

BERICHT 2022



MA HSH

Medienanstalt
Hamburg/Schleswig-Holstein

1 EDITORIAL 3

Editorial von Eva-Maria Sommer,
Direktorin der MA HSH 4

2 NUTZER:INNENSCHUTZ 5

Gefährlich und trotzdem nicht ausreichend
geregelt? Desinformation in Onlinemedien 6

Kein Ende in Sicht: Hass und Hetze
auf jugendaffinen Plattformen 7

Online high: Jede Menge Alkohol und
Drogen im Social-Media-Alltag 8

Viel zu gewöhnlich: Online-Pornografie
in sozialen Medien 9

Auf einen Blick: Prüffälle Rundfunk
und Telemedien 10

3 TRANSPARENZ 11

Luft nach oben: Zu wenig Transparenz
bei Medienintermediären 12

Weniger Beschwerden:
Werbeaufsicht erfolgreich 13

Fass ohne Boden: Impressumsangaben
oft nicht vorschriftsmäßig 14

4 STANDORTFÖRDERUNG 15

Voll umgestiegen: Digitaler Hörfunk
in Hamburg und Schleswig-Holstein 16

Für regionale und lokale Medienvielfalt:
Ideenwettbewerb in Schleswig-Holstein 17

5 ZULASSUNGSWESEN 18

Hörfunk und Fernsehen im Norden:
Zulassungen und Zuweisungen 19

6 DIE MA HSH 20

Aufgaben 21

Struktur 22

Finanzierungsgrundlagen 24

Bundesweite Zusammenarbeit 25

Impressum 26

1

EDITORIAL EVA-MARIA SOMMER

Für die Sicherung digitaler
Kommunikationsräume
braucht es Antworten vor Ort.

Sehr geehrte Leser:innen,

vielen hat sich seit Gründung der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) vor 15 Jahren im Vergleich zum Berichtsjahr 2022 getan: Damals war unser Arbeitsalltag von der Zulassung und Aufsicht privater Fernseh- und Radioveranstalter sowie der Belegung analoger Netze geprägt. Heute beschäftigen uns die Chancen, aber auch die Herausforderungen von Social Media, KI und Co.: Wie lassen sich journalistische Standards jenseits klassischer Medienhäuser sicherstellen? Nach welchen Kriterien gelangen Inhalte auf soziale Medien und in Suchmaschinenlisten – und dann auch ins Blickfeld der Nutzer:innen? Wie lassen sich die Urheber:innen von Hasskommentaren verfolgen, unzulässige Inhalte aber zugleich zügig entfernen? Gelingt es uns, in einer globalen digitalen Welt lokalen und regionalen Journalismus als Grundlage einer öffentlichen Debatte zu erhalten?

Bei der Lektüre unseres erstmalig rein digitalen Jahresberichts werden Sie feststellen, dass auch aus einer kleinen Medienanstalt mit Sitz im beschaulichen Norderstedt heraus Antworten auf diese Fragen und eine Regulierung internationaler Anbieter gelingen können: Von Sat.1 über Google, Facebook, Instagram und TikTok bis hin zu Gaming-Plattformen wie Steam stehen wir mit wichtigen Akteur:innen im Austausch – und manchmal auch vor Gericht –, um die Ziele und Vorgaben des Medienstaatsvertrags in die Praxis zu übertragen.

Viele Erfolge sind uns nur oder zumindest leichter gelungen, weil wir auf ein starkes Netzwerk zurückgreifen können:

- Wir haben unsere Kooperationen gegen Hass im Netz in Hamburg und Schleswig-Holstein ausgeweitet und effektiver gestaltet – und zwar von der Prävention bis zur Ahndung: einfach zu nutzende Beschwerde- und Hilfsmöglichkeiten, klare Verfahrensabläufe, geschulte Mitarbeiter:innen und eine wirksame Verfolgung und Löschung. Gemeinsam mit Staatsanwaltschaften und Polizei.
- Wir haben erste Verfahren gegen Anbieter sozialer Medien eingeleitet, um zu erreichen, dass diese transparenter agieren. Gemeinsam mit unseren 13 Schwesternanstalten, mit denen wir bundesweit effektiv einheitliche Standards in der Medienregulierung setzen.
- Mit dem für die Spieleplattform Steam verantwortlichen Unternehmen Valve konnten erneut über tausend antisemitische, volksverhetzende oder holocaustleugnende Inhalte gelöscht werden.
- Der Plattformbetrieb für DAB+ in Schleswig-Holstein konnte erfolgreich an eine Bewerber:in vergeben und ein nahtloser Übergang in den Regelbetrieb gesichert werden, über den nahezu



EVA-MARIA SOMMER

Direktorin der MA HSH

flächendeckend bis zu 16 Programme empfangen werden können. Vorausgegangen war eine durch die MA HSH moderierte Einigung der drei Bewerber:innen auf einen gemeinsam unterstützten Antrag.

- Mit unserem Werkstattgespräch zur Förderung von Lokaljournalismus konnten wir den Startschuss für die Durchführung des von der Landesregierung Schleswig-Holstein zu diesem Thema initiierten und geförderten Ideenwettbewerbs geben.

In 15 Jahren ist damit eine zwar nach wie vor unterfinanzierte, aber dennoch schlagkräftige Einheit zusammengewachsen. Für ihren Beitrag zu dieser Erfolgsgeschichte möchte ich einigen wichtigen Weggefährten danken: den ehemaligen Medienratsmitgliedern mit ihrem Vorsitzenden Lothar Hay, deren Amtszeit im Oktober 2022 endete, für die Expertise, Weitsicht und Beharrlichkeit, mit der sie die MA HSH und mich begleitet haben. Thomas Fuchs und Wolfgang Bauchowitz, die als langjähriger Direktor und stellvertretender Direktor die MA HSH wesentlich geprägt haben. Und dem seit Herbst 2022 amtierenden Medienrat und seinem Vorsitzenden Sebastian Schulze für ihre Bereitschaft, in den kommenden fünf Jahren diesen Weg mit uns zu gehen.

Ich bin zuversichtlich, dass die MA HSH auch künftig wichtige Akzente für eine vielfältige, demokratiesichernde Medienregulierung setzen wird, und freue mich, wenn Sie uns dabei weiterhin begleiten.

Ihre
Eva-Maria Sommer

2

NUTZER:INNENSCHUTZ

Wer nicht online ist, ist out – oder zumindest in vielen Dingen, die unseren Alltag betreffen, abgehängt. Egal ob Rezept, Fahrkarte oder Termin – der Trend geht ganz klar zu digitalen Anwendungen. Gleiches gilt für die Auslagerung unserer Kommunikation mit Freunden – und längst auch für Medien.

Insbesondere die jüngeren informieren sich hier über aktuelle Ereignisse und Politik und beteiligen sich aktiv am politischen Diskurs. Daher ist es elementar, dass sich Nutzer:innen online sicher bewegen können – denn nur so können sie sich frei ihre Meinung bilden und diese äußern.

89%

der Nutzer:innen ab 16 Jahren sind in sozialen Netzwerken unterwegs, mehr als die Hälfte von ihnen ist dort auch aktiv.



<https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mehr-als-50-Millionen-Deutsche-nutzen-soziale-Medien>

53%

der deutschen Internetnutzer:innen ab 14 Jahren informieren sich täglich online über das Zeitgeschehen.

