

Anwendungs- und Auslegungsregeln zur Satzung zur Durchführung der Gewinnspielsvorschriften  
des Medienstaatsvertrags (Gewinnspielsatzung - GSS)

Präambel

§ 11 MStV  
Gewinnspiele

(1) Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele sind zulässig. Sie unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. Insbesondere ist im Programm über die Kosten der Teilnahme, die Teilnahmeberechtigung, die Spielgestaltung sowie über die Auflösung der gestellten Aufgabe zu informieren. Die Belange des Jugendschutzes sind zu wahren. Für die Teilnahme darf nur ein Entgelt bis zu 0,50 Euro verlangt werden; § 35 Satz 3 bleibt unberührt.

(2) Der Veranstalter hat der für die Aufsicht zuständigen Stelle auf Verlangen alle Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen, die zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Durchführung der Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele erforderlich sind.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

Die Landesmedienanstalten haben auf der Grundlage von § 72 Satz 1 und 74 Medienstaatsvertrag (MStV) zur Durchführung des § 11 MStV übereinstimmende Satzungen zur Durchführung der Gewinnspielsvorschriften des Medienstaatsvertrags (Gewinnspielsatzung - GSS) erlassen. In dieser Satzung sind gemäß § 72 Satz 1 2. Halbsatz MStV insbesondere die Ahndung von Verstößen und die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher bestimmt.

Die nachfolgenden, nicht als abschließend zu verstehenden Anwendungs- und Auslegungsregeln sollen dazu beitragen, Rechtsklarheit und -sicherheit für Anbietende von Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen zu befördern sowie eine bundeseinheitliche Sachbehandlung von Verfahren auf der Grundlage der Gewinnspielsatzung sicherstellen.

Zwar gehört es zum Charakter eines live veranstalteten Gewinnspiels/einer live veranstalteten Gewinnspielsendung, dass nicht alle spontanen Äußerungen und Sendungs- bzw. Spielverläufe planbar sind. Dies entbindet jedoch weder Sendungsverantwortliche noch Moderatorinnen und Moderatoren, Redakteurinnen und Redakteure sowie sonstige anbieterseitig Agierende davon, jederzeit die Bestimmungen der Gewinnspielsatzung einzuhalten.

Anbietende haben laufend auf die Einhaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zu achten. Tritt ein Verstoß auf, haben Anbietende der Wiederholung eines solchen Verstoßes durch geeignete Maßnahmen entgegenzuwirken. Dies gilt auch, wenn die Überwachung der Einhaltung der Pflichten an Dritte delegiert wird. Hat eine dritte Person, der die Überwachung der Einhaltung der Pflichten übertragen wurde, die Einhaltung nicht ordnungsgemäß überwacht, sind also insbesondere Verstöße zu verzeichnen gewesen, muss der Anbieter bzw. die Anbieterin weitere geeignete Maßnahmen ergreifen.

Aufgrund des besonderen Charakters von Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen, in denen nutzende Personen zu einer kostenpflichtigen Teilnahme aufgefordert werden, haben Anbietende die Verpflichtung zur Sorgfalt und zur transparenten Spielgestaltung sowie zur hinreichenden

Information der zuschauenden bzw. zuhörenden Personen. Diese Pflicht erstreckt sich auf das gesamte Gewinnspiel/die gesamte Gewinnspielsendung und alle Begleitumstände.

## § 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) <sup>1</sup>Die gesetzlichen Werbevorschriften und die Regelungen der Werbesetzung der Landesmedienanstalten bleiben unberührt. <sup>2</sup>Sie gelten insbesondere auch für Preisauslobungen und Darstellung von Gewinnen.

## § 3

### Jugendschutz

(1) <sup>1</sup>Minderjährigen darf die Teilnahme an Gewinnspielsendungen nicht gestattet werden.

<sup>2</sup>Minderjährigen unter 14 Jahren darf die Teilnahme an Gewinnspielen nicht gestattet werden.

<sup>3</sup>Soweit 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.

Erläuternde Ausführungen zu § 3

Für Gewinnspielsendungen gilt:

Spiele und Sachpreise, die auf Minderjährige einen großen Anreiz zur Teilnahme ausüben, sind unzulässig. Auf die Zuständigkeit des Jugendschutzbeauftragten gemäß § 7 JMStV wird hingewiesen.

