

Schriftliche Kleine Anfrage

der Abgeordneten Heike Sudmann (DIE LINKE) vom 29.09.22

und Antwort des Senats

Betr.: Infoscreens in Hamburg oder: Wer überprüft eigentlich die Firmen Ströer und Wall?

Einleitung für die Fragen:

In Hamburg werden auf Hunderten Monitoren im öffentlichen Raum neben kommerzieller Werbung auch Informationen vermittelt. Die digitalen, beleuchteten und viel Energie verbrauchenden Anlagen werden von den Betreibern Ströer und Wall euphemistisch als „Infoscreens“ bezeichnet. Die Informationen werden täglich, ob gewollt oder ungewollt, von Hunderttausenden Menschen gelesen. Es werden kurze aktuelle Nachrichten gezeigt, im schnellen Wechsel mit Statistiken, Werbung und Kampagnen der Betreiber selbst. Für Betrachter:innen ist nicht unbedingt erkennbar, ob es sich bei den Inhalten um amtliche Mitteilungen, privatwirtschaftliche Werbung oder Kampagnen der Betreiberfirmen handelt. Durch die Auswahl der Informationen, die Reihenfolge der Ansichten, durch Tageszeit und Standort et cetera besteht hier ein erhebliches Potenzial, die öffentliche Meinung zu beeinflussen.

Ich frage den Senat:

Einleitung für die Antworten:

Der Senat beantwortet die Fragen teilweise auf Grundlage von Auskünften der Unternehmen Ströer Media Deutschland GmbH (Ströer)/Deutsche Städte-Medien GmbH (DSM) sowie Wall GmbH wie folgt:

Frage 1: *Auf wie vielen Monitoren werden in Hamburg*

- a) nur Werbung,*
- b) Werbung und Informationen,*
- c) nur Informationen angezeigt?*

Antwort zu Fragen 1 a), 1 b) und 1 c):

Von beiden vorgenannten Unternehmen werden insgesamt 372 digitale Werbeanlagen mit Werbeinhalten, Informationen und Warnmeldungen unterhalten. Eine Unterscheidung im Sinne der Fragestellung wird nicht getroffen.

Frage 2: *Wie hoch ist der Anteil journalistischer beziehungsweise nicht werblicher Inhalte auf Werbemonitoren?*

Antwort zu Frage 2:

Während bei der Wall GmbH dieser Anteil nicht gesondert erfasst wird, zeigen Werbeanlagen der DSM circa 50 Prozent kommerzielle Inhalte.

Frage 3: *Wie hoch ist auf Werbemonitoren der Anteil animierter Werbung?*

Antwort zu Frage 3:

Die Wall GmbH nutzt visuell-dynamische Elemente wie Einblendungen, Überblendungen und Animationen ohne Angabe konkreter Anteile. Die DSM setzt den Anteil animierter Werbung auf 25 Prozent ihres Angebotes.

Frage 4: *Wie viele Werbespots laufen auf beziehungsweise in welchen zeitlichen Abständen auf den Monitoren?*

Antwort zu Frage 4:

Die Wall GmbH sendet einen Loop bestehend aus sechs Spots pro Minute. Die Programmschleife der DSM ist drei Minuten lang und stellt einen Mix aus werblichen Inhalten und Informationen dar. Der Wechsel der Motive erfolgt hier im Abstand von zehn Sekunden.

Frage 5: *Auf welcher Grundlage ist es den Betreiberfirmen gestattet, der Öffentlichkeit Informationen zu präsentieren oder andererseits auch vorzuhalten?*

Frage 6: *Gibt es Regeln bezüglich der Auswahl und Qualität der vermittelten Informationen?*

Wenn ja, von wem werden diese regelmäßig gesichtet oder überprüft?

Antwort zu Fragen 5 und 6:

Sowohl die DSM als auch die Wall GmbH haben sich vertraglich dazu verpflichtet, dass die jeweilige Werbung sämtlichen gesetzlichen und behördlichen Vorschriften entspricht und insbesondere nicht gesetzlichen oder behördlichen Werbeverbote widerspricht. Für dargestellte, über Werbung hinaus gehende Informationen sind keine expliziten, zusätzlichen Regelungen in den Verträgen enthalten, sodass diese eine freiwillige Leistung der Werbeunternehmen darstellen und keiner regelhaften Prüfung unterliegen.

Frage 7: *Wie viele Beschwerden welchen Inhalts gab es über die sogenannten Infoscreens in den vergangenen drei Jahren, hinsichtlich der Standorte, aber auch bezüglich der präsentierten Informationen?*

Antwort zu Frage 7:

Dem Bezirksamt Bergedorf liegt eine Beschwerde wegen Sichtbehinderung vor, sodass die betroffene Werbesäule entsprechend versetzt wird. Weitere diesbezügliche Beschwerden der vergangenen drei Jahre sind nicht bekannt.

Frage 8: *Unterliegen die Infoscreens eigentlich dem Presserecht, gelten sie dem Senat überhaupt als Pressezeugnisse im weiteren Sinne?*

Wenn ja, mit welchen Konsequenzen?

Wenn nein, warum nicht?

Antwort zu Frage 8:

Der Senat sieht in ständiger Praxis davon ab, im Rahmen der Beantwortung von parlamentarischen Anfragen seine Rechtsauffassung in Form einer generellen Rechtsauskunft darzulegen.

Vorbemerkung: *Es ist von großer Bedeutung die von den Betreiberfirmen gezeigten Informationen journalistisch und wissenschaftlich auszuwerten, um mögliche Muster zu erkennen und Trends bewerten zu können. In klassischer Presse gedruckte und gesendete Informationen sind beispielsweise noch viele Jahre später in Archiven zugänglich.*

Frage 9: *Werden die auf den Infoscreens gezeigten Informationen archiviert?*

Wenn nein, warum nicht?

Wenn ja, von wem, wo und für wen sind sie zugänglich?

Antwort zu Frage 9:

Sowohl die DSM als auch die Wall GmbH führen keine Archivierung durch. Die Wall GmbH dokumentiert den Ort, die Zeit und den jeweils gezeigten Inhalt.

Vorbemerkung: *Die Betreiberfirmen sind in der Vergangenheit hin und wieder im Zusammenhang mit der AfD genannt worden, zum Beispiel 2014 der ehemalige Vorstandsvorsitzende der Wall AG (<https://www.morgenpost.de/berlin/article133332066/Unternehmer-Hans-Wall-unterstuetzt-die-AfD.html>) oder das Werbeunternehmen Ströer anlässlich eines Spendenskandals 2021 (<https://correctiv.org/aktuelles/afd-spendenskandal/2022/07/01/rueckzug-vom-rueckzug-plakatwerber-stroeer-nimmt-wieder-auftraege-fuer-partecipolitische-werbung-an/>).*

Frage 10: *Sind dem Senat diese Hinweise bekannt?*

Wenn ja, welche Konsequenzen hat er daraus gezogen?

Antwort zu Frage 10:

Nein.

Frage 11: *Gibt es bei der Werbung und den Informationsanteilen Vorgaben für die Betreiber der Infoscreens hinsichtlich des Ausschlusses rassistischer, sexistischer oder sonst wie inhumaner beziehungsweise verunglimpfender Inhalte?*

Wenn ja, wie sehen die aus, wo sind die nachzulesen und wie wird das überprüft?

Wenn nein, warum nicht?

Antwort zu Frage 11:

Siehe Antwort zu 6.