<https://www.die-medienanstalten.de/forschung/mediengewichtungsstudie>

Gefährlich und trotzdem nicht ausreichend geregelt? Desinformation in Onlinemedien

Soziale Medien und Blogs haben das Potenzial, Meinungsfreiheit und -vielfalt neu zu definieren – im Guten wie im Schlechten. Denn Nutzer:innen können sich dort nicht nur informieren, sondern ohne viel Aufwand auch selbst Inhalte veröffentlichen.

Jede und jeder kann zum Publisher werden. Wer soziale Medien nutzt, stößt aber neben seriösen Informationen oft auch auf Desinformation und Verschwörungserzählungen. Desinformation verbreitet sich rasend schnell und ist oft schwer zu erkennen. Umso wichtiger ist es, dass Journalist:innen, Blogger:innen & Co. journalistische Sorgfaltspflichten einhalten, Fakten checken und Quellen überprüfen – auch und gerade in sozialen Medien.

Seit November 2020 haben die Medienanstalten den gesetzlichen Auftrag, gegen die Verletzung journalistischer Sorgfaltspflichten in bestimmten Onlinemedien vorzugehen (§ 19 Abs. 1 Medienstaatsvertrag (MStV)). Die Sicherstellung der Meinungsfreiheit steht dabei immer an erster Stelle.

Die Aufsicht über die Wahrung journalistischer Sorgfaltspflichten ist ein wichtiger Baustein bei der Bekämpfung von Desinformation in Onlinemedien. Im sensiblen Spannungsfeld von Desinformation und dem Recht auf freie Meinungsäußerung sind eine einheitliche, nachvollziehbare Aufsichtspraxis und Rechtssicherheit für alle Beteiligten zwingend und unerlässlich. Erste Erfahrungen in der praktischen Anwendung zeigen allerdings, dass nur mit weiteren Nachschärfungen der gesetzlichen Grundlage und konkretisierender Rechtsprechung das Regulierungsziel auch erreicht werden kann.

Bis dahin werden wir uns mit kleineren Erfolgen begnügen müssen, etwa durch Nachbesserungen bei der Kennzeichnung von Symbolfotos oder dem Umgang mit Recherchepflichten. Und es gilt, weiter Präventionsarbeit zu leisten und einen intensiven Diskurs über das Phänomen und regulatorische Lösungsansätze anzustoßen. Damit jede und jeder Einzelne sich ihrer und seiner Verantwortung bei der Bekämpfung von Desinformation bewusst wird.



<https://www.ma-hsh.de/infothek/veranstaltung/12-hamburger-mediensymposium.html>

„Freie und unabhängige Medien sind die Basis für das Funktionieren pluralistischer Demokratien – umso wichtiger ist es, dass wir gerade in diesen Zeiten für unsere Meinungs- und Pressefreiheit eintreten. Halbwahrheiten, Deutungen, Lügen, gefälschte Bilder und Videos oder aus dem Zusammenhang gerissene Informationen – das sind die „Waffen“ im Internet. Potenzielle Fake News müssen geprüft und Lügen etwas entgegengesetzt werden. Dafür müssen wir die Medienkompetenz stärken, denn das ist ein ganz wichtiger Baustein zur politischen und gesellschaftlichen Teilhabe. Und natürlich brauchen wir die Wissenschaft, die die strukturellen Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation kritisch begleitet.“

Katharina Fegebank,

Zweite Bürgermeisterin Freie und Hansestadt Hamburg
und Wissenschaftssenatorin



<https://www.scout-magazin.de/printausgaben/hefte.html>



<https://www.ma-hsh.de/infothek/veranstaltung/fake-news-und-desinformation-in-sozialen-medien.html>

Check's mal:
Fake News und
Desinformation in
sozialen Medien

Kein Ende in Sicht: Hass und Hetze auf jugendaffinen Plattformen

Kommunikation mit Freunden, Gaming, Unterhaltung: Die Nutzung von Plattformen wie YouTube, Facebook und Steam gehört zu den zentralen Freizeitaktivitäten von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Sie nutzen die Plattformen aber auch für die gezielte Suche nach Informationen und aktuellen Nachrichten.¹ Jugendaffine Plattformen sind aber auch eine Fundgrube für unzulässige NS-Symbolik und volksverhetzende Inhalte – obwohl die MA HSH solche Inhalte auf YouTube, Facebook, Steam & Co. seit Jahren meldet.

Zwar unternehmen YouTube, Facebook & Co. mittlerweile mehr gegen rechtswidrige Hass- und NS-Inhalte. Das Problem ist damit aber noch nicht gelöst, denn viele Nutzer:innen weichen auf weniger reglementierte Plattformen wie Odysee, Telegram und BitChute aus. Die MA HSH zieht mit und nimmt auch diese Plattformen zunehmend in die Prüfung.

So entfernte die US-amerikanische Plattform Odysee 2022 nach MA HSH-Hinweis 48 Inhalte, darunter Videos mit NS-Symbolik, Liedgut und Filme aus der NS-Zeit sowie als jugendgefährdend indizierte rechtsextreme Musikstücke.

Das für die Spieleplattform Steam verantwortliche Unternehmen Valve löschte 2022 nach MA HSH-Hinweis 1.270 unzulässige Inhalte im Community-Bereich. Darunter Profilbilder, Artworks oder Kommentare mit Hakenkreuzen, Hitlerporträts und Parolen, aber auch antisemitische, volksverhetzende oder holocaustverharmlosende Memes. Die Meldungen führten in einigen Fällen sogar zur Löschung von ganzen Profilen einzelner Nutzer:innen oder Gruppen.

Kann die MA HSH Urheber:innen in Hamburg oder Schleswig-Holstein ermitteln, stellt sie bei strafrechtlicher Relevanz der veröffentlichten Inhalte Strafanzeige. 2022 leitete die MA HSH so 29 Inhalte an die Staatsanwaltschaft Hamburg weiter. Es handelte sich unter anderem um einen Tweet mit Hakenkreuz auf dem Twitch-Kanal eines reichweitenstarken Livestreamers, um mehrere holocaustverharmlosende Facebook-Kommentare von Querdenker:innen sowie um volksverhetzende Kommentare auf dem Facebook-Profil eines rechtspopulistischen Online-Magazins.

Angesichts der Fülle an rechtswidrigen Inhalten aus dem Spektrum NS-Symbolik, Hass und Hetze stehen vor allem die Plattformen in der Verantwortung, aktiver gegen solche Rechtsverstöße vorzugehen – kein unmögliches Unterfangen, denn Kennzeichen wie Hakenkreuze, SS-Runen, Hitlerdarstellungen und häufig verwendete volksverhetzende Memes sind mithilfe von Tools leicht zu detektieren. Hier können und müssen die Plattformen mehr tun.

¹ Quelle:

JIM-Studie 2022, Jugend, Information, Medien
Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (mpfs)



Online high: Jede Menge Alkohol und Drogen im Social-Media-Alltag

Instagram, TikTok und YouTube zählen zu den wichtigsten Apps von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Knapp zwei Drittel von ihnen nutzen sie täglich.¹ Im Mittelpunkt stehen Unterhaltung und Kommunikation. Dabei haben Inhalte und ihre Anbieter für die jugendlichen Nutzer:innen oft eine hohe persönliche Relevanz. Das kann problematisch werden, wenn sie zu gefährlichem Verhalten verleiten können.

