

## 17. Wahlperiode

### Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Dr. Simon Weiß (PIRATEN)**

vom 13. April 2015 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 14. April 2015) und **Antwort**

### **TV-Lebensberatung, Mehrwertnummern, Teleshopping – Kann die mabb neun live und Co. einen Riegel verschieben?**

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Unter Bezugnahme auf den Fünfjahresbericht der mabb 2009-2014 (S. 56):

a) Welche konkreten Fragen oder Fälle wurden aufseiten der mabb hinsichtlich Verbraucherschutz und möglicher Irreführungen bearbeitet, welche Stellen waren hier initiativ tätig und gegen welche Anbieter waren Verdachtsmomente gerichtet?

Zu 1. a): Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„AstroTV § 6 GWS: Aussagen über Anruferaufkommen, trotz Auswahl durch einen Redakteur

Teleshopping: Arumin (Auraspray), wurde schließlich von der Verbraucherzentrale gerügt.

Hörfunk: Turboquiz

Rundfunkrechtlich ist im Programm von AstroTV neben den Call In-Sendungen der Hinweis auf die Off Air-Beratung über kostenpflichtige Mehrwertnummern von Belang. Hierbei handelt es sich um Werbung, die als solche gekennzeichnet werden muss.

Weitere möglicherweise problematische Felder, wie der Inhalt der telefonischen Beratungen, die Kosten, die für diese Beratungen entstehen, oder die Qualität und der Nutzen der im Teleshopping angebotenen Produkte fallen nicht in den Bereich des Rundfunkrechtes und damit nicht in den Bereich der MABB.

Gerade im Bereich Esoterik ist die Abgrenzung zwischen Erlaubtem, wenn auch nicht dem Mainstream Entsprechenden, und klaren Verstößen jedoch oftmals schwierig. Da die möglichen Verstöße nicht immer (ausschließlich) rundfunkrechtlicher Natur sind, ist häufig auch der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. in den Feststellungsprozess mit eingebunden.“

b) In welcher Form wurden diese Fragen oder Fälle seitens der mabb bearbeitet, mit welchen Ergebnissen (gern in tabellarischer Form) und wo sind diese Ergebnisse zugänglich gemacht worden?

Zu 1. b): Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Programmbeschwerden werden von der MABB zeitnah durch eigene Mitarbeiter und externe Gutachter geprüft. Es erfolgt eine Auswertung der Mitschnitte, eine Protokollierung möglicher Verstöße und ggfs. das Einleiten eines Aufsichtsverfahrens und die Einbringung in die ZAK.

Bei Verstößen wird auf Beschluss der ZAK ein aufsichtsrechtliches Verfahren durch die MABB eingeleitet, das zu Beanstandungen, Bußgeldern oder gar zum Lizenzentzug führen kann. Demgemäß wurden bei festgestellten Verstößen in der Vergangenheit Aufsichtsverfahren eingeleitet und parallel das konstruktive Gespräch mit dem Veranstalter gesucht, um Missstände zu beheben.

Die Ergebnisse sind nachzulesen in den ALM Jahrbüchern.“

c) Auf welchen Rechtsgrundlagen ist die mabb hier jeweils tätig und wird hier ggf. mit anderen Stellen kooperiert?

Zu 1. c): Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Rechtsgrundlage der Arbeit der MABB sind: der Staatsvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Berlin und Brandenburg im Bereich der Medien (MStV) der Rundfunkstaatsvertrag (RStV), der Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV), die Gewinnspielsatzung (GWS) mit den Auslegungs- und Anwendungsregeln.“

d) Welche Stellen mit wie viel Personaleinsatz sind für die Prüfung derartiger Fragen und Fälle innerhalb der mabb zuständig

Zu 1. d): Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Die Prüfung erfolgt anlassbezogen sowie in eigenen Stichproben durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der MABB sowie bei Bedarf durch externe Gutachter.“

2. In welcher Art betreibt die mabb Aufklärungs- und Präventionsarbeit im Bezug auf Anbieter von TV-Lebensberatung, Teleshopping oder Mehrwertnummern?