Es ist bei jeder durchgestellten anrufenden Person eine Kontrolle durchzuführen (z.B. anhand der Stimme und Fragen wie z.B. der Abfrage des Geburtsdatums), ob die anrufende Person minderjährig ist. Die anrufende Person darf erst einen Lösungsvorschlag abgeben, wenn die Moderatorin bzw. der Moderator und/oder der Redakteur oder die Redakteurin keinen Zweifel an der Volljährigkeit der anrufenden Person hat. Andernfalls ist die (minderjährige) anrufende Person zu verabschieden und auf die Altersgrenze für die Teilnahme hinzuweisen.

#### § 4

#### Ausschluss von der Teilnahme

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

#### § 5

#### Transparenz

(1) <sup>1</sup>Gewinnspiele und Gewinnspielsendungen sind transparent zu gestalten. <sup>2</sup>Hierzu haben Anbietende im Vorfeld allgemein verständliche Teilnahmebedingungen aufzustellen und auf ihrer Webseite und - sofern vorhanden - im Fernsehangebot zu veröffentlichen. <sup>3</sup>Bei 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 während 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.

#### Erläuternde Ausführungen zu § 5

Werden Teilnehmende, bevor sie ins Studio durchgestellt werden, bereits befragt, so ist über dieses Verfahren (bspw. „Screening“) und die eingesetzten Fragen zumindest in den Teilnahmebedingungen zu informieren. Der Umstand, dass Mitarbeitende einer Teilnehmerhotline vor dem Versuch, nutzende Personen ins Studio durchzustellen, auch nach deren Lösung für das Spiel fragen, muss in den Teilnahmebedingungen aufgezeigt werden. Gleiches gilt für den Umstand, dass die Angabe der richtigen Lösung in einem solchen Vorgespräch keinen Anspruch auf den Gewinn begründet. Die Entscheidung über die Durchstellung ins Studio darf nicht auf einer Bewertung der anrufenden Person in einem Vorgespräch beruhen. Die Überprüfung des erforderlichen Mindestalters bleibt hiervon unberührt.

Der Einsatz eines technischen Auswahlverfahrens (rein technische Verfahren, d.h. keine durch Personen (z.B. Redakteurin, Moderator) gesteuerte oder beeinflusste Auswahl) ist zulässig. Prinzipiell müssen die Chancen aller Teilnehmenden, ausgewählt zu werden, gleich sein. Die Chancen und der Auswahlmechanismus müssen transparent dargestellt werden. Eine Verbesserung der Gewinn- bzw. Einwahlchancen innerhalb einer Spielrunde ist möglich; Voraussetzung ist jedoch, dass diese vor der Änderung transparent und deutlich kommuniziert wird. Eine Verschlechterung der Gewinn- bzw. Einwahlchance innerhalb einer Spielrunde ist unzulässig.

## § 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 Notsituationen,

3. die wiederholte Hervorhebung des Unterschieds zwischen Teilnahmeentgelt und ausgelobter Gewinnsumme.

(3) <sup>1</sup>Eine Abrechnung von Entgelten für die Teilnahme an Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen ist unzulässig, wenn die nutzenden Personen nicht tatsächlich am protokollierten Auswahlverfahren teilgenommen haben. <sup>2</sup>Bei der telefonischen Teilnahme dürfen beim Schalten des üblichen Besetzzeichens keine Entgelte bei den nutzenden Personen abgerechnet werden.

#### Erläuternde Ausführungen zu § 6

Es ist unbenommen, moderative 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 die Moderation, die Redaktion oder sonstige anbieterseitig Agierende, da Anbietende unter Zusammenschau dieser Gestaltungselemente das Gewinnspiel/die Gewinnspielsendung gestalten.

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

Feststellungen zu der Frage, ob bei einer bestimmten Mindestanzahl von Teilnehmenden tatsächlich ein Irrtum hervorgerufen wurde, sind nicht erforderlich. Erforderlich ist lediglich eine Auslegung und inhaltliche Bewertung der hierfür in Betracht kommenden Äußerungen im jeweiligen Kontext.

