



Amtsblatt für Mecklenburg-Vorpommern

Herausgeber: Justizministerium Mecklenburg-Vorpommern

2021

Schwerin, den 8. Februar

Nr. 6

INHALT

Seite

Verwaltungsvorschriften, Bekanntmachungen

Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern

- Satzung zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach § 54 Abs. 1 des Medienstaatsvertrags
(Satzung Zulassungsfreiheit – ZFS) 42
- Satzung zur Durchführung der Gewinnspielvorschriften des Medienstaatsvertrags
(Gewinnspielsatzung – GSS) 44

Anlage: Amtlicher Anzeiger Nr. 6/2021

Satzung zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach § 54 Abs. 1 des Medienstaatsvertrags (Satzung Zulassungsfreiheit – ZFS)

Bekanntmachung der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV)

Vom 27. Januar 2021

Aufgrund von § 54 Abs. 2 Medienstaatsvertrag (MStV) vom 14. bis 28. April 2020 (GVOBl. M-V 2020 S. 1031) erlässt die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV) übereinstimmend mit den übrigen Landesmedienanstalten folgende Satzung:

§ 1 Zweck der Satzung

Diese Satzung regelt die Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach § 54 Abs. 1 MStV.

§ 2 Geltungsbereich, Zuständigkeit

(1) Diese Satzung gilt für bundesweit ausgerichtete Rundfunkprogramme.

(2) ¹Zuständig ist die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der betroffene Veranstalter seinen Sitz, Wohnsitz oder in Ermangelung dessen seinen ständigen Aufenthalt hat. ²Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig oder hat der Veranstalter seinen Sitz im Ausland, ist die Landesmedienanstalt zuständig, die zuerst mit der Sache befasst worden ist.

§ 3 Verfahren

(1) ¹Auf Antrag des Veranstalters bestätigt die zuständige Landesmedienanstalt das Vorliegen der Zulassungsfreiheit durch Unbedenklichkeitsbescheinigung. ²Antragsbefugt sind private Veranstalter in Bezug auf eigene bestehende oder geplante Rundfunkprogramme.

(2) ¹Der Veranstalter hat darzulegen und glaubhaft zu machen, dass die Voraussetzungen der Zulassungsfreiheit vorliegen. ²Dies gilt unabhängig vom Antrag auf Erteilung einer Unbedenklichkeitsbescheinigung.

(3) ¹Auf Anforderung der zuständigen Landesmedienanstalt hat der Veranstalter die zur Prüfung erforderlichen Unterlagen und Informationen vorzulegen. ²Dies umfasst insbesondere Angaben zu

1. Inhalt des Programms, einschließlich der Zielgruppe und Möglichkeiten der Nutzer zur Interaktion,
2. Häufigkeit und die Dauer der Ausstrahlung,
3. tatsächlich genutzten und geplanten Übertragungswegen,
4. technischer und tatsächlicher Reichweite, aufgeschlüsselt nach Übertragungswegen.

(4) Die Entscheidung über die Zulassungsfreiheit trifft die zuständige Landesmedienanstalt durch die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).

§ 4 Qualitative Kriterien

(1) Bei der Beurteilung der Bedeutung eines Rundfunkprogramms für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung können insbesondere berücksichtigt werden

1. der Grad der journalistisch-redaktionellen Gestaltung,
2. der Grad der visuellen und/oder akustischen Gestaltung,
3. die thematische Zusammensetzung,
4. der Grad der vom Veranstalter eröffneten Möglichkeiten einer Interaktion mit und zwischen den Nutzern,
5. die Häufigkeit und die Dauer der Ausstrahlung.

(2) Für eine nur geringe Bedeutung eines Rundfunkprogramms für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung kann - abhängig vom Einzelfall - sprechen, wenn der Inhalt des Programms

1. ausschließlich oder klar überwiegend die Förderung des Absatzes von Waren oder Dienstleistungen bezweckt,
2. ausschließlich oder klar überwiegend Belange der persönlichen Lebensgestaltung betrifft,
3. aus Sendungen besteht, die im Zusammenhang mit einer öffentlichen Veranstaltung veranstaltet werden,
4. aus Sendungen besteht, die für Einrichtungen angeboten werden, wenn diese für gleiche Zwecke genutzt und die Sendungen nur dort empfangen werden können und im funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen.