Musiker- und Influencer:innen feiern sich auf YouTube, TikTok und Instagram für ihre Alkohol- und Drogenexzesse – und erhalten massenhaft Likes. Besonders problematisch: Eine jugendaffine Gestaltung macht die Videos, Storys und Posts gerade für eine junge Zielgruppe attraktiv.

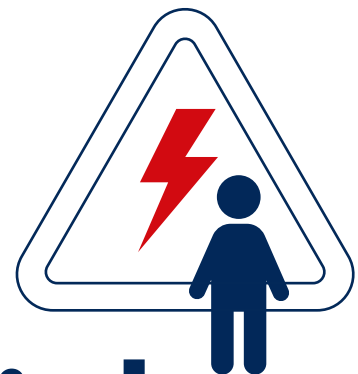
Musiker:innen drehen auf Instagram, TikTok oder YouTube lässig Joints, rauchen Bongs oder „sippen“ codeinhaltigen Hustensaft mit Sprite. Reichweitenstarke Influencer:innen beschreiben „den Trip ihres Lebens“ oder stellen ihren Alkohol- und Drogenkonsum als Heldentat, erstrebenswerte Selbsterfahrung oder Problemlösung dar. Solche Darstellungen von Alkohol- und Drogenrausch können Minderjährige zum Drogenkonsum verleiten und sie in ihrer Entwicklung gefährden oder beeinträchtigen.

Zu diesem Themenkomplex führten die Medienanstalten 2022 die Schwerpunktanalyse „#High – Jugendbeeinträchtigung durch Alkohol- und Cannabisdarstellungen auf Instagram, TikTok und YouTube“ durch. Darin prüften sie rund 160 Angebote reichweitenstarker Influencer:innen auf jugendschutzrelevante Aussagen zum Thema Alkohol- und Drogenkonsum. In mehr als der Hälfte der Angebote wurden Verstöße gegen die Jugendschutzbestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags festgestellt.

Die MA HSH wurde umgehend aktiv: Nach MA HSH-Hinweis löschte TikTok 93 drogenverharmlosende Inhalte, darunter Videos, aber auch ganze Profile. 14 weitere wurden auf Instagram gelöscht. YouTube sperrte 83 Videos mit detaillierten Drogen-Erfahrungsberichten für Nutzer:innen aus Deutschland und versah 23 Videos eines jungen Deutsch-Rappers mit der Altersbeschränkung „ab 18 Jahren“.

¹ Quelle: JIM-Studie 2022, Jugend, Information, Medien
Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (mpfs)

Die Plattformen müssen aber mehr tun, um die Auffindbarkeit drogenverharmlosender oder -verherrlichender Inhalte für Minderjährige generell zu erschweren. Beispielsweise durch eine konsequente Löschung von Hashtags, unter denen diese Inhalte leicht gefunden werden können. Oder durch die Implementierung von Jugendschutz-Vorkehrungen, die es Influencer:innen ermöglichen, ihre Inhalte jugendschutzkonform anzubieten. Wünschenswert wäre die Einrichtung eines Systems, mit dem Inhalteanbieter:innen ihre Angebote mit einer Altersstufe versehen können, nach der die Inhalte von entsprechend eingerichteten Jugendschutzsystemen gefiltert werden können.



#High

Drogenverherrlichung bei TikTok & Co. weit verbreitet – Angebote dürften laut Gesetz nicht frei zugänglich für Minderjährige sein

<https://www.kjm-online.de/service/pressemitteilungen/meldung/drogenverherrlichung-bei-tiktok-co-weit-verbreitet-angebote-duerften-laut-gesetz-nicht-frei-zugaenglich-fuer-minderjaehrige-sein>

Viel zu gewöhnlich: Online-Pornografie in sozialen Medien

Auch in sozialen Medien, die viele täglich nutzen, kann man auf Pornografie stoßen – zum Beispiel in der Google-Bildersuche oder auf Twitter.

Bereits seit 2019 meldet die MA HSH regelmäßig pornografische Profile an Twitter. Deren Anbieter:innen müssen mit einem Altersverifikationssystem sicherstellen, dass nur Erwachsene Zugang zu ihren Inhalten haben, Kinder und Jugendliche diese hingegen nicht aufrufen können. Twitter hält ein solches Altersverifikationssystem nicht vor. Dennoch nutzen zahlreiche Porno-Darsteller:innen die Plattform, um für ihre Inhalte zu werben – teils mit enormen Followerzahlen. Warnhinweise auf „sensibles Material“ können einfach weggeklickt werden und schrecken Minderjährige in der Regel nicht ab, sondern wecken – ganz im Gegenteil – eher ihre Neugier.

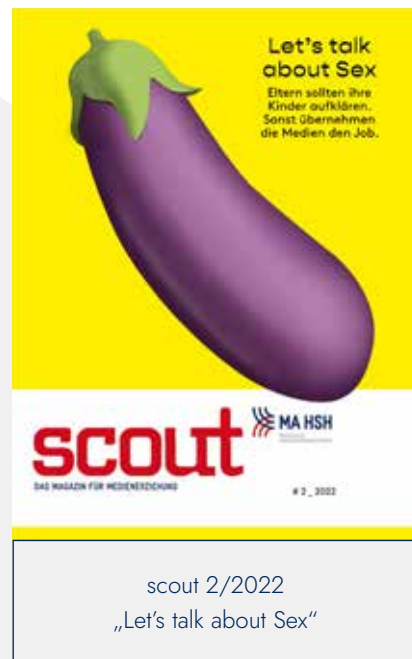
Die Verbreitung pornografischer Inhalte an Minderjährige stellt eine Straftat nach § 184 Strafgesetzbuch (StGB) dar. Die polizeiliche Kriminalstatistik zeigt, dass 41 Prozent der diesbezüglich Tatverdächtigen unter 18 Jahre alt sind. Oftmals leiten sie pornografische Bilder und Videos über Chats weiter, ohne sich der Strafbarkeit bewusst zu sein. Es ist daher wichtig, Kinder und Jugendliche über die rechtlichen Konsequenzen aufzuklären.

Wie Eltern ihre Kinder davor schützen können, online mit pornografischen Inhalten in Kontakt zu kommen, thematisiert die MA HSH in scout, ihrem Magazin für Medienerziehung.

Im Dezember 2022 erhielt die MA HSH einen Hinweis auf kinder- und jugendpornografische Posts bei Twitter. Es handelte sich dabei um Videos, die sexuelle Handlungen zwischen Männern und minderjährig anmutenden Mädchen zeigten und gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 10 (Kinder- und Jugendpornografie) des Jugendmedienschutz-Vertrags (JMStV) verstießen. Die MA HSH meldete die Tweets deshalb an Twitter, woraufhin die Plattform unmittelbar mit der Sperrung der Tweets reagierte. Da es sich bei der Verbreitung von kinder- und jugendpornografischen Inhalten außerdem um eine Straftat nach § 184c StGB handelt, erstattete die MA HSH parallel Strafanzeige gegen unbekannt. Die Ermittlungen der Strafverfolgungsbehörden dauern noch an.

