Dr. Matthias Försterling.

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. Die fünfjährige Amtszeit des amtierenden Medienrats endet am 31. Oktober 2022.

Medienrat

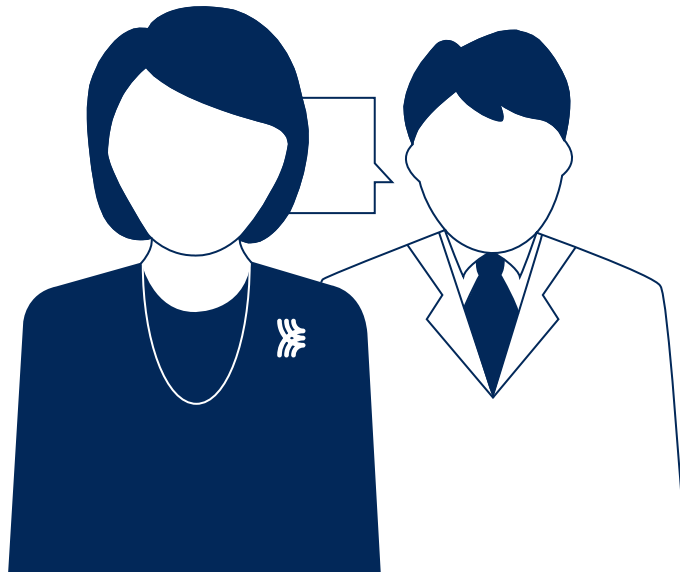
Der Medienrat der MA HSH tagte im Jahr 2021 sieben Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

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

9

Ansprechpartner



KONTAKTE

Eva-Maria Sommer Direktorin
direktion@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

Finanzierungsgrundlagen



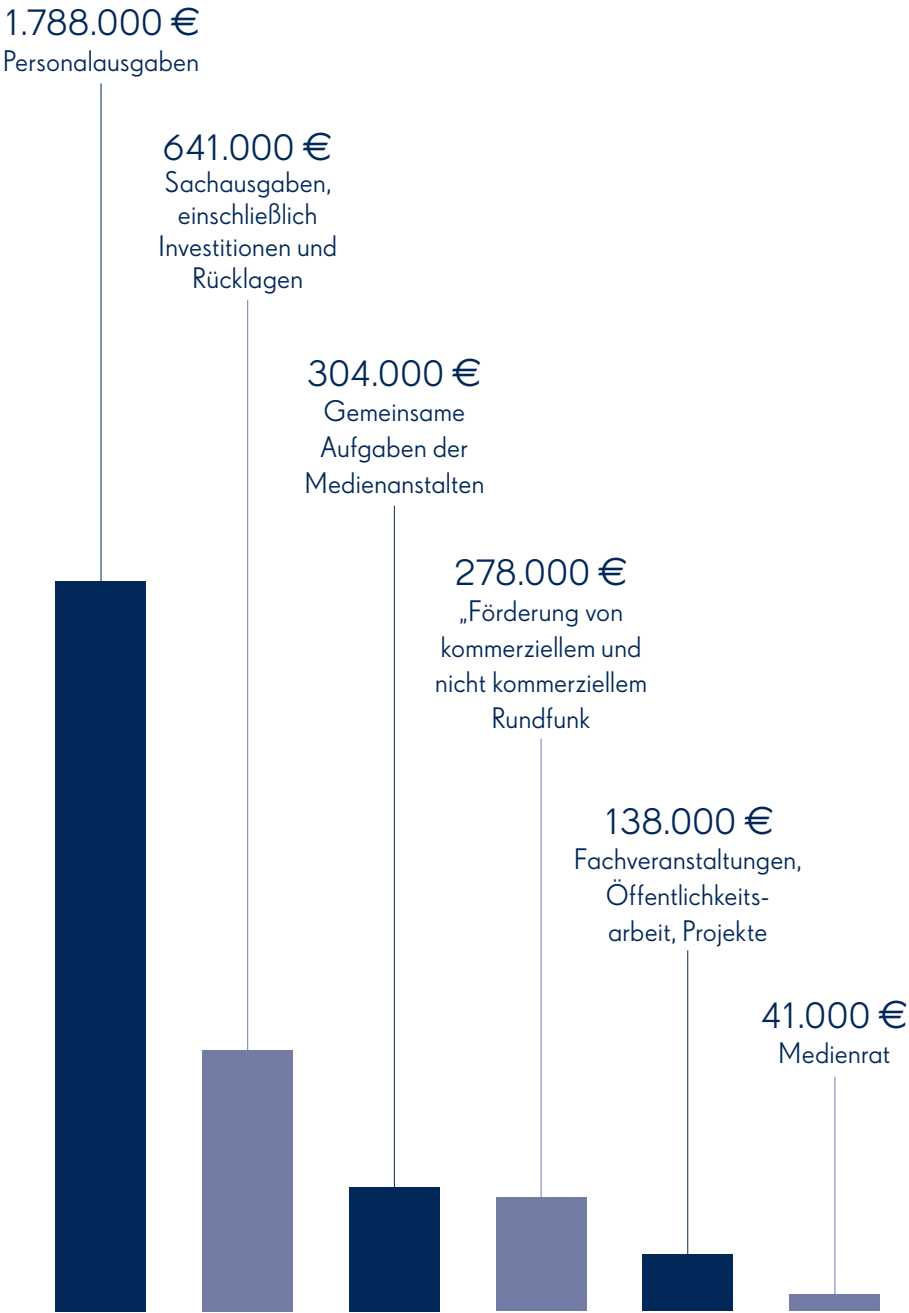
Die Haupteinnahmequelle der MA HSH ist ihr Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag. Seit Inkrafttreten des 6. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (MÄStV HSH) am 1. April 2017 hat der Gesetzgeber einen Vorwegabzug von 68 Prozent festgelegt. Damit werden der MA HSH nur 32 Prozent des Rundfunkbeitragsanteils zugewiesen und die nach bundesweitem Recht mögliche Finanzausstattung damit auf rund ein Drittel gekürzt. Dies ist der bundesweit höchste sogenannte „Vorwegabzug“. Mit dem Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags wurde zwar das Aufgabenspektrum der MA HSH erweitert, die erforderliche Anpassung der Finanzausstattung steht indes noch aus.