Auch Widersprüche zwischen verschiedenen Äußerungen erfüllen den Verbotstatbestand. Insbesondere können irreführende Aussagen der Moderation oder Redaktion nicht durch andere Sendeelemente wie z.B. Einblendungen relativiert werden.

Unwahre oder zur Irreführung geeignete Aussagen werden nicht dadurch zulässig, dass sie in Form einer Spekulation oder Meinungsäußerung (z.B. „vielleicht“, „ich finde“, „es kann“) aufgestellt werden.

Falschaussagen müssen in derselben Äußerungsform unverzüglich ausdrücklich als solche bezeichnet und korrigiert werden.

Aussagen der Moderation oder anderer anbieterseitig Agierender im Programm werden Anbietenden zugerechnet. Eine Rechtfertigung erwächst auch nicht daraus, dass Agierenden Informationen über Spielumstände nicht bekannt sind. Die Berufung auf ein Nichtwissen ist in diesem Fall ohne Bedeutung.

#### 1.1 Aussagen über die Spieldauer und Vorspiegelung von Zeitdruck

##### a) Aussagen über die Spieldauer

Auch Aussagen über die Spieldauer dürfen nicht falsch, widersprüchlich oder geeignet sein, die nutzende Person in die Irre zu führen.

Generell kann das Sendungsende angekündigt werden, wenn dieses so auch eingehalten wird.

Die Dauer einer Sendung wird durch das Programmschema bestimmt. Sowohl das Programmschema als auch die Aktivierung des Auswahlmechanismus sind so zu gestalten, dass damit grundsätzlich eine Berufung auf die Unvorhersehbarkeit des tatsächlichen Spiel- und Sendungsendes durch den Livecharakter der Sendung ausgeschlossen ist.

Der Beginn einer neuen Sendung muss on-air und durch Nennung und Einblendung des Sendungstitels und aller nach der GSS erforderlichen Hinweise kommuniziert werden.

#### b) Vorspiegelung von Zeitdruck

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.

Wird dem Publikum suggeriert, dass während eines bestimmten Zeitfensters besonders günstige Spielbedingungen gelten (insbes. eine besonders hohe Einwahlschance), so muss dies während des betreffenden Zeitfensters tatsächlich der Fall sein. Ansonsten liegt eine Vorspiegelung von Zeitdruck vor. Darüber hinaus müssen diese Spielbedingungen nach Ablauf des Zeitfensters unmittelbar wieder entfallen.

#### c) Countdowns

Countdowns einschließlich des Herunterzählens durch die Moderation oder aus dem Off sind generell zulässig, solange mit dem Ablauf des Countdowns eine (ggf. eine von mehreren) beim Start angekündigte und für das Spiel relevante Konsequenz verbunden ist (z.B. Zuschlag des Auswahlmechanismus, Lösungstipp, Erhöhung der Gewinnsumme). Ansonsten wird Zeitdruck vorgespiegelt.

Der ganz normale Ablauf von Zeit darf nicht dazu genutzt werden, durch Countdowns oder durch Anpreisen von bestimmten angeblich relevanten Uhrzeiten unzutreffende Vorstellungen bei den zuschauenden bzw. zuhörenden Personen über die Wahrscheinlichkeit durchgestellt zu werden zu erwecken.

Das bloße Erreichen einer Uhrzeit ohne darüber hinausgehende Auswirkungen auf den weiteren Spielverlauf rechtfertigt jedoch keinen Countdown.

Wird nicht deutlich gemacht, dass ein angekündigter und angezeigter Countdown nicht in Echtzeit abläuft, sondern immer wieder unterbrochen wird, so wird unzulässiger Zeitdruck aufgebaut.

Ein Countdown muss bei Erreichen der Nullstellung unverzüglich ausgeblendet werden, d.h. das Abbilden einer blinkenden Nullstellung ist nicht zulässig.

## 1.2 Aussagen zum Gewinn

Eine ausgelobte Gewinnsumme darf während einer Spielrunde nicht reduziert werden.

Es darf nicht behauptet werden, dass eine höhere Gewinnsumme, als die tatsächlich ausgelobte, zu vergeben sei. Bei der Auslobung eines zusätzlichen Jackpot-Preises muss zwischen der Jackpotchance und einer fest ausgelobten Gewinnsumme deutlich differenziert werden.