Bei der Verbreitung von kinder- und jugendpornografischen Inhalten wird die Plattform schnell tätig. Bei pornografischen Inhalten, die Erwachsene zeigen, ist das schwieriger. Zuletzt ging die MA HSH gemeinsam mit neun weiteren Landesmedienanstalten in einer konzertierten Aktion gegen 87 reichweitenstarke Profile auf Twitter vor. Da die Profile anonym betrieben wurden, nahm sie Twitter als Hostprovider in die Pflicht. Als solcher ist der Plattformbetreiber verpflichtet, Rechtsverstöße zu entfernen, sobald er von ihnen Kenntnis hat. In Absprache mit den irischen Aufsichtsbehörden sendeten die Medienanstalten Anhörungschriften an Twitter und leiteten ein förmliches Verfahren gegen die Plattform ein. Twitter reagierte auf diese Anhörungschriften mit Sperrungen der Profile.

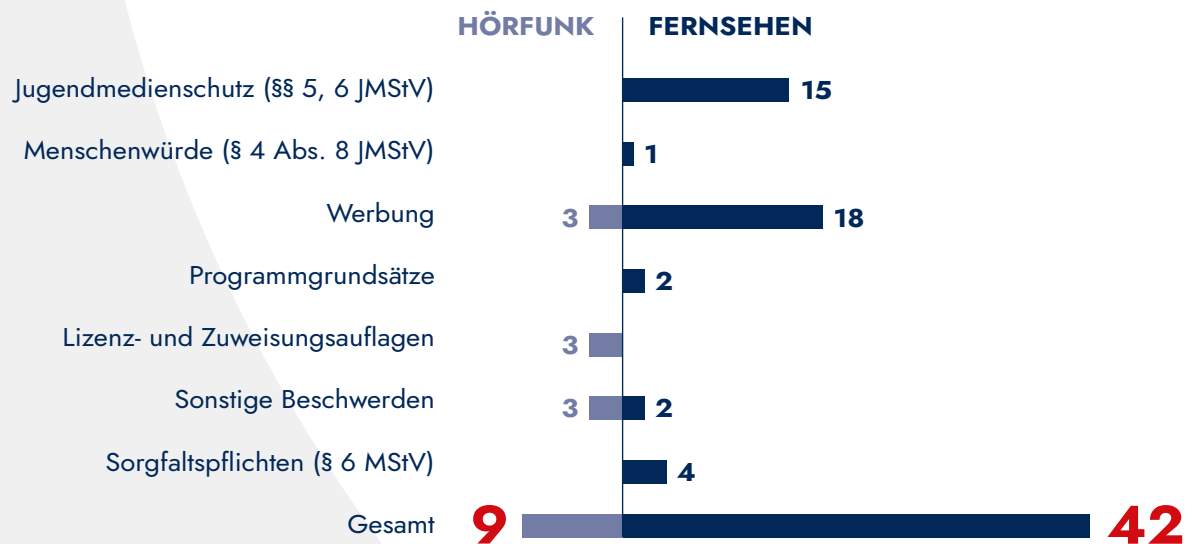
Die Plattform reagiert bislang also lediglich auf Meldungen (notice and takedown), wird aber nicht selbst aktiv tätig. Wichtig wäre insbesondere, dass auch Twitter seinen Nutzer:innen eine Altersverifikationsmöglichkeit zur Verfügung stellt. Denn dadurch gewinnen alle: Jüngere Nutzer:innen werden geschützt, ohne dass die Inhalte auch von und für erwachsene(n) Nutzer:innen gesperrt werden müssen.



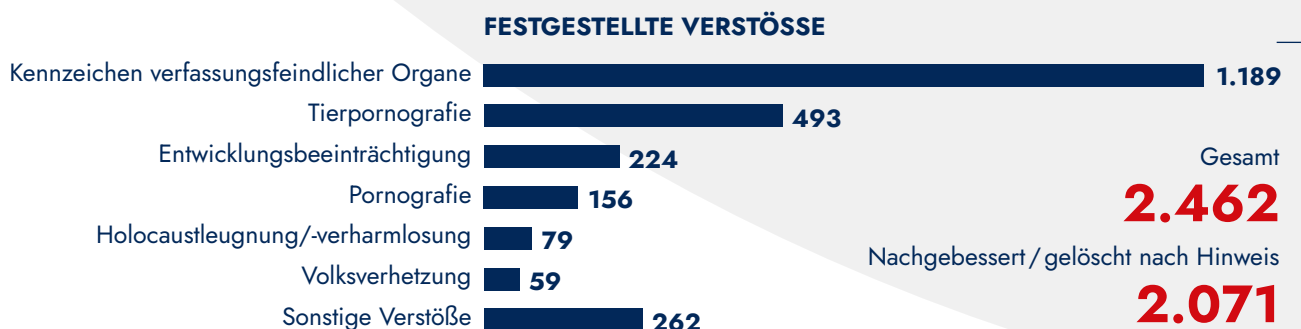
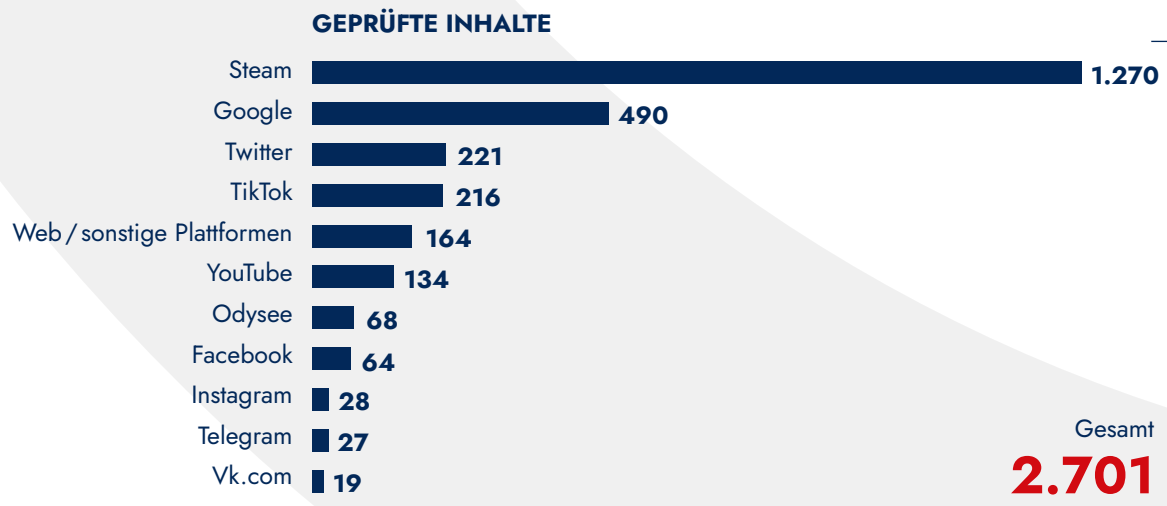
https://www.scout-magazin.de/printausgaben/hefte.html?file=files/magazin/2022/SCOUT-2-2022_Lets%20talk%20about%20Sex_final.pdf

Auf einen Blick: Prüffälle Rundfunk und Telemedien

RUNDFUNK



TELEMEDIEN



3

TRANSPARENZ

Um Meinungsvielfalt und eine informierte Mediennutzung zu gewährleisten, braucht es Transparenz. Aus diesem Grund regeln Vorgaben im Medienstaatsvertrag, dass zum Beispiel Auswahlentscheidungen der Anbieter von Medienintermediären transparent sein müssen. Vorgaben der Werberegulierung und der Anbieterkennzeichnung sorgen ebenfalls für Transparenz und schützen so die Nutzer:innen vor Irreführung und Betrug.