Zu 2.: Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Parallel zu den Aufsichtsverfahren ist die MABB in einem intensiven Gesprächs- und Sensibilisierungsprozess mit dem Rundfunkveranstalter, um die Einhaltung rundfunkrechtlicher Bestimmungen zu erwirken. So ist beispielsweise eine Selbstverpflichtung von AstroTV entstanden, an die Astro TV auch weiterhin uneingeschränkt gebunden ist.

Problematisch und ohne angemessene Lösung bleibt nach Ansicht der Landesmedienanstalten allerdings nach wie vor das Problem der Kostenkontrolle für die Anruferinnen und Anrufer bezogen auf die Beratungsleistungen, die über den Bildschirm angeboten bzw. beworben werden.

Die MABB sucht das Gespräch mit entsprechenden Anbietern und wirkt auf die Einhaltung der rundfunkrechtlichen Bestimmungen hin, um Missstände zu beheben. Dies führte unter anderem 2008 zur Erklärung der Selbstverpflichtung durch AstroTV, die einigen zentralen Kritikpunkten der Landesmedienanstalten Rechnung trägt. So hat AstroTV z.B. die Überwachung der internen Selbstkontrolle, was das Auftreten von Beraterinnen und Beratern angeht, erheblich verbessert. Auch die Grenzen des Beratens im Falle von offensichtlich akuten persönlichen Notfällen von Anruferinnen und Anrufern wurden erheblich eingeeengt. Weitere inhaltliche Bestandteile der Selbstverpflichtung sind die Kommunikation der Kosten, der Ausschluss Minderjähriger, die Sicherstellung des Auswahlmechanismus, Mitmachregeln, Irreführung, Falschinformation und Wahlwiederholung.

Es gibt im RStV und der Gewinnspielsatzung (GWS) Bestimmungen, die den Nutzer vor übermäßiger Teilnahme und Irreführung schützen sollen:

So sind Aussagen jeglicher Art, die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind, insbesondere über die Spieldauer, den Gewinn, die Lösungslogik der Aufgabe, die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer, den Schwierigkeitsgrad eines Spiels sowie über die allgemeinen Teilnahmebedingungen und das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer, einschließlich der Möglichkeit, ausgewählt zu werden, unzulässig. Die Vor-

spiegelung eines Zeitdrucks ist unzulässig (§ 6 Abs. 1 GWS).

Auch die Aufforderung zu wiederholter Teilnahme ist unzulässig (§ 8 Abs. 1 GWS). Es darf kein besonderer Anreiz zu wiederholter Teilnahme gesetzt werden. Insbesondere unzulässig sind der Vergleich zwischen Teilnahmeentgelt und Gewinnsumme, Hinweise auf erhöhte Gewinnmöglichkeiten bei Mehrfachteilnahme oder die Darstellung des Gewinns als Lösung für persönliche Not-situationen (§ 8 Abs. 2 GWS). Auch Vergünstigungen, die einen Anreiz zur Mehrfachteilnahme darstellen, sind unzulässig (§ 8 Abs. 3 GWS).

Kinder und Jugendliche sind besonders geschützt: Teilnahmeappelle, die ausschließlich oder ausdrücklich auch an Minderjährige gerichtet sind und deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, sind bei Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen unzulässig (§ 3 Abs. 3 GWS).

Die Anwendungs- und Auslegungsregeln zur GWS konkretisieren diese Bestimmungen:

- So ist es dem Sender zwar unbenommen, moderate Spannungsbögen aufzubauen. Jedoch sind Aussagen jeglicher Art unzulässig, die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind. Dies umfasst unter anderem Aussagen in Einblendungen, in Laufbändern, durch den Moderator, den Redakteur oder sonstige senderseitige Akteure, da der Anbieter unter Zusammenschau dieser Gestaltungselemente das Gewinnspiel/die Gewinnspielsendung gestaltet.

- Ein Verstoß gegen § 6 Abs. 1 GWS liegt bereits dann vor, wenn Inhalte von Angeboten die Eignung zur Irreführung haben oder in sich widersprüchlich sind. Auf den Nachweis einer konkreten Fehlvorstellung beim Nutzer kommt es nicht an.