Die Ausweisung einer sich aus einer Addition der fest ausgelobten Gewinnsumme und des Jackpots ergebende mögliche Gesamtgewinnsumme ist zulässig, wenn die o.g. zusätzliche Differenzierung erfolgt.

Werden für die Teilnahme on-air (z.B. Studio) und off-air (z.B. Servicecenter) unterschiedliche Gewinne ausgelobt, so muss auf beide Gewinnmöglichkeiten in gleicher Weise hingewiesen werden. Die Unterscheidung zwischen verschiedenen Gewinnen ist nur zulässig, wenn hierüber entsprechend informiert wird. Hierzu gehören insbesondere Angaben zum jeweils eingesetzten Auswahlverfahren und der Höhe der ausgelobten Gewinne.

## 1.3 Aussagen zur Lösungslogik der Aufgabe

Es darf nicht eine unzutreffende Lösungslogik suggeriert werden. Dies gilt auch bei Scherzfragen.

## 1.4 Aussagen über die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer

Aussagen, die eine Verbindung zwischen Schwierigkeitsgrad des Spiels, vermeintlicher Anzahl der zuschauenden bzw. zuhörenden und nutzenden Personen oder Sendezeit einerseits und Durchstellwahrscheinlichkeit bzw. Durchstellhäufigkeit andererseits herstellen, sind unzulässig, soweit die Teilnehmerauswahl anbieterseitig (z.B. durch die Redaktion) beeinflusst wird.

## 1.5 Aussagen zum Schwierigkeitsgrad

Es darf nicht behauptet werden, dass keine teilnehmende Person durchgestellt wird, weil keiner die Lösung habe. Die Schwierigkeit des Spiels hat keinen Einfluss auf die Durchstellung von Anrufenden.

Seitens der Moderation, der Redaktion oder weiterer anbieterseitiger Agierender darf nicht behauptet werden, dass die jeweilige Person selbst keine Lösung mehr habe. Ein Spiel ohne anbieterseitige Lösung ist unzulässig.

Es darf nicht anhand von Beispielen ein unzutreffender Schwierigkeitsgrad suggeriert werden. Insbesondere darf nicht behauptet werden, dass der Schwierigkeitsgrad verbleibender Lösungen dem der bisherigen entspreche, wenn dies unzutreffend ist. Auch dürfen gegebene Lösungen (richtige sowie falsche Antworten) nicht dahingehend kommentiert werden, dass sie zu kompliziert, zu einfach, nicht einfach genug oder dergleichen seien, wenn dies nicht zutreffend ist. Alle

Äußerungen zum Schwierigkeitsgrad müssen dem tatsächlichen Schwierigkeitsgrad des Spiels entsprechen.

Eine objektiv gegebene Änderung des Schwierigkeitsgrades darf entsprechend moderiert werden.

1.6 Aussagen über die allgemeinen Teilnahmebedingungen, zum Auswahlverfahren und zur Einwahlchance

Informationen zum Auswahlverfahren müssen die Funktionsweise des eingesetzten Auswahlverfahrens, den Einfluss von Personen auf das Verfahren sowie den Zeitraum, in welchem eine Auswahl getroffen wird, angeben.

Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass es sich um rein technische Auswahlmechanismen handelt, wenn die Auslösung des Mechanismus anbieterseitig (z.B. durch die Redaktion) beeinflusst oder ausgelöst werden kann. In diesem Fall darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass anbieterseitig kein Einfluss auf den Zeitpunkt der Durchstellung einer teilnehmenden Person bestehe. Insbesondere darf dem Publikum nicht suggeriert werden, dass es selbst Einfluss auf den Durchstellzeitpunkt nehmen könne.

Ist die Auswahl einer teilnehmenden Person unabhängig davon, wie schnell sie der Aufforderung zur Teilnahme nachkommt, darf nicht suggeriert werden, dass Schnelligkeit bei der Teilnahme die Einwahlchance erhöhe.