Die MA HSH ist in allen drei Feldern aktiv. Durch die Funktion der MA HSH-Direktorin als Themenbeauftragte für Intermediäre der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Zuständigkeit der MA HSH für nahezu alle relevanten Medienintermediäre – darunter Facebook, Instagram, Google, YouTube und TikTok – kommt ihr hierbei eine Vorreiterrolle zu.

Luft nach oben: Zu wenig Transparenz bei Medienintermediären

Soziale Netzwerke und algorithmisch gesteuerte Suchmaschinen selektieren, sortieren und verbreiten Informationen und beeinflussen so Meinungsbildungsprozesse. Diese Macht potenziert sich durch den Einsatz KI-gesteuerter Chatsysteme. Dennoch halten Netzwerke und Suchmaschinen Transparenzangaben für Nutzer:innen nur schwer auffindbar vor.

Nutzer:innen müssen also mehr denn je wissen, wie täglich zur Informations- und Nachrichtennutzung genutzte Medienintermediäre funktionieren. Die Transparenzverpflichtungen nach § 93 des Medienstaatsvertrags (MStV) sind daher aktueller denn je. Sie verlangen, dass Medienintermediäre nicht nur die zentralen Parameter für die Auswahl, Sortierung und Präsentation von Nachrichten transparent machen. Vielmehr müssen diese Angaben für Nutzer:innen auch leicht auffindbar sein. Transparenzangaben, die Nutzer:innen nicht finden, haben keinen Effekt.

Dies ist weiterhin ein großes Problem. Die Studie „Medienintermediäre transparent“ der Medienanstalten aus dem Jahr 2022 zeigt dies deutlich: Zwar sind häufig ausführliche Transparenzangaben der Anbieter vorhanden. Weil aber Verlinkungen in mobilen Anwendungen fehlen, fünf oder mehr Clicks bis zum Ziel vonnöten oder Bezeichnungen für Nutzer:innen missverständlich sind, sind sie oft nur schwer aufzufinden. Teilweise, so zeigt die Studie weiter, sind Transparenzangaben sogar erst über eine aktive Suche oder Q&A-Informationen überhaupt auffindbar. Viele der Befragten haben daher den Schluss gezogen, dass Anbieter möglicherweise Informationen zum Dienst verheimlichen wollten.

Die MA HSH hat nicht zuletzt aufgrund der Studienergebnisse Regulierungsgespräche mit sämtlichen Medienintermediären in ihrem Zuständigkeitsbereich (TikTok, Google, YouTube, Instagram und Facebook) geführt und hierbei die Notwendigkeit von Anpassungen an die gesetzlichen Vorgaben eingefordert. Gegen die Google Ireland Limited laufen wegen der Zugangsgestaltung der Transparenzangaben in den Angeboten YouTube und Instagram zudem förmliche Aufsichtsverfahren, auch wenn diese Anbieter aufgrund der Interventionen der MA HSH bereits Nachbesserungen vorgenommen haben.

Die Transparenzregulierung wird auch zukünftig verstärkt Anstrengungen der MA HSH notwendig machen, wenn es nach der Bewertung der Auffindbarkeit von bereitgestellten Transparenzangaben an die Überprüfung der Vollständigkeit und der Verständlichkeit der Erläuterungen geht. Die Medienanstalten haben mit der Satzung zur Regulierung von Medienintermediären diesbezüglich bereits konkrete Vorgaben gemacht. Nun müssen sich Anbieter und ihre Angaben hieran messen lassen.

Zukünftig ist zudem von einer immer stärkeren Europäisierung der Transparenzregulierung auszugehen, da Transparenz auch seitens der EU-Kommission als Regulierungswerkzeug eingesetzt wird. Dies zeigt nicht nur der aktuelle Entwurf zum sogenannten AI-Act, sondern auch der Digital Services Act (DSA). Dieser sieht zu § 93 MStV vergleichbare Vorgaben für sogenannte Very Large Online Platforms (VLOPs) wie beispielsweise Facebook oder Google Search vor. Während sich die EU-Vorschriften auf die Verwirklichung im europäischen Wirtschaftsraum richten, bleibt die Vielfaltsregulierung jedoch in der Kompetenz der Mitgliedsstaaten, in Deutschland also bei den Ländern.



Studie
„Medienintermediäre transparent“

<https://www.die-medienanstalten.de/medienintermediaere-transparent>

Weniger Beschwerden: Werbeaufsicht erfolgreich

Die MA HSH überprüft die in ihrem Zuständigkeitsbereich liegenden Angebote in Rundfunk – darunter auch das bundesweite Fernsehprogramm Sat.1 - und in Telemedien regelmäßig stichprobenartig unter anderem auch auf die Einhaltung der medienrechtlichen Werbebestimmungen. Im Jahr 2021 gab es 35 Beschwerden, 2022 nur noch 14 Beschwerden, die lediglich in einem Fall zu einer aufsichtsbehördlichen Maßnahme führten. Dabei ging es um den Sender Rocketbeans TV, in dessen Programm versäumt worden war, eine Sendung mit einem Hinweis auf Produktplatzierung zu versehen. Gegen den Sender wurde eine förmliche Beanstandung ausgesprochen. Andere Beschwerden, bei denen es in den meisten Fällen um die Häufigkeit und Dauer der Werbeunterbrechungen im Fernsehen ging, waren unbegründet. Dass die Dauer der Fernsehwerbung überhaupt Gegenstand von Programmbeschwerden war, lag insbesondere auch an der zum Jahresende 2020 in Kraft getretenen Gesetzesänderung in diesem Bereich. Bislang war die Werbehöchstmenge im Fernsehen auf 20 Prozent beziehungsweise 12 Minuten pro Stunde begrenzt. Nach der Neuregelung gilt die 20-Prozent-Grenze nicht mehr für jeden einzelnen Stundenzzeitraum, sondern für größere spezifizierte Zeitspannen. So darf ein TV-Veranstalter beispielsweise von 18.00 Uhr bis 23.00 Uhr die Werbehöchstmenge von 60 Minuten innerhalb dieses Zeitfensters frei platzieren. Alles in allem ist zu erwarten, dass das Beschwerdeaufkommen in diesem Bereich künftig rückläufig ist. Rückläufig ist auch die Nachfrage der Hörfunk- und Fernsehveranstalter nach Beratung durch die MA HSH zu besonderen werberechtlichen Fragestellungen, etwa zur rechtskonformen Gestaltung von Sponsorhinweisen. Aus allem lässt sich der Schluss ziehen, dass die von der MA HSH lizenzierten Rundfunkveranstalter die relevanten Werbebestimmungen kennen und einzuhalten wissen.

