

# BERICHT 2017

BERICHT 2017 MA HSH

BERICHT 2017

Medienanstalt  
Hamburg/Schleswig-Holstein  
MA HSH

Editorial Thomas Fuchs  
└ 1 ..... 6

Standpunkt Lothar Hay  
└ 2 ..... 10

└ 3  
**Telemedien** ..... 14  
Entwicklungen und Ausblick ..... 15  
Aufsicht ..... 17

└ 4  
**Plattformen** ..... 24

└ 5  
**Fernsehen** ..... 28  
Entwicklungen und Ausblick ..... 29  
Zulassung und Zuweisung ..... 31  
Aufsicht ..... 31

└ 6  
**Hörfunk** ..... 34  
Entwicklungen und Ausblick ..... 35  
Zulassung und Zuweisung ..... 39  
Aufsicht ..... 41

└ 7  
**Medienkompetenz** ..... 44

**Finanzierungsgrundlagen**  
└ 8 ..... 48

**Die MA HSH**  
└ 9 ..... 52  
Aufgaben ..... 53  
Struktur ..... 53

**Ansprechpartner**  
└ 10 ..... 56

**Bundesweite Zusammenarbeit  
der Medienanstalten**  
└ 11 ..... 58

# Editorial

## Thomas Fuchs



### Wie Aufsicht im Internet gelingen kann

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

die Zukunft ist jetzt. Das gilt für die konvergente Medienbranche und damit auch für die MA HSH. Unsere Aufgaben verändern sich fortlaufend, wir werden immer mehr zu einer Aufsichtsbehörde für (Tele-)Medienangebote im Internet. Wie bei Radio und Fernsehen stehen auch hier die Durchsetzung des Schutzes von Kindern und Jugendlichen vor schädlichen Medieninhalten sowie der Nutzerschutz bei werblicher Kommunikation im Mittelpunkt.

Aber geht das wirklich? Kann man „das Internet“ überhaupt kontrollieren?

Ich möchte anhand von zwei Beispielen zeigen, warum und wie eine gute Mischung aus Regeln setzen und Regeln durchsetzen langfristig erfolgreich sein kann.

#### **Regeln setzen – das Phänomen Influencer**

Für die personengestützte Werbung auf Social-Media-Plattformen hat sich in den letzten Jahren eine Werbeform entwickelt, die als „Influencer-Werbung“ bezeichnet wird. Diese ist sprachlich und inhaltlich vielfältig – und kein Hype, sondern inzwischen fester Bestandteil im Marketing-Mix, insbesondere für Produkte mit jugendlicher Zielgruppe.

Bis etwa 2015 war Influencer-Werbung kein Gegenstand medienrechtlicher Aufsichtstätigkeit. Mit ihrer zunehmenden Professionalisierung, vor allem auf Video-Sharing- und Social-Media-Plattformen, sind jedoch Entwicklung und Anwendung eines handhabbaren Rahmens für eine richtige Werbekennzeichnung notwendig geworden. Es galt unter anderem zu prüfen, wie geltende werberechtliche Regelungen auf das Influencer-Marketing anwendbar sind. Auch in der Branche selbst ist das Bedürfnis nach einer Orientierungshilfe in Werbekennzeichnungsfragen vorhanden.

## Regeln durchsetzen – rechtsradikale Videos im Netz

Die Medienanstalten haben Vorschläge und Empfehlungen für richtiges Kennzeichnen entwickelt. Seit dem überprüft die MA HSH regelmäßig, ob Influencer die Werbevorschriften einhalten. Dies führte im letzten Jahr in den allermeisten Fällen zu zahlreichen Nachbesserungen. Wir haben aber auch ein Bußgeld gegen einen bekannten YouTuber verhängt und zwei Verfahren wegen Werbeverstößen eingeleitet, eines davon gegen eine Lifestyle-Bloggerin. Gleichzeitig wenden sich immer öfter auch Influencer selbst mit Fragen zur korrekten Werbekennzeichnung an uns.

Im Ergebnis werden die Spielregeln des Influencer-Marketings Stück für Stück bekannter und klarer. Langsam kommen wir zu einer einheitlichen Kennzeichnungskultur bei werblichen Angeboten im Netz. Immer mehr Anbieter sind sensibilisiert und reagieren schneller auf unsere Hinweise. Dieser Prozess dauert an. Aber durch kontinuierliche, fallbezogene Arbeit setzen wir Branchenstandards, die auch das Geschäftsmodell Influencer-Marketing nachhaltiger machen.

Leider stellen rechtsradikale Musikvideos auf Video- und Social-Media-Plattformen keine Seltenheit dar, in denen beispielsweise die Wiedereinführung von Konzentrationslagern gefordert wird oder verfassungswidrige Symbole wie das Hakenkreuz zu sehen sind. Diese traurige Tatsache erfordert ein konsequentes Vorgehen dagegen. Auch im Jahr 2017 haben wir stetig nach Wegen gesucht, die Auffindbarkeit offensichtlich rechtswidriger – und strafrechtlich relevanter – Inhalte effektiv zu erschweren. Wir arbeiten dabei inzwischen eng und konstruktiv mit den internationalen Plattformen wie zum Beispiel YouTube zusammen.

An erster Stelle steht hier die umfangreiche eigene Recherche. Zudem bearbeiten wir eingehende Beschwerden von Bürgern. Dies führte im Jahr 2017 zur Löschung beziehungsweise regionalen Sperrung von 226 Videos und zwölf Kanälen mit rechtswidrigen Inhalten.

Seit Mai dieses Jahres sind wir als Aufsichtsbehörde Teilnehmerin am Trusted-Flagger-Programm von YouTube. Damit werden von uns gemeldete Videos priorisiert und von Inhaltsmoderatoren von YouTube dahingehend überprüft, ob sie gegen die Community-Richtlinien verstoßen. Ähnlich funktioniert die Zusammenarbeit mit Facebook, hier beteiligt sich die MA HSH seit Anfang Juni dieses Jahres am Government Reporting Channel.

Ein wichtiges Anliegen bleibt die dauerhafte Löschung rechtsradikaler Videos im Netz. Das beinhaltet die Entwicklung von technischen Lösungen, die verhindern, dass einmal gelöschte oder gesperrte Inhalte erneut öffentlich zugänglich gemacht werden können. Mit diesem Thema setzt sich auch Lothar Hay im anschließenden „Standpunkt“ auseinander.

Die Anbieter in die Verantwortung zu nehmen geht einher mit der Schaffung von Durchsetzungsmechanismen und Aufsichtsstrukturen. Die beiden genannten Beispiele zeigen: Regeln setzen und Regeln durchsetzen im Internet sind die elementaren Werkzeuge einer modernen Medienaufsicht. Dabei geht es um eine gute Mischung aus Dialog und Hartnäckigkeit – und gegebenenfalls auch um aufsichtliche Rechtsdurchsetzung.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr



Thomas Fuchs

# Standpunkt Lothar Hay

2



## Was bei YouTube und Facebook besser laufen muss

### Rechtswidrige Inhalte auf YouTube

Sicherlich gehört zu den Bereicherungen meines privaten Lebens, dass auf YouTube Videos von den Rolling Stones, von The Who und The Kings zu sehen sind – Bands, die mich durch meine Jugend begleitet haben.

Alles andere als eine Bereicherung sind allerdings all jene Videos mit menschenverachtenden, gewaltverherrlichenden, rassistischen und rechtsextremen Inhalten, die sich ebenfalls, und zwar in zunehmender Zahl, auf YouTube finden. Die Mitarbeiter der MA HSH haben Hunderte solcher Fälle recherchiert, analysiert und in vielen Fällen auch ihre Löschung veranlasst.

Nun frage ich mich allerdings, ob diese Arbeit – das Auffinden von Inhalten mit offensichtlich rechtswidrigen Inhalten – nicht von YouTube selbst erledigt werden müsste. Der Medienrat der MA HSH hat im Jahr 2017, unter anderem in persönlichen Gesprächen, entsprechend angemahnt, dass YouTube seine Verantwortung noch stärker wahrnehmen müsste. Dazu gehören eigenverantwortliche Maßnahmen gegen offensichtlich rechtswidrige Inhalte, aber auch technische Lösungen, die verhindern, dass bereits einmal gelöschte oder gesperrte Inhalte wieder öffentlich zugänglich gemacht werden können. Grundsätzlich erwarten wir Informationen zum Umfang der Prüf- und Löschaktivitäten sowie zur Bereitschaft, eine größere Transparenz über Personal, Löschkriterien und erfolgte Maßnahmen herzustellen. Tiefe und Umfang der Auskünfte, auch gegenüber den Medien, Parlamenten und Verbänden, müssen deutlich verbessert werden.

Angesichts der Menge der hochgeladenen Inhalte sind Medienanstalten wie die MA HSH – nach eigenem Bekunden aber auch YouTube selbst – bei der Auffindung rechtswidriger Inhalte und deren Verfolgung auf Beschwerden der Nutzer angewiesen. Dazu allerdings bedarf es nutzerfreundlicher Beschwerdemöglichkeiten – einfach auffindbar und ohne große Zugangshürden nutzbar. Auch dies hat der Medienrat nachdrücklich gefordert.