Kommen verschiedene Auswahlmechanismen parallel zur Anwendung, so ist bei der Auswahl einer teilnehmenden Person in der Sendung darauf hinzuweisen, welcher Mechanismus für die konkrete Auswahl einschlägig war.

Irreführend sind Aussagen, die nutzende Person solle zu einem bestimmten Zeitpunkt (jetzt oder später) anrufen, wenn tatsächlich nicht zu diesem Zeitpunkt eine Auswahl erfolgt.

Die Häufigkeit oder der Zeitpunkt der Teilnehmerauswahl kann entsprechend kommuniziert werden, wenn dies den Tatsachen entspricht.

Die Ankündigung einer besonders hohen Durchstellgeschwindigkeit oder Einwahlchance ist nur dann zulässig, wenn diese auch tatsächlich besteht.

a) rein technische Auswahlmechanismen (Leitungen) i.S.d. § 5 Abs. 3 GSS

Bei rein technischen Auswahlmechanismen ist zur Visualisierung der Gewinn- bzw. Einwahlchancen der Einsatz von Leitungsspielen grundsätzlich nicht irreführend. Wenn jedoch die Anzahl der benannten Leitungen erhöht wird, so muss sich auch gleichzeitig die Gewinn- bzw. Einwahlchancen proportional erhöhen. Ansonsten liegt eine Irreführung vor. Basis für ein zulässiges Leitungsspiel ist somit ein technisch abhängiger Auswahlmechanismus, der an die Anzahl der freigeschalteten Leitungen gekoppelt ist.

b) nicht rein technische Auswahlmechanismen

Im Falle einer durch Personen (z.B. Redakteurin, Moderator) gesteuerten oder beeinflussten Auswahl (z.B. bzgl. des Auswahlzeitpunktes) sind Aussagen, die einen tatsächlich nicht existierenden Zusammenhang zwischen Eigenschaften und/oder Anzahl von Leitungen o.ä. und den Gewinn- bzw. Einwahlchancen herstellen, nach § 6 Abs. 1 S. 1 GSS irreführend.

## 2. Teilnahmemöglichkeiten

Teilnehmende sind umgehend darüber zu informieren, wenn keine Teilnahmemöglichkeit mehr besteht, beispielsweise wenn bereits eine teilnehmende Person off-air (Servicecenter) ausgewählt wurde oder auf die Durchstellung in die Sendung wartet.

Im Hörfunk müssen die Zuhörenden unverzüglich nach Abschluss eines Screener-Verfahrens, spätestens mit Ende des laufenden Musiktitels bzw. am Ende des laufenden Beitrages, durch die Moderation der Hörfunksendung darauf aufmerksam gemacht werden, dass (in dieser Gewinnspielrunde) keine Gewinnchance mehr besteht.

## § 7

### Manipulationsverbot

Veränderungen in einem laufenden Gewinnspiel oder einer Gewinnspielsendung, insbesondere durch die Abänderung von Spielregeln, die Vorspiegelung weiterer oder fehlender nutzender Personen, Eingriffe in die Auswahl unter den nutzenden Personen oder die Rätsellösung sowie die Reduzierung des Gewinns sind unzulässig.

#### Erläuternde Ausführungen zu § 7

##### 1. Veränderungen

Es muss anbieterseitig sichergestellt werden, dass Manipulationen durch die Moderation, die Redaktion oder andere agierende Personen ausgeschlossen sind.

Als Veränderung im Sinne dieser Norm gelten nicht Tipps zur Rätsellösung. Tipps in diesem Sinne sind Hinweise, die objektiv geeignet sind, die Lösung der konkreten Aufgabenstellung durch die Teilnehmenden zu erleichtern. Sie dürfen keine Irreführung über die konkrete und aktuelle Aufgabenstellung bewirken. Solche Tipps können neben in Worten gefassten Lösungshinweisen auch grafische oder sonstige Hinweise sein, die die Teilnehmenden bei der Lösungsfindung unterstützen.

Anbietenden bleibt es unbenommen, unterschiedliche Auslobungsbedingungen für jede einzelne Spielrunde zu erstellen, solange diese vor Start der jeweiligen Spielrunde transparent kommuniziert werden.

Eine Vereinfachung der Aufgabenstellung (z.B. die Verringerung der Anzahl der zu nennenden Lösungen) zählt nicht als Veränderung i.S.d. § 7 GSS und ist zulässig.