Im Telemedienbereich ist das Beschwerdeaufkommen bei der MA HSH mit 42 Beschwerden im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls leicht rückläufig (2021: 46). Darüber hinaus gingen zahlreiche Beschwerden bei der MA HSH ein, die nicht in ihren Zuständigkeitsbereich fielen und an die entsprechenden Stellen weitergeleitet wurden. In allen Fällen ging es um die fehlende oder unzureichende Kenntlichmachung von werblichen Inhalten. Die Anbieter hatten keine bis wenig Kenntnisse über die Werbekennzeichnungsvorschriften und haben nach entsprechender Aufklärung durch die MA HSH unverzüglich nachgebessert. Aufsichtliche

Maßnahmen waren deswegen nicht erforderlich. Stichprobenartige Nachkontrollen zeigen, dass die niedrigschwellige Ansprache und die Informationsarbeit der MA HSH zu einer nachhaltigen Sensibilisierung der Anbieter geführt haben. Die MA HSH wird auch überregional als eine zentrale Aufsichtsinstanz in diesem Bereich wahrgenommen. Ihre Informations- und Aufklärungsarbeit muss fortgeführt und gegebenenfalls intensiviert werden.



**Die langjährige Praxis der
Werbeaufsicht zeigt insbesondere bei
den Rundfunksendern Wirkung:**

**Gegenüber dem Vorjahr ist hier
das Beschwerdeaufkommen um**

60%
gesunken.

Fass ohne Boden: Impressumsangaben oft nicht vorschriftsmäßig

Fehlt das Impressum, sind Beschwerden oder die Rückgabe von Online-Käufen nicht möglich. Webseitenbesucher:innen sollten daher wissen, mit wem sie es zu tun haben.

Nach wie vor finden sich im Internet betrügerische Telemedienangebote, über die beispielsweise Markenprodukte zu Spottpreisen angeboten werden, die dann aber nie oder in minderer Qualität geliefert werden. Bei fehlenden oder falschen Impressumsangaben ist eine Rückgabe oder Beschwerde beim Anbieter jedoch nicht möglich – das Geld aber dennoch weg.

Die Anbieterkennzeichnung liefert Nutzer:innen unmittelbar wesentliche Informationen über verantwortliche Anbieter- oder Vertragspartner:innen und ermöglicht es ihnen auch, ihre Rechte gegenüber Verantwortlichen geltend zu machen. Die MA HSH überprüft die Einhaltung der Anbieterkennzeichnungspflichten in Telemedien, deren Anbieter ihren Sitz in Hamburg oder Schleswig-Holstein haben.

Neben Privatpersonen wenden sich auch andere Wettbewerber, Institutionen und Behörden mit Hinweisen auf fehlende oder mangelhafte Impresen in Telemedienangeboten an die MA HSH. Kann ein Anbieter ermittelt werden, wird dieser auf den Mangel hingewiesen und ihm Gelegenheit zur Nachbesserung gegeben. Dies geschieht in der Regel. Hat der Anbieter seinen Sitz außerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs, gibt die MA HSH die Angelegenheit an die zuständige Institution ab. In wenigen Fällen kann auch nach aufwendigen Recherchen und Ermittlungen kein Anbieter ausgemacht werden.

Die Überprüfung der Einhaltung der Impressumspflichten durch die MA HSH hat an Relevanz nicht verloren und bleibt im Interesse des Nutzer:innenschutzes eine wichtige Aufgabe.

Im Berichtszeitraum
ging die MA HSH

239



Hinweisen auf fehlende oder mangelhafte Impresen nach – eine deutliche Steigerung gegenüber den Vorjahren 2021 und 2020.

107

103

4

STANDORTFÖRDERUNG

Eine demokratische Gesellschaft lebt vom Austausch und der Diskussion. Grundlage hierfür ist eine vielfältige Informations- und Nachrichtenbasis – auch und gerade auf regionaler und lokaler Ebene. Nur mit ihr sind Bürger:innen in der Lage, am demokratischen Gemeinwesen teilzuhaben und ihr Land mitzugestalten. Daher setzt sich die MA HSH für Erhalt und Stärkung vielfältiger Medienlandschaften in Hamburg und Schleswig-Holstein ein.

Voll digital?

Hörfunk in Hamburg und Schleswig-Holstein

Darüber, dass die Zukunft der Hörfunkverbreitung digital und Bestandteil eines digitalen Audioversums ist, besteht weitgehend Konsens. Dass allerdings nahezu das gesamte Spektrum der bislang über UKW verbreiteten Hörfunkprogramme – und natürlich noch viel mehr – schon heute auch über DAB+ verfügbar ist, das unterscheidet die Länder Hamburg und Schleswig-Holstein von nahezu allen anderen Bundesländern. In der Metropolregion Hamburg umfasst das Hörfunkangebot über DAB+ seit dem Start des zweiten Programmpakets (sog. Multiplex) mit privaten Hörfunkprogrammen im April 2022 mittlerweile 69 Programme – von klassischen Mainstream-AC-Angeboten über Kinderprogramme bis hin zu Programmen für die LGBTIQ-Community.

Bedenkt man, dass Hamburg einer der attraktivsten Hörfunkmärkte in Deutschland und das Verhältnis von Kosten und Reichweite im bundesweiten Vergleich sehr günstig ist, ist das vielleicht nicht so erstaunlich. Dass in einem Flächenland wie Schleswig-Holstein mittlerweile ebenfalls bis zu 45 Programme je nach Region empfangbar sind – und dies nahezu flächendeckend –, dagegen umso mehr. Es ist das Ergebnis beharrlicher Bemühungen von MA HSH, Landespolitik, Plattformbetreibern und Veranstaltern.

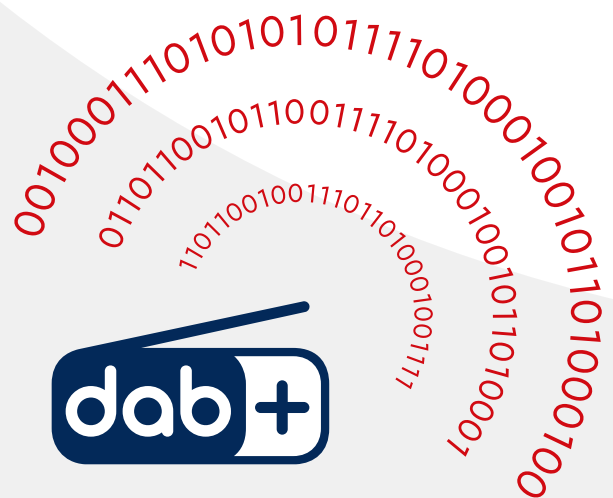
In einem Modellversuch, initiiert von MA HSH und mitgetragen von NDR und Staatskanzlei Schleswig-Holstein, konnte seit März 2020 das Wissen um und die Akzeptanz von DAB+ deutlich erhöht werden: Weit über 70 Prozent der Bevölkerung – so ein Ergebnis der begleitenden Forschung zum Modellversuch – betrachten UKW längst als Auslaufmodell und sehen in DAB+ den terrestrischen Verbreitungsweg der Zukunft. Im April 2022 schrieb die MA HSH entsprechend Übertragungskapazitäten für einen ganz Schleswig-Holstein umfassenden DAB+ Plattformbetrieb aus.