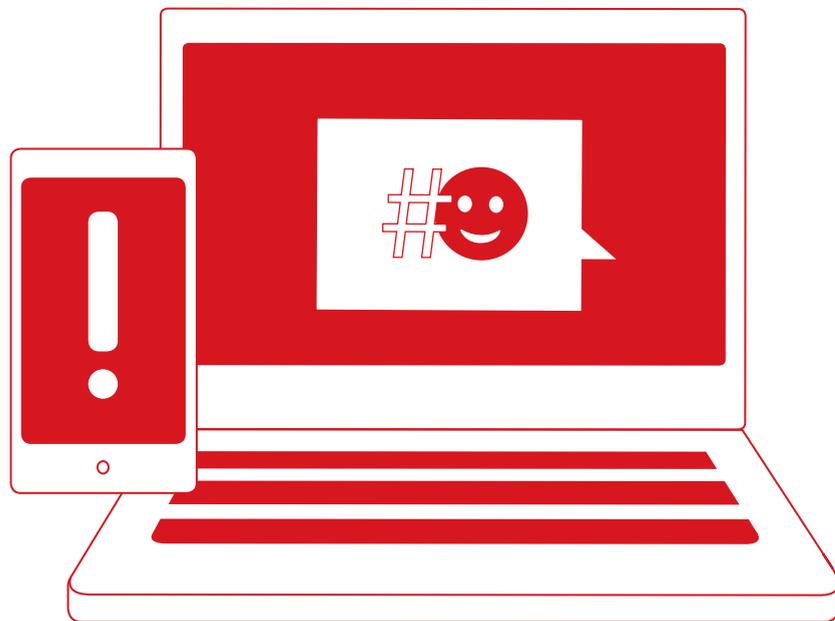
Die laufende Entwicklung technischer Systeme lässt zumindest hoffen, dass es zukünftig immer besser gelingen wird, rechtswidrige Inhalte zu identifizieren und zügig und vor allem auch dauerhaft aus dem Netz zu entfernen.

#### **Hasskommentare auf Facebook & Co.**

Ein weiteres wichtiges Thema sind Hasskommentare und Hetze in Sozialen Netzwerken, zum Beispiel auf Facebook. Sie sind Ausdruck eines gesamtgesellschaftlichen Verrohungsprozesses, der unsere demokratische Kultur infrage stellt und angreift. Durch ihn laufen wir Gefahr, dass die Grenzen dessen, was in der öffentlichen Auseinandersetzung als zulässig gilt, verschoben werden. Und zwar in einem Maße, das nicht nur dem Wertekanon des Grundgesetzes widerspricht, sondern häufig auch die Grenzen des strafrechtlich Relevanten überschreitet. Hier müssen die Staatsanwaltschaften stärker durchgreifen. Dass sie entsprechende Verfahren immer wieder einstellen, ist für mich nicht nachvollziehbar.

Wir machen unsere Arbeit gut und leiten problematische Inhalte weiter – mit mehr Unterstützung auch durch die Justiz ginge mehr, wären wir durchsetzungsstärker!

# 3 Telemedien



## Entwicklungen und Ausblick

### Hate Speech und rechtsextreme Inhalte

Einen Schwerpunkt der Jugendschutzaufsicht in den Telemedien bildeten auch 2017 die Phänomene „Hassrede“ und „rechtsextreme Inhalte“. So koordinierte die MA HSH eine bundesweite Schwerpunktanalyse der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zu rechtsextremen Angeboten im Netz und prüfte in diesem Rahmen selbst Social-Media-Angebote auf mögliche Rechtsverstöße.

### Bundesweite KJM-Schwerpunktanalyse

Die MA HSH ermittelte im Rahmen der „Telemedienrecherche der Landesmedienanstalten zu rechtsextremen Web-Angeboten im lokalen und regionalen Raum“ vierzig überwiegend problematische Angebote, die eine einseitig negative Sicht auf Flüchtlinge, Migranten, Muslime und die deutsche Flüchtlingspolitik propagierten.

Bei fünf dieser Angebote stellte sie Verstöße wegen volksverhetzender Inhalte fest (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)). In diesen Fällen ergriff sie rechtsaufsichtliche Maßnahmen: Sie stellte bei zwei Facebook-Profilen Strafanzeige und erließ in einem Fall außerdem eine Beanstandung und Untersagung. Bei drei YouTube-Kanälen konnte kein Verantwortlicher ermittelt werden. Daher wandte sich die MA HSH wegen der dort festgestellten Verstöße an die YouTube LLC. Einer der YouTube-Kanäle enthielt 18 Videos und unzählige volksverhetzende Kommentare und wurde als Ganzes mit einer Deutschlandsperre versehen. Bei einem weiteren der drei YouTube-Kanäle wurden die monierten Videos für Nutzer aus Deutschland gesperrt, beim dritten Kanal wurden die von der MA HSH wegen Volksverhetzung monierten Kommentare entfernt.

In sechs Verdachtsfällen konnte die MA HSH Verantwortliche aus anderen Bundesländern ermitteln und leitete die Angebote an die jeweils zuständige Schwesteranstalt weiter.

Aufgrund der zunehmenden Anzahl von Fällen und Verfahren wird das Thema „Hate Speech auf YouTube, Facebook & Co.“ neben anderen Jugendmedienschutzthemen, zum Beispiel NS-Propaganda und rechtsextreme Musik, auch künftig ein zentrales Tätigkeitsfeld der MA HSH-Aufsicht sein.

**Fake News** Im Rahmen der **Social Media Week 2017** befasste sich die MA HSH mit dem Thema Fake News: Unter der Leitfrage „Fake News bei Facebook – Gefahr für die öffentliche Meinungsbildung?“ diskutierte MA HSH-Direktor Thomas Fuchs mit Lars Klingbeil, heute Generalsekretär der SPD, und Volker Tripp, Politischer Geschäftsführer beim Verein Digitale Gesellschaft, darüber, ob gezielt gestreute Falschinformationen eine Bedrohung für die freie Gesellschaft darstellen und über wirkungsvolle Gegenmaßnahmen. Die Debatte um Fake News sei wichtig, online wie offline seien Pluralismus und Medienkompetenz die stärkste Waffe gegen Fake News.

**Werbung** Soziale Netzwerke und Plattformen sind voller Videos und Bilder, in denen Produkte in die Kamera gehalten werden – so manches Mal mit freundlicher Unterstützung des Herstellers. Aber wo beginnt eigentlich Schleichwerbung, was ist Produktplatzierung?

Um an dieser Stelle nachhaltig Aufklärungsarbeit zu leisten, versandte die MA HSH den Leitfaden der „Medienanstalten“ mit „Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien“ an alle ihr bekannten werberelevanten Anbieter aus Hamburg und Schleswig-Holstein, die auf YouTube, Instagram oder Facebook aktiv sind oder einen Blog betreiben. In diesem Zusammenhang kam es zu zahlreichen Nachfragen der Anbieter, die dem Thema Werbekennzeichnung zum überwiegenden Teil durchaus positiv gegenüberstehen. Dazu beigetragen haben dürfte sicherlich das bun-

desweit beachtete Verfahren der MA HSH gegen den YouTuber „Flying Uwe“. Mit ihm hat die MA HSH eine öffentliche Diskussion über Werbekennzeichnung in Social Media angestoßen, die längst auch die Szene selbst erreicht hat. Mehr dazu auf Seite 21.

## Aufsicht

**Jugendmedienschutz** Die MA HSH prüfte 2017 insgesamt 330 Telemedien-Fälle aus Jugendschutzgründen im Prüfverfahren, darunter 249 YouTube-Seiten, 38 Facebook-Profilen und zehn vk.com-Profilen. 309 der 330 Jugendschutz-Fälle kamen 2017 neu ins Verfahren, darunter 249 YouTube-Seiten, 36 Facebook-Profilen und zehn vk.com-Profilen. Anlass der Prüfung waren entweder eigene Recherchen (281) oder Hinweise Dritter (28).

Die MA HSH bewirkte, dass bei 226 gemeldeten Seiten die YouTube-Videos für Nutzer aus Deutschland gesperrt wurden. Ein betroffenes Konto wurde gelöscht, elf betroffene Kanäle insgesamt mit einer Regionalsperre für Deutschland versehen. Darunter befand sich unter anderem ein Kanal mit über 300 kriegsverherrlichenden Propagandavideos aus der NS-Zeit.

Auf diesen wurde die MA HSH im August 2017 im Rahmen einer systematischen Prüfung von Alben rechtsextremer Musiker auf YouTube aufmerksam. Sie legte dabei ihr Augenmerk auf Bands und Musiker aus Hamburg und Schleswig-Holstein und auf deren Alben, die bereits von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) als jugendgefährdend und zum Teil als strafrechtlich relevant indiziert worden waren. Sie hatten zu Gewalttätigkeit und Rassenhass angereizt oder den Nationalsozialismus verherrlicht oder verharmlost.

Die MA HSH ermittelte so 112 frei zugängliche Videos mit Liedern aus indizierten Alben, illustriert mit Kriegsszenen, Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (Hakenkreuze oder SS-Abzeichen) oder dem Standbild des Albumcovers. Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen sind absolut unzulässig (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 JMStV). Indizierte Alben dürfen je nach Inhalt entweder gar nicht (§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 JMStV) oder nur Erwachsenen (§ 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 i. V. m. Satz 2 JMStV) zugänglich gemacht werden. Abbildungen von Covern stellen unzulässige Werbung für jugendgefährdende Alben dar (§ 6 Abs. 1 JMStV). Die MA HSH wies die YouTube LLC auf die unzulässigen Videos hin, worauf das Unternehmen schnell reagierte und die Videos für den deutschen Markt sperrte (Regionalsperre).

Ebenfalls auf Betreiben der MA HSH sperrte die YouTube LLC im Dezember 2017 vier Videokanäle mit von der BPjM indizierten beziehungsweise strafrechtlich relevanten rechtsradikalen Inhalten für Nutzer aus Deutschland. Darunter einen Kanal mit insgesamt dreißig Videos. Anlass der systematischen Prüfung war eine Beschwerde über ein Video, dessen Unzulässigkeit auf Anhieb erkennbar war. Es enthielt das jugendgefährdende und strafrechtlich relevante Lied „In Belsen“ der Musikgruppe „Kommando Freisler“.

#### Der Fall „Bürger sagen Nein“

Das Facebook-Profil „Bürger sagen Nein“ berichtet einseitig negativ über Geflüchtete, Ausländer oder Muslime. Es enthält zudem unzählige hasserfüllte Kommentare Dritter. Die Verfasser bezeichnen Menschen als „Dreckspack“, „Schmarotzer“ oder „Gesindel“, setzen sie mit Tieren gleich („Ratten“, „islamische Zecken“) oder rufen zu Gewaltmaßnahmen gegen sie auf

(„Kopfschuss und ins Meer schmeißen“, „ausrotten“). Der Anbieter löscht solche Kommentare nicht und nimmt sie damit billigend in Kauf. Das Profil diskreditiert Geflüchtete, Ausländer und Muslime systematisch und schürt damit Angst und Hass. Es verstößt gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 JMStV i. V. m. § 130 des Strafgesetzbuches (StGB).