## 2. Vorspiegelung weiterer nutzender Personen

Das akustische Einspielen oder die moderative Nennung von Falschantworten können bei gleicher Aufgabenstellung als dramaturgisches Mittel genutzt werden, wenn ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass es sich um die Wiederholung eines vergangenen Lösungsversuches handelt.

Das unkommentierte akustische Einspielen von Falschantworten ist nicht zulässig.

## 3. Vorspiegelung fehlender nutzender Personen

Über die Anzahl der Teilnehmenden darf keine falsche Aussage getroffen werden. Aussagen – auch im Wege einer Spekulation -, die den Eindruck fehlender nutzender Personen erwecken, sind nicht zulässig.

Der Einsatz von Stilmitteln, die suggerieren, es rufe niemand an/schaue niemand zu, sind unzulässig, wenn tatsächlich Personen am Spiel teilnehmen.

## 4. Rätsellösung

Eingriffe in die Rätsellösung sind unzulässig. Anbieterseitig ist sicherzustellen, dass die Lösungen der Gewinnspielfragen vor jeder Sendung schriftlich dokumentiert und auf Verlangen zur Verfügung gestellt werden. Es muss sichergestellt werden, dass interne Manipulationen durch die Moderation und die Redaktion ausgeschlossen sind. In diesem Falle steht es dem Transparenzgebot nicht entgegen, wenn anbieterseitig gesuchte Lösungen wie z.B. Umschläge mit Lösungen nicht während der gesamten Spieldauer auf dem Bildschirm zu sehen sind.

## 5. Reduzierung des Gewinns

Die Reduzierung des Gewinns während einer Spielrunde ist unzulässig. Die Höhe der Gewinne in unterschiedlichen Spielrunden darf nach freiem Ermessen gewählt werden.

Es stellt eine unzulässige Reduzierung des Gewinns dar, wenn für den Fall, dass für die Teilnahme im Studio und im Servicecenter unterschiedliche Gewinne ausgelobt sind, lediglich auf den höheren Studiogewinn hingewiesen wird.

## § 8

### Spielablauf, -gestaltung und -auflösung

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

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

(3) Bei Wortfindungsspielen dürfen nur Begriffe verwendet werden, die in allgemein zugänglichen Nachschlagewerken oder allgemein 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) <sup>1</sup>Ein Gewinnspiel ist nach seinem Ablauf aufzulösen. <sup>2</sup>Anbietende haben die Auflösung auf ihrer Webseite und - soweit vorhanden - im Fernsehtextangebot zu veröffentlichen und dort für die Dauer von mindestens drei Tagen nach Ablauf des Spiels vorzuhalten. <sup>3</sup>Die Auflösung hat vollständig und allgemein verständlich unter Erläuterung der Lösungslogik zu erfolgen. <sup>4</sup>Sie muss genau zuzuordnen und insbesondere auch mit Hilfe der technischen Ausstattung eines durchschnittlichen Haushalts nachvollziehbar sein. <sup>5</sup>Bei Gewinnspielsendungen im Rundfunk muss zudem die deutlich wahrnehmbare und allgemein verständliche Darstellung der Auflösung im Programm erfolgen. <sup>6</sup>In diesem Fall kann die Auflösung auch am Ende der Sendung erfolgen.

Erläuternde Ausführungen zu § 8

#### 1. Verständlichkeit und Lösbarkeit der Aufgabenstellung

Auch wenn ein gewisser Schwierigkeitsgrad integraler Bestandteil eines Spiels ist, muss die Lösung der Aufgabenstellung realistischerweise möglich und nachvollziehbar sein.

Es ist nicht zulässig zu moderieren, dass die Lösung auf dem Bildschirm der zuschauenden Person nicht sichtbar sei, weil dieser technisch veraltet sei.

Spiele mit offener, nicht anbieterseitig vorgegebener Lösungsmenge dürfen in der nachfolgenden Sendung wieder aufgenommen werden.