§ 5 Quantitative Kriterien

(1) Zur Bestimmung der Anzahl gleichzeitiger Nutzer eines Rundfunkprogramms ist abzustellen

1. im Bereich der internetbasierten Rundfunkübertragung auf den Durchschnitt der Aufrufe pro Minute über die gesamte Dauer des linearen Verbreitungsvorgangs („average concurrent user“) innerhalb eines Sechs-Monats-Zeitraums. Soweit Aufrufe je linearem Verbreitungsvorgang in anderen Zeitintervallen gemessen werden, können diese Zeitintervalle zu Grunde gelegt werden.
 2. im Bereich der Fernsehübertragung über Terrestrik, Satellit und Kabelanlagen auf den Durchschnitt der Anzahl der Seher pro fünf Minuten innerhalb eines Sechs-Monats-Zeitraums. Seher, die ein Programm weniger als 60 Sekunden lang anschauen, bleiben unberücksichtigt.
 3. im Bereich der Hörfunkübertragung über Terrestrik, Satellit und Kabelanlagen auf eine Gesamtschau der zur Verfügung stehenden Reichweitenerhebungen.
- (2) Lässt sich die Anzahl gleichzeitiger Nutzer gemäß Abs. 1 nicht bestimmen oder nutzt ein Rundfunkprogramm unterschiedliche Übertragungswege, ist die Anzahl gleichzeitiger Nutzer im Wege einer Gesamtbetrachtung zu ermitteln.
- (3) Maßgeblicher Beurteilungszeitraum ist in der Regel der Sechs-Monats-Zeitraum vor Einleitung des Verfahrens.

§ 6

Inkrafttreten

¹Diese Satzung tritt am 15. April 2021 in Kraft. ²Sind bis zum 14. April 2021 übereinstimmende Satzungen nicht von allen Landesmedienanstalten erlassen und veröffentlicht worden, wird diese Satzung gegenstandslos. ³Der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) veröffentlicht im Internetauftritt unter der Dachmarke „die medienanstalten“, ob alle Landesmedienanstalten innerhalb der Frist des Satzes 2 übereinstimmende Satzungen erlassen und veröffentlicht haben.

Satzung zur Durchführung der Gewinnspielvorschriften des Medienstaatsvertrags (Gewinnspielsatzung – GSS)

Bekanntmachung der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV)

Vom 27. Januar 2021

Aufgrund von § 72 Satz 1 in Verbindung mit §§ 11 und 74 Medienstaatsvertrag (MStV) vom 14. bis 28. April 2020 (GVOBl. M-V 2020 S. 1031) erlässt die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV) übereinstimmend mit den übrigen Landesmedienanstalten folgende Satzung:

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für Rundfunk im Sinne des IV. Abschnitts des Medienstaatsvertrags und für Telemedien privater Anbieter im Sinne des § 74 MStV, auch soweit es sich um journalistisch-redaktionelle Angebote handelt.

(2) Die Regelungen des Staatsvertrages über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien, des Glücksspielstaatsvertrages, des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb sowie telekommunikationsrechtliche Regelungen bleiben unberührt.

§ 2 Begriffsbestimmungen, Anwendungsbereich

(1) Im Sinne dieser Satzung ist

1. ein Gewinnspiel ein Bestandteil eines Rundfunkprogramms oder eines Telemedienangebots, der den nutzenden Personen im Falle der Teilnahme die Möglichkeit auf den Erhalt eines Vermögenswertes, insbesondere in Form von Geld, Waren oder Dienstleistungen, bietet,
2. eine Gewinnspielsendung ein inhaltlich zusammenhängender, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms oder eines Telemedienangebots von mehr als drei Minuten Länge, einschließlich der Hinweise gemäß §§ 9 und 10, bei dem die Durchführung eines oder mehrerer Gewinnspiele, insbesondere unter Berücksichtigung des zeitlichen Umfangs dieser Spiele, den Schwerpunkt darstellt,
3. die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder einer Gewinnspielsendung der Versuch einer nutzenden Person, unter Nutzung eines dafür geeigneten Kommunikationsweges Kontakt zum/ zur Anbietenden im Hinblick auf den Erhalt einer Gewinnmöglichkeit aufzunehmen,
4. unentgeltlich auch ein Angebot, bei dem für die Nutzung bei telefonischem Kontakt maximal 0,14 Euro, für eine SMS maximal 0,20 Euro, bei postalischem Kontakt die Kosten einer Postkarte pro Teilnahme anfallen.

(2) Für unentgeltliche Angebote finden § 3, § 5 Abs. 2, § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 und 3, Nr. 5 bis 7 sowie § 9 Abs. 2 keine Anwendung.