- Auch Aussagen über die Spieldauer dürfen nicht falsch, widersprüchlich oder geeignet sein, den Nutzer in die Irre zu führen.

- Es darf kein Zeitdruck vorgespiegelt werden. Vorspiegelung von Zeitdruck liegt beispielsweise vor, wenn unzutreffender Weise suggeriert wird, der Durchstellzeitpunkt sei nahe bzw. wenn das nahende Sendeende wahrheitswidrig angekündigt wird.

- Aussagen, die eine Verbindung zwischen der vermeintlichen Anzahl der Zuschauer oder der Sendezeit einerseits und Durchstellwahrscheinlichkeit bzw. Durchstellhäufigkeit andererseits herstellen, sind unzulässig, soweit die Teilnehmer-Auswahl durch den Anbieter (z.B. einen Redakteur) beeinflusst wird.

- Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass es sich um rein technische Auswahlmechanismen handelt, wenn die Auslösung des Mechanismus durch den Sender (z.B. einen Redakteur) beeinflusst oder ausgelöst werden kann. In diesem Fall darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass der Sender keinen Einfluss auf den Zeitpunkt der Durchstellung eines Teilnehmers habe. Insbesondere darf dem Publikum nicht suggeriert werden, dass es selbst Einfluss auf den Durchstellzeitpunkt nehmen könne.

Für Beschwerden bei Problemen zu den nicht über den Bildschirm angebotenen Beratungsleistungen über Mehrwertnummern, für die es keine rundfunkrechtliche Handhabe gibt, stehen Beschwerdemechanismen etwa bei den Verbraucherzentralen oder auch der Staatsanwaltschaft offen. Dasselbe gilt ggfs. für möglicherweise irreführende Werbung im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in den Teleshopping-Sendungen von AstroTV.“

3. Welche Projekte gibt es auf Ebene der Kooperation mit anderen Landesmedienanstalten hinsichtlich der unter 2. genannten Problembereiche und welche Empfehlungen haben sich aus den bisher stattgefundenen Projekten ergeben?

Zu 3.: Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Die Landesmedienanstalten arbeiten in der Arbeitsgemeinschaft der Medienanstalten (ALM), der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) sowie anderen Gremien zusammen und erörtern aktuelle Problemfelder der Aufsicht, so auch Gewinnspiele und Gewinnspielsendungen. Dies führte in der Vergangenheit unter anderem zur Entwicklung der Anwendungs- und Auslegungsregeln zur GWS.“

4. In welcher Form wurden bestehende Rechts- und Regulierungsgrundlagen hinsichtlich der entsprechenden Angebote durch die mabb evaluiert und mit welchen Ergebnissen?

Zu 4.: Die um Auskunft gebetene Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Eine Evaluierung wurde weder von Seiten der ZAK noch von Seiten der mabb durchgeführt. Die in der Vergangenheit entwickelten Anwendungs- und Auslegungsregeln zur GWS trugen „Früchte“. Das Gewinnspielaufkommen bzw. die damit einhergehende Problematik ist danach deutlich zurückgegangen (z.B. Einstellung des Sendebetriebs von 9Live).“

5. Welche Überlegungen gibt es auf Seiten des Senats, im Rahmen zukünftiger Rundfunkänderungsstaatsverträge z. B. §7 bezüglich Werbegrundsätzen und Kennzeichnungspflichten regulatorisch zu stärken und welche konkreten Schritte wurden auf Länderebene hierzu bereits unternommen?

Zu 5.: Die Vorschriften zur Regulierung von Werbung und Sponsoring im Rundfunkstaatsvertrag und im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag sowie in den untergesetzlichen Regelungen sind unter dem Aspekt des Verbraucherschutzes umfassend und ausreichend. Der Senat sieht daher keinen Handlungsbedarf für diesbezügliche Änderungen.

Berlin, den 29. April 2015

Michael Müller  
Regierender Bürgermeister

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. Apr. 2015)