#### 2. Neustart der Spielrunde (sog. „Aufleger“)

Falls eine ins Studio durchgestellte teilnehmende Person keinen Lösungsvorschlag abgibt, z.B. die Person auflegt, nichts sagt oder nur sagt, dass sie keine Lösung habe, oder es ist eine Mobilbox zu hören, oder es handelt sich um eine minderjährige Person, ist binnen maximal 60 Sekunden eine weitere Nutzersauswahl zu treffen und eine nutzende Person durchzustellen.

#### 3. Auflösung

Bei der Auflösung eines Spiels muss die Lösung nachvollziehbar erklärt werden. Die Auflösung hat vollständig und allgemein verständlich unter Erläuterung der Lösungslogik zu erfolgen. Im Rahmen der Auflösung müssen alle Aspekte der Fragestellung erläutert werden. Dies bedeutet z.B. bei der Suche nach Wörtern mit Doppelbedeutung, dass diese bei jedem Lösungswort einzeln erläutert wird.

Spiele mit abgeklebten Lösungen oder Spiele mit geschlossener Lösungsmenge müssen spätestens am Ende der Sendung on-air aufgelöst werden.

Bei Spielen mit offener, nicht anbieterseitig vorgegebener Lösungsmenge muss am Ende der Sendung mindestens eine mögliche Lösung genannt werden, anhand derer die Aufgabenstellung und Lösbarkeit des Spiels verdeutlicht wird.

## § 9

### Informationspflichten

(1) <sup>1</sup>Die nutzenden Personen sind vor ihrer Teilnahme umfassend über alle Umstände aufzuklären, die für die Entscheidung über die Teilnahme von Bedeutung sind. <sup>2</sup>Nach Maßgabe des § 10 ist hinzuweisen 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 ausgeschüttet werden,
4. die Teilnahmebedingungen und die Möglichkeit ihrer Kenntnisnahme,
5. die Tatsache, dass nicht jede entgeltpflichtige Teilnahme zur Auswahl der nutzenden Person führt,
6. den Zeitrahmen, in dem die Auswahl einer nutzenden Person vorgesehen ist
7. die Veröffentlichung der Auflösung gemäß § 8 Abs. 6.

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

(3) In den Teilnahmebedingungen muss insbesondere 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), die allgemeinen Bedingungen für die Ausschüttung eines Gewinns sowie alle Umstände, die für die Einschätzung der eigenen Gewinnmöglichkeit, insbesondere unter Berücksichtigung der Funktionsweise des eingesetzten Auswahlverfahrens, aus Sicht der nutzenden Personen 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 fünfzehnminütigem Abstand sowie eine deutlich lesbare Bildschirmeinblendung 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 Bildschirmeinblendung 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 Bildschirmeinblendung 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) <sup>1</sup>Bei 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 Bildschirmeinblendung, wenn dies durch Einblendung erfolgt. <sup>2</sup>Im 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 Bildschirmeinblendung von mindestens zehn Sekunden Dauer zu erfolgen.

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

(4) <sup>1</sup>Bei 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. <sup>2</sup>Im 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.

## Erläuternde Ausführungen zu § 9 und § 10

### 1. Gestaltung der Hinweise, Häufigkeit

Mündliche und schriftliche Hinweise können nicht im Austausch kompensiert werden. Mündliche Hinweise werden nicht deshalb obsolet, weil die nutzenden Personen bereits über Texteinblendungen informiert werden. Sowohl mündliche als auch schriftliche Hinweise haben kumulativ zu erfolgen. Punkt 5. bleibt hiervon unberührt.

Mündliche Hinweise müssen wertfrei und deutlich verständlich gesprochen werden.

### 2. Erläuterung des Auswahlverfahrens (§ 9 Abs. 2, §10 Abs. 1 Nr. 4 GSS)

Die Darstellung des Auswahlverfahrens erfordert stets Angaben darüber, wie die Auswahl getroffen wird und welche Einwahlchance für die einzelne Person besteht.

Der Hinweis muss klar erkennen lassen, ob die Auswahl durch einen rein technischen Vorgang oder manuell durch anbieterseitig Agierende (z.B. in der Redaktion) beeinflusst erfolgt. In letzterem Falle ist ein bloßer Hinweis auf die anbieterseitige Auswahl nicht ausreichend. Es muss auf den willkürlichen Einfluss durch die tatsächlich entscheidende Person (bspw. in der Redaktion) hingewiesen werden.