Die MA HSH konnte keinen verantwortlichen Inhalte-Anbieter ermitteln. Sie setzte deswegen den inländischen Zustellungsbevollmächtigten des Unternehmens Facebook Ireland Ltd. nach dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) über die Verstöße gegen den JMStV förmlich in Kenntnis. Sie regte an, die vielfach volksverhetzenden und damit schwerwiegend rechtswidrigen Inhalte unverzüglich entfernen zu lassen. Dieser teilte daraufhin mit, er sei nur für Angelegenheiten nach dem NetzDG zuständig, für Angelegenheiten nach dem JMStV dagegen nicht. Daher werde er in dieser Sache nichts weiter unternehmen. Die MA HSH legte ihre Rechtsauffassung noch einmal ausführlich dar und bat um eine weitere Stellungnahme. Sie wartet nunmehr seit einigen Wochen auf Antwort.

Der Fall konnte somit noch nicht abgeschlossen werden. Das Profil war bei Redaktionsschluss noch gesetzeswidrig online. Die MA HSH bleibt am Ball und behält sich vor, über den inländischen Zustellungsbevollmächtigten ein medienrechtliches Aufsichtsverfahren sowie ein Bußgeldverfahren nach dem JMStV gegen Facebook einzuleiten. Fortsetzung folgt.

Die MA HSH betrieb auch 21 Fälle aus den Vorjahren weiter. Sie stellte sechs Verfahren förmlich ein, weil die Anbieter ihre Angebote im Zuge des medienrechtlichen Verfahrens nachgebessert hatten. Acht Verfahren musste die MA HSH beenden, weil sie den aktuellen Aufenthaltsort der Anbieter nicht ermitteln konnte. Zwei Fälle aus den Vorjahren sind noch bei Gericht anhängig, weil Rechtsmittel gegen die Bescheide eingelegt wurden. In zwei weiteren Fällen wird noch das Ergebnis des Strafverfahrens abgewartet.

## Werbung und Gewinnspiele

Im Jahr 2017 erreichten die MA HSH insgesamt 34 Beschwerden zu Telemedienangeboten und Angeboten der Sozialen Medien (zum Beispiel YouTube, Facebook, Instagram), die sich auf Werbe- oder Gewinnspielfragen bezogen. In diesem Zusammenhang überprüfte die MA HSH in 105 Fällen die Einhaltung der Werbebestimmungen. Nahezu alle Anbieter zeigten sich einsichtig und kooperativ und besserten ihre Angebote im Hinblick auf eine ordnungsgemäße Werbekennzeichnung umgehend nach. Lediglich in einem Fall kam es zu einer Beanstandung. Dies betraf das Angebot linamallon.de.

## Der Fall „Lina Mallon“

Die Hamburgerin Lina Mallon veröffentlichte auf ihrem Lifestyleblog Rezeptvorschläge und Beautyempfehlungen, die den Eindruck von redaktionellen Inhalten erweckten. Tatsächlich waren diese Beiträge aber in Kooperation mit beziehungsweise im Auftrag von Unternehmen entstanden. Damit handelte es sich um Werbung, die als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt eindeutig getrennt sein muss. Dies war jedoch nicht hinreichend der Fall. Auch nach Hinweis der MA HSH hatte die Bloggerin nicht oder nur unzureichend nachgebessert. Der Medienrat sprach eine förmliche Beanstandung aus und wies die Anbieterin an, die Verstöße zu beheben.

Wegen des bereits 2016 geprüften Angebots „Flying Uwe“ erließ die MA HSH eine weitere Beanstandung und leitete ein Bußgeldverfahren ein, das am Ende aber eingestellt wurde.

## Der Fall „Flying Uwe“

Der YouTuber „Flying Uwe“ hatte es trotz mehrfacher Hinweise der MA HSH unterlassen, drei YouTube-Videos, in denen er Produkte ausgiebig positiv darstellte, im Bewegtbild als Dauerwerbesendung zu kennzeichnen. Damit verstieß er gegen § 58 Abs. 3 in Verbindung mit § 7 Abs. 5 RStV, die besagen: Auch für Telemedien gelten die Werbegrundsätze des RStV, wenn Anbieter fernsehähnliche Inhalte produzieren. Dauerwerbesendungen müssen zu Beginn als solche angekündigt und während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden. Die Verstöße wurden medienrechtlich beanstandet. Außerdem setzte der Medienrat ein Bußgeld in Höhe von insgesamt 10.500 € gegen den YouTuber fest. „Flying Uwe“ legte gegen beide Entscheidungen Widerspruch ein. Anschließend entfernte er die beanstandeten Videos. Der Widerspruch gegen die Beanstandung war erfolglos. Jedoch beschloss der Medienrat, das Bußgeldverfahren einzustellen: Das vorrangige Ziel – die Herstellung eines rechtmäßigen Zustands – war mit der Entfernung der betreffenden Videos erreicht worden. Der Medienrat bewertete zudem positiv, dass der YouTuber in seinen aktuellen Videos die bestehenden Kennzeichnungsvorschriften einhält.

Daneben gingen zahlreiche Beschwerden über Telemedienangebote bei der MA HSH ein, die nicht in ihren Zuständigkeitsbereich fielen. Das zeigt, dass die MA HSH in diesem Bereich als eine zentrale Aufsichtsinstanz wahrgenommen wird.

In neun weiteren Fällen prüfte die MA HSH die Einhaltung der Gewinnspielvorschriften.

## Anbieterkennzeichnung

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

Art und Umfang der Pflichtangaben ergeben sich aus der Art des jeweiligen Angebots. Angebote ohne wirtschaftliche Relevanz, beispielsweise Informationsangebote von Vereinen, die nicht auf Gewinn abzielen, unterliegen in der Regel den eingeschränkteren Vorgaben nach § 55 Abs. 1 RStV. In diesem Fall gehören zumindest der Name und die Anschrift des Anbieters zu den Pflichtangaben. Für Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten gilt, dass sie auch einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen müssen (§ 55 Abs. 2 RStV). Für geschäftsmäßige Telemedien, zum Beispiel auf Gewinn abzielende Angebote, kommen die Regelungen des § 5 TMG zur Anwendung. Zusätzlich zu Name und Anschrift sind die Angabe einer E-Mail-Adresse sowie eine zweite elektronische Kontaktmöglichkeit wie 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.

Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 74 neue Fälle unzureichender Anbieterkennzeichnungen geprüft und daneben auch Fälle aus dem Vorjahr weiterbetrieben. Die Hinweise erfolgten überwiegend von anderen Behörden, Privatpersonen oder offenbaren Konkurrenten. Die Mehrzahl der Anbieter hat ihr Impressum nach Hinweisen der MA HSH nachgebessert. Bei den übrigen stehen Nachbesserungen noch aus, in zwei Fällen wurden

Bußgelder verhängt. Vereinzelt Fälle wurden zuständigkeitshalber an andere Institutionen abgegeben. In wenigen Fällen war es auch nach aufwendigen Recherchen und Ermittlungstätigkeiten nicht möglich, den tatsächlichen Anbieter auszumachen, da bewusst falsche Angaben gemacht oder fremde Identitäten verwendet werden. In einem Fall von Identitätsdiebstahl wurde im Zusammenwirken mit dem Geschädigten eine Entfernung des betreffenden Angebots erreicht.

Die weiter zunehmende Bedeutung der Internetnutzung, insbesondere von Social-Media-Angeboten, lässt 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 am Beispiel konkreter Fälle Einblicke in ihre Prüfpraxis, in der sie auch Hinweisen von Bürgerinnen und Bürgern nachgeht. Dabei geht es unter anderem um rechtsradikale Musikvideos und Schleichwerbung in Sozialen Medien oder auch um für Kinder zugängliche pornografische Inhalte. Und wie sieht es eigentlich mit dem Jugendschutz in den Mediatheken von Fernsehsendern aus? Bei ihren Prüfungen stößt die MA HSH immer wieder auf Fragen, die nicht leicht zu beantworten sind. Zum Beispiel, wie explizit und grausam Bilder sein dürfen, um Krieg und Terror zu dokumentieren, oder wann in Sozialen Netzwerken Meinungsfreiheit aufhört und Hetze beginnt. Der Hingucker liefert Antworten.

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

# 4 Plattformen



## Entwicklungen und Ausblick

**Plattformen** Plattformanbietern kommt innerhalb der Rundfunkverbreitung eine besondere Rolle zu. Sie stellen Hörfunk- oder TV-Programme zusammen und verbreiten diese via Kabel, Satellit, im Internet oder terrestrisch über DVB-T2 oder DAB+. Anbieter wie etwa wilhelm.tel, M7, Zattoo oder Media Broadcast sind deswegen Gatekeeper. Sie entscheiden darüber, ob und zu welchen Bedingungen ein Rundfunkprogramm den Nutzer tatsächlich erreicht.

Für diese Anbieter gelten rundfunkstaatsvertragliche Pflichten, die die Meinungs- und Angebotsvielfalt sicherstellen sollen. Die MA HSH kontrolliert die Einhaltung dieser Vorgaben, beispielsweise mit Blick auf die Programmbelegung oder die diskriminierungsfreie Ausgestaltung von Benutzeroberflächen. Gleichzeitig berät sie die Anbieter bei der rechtskonformen Inbetriebnahme neuer Plattformangebote. So etwa bezüglich der bundesweiten Satellitenplattformen „DIVEO“ der M7 Group S.A. und „Freenet TV SAT“ der Media Broadcast GmbH. Auch hat die MA HSH Übertragungskapazitäten für den Aufbau einer regionalen DVB-T2-Plattform in Hamburg der Media Broadcast GmbH zugewiesen.