Erfolgreiches Verständigungsverfahren

Nach Ende der Ausschreibungsfrist sah sich die MA HSH drei Anträgen auf Zuweisung der Kapazitäten für den Plattformbetrieb gegenüber und entschied sich, auf eine Verständigung zwischen den drei Antragstellern hinzuwirken. Mit Erfolg. So konnte nicht nur ein bruchloser Übergang vom Modellversuch in den DAB+ Regelbetrieb erreicht werden, sondern auch ein Startnetz mit acht Senderstandorten, wodurch schon zu Beginn des Regelbetriebs weit mehr als die geforderten 70 Prozent der Bevölkerung DAB+ werden empfangen können.

Aufgrund der vertraglichen Verständigung konnte der Medienrat der MA HSH der Media Broadcast im August 2022 die DAB+ Kapazitäten für Schleswig-Holstein zuweisen.

Eine vollständige Digitalisierung der Hörfunklandschaft muss alle Veranstalter umfassen. Dieses Anliegen wurde medienpolitisch unterstützt durch die Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein, die eigens einen runden Tisch zur Digitalisierung des Hörfunks initiierte, um alle Akteur:innen in die Ausgestaltung einer Migrationsstrategie einzubeziehen. Die politische Flankierung sowie das Bekenntnis vieler Programmveranstalter zu einer digitalen Zukunft des Hörfunks lassen erwarten, dass mit dem Start von DAB+ in Schleswig-Holstein ein großer Schritt hin zu einer Volldigitalisierung des Hörfunks in Norddeutschland gemacht wurde. Denn der Medienstaatsvertrag Schleswig-Holstein sieht vor, dass UKW-Frequenzen, die durch Auslaufen oder die Rückgabe von Zuweisungen frei werden, nicht neu ausgeschrieben werden. Bereits 2025 werden so erste Hörfunkprogramme in Schleswig-Holstein nur noch digital empfangbar sein. Weitere werden folgen – je schneller, desto wirtschaftlich und energetisch sinnvoller.



Für regionale und lokale Medienvielfalt: Ideenwettbewerb in Schleswig-Holstein

„Medien vor Ort“ leisten einen elementaren Beitrag zur Information der Bevölkerung und sind Grundlage für Meinungsbildung und gesellschaftliche Teilhabe. Die Förderung demokratischer Öffentlichkeit ist eine der wichtigsten Aufgaben im Zuge der digitalen Transformation unserer Gesellschaft. Das gilt in besonderem Maße auch auf regionaler und lokaler Ebene.

Die Digitalisierung der Medien hat in den letzten Jahren jedoch nicht zu einem Zuwachs, sondern eher zu einer Abnahme von lokalen und regionalen journalistischen Angeboten geführt. Und das, obwohl nach den Ergebnissen der Mediengewichtungsstudie der Medienanstalten das Interesse und der Bedarf an lokaler Information gerade in Flächenländern wie Schleswig-Holstein besonders groß sind. Die digitale Transformation der Medienwelt muss sich also auch auf lokaler und regionaler Ebene vollziehen, damit auch lokale und regionale Medien zukünftig ihren Teil zur Stärkung der Medien-, Informations- und Meinungsvielfalt beitragen können. Das stellt für ein Flächenland wie Schleswig-Holstein eine besondere Herausforderung dar.

Vor diesem Hintergrund hat die Landesregierung Schleswig-Holstein beschlossen, sich für eine Stärkung der Medien- und Informationsvielfalt einzusetzen und die MA HSH gebeten, die Umsetzung eines „Ideenwettbewerbs zur Förderung lokaler und regionaler Medienvielfalt“ zu übernehmen. Mit ihm soll die Entwicklung von digitalen Projekten, die zu einer Stärkung journalistischer Vielfalt beitragen, vorangetrieben und eine weitere Erosion vorhandener Angebote verhindert werden.

Um schärfer zu konturieren, welche Art von digitalen Projekten einen solchen Beitrag leisten könnten, hat die MA HSH im September 2022 ein ausführliches Werkstattgespräch mit allen wichtigen Akteuren der Medienlandschaft Schleswig-Holsteins geführt. Anschließend wurden Ausschreibung und Förderrichtlinie entwickelt. Wie es damit weiterging und welche spannenden Projekte entstanden sind – das erfahren sie in unserem nächsten Jahresbericht.

„Medienvielfalt ist enorm wichtig für unsere Gesellschaft und das Funktionieren unserer freiheitlich-demokratischen Grundordnung. Deshalb beobachte ich mit Sorge, dass es immer weniger lokale und regionale journalistische Angebote gibt. Der von der Landesregierung initiierte Ideenwettbewerb ist ein wichtiger Schritt zur Stärkung der Medienangebote und zur Förderung der Medienvielfalt in unserem Land.“

Dirk Schröter,
Digitalisierungsminister Schleswig-Holstein

Auch beim MA HSH-Jahresempfang kamen Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien zum Thema Standortförderung ins Gespräch.



MA HSH
Jahresempfang 2022 in Kiel

DANIEL GÜNTHER
Ministerpräsident Schleswig-Holstein

EVA-MARIA SOMMER
Direktorin der MA HSH

<https://www.ma-hsh.de/infothek/veranstaltungen/jahresempfang-2022-bericht-2022.html>

5

ZULASSUNGSWESEN

Eine Aufgabe der MA HSH ist die Zulassung von privatem Rundfunk und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten. Für die Veranstaltung von Rundfunkprogrammen in Fernsehen oder Hörfunk benötigen private Veranstalter eine medienrechtliche Zulassung einer Landesmedienanstalt. Während die Zulassung unabhängig von technischen Übertragungskapazitäten erteilt wird, betrifft die Zuweisung die Nutzung konkreter Übertragungskapazitäten.

Hörfunk und Fernsehen im Norden: Zulassungen und Zuweisungen



HÖRFUNK

Zulassung:

- Radio Flensburg UG
(für das Hörfunkspartenprogramm „Radio Flensburg“ für Schleswig-Holstein – noch nicht auf Sendung)
- Radio Wellenrausch im Hansebelt UG
(für das Hörfunkvollprogramm „Radio Wellenrausch“ für Schleswig-Holstein & Hamburg – noch nicht auf Sendung)
- REGIOCAST GmbH & Co KG
(für das Hörfunkvollprogramm „barba radio“ für Hamburg)

Zuweisung:

- Media Broadcast GmbH
(Zuweisung von DAB+ Übertragungskapazitäten für die digitalterrestrische Verbreitung von Hörfunkprogrammen und Telemedienangeboten in Schleswig-Holstein)



FERNSEHEN

Übertragung der Zulassung:

- KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. KG
(Übertragung auf Herrn Frank Otto & Herrn Jürgen Hunke – mittlerweile übertragen an Frau Seyhan Yigit)

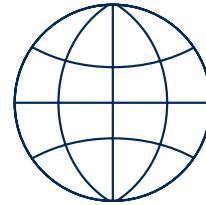


DIE MA HSH

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.

Aufgaben

Sie haben weiteres Interesse an unserer Tätigkeit?
Eine Übersicht sowie Informationen zu aktuellen
Entwicklungen finden Sie auf:



www.ma-hsh.de

www.ma-hsh.de



Aufgaben

<https://www.ma-hsh.de/ma-hsh/aufgaben.html>



Arbeitsfelder

<https://www.ma-hsh.de/aufsicht.html>



Rechtsgrundlagen

<https://www.ma-hsh.de/service/rechtsgrundlagen.html>

Struktur

Die MA HSH wird durch zwei Organe vertreten: die Direktorin und den Medienrat.