(3) ¹Die gesetzlichen Werbevorschriften und die Regelungen der Werbesatzung der Landesmedienanstalten bleiben unberührt. ²Sie

gelten insbesondere auch für Preisauslobungen und Darstellung von Gewinnen.

§ 3 Jugendschutz

(1) ¹Minderjährigen darf die Teilnahme an Gewinnspielsendungen nicht gestattet werden. ²Minderjährigen unter 14 Jahren darf die Teilnahme an Gewinnspielen nicht gestattet werden. ³Soweit eine Teilnahme untersagt ist, dürfen keine Gewinne ausgeschüttet werden.

(2) Besonders kinder- und jugendaffine Gewinnspielsendungen, insbesondere die Auslobung von Waren und Produkten als Gewinn, die vor allem auf Minderjährige einen großen Anreiz zur Teilnahme ausüben, sowie Gewinnfragen, die vor allem Kinder und Jugendliche ansprechen, sind unzulässig.

(3) Teilnahmeappelle, die ausschließlich oder ausdrücklich auch an Minderjährige gerichtet sind und deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, sind bei Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen unzulässig.

§ 4 Ausschluss von der Teilnahme

Ein Teilnahmeausschluss darf nur anhand abstrakt-genereller Regelungen erfolgen, die im Vorfeld bekannt gegeben wurden.

§ 5 Transparenz

(1) ¹Gewinnspiele und Gewinnspielsendungen sind transparent zu gestalten. ²Hierzu haben Anbietende im Vorfeld allgemein verständliche Teilnahmebedingungen aufzustellen und auf ihrer Webseite und - sofern vorhanden - im Fernsichttextangebot zu veröffentlichen. ³Bei Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen in Telemedien müssen die Teilnahmebedingungen zudem in demselben Beitrag/Video/Post, in dem zur Teilnahme am Gewinnspiel aufgerufen wird, zumindest unmittelbar verlinkt sein.

(2) Für den Fall, dass Anbietende eines Gewinnspiels/einer Gewinnspielsendung eine Auswahl unter den nutzenden Personen im Hinblick auf die Unterbreitung eines Lösungsvorschlags vornehmen, sind der Einsatz des eingesetzten Auswahlverfahrens, der Auswahlmechanismus selbst und seine Parameter zu protokollieren.

(3) Bei Anwendung eines technischen Auswahlverfahrens haben Anbietende sicherzustellen, dass für jede nutzende Person wäh-

rend der gesamten Dauer des Gewinnspiels/der Gewinnspielsendung die gleiche Chance sowie die grundsätzliche Möglichkeit besteht, ausgewählt zu werden, und dass sowohl der Zeitpunkt als auch die Auswahl der nutzenden Person dem Zufallsprinzip unterworfen sind.

§ 6 Irreführungsverbot

(1) Aussagen jeglicher Art, die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind, insbesondere über die Spieldauer, den Gewinn, die Lösungslogik der Aufgabe, die Anzahl der nutzenden Personen, den Schwierigkeitsgrad eines Spiels sowie über die Teilnahmebedingungen und das Verfahren zur Auswahl der nutzenden Personen, einschließlich der Möglichkeit, ausgewählt zu werden, sind unzulässig.

(2) Unzulässig sind weiterhin:

1. die Vorspiegelung eines Zeitdrucks,
2. die Darstellung des Gewinns als Lösung von persönlichen Not-situationen,
3. die wiederholte Hervorhebung des Unterschieds zwischen Teil-nahmeentgelt und ausgelobter Gewinnsumme.

(3) ¹Eine Abrechnung von Entgelten für die Teilnahme an Gewinn-spielen und Gewinnspielsendungen ist unzulässig, wenn die nut-zenden Personen nicht tatsächlich am protokollierten Auswahl-verfahren teilgenommen haben. ²Bei der telefonischen Teilnahme dürfen beim Schalten des üblichen Besetzzeichens keine Entgelte bei den nutzenden Personen abgerechnet werden.

§ 7 Manipulationsverbot

Veränderungen in einem laufenden Gewinnspiel oder einer Ge-winnspielsendung, insbesondere durch die Abänderung von Spiel-regeln, die Vorspiegelung weiterer oder fehlender nutzender Per-sonen, Eingriffe in die Auswahl unter den nutzenden Personen oder die Rätsellösung sowie die Reduzierung des Gewinns sind unzulässig.