Die MA HSH ist zudem Ansprechpartnerin, wenn es um den chancengleichen Zugang zu Kabelnetzen geht, über die nach wie vor ein Großteil der TV-Nutzer erreicht wird. Plattformregulatorische Dauerbrenner sind hierbei die für die Einspeisung verlangten Zugangsentgelte und deren Diskriminierungsfreiheit. Wegen der Koordinatorenfunktion ihres Direktors im Fachausschuss „Netze, Technik, Konvergenz“ der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) kommt der MA HSH hier eine federführende Rolle bei der Etablierung bundesweit einheitlicher Standards zu. In einzelnen Verfahren sind Regulierungsgrundsätze aufgestellt worden, die auf eine Gleichbehandlung sämtlicher Rundfunkveranstalter ohne Unterscheidung nach Finanzkraft, Reichweite oder Must-Carry-Status abzielen. Es gilt nun, diese Grundsätze im wirtschaftlich wie rechtlich komplexen Einspeisemarkt auch faktisch durchzusetzen. Unklar formulierte

Einsichts- und Aufsichtsbefugnisse erweisen sich hierbei weiterhin als Hindernis.

Auch die Abschaltung analoger Signale in den Kabelnetzen ist ein zentrales Thema der derzeitigen Plattformregulierung. Die großen Kabelnetzbetreiber haben sich unter Beteiligung unter anderem der Programmveranstalter und unter Moderation der Medienanstalten auf einen Verzicht der Einspeisung analoger Programmsignale bis Ende 2018 geeinigt. Es gilt nun, die Umstellung für alle Beteiligten reibungslos vorzunehmen. wilhelm.tel sowie Kabel Deutschland und Unity Media haben bereits mit der Abschaltung begonnen beziehungsweise diese bereits abgeschlossen. Die MA HSH fungiert hierbei als Ansprechpartnerin für Nutzer und Kabelnetzbetreiber. Im Rahmen einer Informationsveranstaltung hat sie im Juni 2018 über bestehende Abschaltzeitpunkte und über bereits gewonnene Erfahrungen berichtet.

Im Fokus der Plattformregulierung stehen zudem neue Gerätetypen, die Einfluss auf den Medienzugang nehmen. Hierzu gehören derzeit vor allem sprachgesteuerte Lautsprecher à la Google Home oder Amazon Alexa. Diese schaffen einerseits vor allem für den Hörfunk neue Marketingmöglichkeiten. Andererseits stehen sie als zusätzlicher Akteur innerhalb der Distribution zwischen Veranstalter und Nutzer. Die Medienanstalten arbeiten daher derzeit die informationstechnischen Funktionalitäten entsprechender Sprachassistenten auf. Hierauf aufbauend sollen ihre jeweilige Bedeutung für die Inhalte- und Informationsvermittlung und damit etwaige Regulierungsbedarfe und -möglichkeiten festgestellt werden.

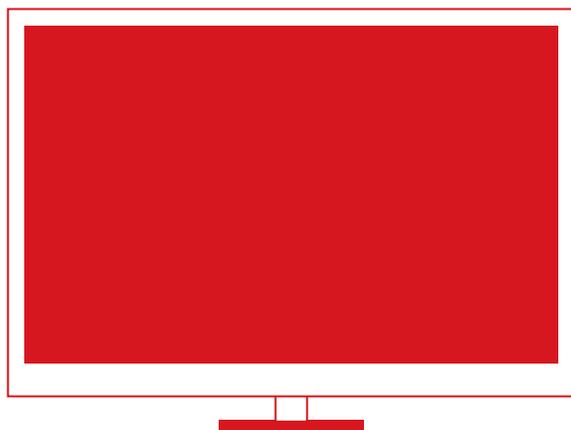
### Informationsintermediäre

Neben Plattformen gewinnen Informationsintermediäre an Bedeutung für den Informationszugang. Dabei handelt es sich um Internetangebote, die – zumeist algorithmisch gesteuert – Inhalte sammeln und aufbereiten und hierdurch die Aufmerksamkeit der Nutzer steuern. Beispiele sind Suchmaschinen oder Social-Media-Angebote mit Newsfeeds. Studien der Medienanstalten haben gezeigt, dass diese Angebote immer mehr Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen. Die MA HSH hat sich daher über Arbeitsgemeinschaften intensiv an der Ausarbeitung einer politischen Positionierung der DLM zur Regulierungsnotwendigkeit entsprechender Angebote beteiligt. Diese fordert Transparenzvorgaben für Informationsintermediäre und Diskriminierungsfreiheit als Mindestregulierung. Es ist nun weiter zu hinterfragen, wie entsprechende Vorgaben praktisch umgesetzt werden können, ohne die Interessen der Anbieter etwa an der Geheimhaltung ihrer Algorithmen zu verletzen. Die MA HSH wird sich in diese Diskussion intensiv einbringen.

### Big Data und Algorithmen

Die positiven Potenziale von Big Data und Algorithmen für Medienunternehmen und Journalismus waren Thema des **8. Hamburger Mediensymposiums** von MA HSH, Hans-Bredow-Institut und Handelskammer Hamburg. Über 250 Experten diskutierten unter dem Titel „Künstliche Intelligenz statt menschlicher Dummheit? Wie die Digitalisierung öffentliche Kommunikation verändert“ darüber, wie sie für das kommunikative Gemeinwohl eingesetzt werden können. MA HSH-Direktor Fuchs betonte die Notwendigkeit eines gesetzlich vorgegebenen Regelwerks, um die Einhaltung von Transparenzregeln und Diskriminierungsverboten überall dort überprüfen zu können, wo Meinungsbildung im besonderen Maße durch Algorithmisierung beeinflusst wird.

# 5 Fernsehen



## Entwicklung und Ausblick

### Von DVB-T zu DVB-T2 HD

Ein die Fernsehwelt 2017 bestimmendes Ereignis war die schon länger vorbereitete Umstellung der digitalterrestrischen Fernsehverbreitung von DVB-T auf den neuen und leistungsfähigeren technischen Standard DVB-T2 HD. Dieser ermöglicht auch terrestrisch die Verbreitung von Fernsehangeboten in der höchsten HD-Qualität.

Die Umstellung sowohl des öffentlich-rechtlichen als auch des privaten Programmangebots in Hamburg und in weiten Teilen Schleswig-Holsteins erfolgte am 29. März 2017. Hier sind seitdem fünfzehn öffentlich-rechtliche sowie 22 private Programme empfangbar, davon neunzehn über die Plattform Freenet.TV und drei plattformunabhängig. Die Programmanzahl konnte also gegenüber DVB-T nahezu verdoppelt werden. Die Umstellung im Nordwesten Schleswig-Holsteins, die sich allerdings nur auf das öffentlich-rechtliche Programmangebot bezieht, erfolgt zum Ende des Jahres 2018. Grundsätzlich werden die privaten Programme über die Freenet.TV-Plattform verschlüsselt verbreitet. Nach einer dreimonatigen Einführungsphase sind sie seit dem 1. Juli 2017 gegen ein technisches Bereitstellungsentgelt in Höhe von 5,75 € pro Monat (69 € pro Jahr) zu empfangen.

Zwar ließ sich Ende 2017 noch keine belastbare Aussage über einen längerfristigen Erfolg der Umstellung treffen, allerdings haben laut Digitalisierungsbericht 2017 der Medienanstalten in Hamburg und Schleswig-Holstein etwa drei Viertel der DVB-T-Nutzer die Umstellung auf DVB-T2 HD vollzogen. Die Programmplattform Freenet.TV hatte nach eigener Aussage zum Ende des Jahres 2017 knapp eine Million Abonnenten und damit die eigene Zielsetzung von 800.000 Abonnenten klar übertroffen. Für Hamburg wurden 2017 auf Basis der günstigen Frequenzlage die Vorbereitungen für eine regionale Erweiterung des DVB-T2-HD-Angebots getroffen, auch um zu gewährleisten, dass regionale Programmangebote wie „Hamburg1“ auch zukünftig in Hamburg terrestrisch verbreitet werden können.

### Abschaltung der analogen Programmverbreitung im Kabel

Ein zweites zentrales Thema im Jahr 2017 war die beginnende Vorbereitung auf die Abschaltung der analogen Programmverbreitung in den Kabelnetzen, die in Hamburg und Schleswig-Holstein bis Ende 2018 abgeschlossen sein soll. Diese Umstellung, die eine Nutzung der bislang für die analoge Programmverbreitung verwendeten Kanäle vor allem für breitbandige Internetzugänge ermöglichen soll, ist vor allem eine kommunikative Herausforderung. Während Vodafone/Kabel Deutschland für Hamburg und Schleswig-Holstein bis Mai 2018 noch keine endgültigen Abschalttermine veröffentlicht hat, wurde die Abschaltung in Schleswig-Holstein in den Netzen von wilhelm.tel im Juni 2018 abgeschlossen. Nach den Ergebnissen des Digitalisierungsberichts werden in Hamburg ca. 65.000 Haushalte und in Schleswig-Holstein ca. 60.000 Haushalte daran beteiligt sein.

### VoD-Plattformen auf dem Vormarsch

Auf dem Fernsehsektor setzte sich bundesweit im Jahr 2017 fort, was auch im Jahr zuvor bereits zu beobachten war, nämlich die Abkehr der jungen Zielgruppen vom klassischen linearen Fernsehen hin zur VoD-Nutzung. Diese Nutzungsverschiebung findet sich auch in Hamburg und in Schleswig-Holstein, in Schleswig-Holstein allerdings etwas weniger ausgeprägt. Bei den 14- bis 29-Jährigen entfallen in Hamburg nur noch 33 Prozent der Videonutzung auf das klassische Fernsehen, 55 Prozent dagegen auf VoD-Angebote. Dabei verteilt sich die Nutzung zu gleichen Teilen auf Video-Portale wie YouTube etc., Online-Videotheken wie Netflix und Mediatheken der TV-Sender. In keiner anderen Metropole bundesweit ist dieser Trend so ausgeprägt wie in Hamburg. Eine Ursache für das „Stadt-Land-Gefälle“ sind sicher die erheblich breitbandigeren Internetzugänge in den Metropolen und Ballungsräumen und die damit größere Zahl nutzbarer Dienste.