Wird der Durchstellzeitpunkt und/oder die Höhe des zu erlangenden Gewinns manuell gesteuert, muss dies im Rahmen der Spielmoduserläuterungen offengelegt werden.

Für den Fall, dass die Durchstellung allein von der willkürlichen Wahl des Durchstellzeitpunktes abhängt, müssen nutzende Personen hierauf während des Spielverlaufs durch permanente Einblendung hingewiesen werden.

Eine „überwiegende“ Einblendung der Informationen nach § 10 Abs. 1 Nr. 4 GSS setzt voraus, dass mindestens 2/3 des Bildschirms mit den gut lesbaren Informationen ausgefüllt sind. Andere notwendige Hinweise nach der GSS dürfen durch diese Einblendungen nicht verdeckt werden.

Der Begriff „zeitgleich“ nach § 10 Abs. 1 Nr. 4 GSS ist im Rahmen von Live-Sendungen erfüllt, wenn die mündlichen und schriftlichen Hinweise jedenfalls in zeitlichem Zusammenhang erfolgen. Der zeitliche Zusammenhang ist gewahrt, wenn die schriftlichen und mündlichen Hinweise deckungsgleich beginnen. Wenn die mündlichen Hinweise länger andauern, ist dies zulässig.

Die mangelhafte Erläuterung des Auswahlverfahrens im Verlauf der Sendung kann nicht durch detaillierte Erläuterungen in Fernsehtext oder Internet bzw. Hinweise darauf kompensiert werden.

### 3. Jugendschutzhinweise

Hinweise auf den Ausschluss Minderjähriger sind auch in der Zeit auszustrahlen, in der nach § 5 Abs. 4 JMStV nicht mit minderjährigen nutzenden Personen gerechnet werden muss. Die Vorgaben zu Transparenz und Information erfordern eine umfassende Aufklärung aller nutzenden Personen über die Teilnahmeberechtigung bzw. den Ausschluss mancher Nutzerinnen und Nutzer von der Gewinnmöglichkeit.

Der Hinweis auf den Teilnahmeausschluss Minderjähriger befreit nicht von dem Hinweis, dass eine Gewinnausschüttung an Minderjährige nicht erfolgt. Beide Hinweise haben kumulativ zu erfolgen.

#### 4. Hinweise auf das Teilnahmeentgelt

Bei den Hinweisen auf das Teilnahmeentgelt ist auch auf mögliche höhere Mobilfunkkosten hinzuweisen.

#### 5. Hinweise bei Einzelgewinnspielen

Bei Gewinnspielen in Bewegtbildangeboten, die außerhalb einer Gewinnspielsendung veranstaltet werden, können die notwendigen Hinweise gem. § 10 Abs. 2 GSS bei der gleichzeitigen mündlichen wie schriftlichen Eröffnung einer Teilnahmemöglichkeit mündlich oder schriftlich erfolgen.

### § 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 Spelaufösungen gemäß § 8 Abs. 6 Satz 2.

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

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

Erläuternde Ausführungen zu § 11

§ 11 GSS erfordert auch eine Protokollierung einer etwaigen Befragung von Teilnehmenden vor der Durchstellung ins Studio (bspw. „Screening“). Die Auskunftspflicht und Vorlagepflichten der Anbietenden von Gewinnspielen gegenüber der zuständigen Aufsichtsbehörde erstrecken sich auch auf die Modalitäten des Einsatzes solcher Vorabbefragungen, namentlich auch auf den Organisationsablauf sowie das Protokoll der Befragung.

## § 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 ausgelobter 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 Auskunftspflichtigen oder Vorlagepflichtigen nicht nachkommt.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

### § 13

#### Inkrafttreten, Außerkrafttreten

(1) <sup>1</sup>Diese Satzung tritt am 15. April 2021 in Kraft. <sup>2</sup>Sind bis zum 14. April 2021 übereinstimmende Satzungen nicht von allen Landesmedienanstalten erlassen und veröffentlicht worden, wird diese Satzung gegenstandslos. <sup>3</sup>Der 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 ### [ggf. Fundstelle] außer Kraft.