§ 8 Spielablauf, -gestaltung und -auflösung

(1) Die Spielgestaltung und Durchführung der Spiele richten sich nach den Teilnahmebedingungen.

(2) Die Aufgabenstellung eines Spiels muss allgemein verständ-lich und insbesondere auch mit Hilfe der technischen Ausstattung eines durchschnittlichen Haushalts lösbar sein.

(3) Bei Wortfindungsspielen dürfen nur Begriffe verwendet wer-den, die in allgemein zugänglichen Nachschlagewerken oder all-gemein zugänglicher Fachliteratur enthalten sind.

(4) Der ausgelobte Gewinn ist auszuschütten, wenn die in den Teilnahmebedingungen benannten Bedingungen erfüllt sind.

(5) Ist die Teilnahme per Telefon vorgesehen, ist für den Fall, dass eine durchgestellte nutzende Person keinen Lösungsvorschlag abgibt, sofort eine weitere nutzende Person durchzustellen.

(6) ¹Ein Gewinnspiel ist nach seinem Ablauf aufzulösen. ²Anbie-tende haben die Auflösung auf ihrer Webseite und - soweit vorhan-den - im Fernsehtextangebot zu veröffentlichen und dort für die Dauer von mindestens drei Tagen nach Ablauf des Spiels vorzu-halten. ³Die Auflösung hat vollständig und allgemein verständlich unter Erläuterung der Lösungslogik zu erfolgen. ⁴Sie muss genau zuzuordnen und insbesondere auch mit Hilfe der technischen Aus-stattung eines durchschnittlichen Haushalts nachvollziehbar sein. ⁵Bei Gewinnspielsendungen im Rundfunk muss zudem die deut-lich wahrnehmbare und allgemein verständliche Darstellung der Auflösung im Programm erfolgen. ⁶In diesem Fall kann die Auf-lösung auch am Ende der Sendung erfolgen.

§ 9 Informationspflichten

(1) ¹Die nutzenden Personen sind vor ihrer Teilnahme umfassend über alle Umstände aufzuklären, die für die Entscheidung über die Teilnahme von Bedeutung sind. ²Nach Maßgabe des § 10 ist hin-zuweisen auf

1. das Teilnahmeentgelt,
2. den Ausschluss Minderjähriger gemäß § 3 Abs. 1 Satz 1 und 2
3. die Tatsache, dass Gewinne gemäß § 3 Abs. 1 Satz 3 nicht an Minderjährige bzw. Minderjährige unter 14 Jahren ausge-schüttet werden,
4. die Teilnahmebedingungen und die Möglichkeit ihrer Kennt-nisnahme,
5. die Tatsache, dass nicht jede entgeltspflichtige Teilnahme zur Auswahl der nutzenden Person führt,
6. den Zeitrahmen, in dem die Auswahl einer nutzenden Person vor-gesehen ist,
7. die Veröffentlichung der Auflösung gemäß § 8 Abs. 6.

(2) ¹Bei Gewinnspielsendungen ist zudem das eingesetzte Aus-wahlverfahren einschließlich etwaiger Spielvarianten deutlich wahrnehmbar und allgemein verständlich zu Beginn und während des Spielverlaufs zu erläutern. ²Hierbei ist insbesondere genau darzulegen, wie die konkrete Auswahl der nutzenden Personen erfolgt. ³Der Hinweis auf einen von Dritten betriebenen Auswahl-mechanismus ist unzureichend.

(3) In den Teilnahmebedingungen muss insbesondere auf das Teil-nahmeentgelt, den Jugendschutz gemäß § 3 Abs. 1, den Aus-schluss von der Teilnahme gemäß § 4, die konkrete Ausgestaltung eines eingesetzten Verfahrens zur Auswahl der nutzenden Perso-nen (wie beispielsweise Vorzähl- bzw. Vorschaltfaktor), die all-gemeinen Bedingungen für die Ausschüttung eines Gewinns sowie alle Umstände, die für die Einschätzung der eigenen Gewinnmög-lichkeit, insbesondere unter Berücksichtigung der Funktionsweise des eingesetzten Auswahlverfahrens, aus Sicht der nutzenden Per-

sonen relevant sind, sowie auf etwaige Spielvarianten allgemein verständlich hingewiesen werden.