### Zulassung und Zuweisung

Die Zulassung der Sportdigital.tv Sende- und Produktions-GmbH für die Veranstaltung und bundesweite Verbreitung des Fernsehspartenprogramms „**Sportdigital**“ wurde um zehn Jahre bis 2027 verlängert. Die Verbreitung des Programms erfolgt via Satellit, Kabel, IPTV, Internet, Mobil und Smart-TV.

Auch die Daimler AG erhielt eine Zulassung für das bundesweite Internet-Fernsehspartenprogramm „**Daimler Audiovisuelles Programm**“.

### Aufsicht

Die MA HSH beobachtet die von ihr zugelassenen Programme und prüft stichprobenartig, ob die Sender die Rechtsvorschriften zu Programmgrundsätzen, Werbung und Jugendschutz einhalten. Sie nimmt 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 in vielen Prüffällen so eine Einigung mit den betroffenen Veranstaltern erzielen. Nur bei wenigen Programmverstößen war ein förmliches Aufsichtsverfahren erforderlich. Dies betraf beispielsweise einen Jugendschutz-Fall beim Kinder- und Jugendsender „Nick“, den die MA HSH 2017 bearbeitete und mit einer förmlichen Beanstandung abschloss.

Der Kinder- und Jugendsender „Nick“ hatte im Oktober 2016 im Tagesprogramm gegen 13:30 Uhr einen Programmhinweis ausgestrahlt, über den sich der Vater eines Sechsjährigen beschwerte. Sein Sohn hatte den Trailer im Tagesprogramm gesehen und verängstigt darauf reagiert. Es handelte sich um einen Hinweis auf die Fantasy-Serie „Die Nachtwache“, die ab 20:15 Uhr zu sehen war.

Der Programmhinweis zeigte in sehr schneller Folge eine Reihe von düsteren, unheimlichen Filmausschnitten aus der angekündigten Serie. Sie standen zusammenhanglos nebeneinander und brachen ab, ohne dass eine Auflösung erfolgte. Anschließend wurden die Helden der Geschichte vorgestellt: ein Werwolf, eine Elfe und ein Vampir. Dass diese unheimlichen Gestalten die Geschichte der Serie zum Guten wenden würden, war zumindest für jüngere Kinder nicht eindeutig erkennbar. Für sie blieb ein düsterer, bedrohlicher Gesamteindruck.

Nach Auffassung der MA HSH war der Programmhinweis aus diesen Gründen geeignet, Zuschauer unter zwölf Jahren zu erschrecken, übermäßig zu ängstigen und damit in ihrer Entwicklung zu beeinträchtigen. Bei Inhalten dieser Art muss der Sender durch die Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung tragen, was mit der Ausstrahlung des Trailers im Tagesprogramm vor 20 Uhr nicht in ausreichendem Maße getan wurde.

Die MA HSH legte den Fall der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) vor, die das Prüfergebnis bestätigte. Die MA HSH sprach daraufhin eine förmliche Beanstandung des Trailers aus. Weitere Maßnahmen waren nicht erforderlich, da der Sender die Ausstrahlung der Serie und des Programmhinweises schon nach kurzer Zeit wieder eingestellt hatte.

In einem anderen Jugendschutz-Fall wurde das Aufsichtsverfahren nach Befassung der KJM ohne Beanstandung abgeschlossen. Im Rahmen der laufenden Programmebeobachtung fielen fünf weitere Fälle möglicher Jugendschutz-Verstöße auf, die die MA HSH der KJM zur weiteren Prüfung vorlegte. Bei zwei weiteren Auffälligkeiten war kein Aufsichtsverfahren erforderlich. Vier Jugendschutz-Prüfungen erfolgten aufgrund von Programmbeschwerden. Aufsichtsverfahren mussten in diesen Fällen nicht eingeleitet werden.

In zwei Fällen prüfte die MA HSH die Einhaltung der allgemeinen Programmgrundsätze. Bei sieben Prüffällen ging es um die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen. Aufsichtliche Maßnahmen waren in keinem dieser Fälle erforderlich.



**DAB+** Andere Entwicklungen auf dem Hörfunkmarkt in Hamburg und Schleswig-Holstein gerieten angesichts der Verunsicherungen auf dem UKW-Markt etwas in den Hintergrund. So etwa die Tatsache, dass der DAB+-Multiplex für private Hörfunkprogramme im Laufe des Jahres 2017 immer weiter gefüllt werden konnte, sodass er aktuell mit sechzehn privaten Programmen vollständig ausgelastet ist. Insgesamt sind im Ballungsraum Hamburg nunmehr 37 Hörfunkprogramme über DAB+ empfangbar, deutlich mehr als über UKW.

Während sich Hamburg zu einer regelrechten DAB+-Hochburg entwickelt hat, ist die Situation im Flächenland Schleswig-Holstein ungleich schwieriger. Die MA HSH hat sich im vergangenen Jahr intensiv mit der Frage beschäftigt, wie ein auch für private Hörfunkveranstalter wirtschaftlich tragbarer Einstieg in eine DAB+-Verbreitung in Schleswig-Holstein möglich ist, und zwar unter Berücksichtigung der Interessen sowohl lokaler als auch landesweiter Hörfunkveranstalter. Hier zeichnen sich Lösungen ab, die für eine lokale/regionale DAB+-Verbreitung insgesamt wegweisend sein könnten.

### **Vom Hörfunk- zum Audiomarkt**

Zwar ist der Umfang der Hörfunknutzung in Hamburg und Schleswig-Holstein im Jahr 2017 gegenüber den Vorjahren einigermaßen stabil geblieben, unter der Oberfläche zeichnen sich allerdings Entwicklungen und Verschiebungen ab, die den Hörfunkmarkt in den kommenden Jahren strukturell verändern werden. So liegen Tagesreichweite und Nutzungsdauer des Mediums Hörfunk bei jungen Zielgruppen deutlich unter dem Durchschnitt. In Hamburg beträgt die Tagesreichweite bei den 14- bis 29-Jährigen nur noch 55 Prozent (ma radio II 2017), während sie bei den älteren Zielgruppen bei knapp 80 Prozent liegt. Zugleich nimmt die Nutzung von Audio-Streamingdiensten in der jungen Altersgruppe rapide zu. Im Bundesdurchschnitt nutzen bereits 64 Prozent der 14- bis 29-Jährigen Streamingdienste, etwa ein Drittel davon täglich. In Metropolregionen wie Hamburg dürfte der Anteil noch deutlich höher sein. Angesichts der zunehmenden notwendigen Konzentration von Hörfunkveranstaltern auf digitale Plattformen wird sich die Marktentwicklung beim Hörfunk künftig nur noch im Zusammenhang mit der Entwicklung des Audiomarktes insgesamt bewerten lassen.

### Lokaler und nichtkommerzieller Hörfunk

Nach schwierigen und langwierigen Vorbereitungen ist es 2017 gelungen, eine auch aus wirtschaftlicher Sicht nutzbare UKW-Frequenz für das lokale Hörfunkprogramm „Radio Lübeck“ zu koordinieren. Auf der Frequenz 88,5 MHz wird es voraussichtlich ab Mitte 2018 im Raum Lübeck empfangbar sein.

Die Vorbereitungen auf den Sendestart der beiden 2016 und 2017 zugelassenen nichtkommerziellen Hörfunkveranstalter „Freies Radio Neumünster“ und „Freies Radio Flensburg“ sind dagegen nur langsam vorangekommen. Gründe hierfür sind die schwierige UKW-Frequenzlage sowie durch die Neuorganisation der UKW-Verbreitung entstandene Unsicherheiten.

Mit Inkrafttreten des 6. Medienänderungsstaatsvertrags (MÄStV HSH) Anfang April 2017 ist die MA HSH auch für die finanzielle Förderung des nichtkommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein zuständig. In diesem Rahmen erhielt die Anbieterinnengemeinschaft im FSK e. V. zur Sicherung des technischen Sendebetriebs sowie für die anfallenden Kosten von GEMA und GVL eine Fördersumme in Höhe von 30.782,18 €. Für Sender- und Leitungskosten sowie Kosten der GEMA und GVL sowie für die Beschaffung von Studioausrüstung erhielt der Verein Anbietergemeinschaft Hamburger Lokalradio e. V. eine Fördersumme in Höhe von 27.685,97 €.

Daneben sollen auch Projekte gefördert werden, die der Verbesserung lokaler Berichterstattung in elektronischen Medien dienen und sich neuen und innovativen Formen lokaler Berichterstattung widmen. In diesem Rahmen erhielt der Verein für Medien- und Journalismuskritik mit Sitz in Hamburg Fördermittel in Höhe von 8.000 € für die Durchführung des VOCER Innovation Day. Die Veranstaltung widmete sich innovativen Formen des digitalen Journalismus und berücksichtigte dabei auch regionale und lokale Medien- und Technologietrends.

### Zukunftswerkstatt Community Media 2017

Vom 23. bis 26. November 2017 fand in Hamburg die „Zukunftswerkstatt Community Media 2017“ mit finanzieller Unterstützung der MA HSH statt. Organisiert wurde der jährliche Erfahrungsaustausch der nichtkommerziellen Radioszene vom Bundesverband Freier Radios (BFR), dem 31 Radios und Initiativen angehören, gemeinsam mit dem Hamburger Sender „Freies Sender Kombinat“ (FSK) und dem „Freien Radio Neumünster“. Zeitgleich mit der Zukunftswerkstatt fand in Hamburg die teilweise thematisch verzahnte Tagung „Media Against Hate“ statt. Einzelthemen der Zukunftswerkstatt waren: Digitalisierung einschließlich Senderverkauf der Media Broadcast, mehrsprachige Radioprogramme, Zugangsoffenheit der Sender für Geflüchtete, Onlinelösungen für die Selbstorganisation, gesellschaftliche Rahmenbedingungen für die partizipative Radioarbeit und Strukturen der Selbstverwaltung. Viele Workshops und Diskussionen waren geprägt von den beiden Problemen „aktueller Rechtsruck in Deutschland“ und „knappe Finanzen bei allen nichtkommerziellen Radiosendern“. Inhaltlich beteiligte sich die MA HSH unter anderem im Rahmen der Podiumsdiskussion „Freie Medien vor dem Hintergrund der Aushöhlung der Grundrechte“ zur Eröffnung der Veranstaltung.