Insgesamt standen der MA HSH zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Jahr 2021 Einnahmen in Höhe von rund 3,19 Mio. Euro zur Verfügung. Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der 2021 insgesamt 23 Stellen umfasste.

EINNAHMENSTRUKTUR

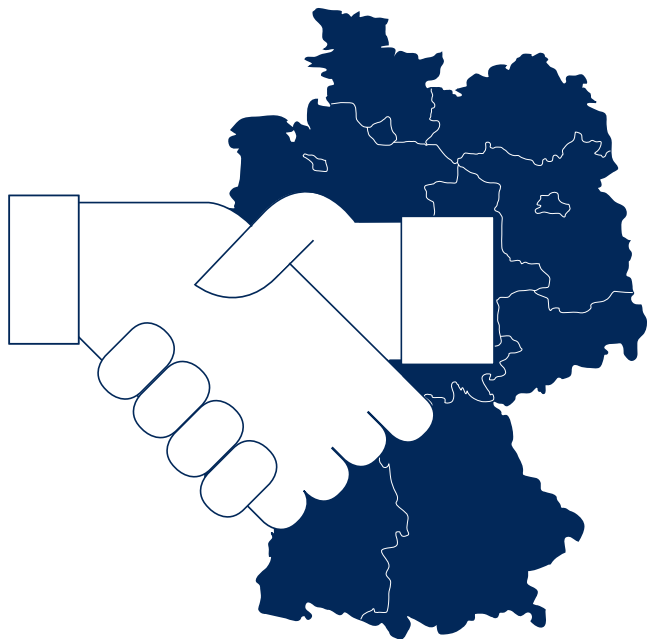


AUSGABENSTRUKTUR



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).

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
Direktorin Eva-Maria Sommer

Redaktion

Leslie Middelman, Simone Bielfeld

Lektorat

Egbert Scheunemann

Design

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

Druck

Hans Steffens Graphischer Betrieb GmbH,
Hamburg

Alle Rechte vorbehalten
Norderstedt, im Juni 2022