§ 10

Erfüllung der Informationspflichten durch Anbietende oder durch von ihnen beauftragte Personen

(1) Bei Gewinnspielsendungen in Bewegtbildangeboten sind die Informationspflichten gemäß § 9 wie folgt wahrzunehmen:

1. Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 3 sind durch mündliche Hinweise zu Beginn und in höchstens fünfzehnmütigem Abstand sowie eine deutlich lesbare Bildschirmblendung während des gesamten Sendungsverlaufs zu erteilen. Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 können auch alle fünf Minuten durch deutlich lesbare Textlaufbänder mit einer Mindestdauer von zehn Sekunden anstelle einer permanenten Bildschirmblendung erteilt werden.
2. Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4 bis 6 sind zu Beginn und in höchstens dreißigminütigem Abstand mündlich zu erteilen. Zudem sind diese Hinweise während des Spielverlaufs durch ein dauerhaft eingesetztes, deutlich lesbares Textlaufband zu erteilen. Hierbei ist jeder Hinweis in höchstens zehnminütigem Abstand zu berücksichtigen. Auf das Textlaufband ist ebenfalls mindestens alle zehn Minuten mündlich ausdrücklich hinzuweisen.
3. Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 haben durch eine deutlich lesbare Bildschirmblendung von mindestens zehn Sekunden Dauer zu erfolgen.
4. Die Erläuterungen gemäß § 9 Abs. 2 haben sowohl mündlich als auch durch einen zeitgleich für mindestens 30 Sekunden den überwiegenden Teil des Bildschirms füllenden eingeblendeten deutlich lesbaren Text zumindest am Anfang jeder Sendung sowie jeweils im Zeitabstand von 60 Minuten zu erfolgen.

(2) ¹Bei Gewinnspielen in Bewegtbildangeboten, die außerhalb einer Gewinnspielsendung veranstaltet werden, sind jedes Mal, wenn eine konkrete Teilnahmemöglichkeit eröffnet wird, Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 4 mündlich zu erteilen, wenn die Teilnahmemöglichkeit mündlich eröffnet wird, und durch deutlich lesbare Bildschirmblendung, wenn dies durch Einblendung erfolgt. ²Im Rahmen der Darstellung der Auflösung gemäß § 8 Abs. 6 Satz 5 haben Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 durch eine deutlich lesbare Bildschirmblendung von mindestens zehn Sekunden Dauer zu erfolgen.

(3) ¹Bei Gewinnspielsendungen in Audioangeboten sind Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 6 deutlich wahrnehmbar mündlich alle 15 Minuten zu erteilen. ²Hinweise gemäß § 9 Abs. 2 haben zumindest am Anfang jeder Sendung sowie jeweils im Zeitabstand von 60 Minuten zu erfolgen. ³Im Rahmen der Darstellung der Auflösung gemäß § 8 Abs. 6 Satz 5 haben Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 deutlich wahrnehmbar zu erfolgen. ⁴Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 können durch eine kostenfreie Ansage unmittelbar vor der Teilnahme der nutzenden Person erfolgen.

(4) ¹Bei Gewinnspielen in Audioangeboten, die außerhalb einer Gewinnspielsendung veranstaltet werden, sind jedes Mal, wenn eine konkrete Teilnahmemöglichkeit eröffnet wird, deutlich wahrnehmbare mündliche Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 4 zu geben. ²Im Rahmen der Darstellung der Auflösung gemäß § 8 Abs. 6 Satz 5 haben Hinweise gemäß § 9 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 deutlich wahrnehmbar zu erfolgen.

(5) Bei unentgeltlichen Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen ist abweichend von Abs. 1 bis 4 auf die Unentgeltlichkeit bzw. darauf, dass für die Teilnahme ausschließlich ein Entgelt für die Übermittlung einer Nachricht erhoben wird, auf die Teilnahmebedingungen und die Möglichkeit ihrer Kenntnisnahme hinzuweisen.

§ 11

Auskunfts- und Vorlagepflichten

(1) Anbietende von Gewinnspielen/Gewinnspielsendungen haben der zuständigen Aufsichtsbehörde jeweils auf Verlangen und in aktueller Fassung vorzulegen:

1. eine ausführliche Erläuterung etwaiger angewandter Verfahren zur Auswahl der nutzenden Personen einschließlich etwaiger Varianten,
2. die Teilnahmebedingungen unter Angabe ihrer Veröffentlichung,
3. etwaige interne, die Veranstaltung der Sendung und die Durchführung der Spiele betreffende Dienstanweisungen,
4. zur Prüfung des technischen Auswahlmechanismus gemäß § 5 Abs. 2 technische Protokolle über Funktion und konkrete Anwendung eines etwaigen Auswahlmechanismus (wie beispielsweise Angaben zum Vorzählfaktor),
5. einen schriftlichen Nachweis über Personen, die tatsächlich gewonnen haben, sowie über ausgezahlte Gewinnsummen,
6. ausführliche Lösungsskizzen einzelner Spiele sowie ggf. Referenzen,
7. Belege für die Veröffentlichung von Spieldauflösungen gemäß § 8 Abs. 6 Satz 2.