### Zulassung und Zuweisung

Die alster radio GmbH & Co. KG erhielt die Zulassung für die Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkpartenprogramms „917XFM“ im Verbreitungsraum Hamburg. Bisher wurde das Musikprogramm hier als Programmfenster ausgestrahlt. Wegen der hohen Akzeptanz bei den Hörern wird es nun auch als eigenständiges DAB+-Programmangebot verbreitet.

Der Antenne Sylt GmbH wies die MA HSH die UKW-Frequenz 106,4 MHz am Standort Sylt/Westerland zur Verbreitung von

Veranstaltungsrundfunk zu. Im Zusammenhang mit der Ausstellung „Designikonen der 70er Jahre“ veranstaltete „**Antenne Sylt**“ in der Zeit vom 15. Juli bis zum 13. August 2017 ein begleitendes Hörfunkvollprogramm.

Des Weiteren erteilte die MA HSH der Peli One Medien GmbH die Zulassung zur Veranstaltung des 24-stündigen Hörfunkvollprogramms „**PELI ONE – Urban Music Radio**“ in Hamburg. Das Programm wird über DAB+ verbreitet.

Dem Freies Radio – Initiative Flensburg e. V. erteilte die MA HSH die Zulassung für die Verbreitung des lokalen nichtkommerziellen Hörfunkvollprogramms „**Radio Flensburg**“ und wies dem Verein eine UKW-Übertragungskapazität zu.

Als medienrechtlich unbedenklich genehmigte die MA HSH die Übertragung der Zulassung für das Hörfunkvollprogramm „**Radio RZ. 1**“ von der Radio RZ. 1 Medien- und Veranstaltungs UG (haftungsbeschränkt) auf die Nordradio GmbH.

Eine Beteiligungsveränderung bei der **Alster Radio GmbH & Co. KG**, der Veranstalterin von „alster radio 106!8 rock'n pop“ sowie des Hörfunkspartenprogramms „917XFM“ in Hamburg, bewertete die MA HSH als medienrechtlich unbedenklich. Von der bislang einzigen Gesellschafterin, der NWZ Funk und Fernsehen GmbH & Co. KG., hat die ROCK ANTENNE GmbH & Co. KG eine Beteiligung in Höhe von 49 Prozent an „alster radio“ übernommen. In diesem Zuge kam es auch zu einer Änderung des Programmnamens in „ROCK ANTENNE HAMBURG“ sowie zu Programmkooperationen zwischen alster radio und der ROCK ANTENNE GmbH & Co. KG

## Aufsicht

Die MA HSH beobachtet die von ihr zugelassenen Hörfunk-Programme laufend und prüft stichprobenartig, ob die Sender die Rechtsvorschriften zu Programmgrundsätzen, Werbung und Jugendschutz einhalten. Bei Verstößen leitet sie Aufsichtsmaßnahmen ein. Außerdem erreichen die MA HSH regelmäßig Hinweise und Beschwerden zu möglichen medienrechtlichen Verstößen. Im Jahr 2017 waren es vier Fälle, die von ihr beaufsichtigte Hörfunkprogramme betrafen. Bei zwei Beschwerden ging es um die Einhaltung der Programmgrundsätze, eine bezog sich auf Werbung für möglicherweise unzulässiges Glücksspiel. In allen drei Fällen waren die Beschwerden unbegründet. Die vierte Beschwerde erfolgte aus Jugendschutzgründen und betraf einen Sendebeitrag im Programm von Radio Hamburg. Der Fall ist zugleich ein Beispiel für das Zusammenspiel unterschiedlicher Medien. Ein Aufsichtsverfahren war auch in diesem Fall nicht erforderlich.

## Der Fall „Radio Hamburg“

Ein Moderationsbeitrag am 1. Februar 2017 im Programm Radio Hamburg zum Thema „Waterboarding“ veranlasste eine Hörerin zu einer Beschwerde bei der MA HSH. Waterboarding ist eine international geächtete Verhörmethode, die von Menschenrechtlern als Folter eingestuft wird. Im Januar 2017 hatte US-Präsident Trump in einem Interview mit dem Fernsehsender ABC die Wiederzulassung des Waterboardings befürwortet.

Radio Hamburg nahm dies am 1. Februar 2017 zum Anlass für einen Sendebeitrag im Morgenprogramm. Gegen 7:45 Uhr berichteten die Moderatoren John Ment und André Kuhnert über einen Selbstversuch, bei dem Kuhnert sich dem Waterboarding

„in entschärfter Form“ unterzogen hatte. Damit habe er herausfinden wollen, wie schlimm diese Foltermethode wirklich sei. Eine Videoaufnahme des Selbstversuchs stellte der Sender auf seinen Internetauftritten online.

Im Radiobeitrag schilderte Kuhnert das Vorgehen beim Waterboarding. Er spielte eine Erläuterung des bei seinem Selbstversuch anwesenden Sanitäters und einen kurzen O-Ton der Versuchsdurchführung ein. Er erklärte, dass es sich um eine „Light-Version“ der Foltermethode gehandelt habe, da er nicht gefesselt war und den Vorgang jederzeit abbrechen konnte. Er gab an, dass er das Experiment kein zweites Mal machen würde. Außerdem wies er zweimal auf das Internet-Video hin und forderte die Hörer zu Kommentaren auf. Dabei bat er, das Experiment auf keinen Fall nachzumachen.

Insgesamt blieben die Schilderungen im Radiobeitrag weitgehend auf einer eher abstrakten, Bericht erstattenden Ebene. Auch der O-Ton der Versuchsdurchführung wirkte insgesamt wenig beängstigend. Der Beitrag wirkte aufgrund der angesprochenen Tatsachen dennoch bedrückend und war für zuhörende Kinder problematisch. Eine ernsthafte Ängstigung oder emotionale Überforderung war aufgrund der Darstellungsweise jedoch nicht anzunehmen. Der Sender durfte im Radiobeitrag auch auf das Internet-Video hinweisen, da die Hinweise selbst nicht entwicklungsbeeinträchtigend gestaltet waren. Der Beitrag verstieß daher insgesamt nicht gegen die jugendschutzrechtlichen Vorschriften.

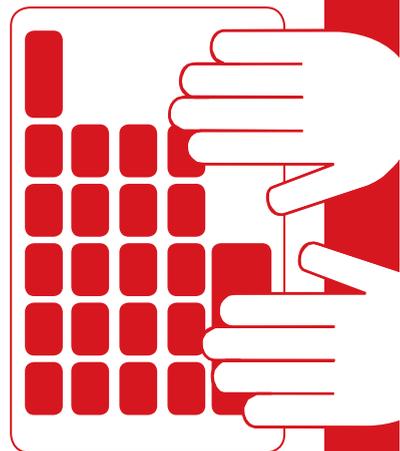
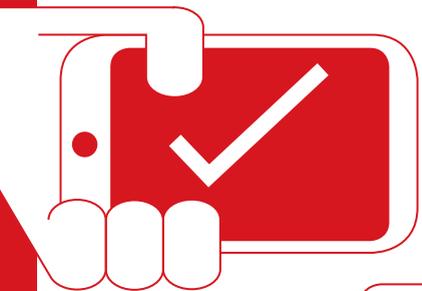
Anders sah dies beim Internet-Video aus. Das Video war als entwicklungsbeeinträchtigend für Kinder und Jugendliche unter sechzehn Jahren zu bewerten, da von ihm eine erhebliche Nachahmungsgefahr ausging. Radio Hamburg hätte daher durch technische Maßnahmen oder zeitliche Beschränkungen dafür sorgen müssen, dass Kinder und Jugendliche unter sechzehn Jahren das Video normalerweise nicht sehen können. Zwar

hatte der Sender das Video mit Warnhinweisen versehen („Bitte nicht nachmachen!“ „Nichts für Kinder/Jugendliche unter sechzehn Jahren.“), solche Hinweise sind jedoch keine ausreichende Jugendschutzmaßnahme im Sinne des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Die MA HSH informierte den Sender über geeignete Schutzmaßnahmen und forderte ihn auf, eine davon für das Video umzusetzen. Radio Hamburg entfernte das Video daraufhin zeitnah aus seinen Internetauftritten. Weitere Maßnahmen waren daher nicht erforderlich.

Darüber hinaus prüfte die MA HSH in dreizehn Fällen die Einhaltung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen im Hörfunk. Gewinnspielsendungen wurden in zwei Fällen geprüft. Aufsichtliche Maßnahmen mussten nicht eingeleitet werden.



# Medienkompetenz



## Schwerpunktt Themen

### Medienkompetenzförderung – wichtiger denn je

Seit Anfang April 2017, mit Inkrafttreten der Novellierung des Medienstaatsvertrags Hamburg/Schleswig-Holstein, ist die MA HSH nicht mehr für die Förderung und Finanzierung von Medienkompetenz-Projekten Dritter zuständig. Dieser bisher gesetzliche Auftrag wurde in eine „Kann-Aufgabe“ umgewandelt – sofern es die haushaltsmäßigen Möglichkeiten erlauben. Denn die einmalig dafür zugeschriebenen Fördergelder in Höhe von 183.000 € stehen der MA HSH nicht mehr zur Verfügung. In Schleswig-Holstein wurde diese entstandene Finanzierungslücke geschlossen: Die Staatskanzlei hat den Offenen Kanal Schleswig-Holstein zum neuen Finanzier von Medienkompetenz-Projekten ernannt und mit finanziellen Mitteln ausgestattet. In Hamburg hingegen sind bis zum jetzigen Zeitpunkt seitens der Politik keinerlei Institutionen berufen worden, die die bisherige Aufgabe der MA HSH übernehmen. Dies ist für alle Betroffenen ebenso bitter wie unverständlich. Zudem nahezu zeitgleich mit der Gesetzesänderung auch die Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein abgewickelt wurde und damit eine weitere Förderoption für die Projektträger weggefallen ist.