Direktorin

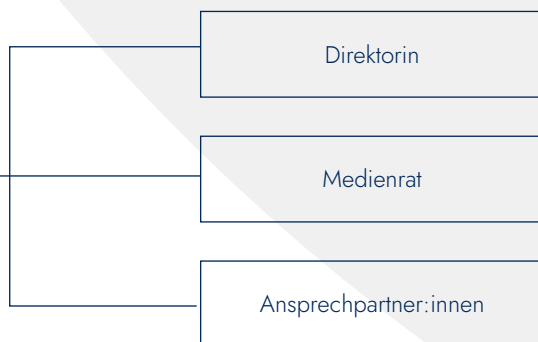
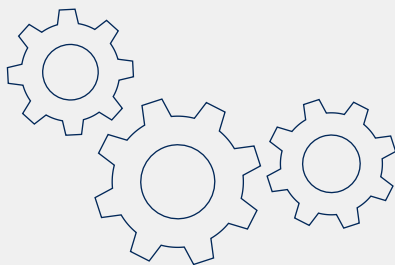
Seit 1. März 2022 führt Eva-Maria Sommer die Geschäfte der MA HSH. Sie folgt auf Thomas Fuchs, der die MA HSH zum 31. Oktober 2021 verlassen hat.

Eva-Maria Sommer setzt sich auch bundesweit für die Themen der MA HSH ein. Sie ist Themenbeauftragte „Intermediäre“ der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und Ersatzmitglied der Kommission zur Ermittlung von Konzentration im Medienbereich (KEK). Bei der Geschäftsführung der MA HSH wird die Direktorin von 22 Mitarbeiter:innen unterstützt.

Zu den Aufgaben der Direktorin 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
- Zusammenarbeit mit anderen Landesmedienanstalten.

Stellvertretende Direktorin der MA HSH ist Simone Lingens (Stand Mai 2023).



<https://www.ma-hsh.de/ma-hsh/direktor.html>

<https://www.ma-hsh.de/ma-hsh/medienrat.html>

<https://www.ma-hsh.de/ma-hsh/kontakt-anfahrt/ansprechpartner.html>

Struktur

Medienrat

Der amtierende Medienrat besteht aus neun ehrenamtlichen Mitgliedern, von denen vier in Hamburg durch die Bürgerschaft und fünf in Schleswig-Holstein durch den Landtag gewählt wurden. Er ist ein Entscheidungsgremium von Sachverständigen, die in besonderer Weise über Kenntnisse und Befähigungen in medienrelevanten Gebieten verfügen. Der amtierende Medienrat trat am 14. Dezember 2022 zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen. Sein Vorsitzender ist Sebastian Schulze. Die fünfjährige Amtszeit des vorangegangenen Medienrats mit seinem Vorsitzenden Lothar Hay endete am 31. Oktober 2022. Der Medienrat tagte im Jahr 2022 fünf Mal, um über anstehende Entscheidungen zu beraten und abzustimmen.

Mitglieder des MA HSH-Medienrats

Bis 31. Oktober 2022

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

Ab 14. Dezember 2022

Michaela Beck
 Emma Luisa Döhler
 Esther Geißlinger
 Dr. h. c. Jürgen Koppelin
 Karsten Lüchow
 Manuela Steensen-Ross
 Sebastian Schulze
 Steffen Voss
 Heino Windt



„Die Vielfalt an Themen, die den Medienrat beschäftigen, steht für die ungebrochen große Relevanz privater Medien in Hamburg und Schleswig-Holstein. Diese spielen eine wichtige Rolle bei der Information der Bevölkerung und sind Grundlage für Meinungsbildung und gesellschaftliche Teilhabe. Ich freue mich darauf, die vor uns liegenden wichtigen Aufgaben gemeinsam mit meinen Kolleg:innen und MA HSH-Direktorin Eva-Maria Sommer anzupacken.“

Sebastian Schulze,
 Vorsitzender des Medienrats der MA HSH

Finanzierungsgrundlagen

Die Haupteinnahmequelle der MA HSH ist ihr Anteil am einheitlichen Rundfunkbeitrag.

Seit 2017 werden 68 Prozent dieser Mittel vom Gesetzgeber für andere Zwecke verwendet, lediglich 32 Prozent gehen an die MA HSH.

Insgesamt standen ihr im Jahr 2022 damit Einnahmen in Höhe von rund 3,48 Millionen Euro zur Verfügung – dauerhaft zu wenig, um den vielfältigen Aufgaben gerecht zu werden.

EINNAHMENSTRUKTUR 2022



AUSGABENSTRUKTUR 2022



Bundesweite Zusammenarbeit

Die Aufsicht über den Rundfunk ist Ländersache. Allerdings machen Fernsehen, Hörfunk und vor allem das Internet nicht an Landesgrenzen halt, sodass die 14 Landesmedienanstalten als „die medienanstalten“ eng zusammenarbeiten – im Interesse der Gleichbehandlung privater Rundfunkveranstalter und der besseren Durchsetzbarkeit der Entscheidungen einzelner Anstalten.

Bei bundesweiten Fällen treffen die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) im Rahmen ihrer jeweiligen Zuständigkeiten für alle Medienanstalten verbindliche Entscheidungen.

Durch ihre Nähe zu den regulatorischen Anbietern engagiert sich die MA HSH in der KJM besonders stark und stellt neben Eva-Maria Sommer als Mitglied der Kommission ein ständiges Prüfgruppenmitglied, leitet die AG Google & YouTube und ist aktives Mitglied der AGs „Grundsatzfragen“ und „Verfahren“.

Für die Digitalisierung des Rundfunks und die Entwicklung der Rundfunkübertragungswege setzt sich MA HSH-Direktorin Eva-Maria Sommer als aktives Mitglied im Fachausschuss Infrastruktur und Innovation der Medienanstalten ein. Dieser sichert unter anderem Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit in Bezug auf den Zugang zu Übertragungswegen sowie Benutzeroberflächen und Medienintermediäre.

Die Zusammenarbeit der 14 Häuser erfolgt außerdem in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM). Insbesondere bei Themen von grundsätzlicher oder besonderer medienpolitischer Bedeutung werden hier Entscheidungen in der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) sowie im Zusammenschluss beider, der Gesamtkonferenz (GK), getroffen. Die Direktorin der MA HSH ist Themenbeauftragte Medienintermediäre der DLM.

Die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten befindet sich in Berlin. Sie koordiniert alle bundesweiten Belange der Aufsicht über den privaten Rundfunk, Jugendschutz, Medienkonzentration, Programm- und Werbeaufsicht, Plattformregulierung und die Auswahlentscheidungen für digitale Kapazitäten.

Nähere Informationen zu den Medienanstalten finden sich unter www.die-medienanstalten.de.

Artikel und Beiträge zu aktuellen und relevanten Entwicklungen der Medienbranche finden Sie in der Rubrik Atrium.



die medienanstalten

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

Britta Kussin

Alle Rechte vorbehalten

Norderstedt, im Juni 2023