(2) ¹Anbietende haben die betreffenden Daten drei Monate nach Durchführung des Gewinnspiels bzw. Ausstrahlung der Gewinnspielsendung vorzuhalten. ²Telekommunikationsrechtliche und datenschutzrechtliche Regelungen sind zu beachten.

(3) Sofern sich Anbietende zur Durchführung eines Gewinnspiels/einer Gewinnspielsendung Dritter bedienen, sind diese entsprechend zu verpflichten.

§ 12

Ordnungswidrigkeiten

(1) Eine Ordnungswidrigkeit gemäß § 115 Abs. 1 Satz 2 Nr. 10 Medienstaatsvertrag begeht, wer

1. entgegen § 3 Abs. 1 bei konkreten Anhaltspunkten für die Minderjährigkeit einer nutzenden Person bzw. die Minderjährigkeit unter 14 Jahren, das Alter der nutzenden Person nicht überprüft oder bei erwiesener Minderjährigkeit einer nutzenden Person bzw. einer Minderjährigkeit unter 14 Jahren, deren weitere Teilnahme sowie die Gewinnauszahlung nicht unterbindet,
 2. entgegen § 11 Abs. 1 Satz 6 Medienstaatsvertrag ein Gewinnspiel/eine Gewinnspielsendung anbietet, bei dem/der für eine Teilnahme ein Entgelt von mehr als 0,50 Euro verlangt wird,
 3. entgegen § 5 Abs. 1 Satz 2 nicht für die von ihm/ihr veranstalteten Gewinnspiele und Gewinnspielsendungen allgemein verständliche Teilnahmebedingungen aufstellt oder diese nicht veröffentlicht,
 4. bei einem technischen Auswahlverfahren entgegen § 5 Abs. 2 den Einsatz des Auswahlverfahrens, den Auswahlmechanismus und seine Parameter nicht protokolliert,
 5. entgegen § 6 Abs. 1 falsche, zur Irreführung geeignete oder widersprüchliche Aussagen macht,
 6. entgegen § 6 Abs. 2 Zeitdruck vorspiegelt, den Gewinn als Lösung von persönlichen Notsituationen darstellt oder wiederholt den Unterschied zwischen Teilnahmeentgelt und ausgedenkter Gewinnsumme hervorhebt,
 7. entgegen § 7 Eingriffe in ein laufendes Gewinnspiel oder eine laufende Gewinnspielsendung vornimmt,
 8. bei Durchführung und Gestaltung des Spiels gegen die Vorgaben des § 8 verstößt,
 9. entgegen § 9 Abs. 3 in den Teilnahmebedingungen nicht auf das Teilnahmeentgelt, den Jugendschutz gemäß § 3 Abs. 1, den Ausschluss von der Teilnahme gemäß § 4, die konkrete Ausgestaltung eines eingesetzten Verfahrens zur Auswahl der nutzenden Personen (wie beispielsweise Vorzähl- bzw. Vorschaltfaktor) und die allgemeinen Bedingungen für die Ausschüttung eines Gewinns hinweist,
 10. die Informationspflichten entgegen § 10 nicht erfüllt,
 11. entgegen § 11 den Auskunfts- oder Vorlagepflichten nicht nachkommt.
- (2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

§ 13

Inkrafttreten, Außerkrafttreten

- (1) ¹Diese Satzung tritt am 15. April 2021 in Kraft. ²Sind bis zum 14. April 2021 übereinstimmende Satzungen nicht von allen Landesmedienanstalten erlassen und veröffentlicht worden, wird diese Satzung gegenstandslos. ³Der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) veröffentlicht im Internetauftritt unter der Dachmarke „die medienanstalten“, ob alle Landesmedienanstalten innerhalb der Frist des Satzes 2 übereinstimmende Satzungen erlassen und veröffentlicht haben.
- (2) Gleichzeitig tritt die Satzung der Landesmedienanstalten über Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele (Gewinnspielsatzung) vom 23. Februar 2009 (AmtsBl. M-V 2009 S. 33) außer Kraft.

AmtsBl. M-V 2021 S. 44