### Mittelstreichung

In Zeiten von Datenklau, Fake News oder Hate Speech spielt die Förderung der Medienkompetenz, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, nach wie vor eine wichtige Rolle. Sogar mehr denn je. Die MA HSH nimmt sich daher weiterhin dieser wichtigen Aufgabe an. Für sie ist die Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen der beste Weg, diese dazu zu befähigen, digitale Chancen zu nutzen und Risiken zu meiden. Sie betrachtet Medienerziehung somit als die präventive Seite des Kinder- und Jugendmedienschutzes, dessen rechtlich-restriktive Seite Kernaufgabe ihrer Medienaufsicht ist. Für die Förderung von Projekten Dritter fehlen nun allerdings die Gelder. Daher konzentriert sich die MA HSH auf eigene Maßnahmen in Form von Veranstaltungen und Veröffentlichungen, allen voran scout, ihr Magazin für Medienerziehung, sowie Kooperationen mit öffentlichen Institutionen und Initiativen

### Medienerziehung von klein auf

FaceTime mit den Großeltern, Mal-Apps am Tablet oder Kinder-serien über Streaming-Dienste – immer früher kommen Kinder mit Medien in Berührung. Medienerziehung und Medienbildung müssen daher früh beginnen.

Deshalb hat die MA HSH erneut die jährliche Veranstaltung „Frühe Kindheit und Medien“ unterstützt, gemeinsam mit den beiden Fachschulen für Sozialpädagogik in Hamburg, FSP1 und FSP2. Am 28. September 2017 kamen 150 praktizierende und auszubildende Erzieherinnen in die FSP1 und erhielten beim „Praxistag: Medienerziehung in Hamburger Kitas“ viele praktische Anregungen und Tipps für die medienpädagogische Arbeit in der Kita.

Erfolgreich fortgesetzt wurde auch das Grundschulprojekt der Internet-ABC-Schulen Hamburg und Schleswig-Holstein, basierend auf den Inhalten des Internet-ABC. In Kooperation mit den Instituten zur Lehrerfortbildung in Hamburg und Schleswig-Holstein haben sich bislang mehr als 80 Schulen an dem Projekt beteiligt. Weitere Grundschulen haben Interesse signalisiert, auf diesem Wege Medienbildung in ihrem Schulalltag zu verankern.

Wie können vor allem Eltern ihren Kindern einen sicheren Einstieg ins Internet vermitteln? Hierzu boten die Informations- und Beratungsstände zu Kinderschutz im Internet in den Hamburger Bücherhallen Unterstützung – insbesondere zu technischen Schutzfunktionen wie Filterprogrammen für Smartphones und Tablets. Zudem gab es Tipps und Tricks zu allen weiteren Fragen zur Medienerziehung in der Familie. „Kinderschutz im Internet“ ist ein Gemeinschaftsprojekt mit den Bücherhallen Hamburg, insgesamt fanden im Jahr 2017 zehn Termine statt.

### Medienbildung Hamburg

Eine öffentliche Debatte um Medienbildung in der „Digitalen Stadt Hamburg“ ist unerlässlich – das ist der Ansatz der siebenteiligen Veranstaltungsreihe „angedockt: Medienbildung Hamburg“. Angefangen bei Medienbildung in der Kita über Grundschulen bis hin

zu Wettbewerben und Veranstaltungen zur Nachwuchsförderung. „angedockt“ fragt bei Vertretern von Behörden und aus der Praxis nach: Wie ist der Stand der Dinge, welche Stolpersteine gibt es und was muss getan werden, um Medienbildung in Hamburg fest zu etablieren? „angedockt“ ist eine Kooperation von MA HSH, Medienetz Hamburg und TIDE, Hamburgs Communitysender und Ausbildungskanal. 2017 fanden drei Veranstaltungen statt, die im Programm von TIDE ausgestrahlt wurden. Sie sind zudem auch in der „angedockt“-Playlist auf TIDES YouTube- zu finden.

Klar ist: Medienkompetenzförderung ist keine Kann-Aufgabe. Die MA HSH wird sich daher weiter dafür einsetzen, die Medienbildung in beiden Bundesländern voranzutreiben – im Rahmen ihrer Möglichkeiten.

scout –  
das MA HSH-Magazin  
für Medienerziehung

**scout**  
DAS MAGAZIN FÜR MEDIENERZIEHUNG

2017 erschienen zwei weitere Printausgaben des Magazins scout. Mit scout unterstützt die MA HSH Eltern von drei- bis 14-jährigen Kindern dabei, ihre Verantwortung bei der Medienerziehung wahrzunehmen, und ermutigt sie, Haltung zu beziehen und Vorbild zu sein. Unter dem Titel „Liebe Eltern, wir müssen reden!“ befasste sich Heft 1\_2017 mit ihrer Verantwortung bei Erziehungsfragen rund um die Mediennutzung und gab ihnen klare Regeln an die Hand. In Heft 2\_2017, „Kinder im Netz schützen“, befasste sich scout mit Jugendschutz-Software und stellte klar: Aktiver Kinder- und Jugendmedienschutz ist gar nicht schwer.

Beide Ausgaben stießen auf ein so großes Interesse, dass die Auflage von 6.500 auf 9.000 Exemplare erhöht und mehrfach nachgedruckt werden musste. Digital sind die Hefte auf der Website scout-magazin.de zu finden. Dort erscheinen außerdem regelmäßig News, exklusive Online-Artikel und Vorschläge für empfehlenswerte Materialien. Wer regelmäßig über aktuelle News und Veranstaltungen zu Medienerziehung informiert werden möchte, folgt scout auf Facebook oder abonniert den monatlichen Newsletter.

# Finanzierungsgrundlagen



## Überblick

### Umstellung der Finanzierung

Zeitraum bis Ende März 2017

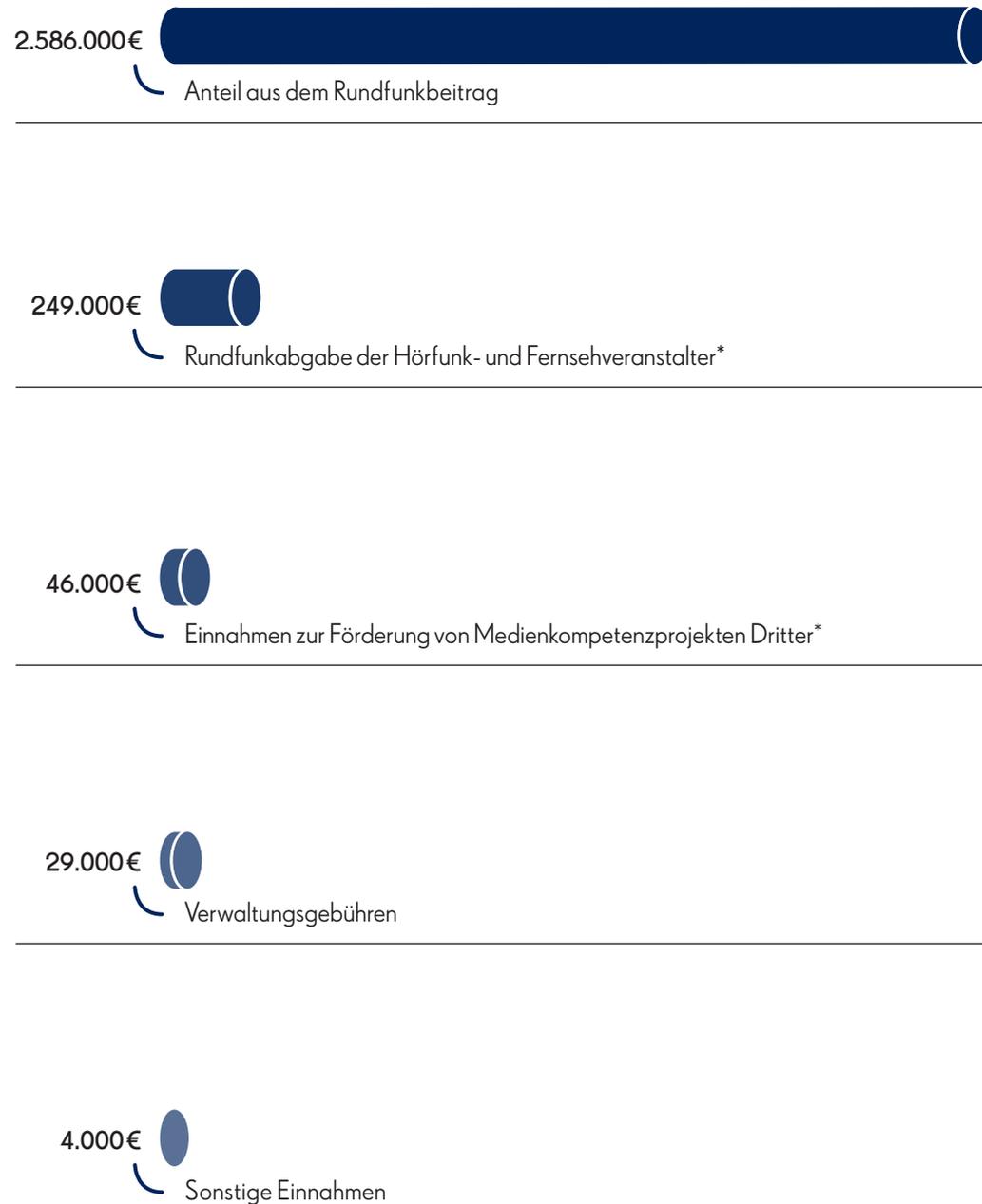
Haupteinnahmequelle der MA HSH war der Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag. Die beiden Staatsvertragsländer haben von ihrem Recht Gebrauch gemacht, der MA HSH nur einen Teil des ihr nach dem Rundfunkstaatsvertrag zustehenden Anteils zuzuweisen. Dieser betrug 23 Prozent bei einem Vorwegabzug von 77 Prozent. Daneben generierte die MA HSH im ersten Quartal 2017 letztmalig Einnahmen aus der Rundfunkabgabe, die alle zugelassenen Hörfunk- und Fernsehveranstalter zu entrichten hatten. Ebenfalls letztmalig erhielt die MA HSH zweckgebundene Einnahmen zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter.

Zeitraum ab April 2017

Mit dem Inkrafttreten des 6. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (MÄStV HSH) am 1. April 2017 ist der Vorwegabzug auf 68 Prozent verringert und der MA HSH 32 Prozent des Rundfunkbeitragsanteils zugewiesen worden. Allerdings bedeutet der Wegfall der Einnahmen aus der Rundfunkabgabe eine Reduzierung der Einnahmen der MA HSH um über 980.000 Euro. Zweckgebundene Mittel zur Förderung von Medienkompetenzprojekten Dritter stehen nicht mehr zur Verfügung. Die neu hinzugekommene Aufgabe der Förderung des nichtkommerziellen lokalen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein soll die MA HSH mit bis zu 3,2 Prozent des Rundfunkbeitragsanteils fördern.

Insgesamt standen der MA HSH zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Jahr 2017 Einnahmen in Höhe von rund 3 Mio. Euro zur Verfügung. Grundlage für die Personalausgaben ist der Stellenplan, der in 2017 insgesamt 21 Stellen umfasste.

## Einnahmenstruktur



## Ausgabenstruktur



# Die MA HSH



## Aufgaben

Die MA HSH ist die gemeinsame Medienanstalt der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein. Eine ihrer Aufgaben ist die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten. Ihr Hauptaugenmerk liegt jedoch auf dem Bereich der Aufsicht, insbesondere von Internetseiten, deren Betreiber ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben. Hier befasst sie sich vor allem mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz und Werberegulungen, beispielsweise Hetze im Netz oder Schleichwerbung. Seit Inkrafttreten des 6. Medienänderungsstaatsvertrags HSH (6. MÄStV HSH) im April 2017 ist die MA HSH zudem zuständig für die finanzielle Förderung des nicht-kommerziellen Hörfunks in Hamburg und Schleswig-Holstein.

## Struktur

**Direktor** Thomas Fuchs führt die Geschäfte der MA HSH. Dabei wird er von 22 Mitarbeitern 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 den anderen Landesmedienanstalten.

Thomas Fuchs ist seit dem 15. Januar 2008 Direktor der MA HSH. Stellvertretender Direktor ist Prof. Dr. Wolfgang Bauchrowitz.

**Medienrat** Der Medienrat besteht aus vierzehn ehrenamtlichen Mitgliedern, von denen sieben in Hamburg durch die Bürgerschaft gewählt werden und sieben in Schleswig-Holstein durch den Landtag. Er ist ein Entscheidungsgremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Kenntnisse und Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen.

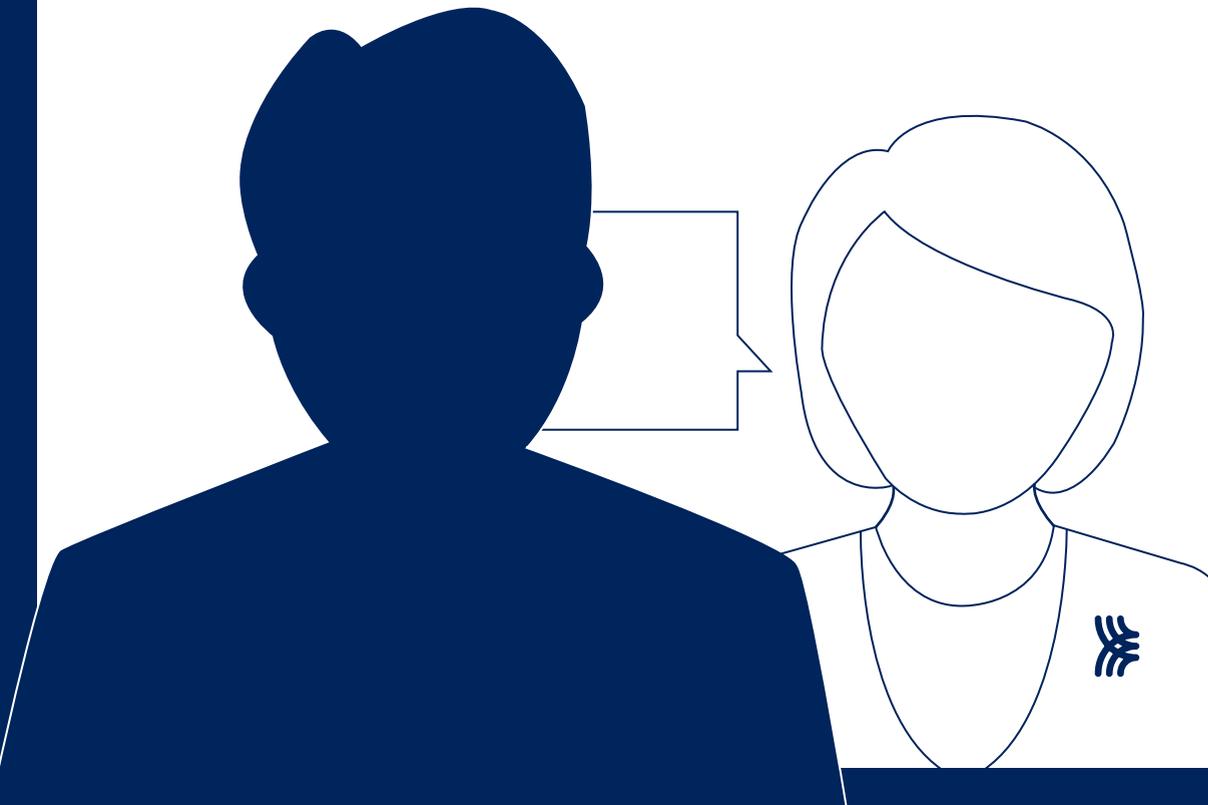
Der amtierende Medienrat konstituierte sich im November 2017. Sein Vorsitzender ist Lothar Hay. Der Medienrat der MA HSH tagte im Jahr 2017 acht Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

**Mitglieder bis  
November 2017:** Anne Abel  
Günter Beling  
Edda Fels  
Kai Flatau  
Marina Friedt  
Lothar Hay  
Martin Kayenburg  
Jens Kramer  
Thomas Künstler  
Dr. Susanne Mayer-Peters  
Elke Putzer  
Roswitha Strauß  
Martin Schumacher  
Adrian Ulrich

**Mitglieder ab  
November 2017:** Günter Beling  
Marina Friedt  
Susanne Günther  
Lothar Hay  
Claudia Jacob  
Martin Kayenburg  
Dr. h. c. Jürgen Koppelin  
Karsten Lüchow  
Heike Schiller  
Dr. Martina Tambert-Thomas  
Heike Thode-Scheel  
Adrian Ulrich  
Kirsten Westhuis  
Erhard Wohlgemuth

# Ansprechpartner

10



## Kontakte

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

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

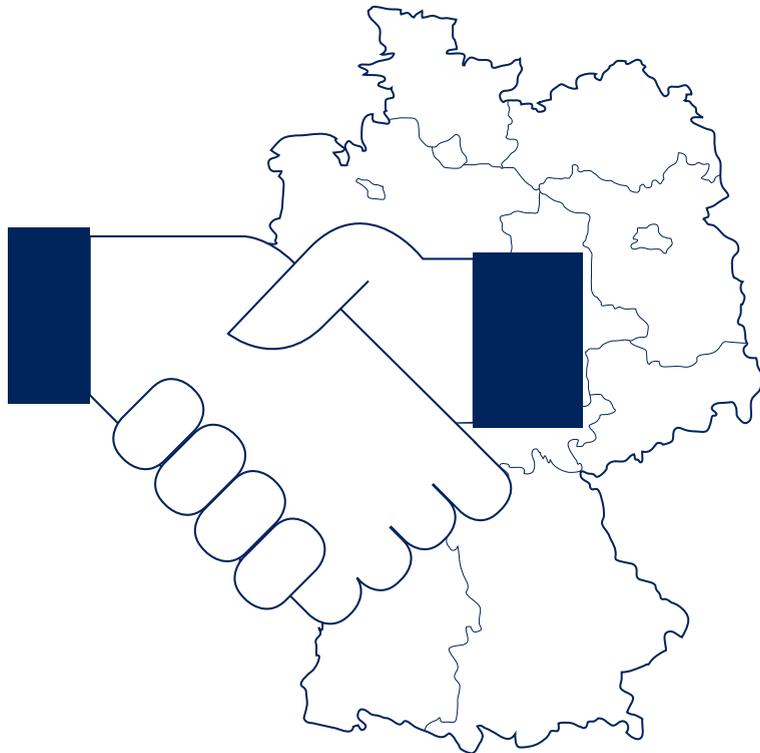
**Claudia Neumann** Leiterin, Personal, Stellenangelegenheiten, Arbeitsrecht  
neumann@ma-hsh.de

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

**Leslie Middelman** Leiterin, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
middelman@ma-hsh.de

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

# 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 Halt machen, 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.

Die Zusammenarbeit innerhalb der ALM ist organisiert über

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

Darüber hinaus gibt es

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

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

## Kommissionen und Gremien

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

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

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

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

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

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

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

- Regulierung (Fachausschuss 1),
- Netze, Technik, Konvergenz (Fachausschuss 2) und
- Bürgermedien, Medienkompetenz, Jugendschutz (Fachausschuss 3).

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

# Impressum

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

**Redaktion** Leslie Middelman, Simone Bielfeld

**Lektorat** Egbert Scheunemann

**Design** Andreas Volleritsch, Jan Kocian  
neubaudesign.com

**Druck** Hans Steffens Graphischer Betrieb GmbH,  
Hamburg

Alle Rechte vorbehalten  
Norderstedt, im Juni 2018